

На правах рукописи

Патокина Наталья Николаевна

**СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА
РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Специальность 22.00.03 – Экономическая социология и демография

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата социологических наук

Нижний Новгород 2020

Диссертация выполнена на кафедре социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Научный руководитель	Доктор социологических наук, доцент ТЕОДОРОВИЧ МИХАИЛ ЛЕОНИДОВИЧ заведующий кафедрой социологии проектной деятельности и проконкурентного регулирования факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»
Официальные оппоненты	Доктор социологических наук, доцент ВАСИЛЬЕВА ЕКАТЕРИНА НИКОЛАЕВНА директор института истории, международных отношений и социальных технологий ФГАОУ ВО «Волгоградский Государственный Университет» (ВолГУ), доцент кафедры социологии и социальных отношений ВолГУ Кандидат экономических наук, доцент КОРАБЕЙНИКОВ ИГОРЬ НИКОЛАЕВИЧ Заведующий кафедрой менеджмента Оренбургского государственного университета
Ведущая организация	ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

Защита состоится 12 ноября 2020г. в 13-00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.166.14, созданного на базе ННГУ им. Н.И. Лобачевского, по адресу 603000, г. Нижний Новгород, Университетский пер., 7, ауд. 104.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке и на сайте ННГУ им. Н.И. Лобачевского: 603950, г. Н. Новгород, пр. Гагарина, д.23, корп. 1. <https://diss.unn.ru>

Автореферат разослан « » _____ 2020 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
к.соц.н., доцент

Е.Е. Кутявина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования.

Практики развития конкуренции в мире содержат в качестве одного из базовых элементов социальный механизм, обеспечивающий участие потребителя в ее регулировании. Теоретическое осмысление российских реалий в данном ключе только начинается и требует углубленной исследовательской работы.

Социально ориентированная конкуренция в России находится в стадии формирования. Процесс ее построения вышел из латентного состояния с вступлением в силу Указа Президента РФ от 21.12.2017 №618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (далее – Указ от 21.12.2017 №618, Указ). Отличием новой стратегии является ее человекоориентированность. Повышение удовлетворенности потребителей, определенное названным Указом в качестве главной цели, рассматривается как условие снижения социальной напряженности в обществе, его дальнейшего социального развития.

Национальный план развития конкуренции на 2018-2020г.г., утвержденный Указом, построен в логике программно–целевого механизма реализации. Подобный подход сужает пространство учета осознаваемых потребностей населения, подменяя их обобщенной моделью состояния групп приоритетных и социально – значимых товарных рынков, формируемых, в основном, исходя из сложившейся структуры региональных экономических приоритетов и рекомендаций Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ, утвержденного Распоряжением Правительства РФ от 17.04.2019 N 768-р (далее – СРК). Отсутствие единого подхода к принятию такого рода решений, незащищенность их от рисков субъективности и неоптимальности препятствуют достижению целей проконкурентного регулирования в РФ.

Разработка универсального масштабируемого социального механизма развития конкуренции на региональном уровне (далее – СМРК), направленного на реализацию конституционного принципа социальности российского государства, базирующегося на вовлечении в его работу потребителей, является актуальной практической и теоретической задачей.

Степень разработанности научной проблемы.

Понятия «конкуренция» и «рынок» являются базовыми для экономической теории, начиная от классиков (А.Смит¹ и Д.Рикардо²) и до неoinституционалистов (О.Е.Уильямсон³, Р.Г.Коуз⁴, Д.К.Норт⁵, М.Олсон⁶). Экономическая социология, появившаяся значительно позже, привносит в анализ рынка понимание его опосредованности социальными законами (К.Поланьи⁷), наполненностью общими смыслами (А.Шютц⁸), разнообразием его социально-культурных аспектов (В.Зелизер⁹, М.Аболафия¹⁰). Экономико-социологический подход к рынку позволяет расширить его понимание как пространства актуализации человека, удовлетворения его неэкономических потребностей (В.В.Радаев¹¹, М.Грановеттер¹²), изменяет восприятие конкуренции, уделяя значительное внимание ее социальным аспектам. Они рассматриваются как на макроуровне (Дж.Стиглиц¹³, Н.С.Павлова,

¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов, 2016.

² Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения, 2007.

³ Уильямсон О.Е. Фирмы и рынки, 1981.

⁴ Коуз Р. Фирма, рынок и право, 1993.

⁵ Норт Д.К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики, 1997.

⁶ Олсон М. Логика коллективных действий в обществах советского типа, 1992.

⁷ Поланьи К. О вере в экономический детерминизм, 1999.

⁸ Шютц А. Аспекты социального мира, 2003; Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии, 2003.

⁹ Зелизер В. Социальное значение денег, 2004.

¹⁰ Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход, 2003.

¹¹ Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления, 2003.

¹² Грановеттер М. Сила слабых связей, 2009; Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности, 2002.

¹³ Joseph E. Stiglitz, Towards a Broader View of Competition Policy, 2017.

А.Е.Шаститко¹, М.К.Горшков², М.Н.Руткевича³), так и через проявление в отдельных рыночных практиках (Л.А.Емельянова⁴, D.Slater⁵). В социально-ориентированной конкуренции фокус внимания переносится с создания прибыли на достижение согласия (Х.Уайт,⁶ Н.Биггарт⁷), создание новых норм (В.В.Радаев⁸), повышение удовлетворённости потребителей (З.В.Куликова⁹, А.В.Ярашева, С.В.Макар, С.Б.Решетников¹⁰), ответственное потребительское поведение (Дж.Коулман¹¹, И.В.Василенко, О.В.Ткаченко¹²). Социальный механизм рынка рассматривается как базирующийся на нормативном порядке, обеспечиваемом институтами общества (Т.Парсонс¹³). Он сочетает в себе микро- и макроуровень (К.Поланьи¹⁴). Важнейшим элементом социального механизма выступает устойчивая развивающаяся система взаимосвязанных и взаимозависимых групп, взаимодействие их между собой, с государством по вопросам развития экономических, в их

¹ Павлова Н.С., Шаститко А.Е. Эмпирические оценки границ товарного рынка в сфере телекоммуникаций, 2019; Павлова Н.С., Шаститко А.Е. Широкие перспективы и овраги конкурентной политики, 2018.

² Горшков М. К. О социальных результатах постсоветских трансформаций. 2019.

³ Руткевич М.Н. О предмете социологической науки: три методологических вопроса, 1991; Руткевич М.Н. Диалектика и социология, 1980.

⁴ Емельянова Л.А. Основы конкуренции как социального явления и ее особенности в профессиональной деятельности, 2018.

⁵ Слейтер Д. Забирая рынок у экономистов, 2008.

⁶ Уайт Х. Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии, 2009; White H.C. Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production, 2003.

⁷ Биггарт Н. Социальная организация и экономическое развитие, 2001.

⁸ Радаев В.В. Что такое рынок: экономическо-социологический подход, 2006.

⁹ Куликова З.В. Как не нужно исследовать удовлетворенность, 2005; Куликова З.В. Обзор методик исследования удовлетворенности, 2007.

¹⁰ Ярашева А.В., Макар С.В., Решетников С.Б. Особенности экономического поведения населения в современной России, 2018.

¹¹ Коулман Дж. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора, 2004; Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий, 2001.

¹² Василенко И.В., Ткаченко О.В. Социальные риски в потребительском поведении современных россиян: тенденции формирования и механизмы минимизации, 2016.

¹³ Парсонс Т. Система современных обществ, 1998.

¹⁴ Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени, 2014; Поланьи К. О вере в экономический детерминизм, 1999.

числе рыночных процессов (Т.И.Заславская¹, Р.В.Рывкина², С.И.Григорьев, Г.Я.Иньшин³, В.Г.Немировский, А.В.Немировская⁴, Н.М.Блинов⁵).

СМРК содержательно соотносится с принципами со-участвующего (партиципаторного) управления (D.Narayan⁶, M.Ledwith⁷). Важными элементами его работы выступают мониторинги развития конкуренции (М.Л.Теодорович, В.В.Окшин⁸, Н.Н.Иващенко⁹), вовлеченность различных групп населения в некоммерческий сектор, практики социального предпринимательства (Е.Н.Васильева, М.Б.Полтавская¹⁰), отдельные аспекты функционирования рынков (Ю.В.Тарануха¹¹, П.В.Конюховский, А.С.Кузнецова¹², И.Н.Корабейников, В.В.Боброва, О.И.Банткова, Ю.В.Варфоломеева¹³, И.В.Князева, С.Н.Чирхин¹⁴, Г.А.Меньшикова,

¹ Заславская Т.И. Социальный механизм трансформации Российского общества, 1995.

² Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: Очерки теории, 1991; Рывкина Р.В. Драма перемен: экономическая социология переходного периода, 2001.

³ Григорьев С.И., Иньшин Г.Я. «Справедливое же состоит в ...»: размышления экономиста и социолога о справедливом и несправедливом в советском обществе, 1990.

⁴ Немировский В.Г., Немировская А.В. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых, 2018.

⁵ Блинов Н. М. «Социальные исследования: построение и сравнение показателей», 1978.

⁶ Narayan D. Participation Sourcebook. The World Bank, 1993.

⁷ Ledwith M. Participatory practice: community-based action for transformative change, 2010.

⁸ Теодорович М.Л., Окшин В.В. Социально ориентированная конкурентная политика, 2017;

⁹ Теодорович М.Л., Иващенко Н.Н. Разработка мониторинга конкуренции на муниципальном уровне, 2015.

¹⁰ Васильева Е.Н., Полтавская М.Б. Вовлеченность населения Волгоградской области в некоммерческий сектор и проблема формирования социального капитала, 2018; Васильева Е.Н. Исследование практик социального предпринимательства и СО НКО в Волгоградской области, 2017.

¹¹ Тарануха Ю.В. О природе регулирования конкуренции, 2019; Тарануха Ю.В. Микроконкуренция: содержание и механизм действия, 2017.

¹² Конюховский П.В., Кузнецова А.С. Экономико-математические модели конкурентного взаимодействия облачных сервисов, 2015.

¹³ Боброва В.В., Корабейников И.Н., Банткова О.И. Методика комплексной оценки развития конкуренции в регионе, 2017; Корабейников И.Н., Варфоломеева Ю.В. Социальное предпринимательство: проблемы и перспективы развития (на примере Оренбургской области), 2019.

¹⁴ Князева И.В., Чирхин С.Н. Актуальные вопросы проведения анализа состояния конкуренции на товарных рынках, 2018.

А.А.Миронова, Н.А.Пруель¹, Г.В.Широкова, Е.В.Скалецкий², В.А.Камынин³, Б.А.Белявский⁴, О.А.Никифорова, Д.О.Митрофанова⁵). Региональные экономические особенности развития конкуренции во взаимосвязи с социальными проблемами, вопросы индигирования социального восприятия рассмотрены в работах М.Ю.Малкиной, А.В.Виноградовой⁶, М.Л.Горбуновой⁷, А.А.Иудина⁸, А.В.Золотова⁹.

В международной практике уделяется значительное внимание и проблемам госрегулирования конкуренции в целях социального развития (S.P.King¹⁰, I.Harper¹¹, Damro Ch., Terrence R.¹², S.Roberts¹³).

Высокий уровень актуальности рассматриваемой задачи стимулирует появление новых исследований. Тем не менее, проблема целостного подхода к формированию социального механизма не нашла до настоящего времени завершеного решения в плоскости практического регулирования, и данное диссертационное исследование направлено на ее преодоление.

Объект исследования – процессы развития конкуренции на уровне региона.

¹ Меньшикова Г.А., Миронова А.А., Пруель Н.А. Оценка регулирующего воздействия как общественная экспертиза управленческих решений, 2016.

² Широкова Г.В., Скалецкий Е.В. Основные направления исследований роста фирмы: анализ литературы, 2016.

³ Камынин В.А. Оценка устойчивости рыночного лидерства компании: отраслевой подход, 2019.

⁴ Белявский Б.А. Типы межфирменных связей и их сравнительная экономическая эффективность : исследование отрасли российского ритейла, 2019.

⁵ Никифорова О.А., Митрофанова Д.О. Концепции социальной ответственности бизнеса: исходные понятия и классификации, 2017.

⁶ Малкина М.Ю., Виноградова А.В. Как Российские институты влияют на эффективность госзаказа, 2020; Малкина М.Ю. Социальное благополучие регионов РФ, 2017.

⁷ Горбунова М.Л., Морозова Т.С. Контрактное обеспечение внешнеторговой деятельности: направление совершенствования работы предприятий в условиях ВТО, 2013.

⁸ Зернов Д.В., Иудин А.А. Социологические индикаторы оценки социального самочувствия населения, 2015.

⁹ Золотов А.В. Об основном противоречии экономического развития и его актуальном проявлении, 2016.

¹⁰ S.P. King The Australian Economic Review, 2015.

¹¹ Harper I., Anderson P., McCluskey S., O'Bryan Competition Policy Review Final Report, 2015.

¹² Ch.Damro, Terrence R. Guay European competition policy and globalization, 2016.

¹³ S.Roberts. Barriers to Entry and Implications for Competition Policy, 2017.

Предмет исследования – социальный механизм развития конкуренции на региональном уровне.

Цель исследования – разработка и описание социального механизма развития конкуренции на региональном уровне.

Задачи исследования:

1. Провести теоретическое изучение российских и международных практик развития регулятивных механизмов формирования проконкурентных отношений в контексте социально ориентированной конкурентной политики.

2. Концептуализировать понятие социального механизма развития конкуренции на региональном уровне и социально ориентированной конкуренции.

3. Выработать методические подходы к изучению уровня удовлетворенности потребителей состоянием и развитием конкурентной среды субъекта РФ.

4. Определить потенциально возможные типы участия населения в процессах регулирования конкуренции.

5. Обосновать необходимость применения принципов общественного участия в функционировании социального механизма развития конкуренции.

6. Разработать рекомендации по формированию социального механизма развития конкуренции на региональном уровне.

Гипотеза исследования. Построение СМРК в РФ позволяет решать задачу обеспечения удовлетворенности потребителей, а также сформировать необходимые регулятивные решения посредством вовлечения потребителей в соответствующие процессы в форматах подходов общественного участия.

Теоретико-методологическая база.

Диссертационное исследование проведено на базе экономико-социологического подхода к изучению социально ориентированной конкуренции, интегрирующего исследовательские концепции социологии рынков (В.В.Радаев), социального механизма (Т.И.Заславская) и

партиципаторного управления (в версии D.Narayan). В ходе проектирования методики мониторингового исследования использованы принципы системного подхода.

Эмпирическая база исследования:

1. Анализ международных нормативно-правовых актов по вопросам конкуренции: Типовой закон о конкуренции ЮНКТАД (2000), Закон Шермана (США, 1890), Закон Клейтона и Закон о Федеральной торговой комиссии (США, 1914), «Инструментарий для оценки воздействия на конкуренцию» ОЭСР (2011).

2. Анализ отечественной нормативно-правовой базы по вопросам конкуренции: Конституция СССР (1977), Конституция РСФСР (1978), Закон СССР «О кооперации в СССР» (1988), Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (1991), Закон СССР «Об ограничении монополистической деятельности в СССР» (1991), Конституции РФ (1991, 1993), ФЗ «О защите конкуренции» (2006), Указы Президента РФ №618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (2017), №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024г.» (2018), Распоряжение Правительства РФ №768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах РФ» (2019).

3. Анализ аналитических отчетов уполномоченного органа Нижегородской области по результатам проведенных мониторингов удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на товарных рынках и состоянием ценовой конкуренции в Нижегородской области за 2014 – 2018 гг.

4. Серия социологических опросов в отношении удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта РФ и состоянием ценовой конкуренции, проведенных на территории Нижегородской области с участием автора (2014 – 2017 гг.). Авторский социологический опрос по данной тематике (2018 г., 3000 респондентов).

5. Экспертный опрос (2019) по проблемам создания СМРК, 6 интервью с представителями органов власти, 10 – с представителями НКО, работающими с потребителями, и 5 – с предпринимателями, имеющими опыт работы в общественных советах при административных структурах.

Научная новизна исследования.

1. Сформулированы авторские определения СМРК и социально ориентированной конкуренции.

2. Разработаны методические принципы мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта РФ.

3. Выявлены возможные типы участия населения в процессах регулирования конкуренции.

4. Обоснована необходимость применения принципов общественного участия на всех стадиях функционирования СМРК.

5. Разработаны рекомендации по формированию СМРК.

Положения, выносимые на защиту.

1. Социально ориентированная конкуренция рассматривается как взаимодействие участников рынка, в их числе потребителя, направленное на достижение взаимоприемлемого и взаимосогласованного уровня их удовлетворенности его результатами. Под социально ориентированной конкуренцией понимается отношение, отличающееся включением восприятия потребителем соотношения цена/качество в состав критериев при установлении пределов внешнего контроля над ресурсами, желаемыми участниками рынка.

СМРК трактуется как устойчивая система взаимодействий по развитию конкуренции на основе равноправного участия в процессах ее регулирования уполномоченных органов и потребителей по поводу ценовых, качественных и иных значимых для них условий товаров, работ и услуг обращения.

2. Представлен инструмент мониторинга факторов, влияние на которые обеспечивает эффективную реализацию социально ориентированной

конкурентной политики. В ходе мониторинга оценивается, в том числе, удовлетворенность потребителей возможностями выбора компании, продающей товары и услуги, характеристиками услуг естественных монополий, качеством официальной информации о состоянии конкуренции на рынках товаров, работ, услуг Нижегородской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в сети «Интернет».

Перечень товарных рынков при проведении данного исследования сформирован с учетом Перечня ключевых показателей согласно Стратегии развития Нижегородской области до 2035 года и в соответствии с уровнем активности и заинтересованности ситуацией со стороны граждан и хозяйствующих субъектов, проявляемых в форме их обращений в органы власти и СМИ.

Мониторинг показывает высокий уровень неудовлетворённости потребителей условиями обмена на следующих товарных рынках: уровнем цен на медицинские услуги (36%), лекарственные средства и медицинские изделия (37%), топливо (36%), возможностью выбора на рынках медицинских услуг, работ по содержанию и текущему ремонту МКД, услуг в сфере культуры (около 60%).

3. Мониторинг 2018 г. позволил выявить типы зарождающихся тенденций участия населения в развитии конкуренции: интернет-технологический (14%), ориентированный на диалог с органами власти и бизнесом (11%) и протестный (8%).

Первый тип (27% находятся в возрасте от 36 и до 50 лет, 22% старше 50 лет) не ищет информацию о конкуренции, но в целом уделяет повышенное внимание контролю над ростом цен и качеством продукции, юридической защите потребителей.

Характерная черта **второго типа** (34% – старше 50 лет) – заинтересованность во взаимодействии с органами власти, желание участвовать в развитии территорий проживания, поддержке общественных инициатив.

Третий тип отличается склонностью к поддержке протестных действий как формы проявления неудовлетворенности.

В силу выраженного небезразличия каждый тип несет значимый потенциал общественного участия в развитии конкуренции, дополняя возможности, привносимые иными участниками.

4. Исходя, в том числе, из результатов мониторинга 2018 г., на региональном уровне механизм общественного участия предлагается сконструировать, поместив в центр его общественный совет, образуемый из квалифицированных носителей и выразителей интересов потребителей и реализующий свои функции через:

- систему партнерских общественных и некоммерческих организаций, выражающих интересы потребителей, участвующих в деятельности совета посредством делегирования в его состав представителей сетевых сообществ, объединяемых теми или иными потребительскими интересами;

- межведомственный экспертно-аналитический механизм, осуществляющий экспертно-аналитические функции в отношении результатов мониторингов в сочетании с иной информацией, отражающей уровень удовлетворенности потребителей, и проектируемых на ее основе регулятивных мер;

- взаимодействие с официальными органами и иными структурами.

При этом функционирование межведомственного экспертно-аналитического механизма обеспечивается специализированным региональным проектным офисом в структуре исполнительной власти субъекта РФ с миссией координации по вопросам развития конкуренции, организации необходимой публичной дискуссии.

Как завершение нового контура социального действия и взаимодействия рассматривается система общественных советов местного уровня при органах МСУ.

5. Для создания и запуска устойчиво работающего СМРК необходимы:

- механизм и инструментарий сбора данных с детализацией во временном, территориально-отраслевом, иных отношениях, определяемых на основаниях общественного участия;
- механизм проверки получаемых данных на сходимость с данными опросов, проводимых ФСО;
- механизм оценки и квалификации получаемых результатов;
- управленческий механизм по конвертации получаемых оценок удовлетворенности в управленческие действия РОИВ и органов МСУ по прекращению негативных и закреплению позитивных тенденций, динамики данного показателя;
- механизм мотивации высших должностных лиц субъектов РФ к работе по повышению удовлетворенности потребителей и бизнеса.

Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в комплексном описании СМРК, включающего оценку удовлетворенности потребителей, механизмы общественного участия на всех этапах действий по развитию конкуренции. Полученные в ходе диссертационного исследования научные результаты расширяют базу дальнейших теоретических и практических разработок в области социально ориентированной конкуренции.

Практическая значимость диссертационной работы.

Полученные результаты могут помочь федеральным, региональным органам власти, органам МСУ в решении задач по развитию конкуренции. Результаты работы имеют характер целостного решения для реализации проконкурентного законодательства на региональном уровне, совершенствования вузовских курсов «Экономическая социология», «Социология конкурентных отношений», «Антимонопольный комплаенс».

Соответствие диссертации требованиям Паспорта научной специальности ВАК РФ.

Представленное диссертационное исследование соответствует специальности 22.00.03 – «Экономическая социология и демография» по следующим пунктам паспорта специальности ВАК РФ: п.2. «Социальная эффективность экономических решений»; п.5. «Экономическое поведение»; п.7. «Социальный контроль в экономике»; п.14. «Проблемы поведения потребителя».

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается выбором релевантной теоретико-методологической основы и методик исследования, анализом правовых документов, сочетанием качественных и количественных методов социологического исследования.

Апробация результатов исследования.

Основные положения и выводы диссертационного исследования прошли апробацию на 4-х международных конференциях: «Современная культура коммуникации. Социокультурные процессы в современном мире», «Актуальные проблемы юридической науки и практики в сфере защиты конкуренции», «Социальное неравенство современности: новая реальность научного осмысления» (Саратов, 2015, 2017, 2018), «Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия» (Нижний Новгород, 2017), на 6-и всероссийских конференциях: «Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018-2030)» (Плётс, 2018), «Актуальные проблемы применения антимонопольного законодательства в России» (Москва, 2017), «Стратегия развития конкуренции в России: опыт регионов» (Сочи, 2018), «Национальный план развития конкуренции в РФ на 2018-2020 гг. – мощный стимул для роста эффективности во всех отраслях экономики. Лучшие региональные практики и способы преодоления проблем развития конкуренции», «Правовые и экономические вопросы оценки состояния конкуренции на товарных рынках» (Санкт-Петербург, 2018, 2020), «Социально-экономические процессы в условиях реализации национальных целей развития России» (Орёл, 2020).

Содержание диссертации отражено в 15 публикациях автора (общий объем 4,57 п.л.), из которых 4 статьи (объемом 2,84 п.л./1,77 п.л.) – в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура диссертационной работы включает введение, три главы, заключение, список литературы, приложения.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность проблемы исследования, характеризуется степень ее научной разработанности, определяется объект, предмет, цели и задачи работы, формулируется гипотеза, характеризуются теоретико-методологическая и эмпирическая базы исследования, раскрываются научная новизна, положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость полученных результатов, апробация результатов исследования.

В первой главе **«Теоретико-методологические аспекты исследования конкуренции в контексте формирования социального механизма ее регулирования»** рассмотрено формирование социально ориентированной конкуренции в России и мире. Предложено авторское определение данного феномена, наполнением которого определяется предлагаемый социальный механизм ее развития.

В первом параграфе **«Формирование российской социально ориентированной конкурентной политики»** рассмотрены основные этапы формирования конкурентных отношений и регулирующего их законодательства в России во взаимосвязи с состоянием и динамикой экономических отношений.

Отмечается, что данный процесс связан с движением экономической среды в целом. Как аналог конкуренции в советские годы рассматривался институт социалистического соревнования. Концепция полноценной правовой конкуренции отсутствовала в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в., как и четкое понимание социальных механизмов, воплощающих ее как

принцип в практики социума, встающего на путь установления нового устройства.

В 2006 г. принят Федеральный закон о защите конкуренции, который остается направленным на пресечение антиконкурентных практик и удержание в правовом поле экономического поведения, несущего угрозы и риски для конкуренции как цивилизованного экономического соперничества. Закон не содержит конкретных норм, способных породить практики, закрепляющие конкуренцию как отношение социально-экономическое.

Новым этапом в развитии конкурентных отношений стало принятие Указа от 21.12.2017 №618. Им установлены повышение удовлетворенности потребителей как стратегическая цель, измеримость результатов как требование к государственной политике по развитию конкуренции. Положения Указа определяют необходимость единого подхода к измерению и интерпретации результатов политики по развитию конкуренции в субъектах РФ, корректировке соответствующих управленческих практик и подходов.

Во втором параграфе **«Экономико-социологические подходы к анализу развития конкурентных отношений»** автором введено определение социально ориентированной конкуренции и СМРК на основе определения «рынка», предложенного В.Радаевым, определения «социального механизма», предложенного Т.Заславской. Данные подходы в совокупности позволяют рассматривать конкурентные отношения как социально-экономический процесс, приводимый в движение социальным механизмом их развития.

Социально ориентированная конкуренция рассматривается как взаимодействие участников рынка, в их числе потребителя, направленное на достижение взаимоприемлемого и взаимосогласованного уровня их удовлетворенности его результатами и понимается как отношение, отличающееся включением восприятия потребителем соотношения цена/качества в состав критериев, на основании которых оценивается

эффективность реализации принципа социальности российского государства при установлении пределов контроля над функционированием товарных рынков.

Категория «социального механизма» описана в работах С.И. Григорьева, В.Г. Немировского, Н.М. Блинова, Г.Я. Иньшина.

Под СМРК автором предлагается понимать устойчивую систему взаимодействий уполномоченных государственных и иных органов по развитию конкуренции с институциональными представителями и выразителями интересов потребителей по поводу значимых для них условий рыночного обращения; систему, регулируемую, с одной стороны, законодательством о развитии конкуренции, с другой – выражаемыми потребителями в форме равноправного общественного участия предпочтениями и представлениями об оптимальном соотношении указанных условий.

Национальный метамеханизм развития конкуренции, хотя конструируемый в контексте парадигмы социального государства, остается административно-распределительным в том, что касается учета интересов потребителя. Возможным решением данной проблемы представляется дополнение его единым для экономического пространства РФ структурным элементом, обеспечивающим содержательное участие в нем потребителей.

В третьем параграфе **«Развитие регулятивных практик в отношении конкуренции: мировой опыт»** рассмотрены мировые практики осуществления проконкурентной политики.

Анализ исторических условий появления проконкурентного законодательства в различных странах позволяет отметить его общую антимонопольную (проконкурентную) направленность, при этом правовая модель регулирования может наделяться значимо различными смыслами, исходя из национальных факторов конкурентной среды.

Евроконтинентальные подходы к регулированию внутривосточных товарных рынков, в частности, представленные Инструментарием ОЭСР,

демонстрируют эффективность и обеспечивают прогресс в развитии конкурентных практик в РФ. Их внутренняя противоречивость, состоящая в сохранении элементов директивно-ситуационного регулирования в отношении национальных участников глобальных рынков, способна сдерживать конкурентное развитие в стране. Принятие в РФ Национального плана несет потенциал оптимального совмещения в едином национальном правовом пространстве регулятивных конструкций, представляющего ответ на этот вызов.

Во второй главе **«Методические основания изучения социального механизма развития конкуренции на региональном уровне»** рассматриваются основные элементы СМРК, подходы к их интеграции в конкретных социально-экономических контекстах.

Первый параграф **«Методические подходы к выбору товарных рынков»** раскрывает проблематику выбора комплекса рынков для построения модели их регулирования, адекватной целям обеспечения удовлетворенности и развития региона. Базовый подход, установленный Указом от 21.12.2017 №618, не детализирован до единых для РФ требований по учету региональных особенностей, наличия в структуре региональных рыночных систем локальных рынков, действующих в различных экономико-географических зонах, не учитывает отсутствие функциональной связи между параметрами тех или иных рынков и субъективным восприятием ситуации потребителями.

Автором предложено формировать перечень рынков исходя из значимости ситуации на них в восприятии потребителей, уровень ее определять согласно доле обращений граждан в официальные органы и СМИ, связанных с теми или иными рынками, в их общем количестве.

Во втором параграфе **«Проблемы конструирования инструментария мониторинга удовлетворенности потребителей»** на основе анализа региональных практик мониторинга, реализуемых согласно СРК, делаются выводы о том, что их рекомендательный характер, многообразие

региональных условий препятствуют формированию единой модели регулирования удовлетворенности потребителей, о необходимости построения объективной исследовательской схемы, единой в отношении подходов к учету релевантных внутрирегиональных особенностей.

Данным условиям отвечает применяемая на территории Нижегородской области с 2014 года схема мониторингования, разработанная с участием автора в ННГУ им. Н.И.Лобачевского. Сочетание положений СРК с данной схемой в силу ее универсальности представляет собой основу для построения целостного решения по формированию в РФ СМРК. Адаптацию к дифференцирующим особенностям предлагается осуществлять через выбор исследуемых рынков согласно предлагаемому настоящим исследованием подходу и через географическую локализацию групп респондентов.

В третьем параграфе **«Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей: апробация исследовательской схемы»** приведены результаты исследований состояния ценовой конкуренции и удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг на рынках Нижегородской области, которая оценивалась в отношении широты выбора компаний, уровня качества и цен на товары и услуги, существующих возможностей выбора. Мониторинговое исследование 2018 г. предварило требования Указа от 21.12.2017 №618 к Мониторингу и представляет собой практическое решение по их реализации.

Мониторинг показывает высокий уровень неудовлетворённости потребителей на ряде товарных рынков: уровнем цен на медицинские услуги (36%), лекарственные средства и медицинские изделия (37%), топливо (36%), возможностью выбора на рынках медицинских услуг, работ по содержанию и текущему ремонту МКД, услуг в сфере культуры (около 60%). Потребители удовлетворены уровнем цен на услуги доступа в Интернет – 50%, около 80% – возможностью выбора в сфере розничной торговли, качеством товаров и услуг, предоставляемых частными организациями.

Потребители могут одновременно оказываться носителями противоположных состояний, что способно порождать нестабильность восприятия ими рыночной ситуации, которое они проявляют в своих практиках, в т.ч. в социальном взаимодействии.

Третья глава **«Научно-методические основы построения механизма развития конкуренции»** посвящена разработке универсального механизма развития конкуренции, основанного на подходах общественного участия.

В первом параграфе **«Определение типов потребителей, участвующих в процессах развития конкуренции»** дается типология потребителей, специфика отношения которых к рыночным процессам значима для построения СМРК.

Мониторинг 2018 г. выявил типы, представляющие зарождающиеся тенденции участия: интернет-технологический (14%), ориентированный на диалог с органами власти и бизнесом (11%) и протестный (8%).

К первому типу относятся потребители – активные пользователи интернета, мобильных приложений для обмена информацией о недобросовестном поведении продавцов. Характерной чертой второго типа является взаимодействие с органами власти и желание участвовать в развитии территорий проживания. Третий выделенный тип отличается протестной ориентированностью.

Большую часть потребителей первого типа (51%) составляют нижегородцы в возрасте до 35 лет, 27% – от 36–50 лет, старше 50 лет – 22%. Его представители уделяют повышенное внимание контролю над ростом цен, качеством продукции, юридической защите потребителей. Они могут быть вовлечены в процессы развития конкуренции в силу своей высокой информационной культуры.

Среди сторонников диалога с властью и бизнесом 34% старше 50 лет. Поддержка общественных проконкурентных инициатив является частью их гражданской позиции. Отличительная черта данного типа – готовность обращаться к органам власти для привлечения внимания к проблемам

конкуренции. Его представители обращают повышенное внимание на развитие покупательского спроса за счет увеличения числа рабочих мест, поддержки новых направлений в экономике, расширения возможностей для общественного участия.

Протестный тип участия отличается большей представленностью лиц среднего возраста. Они не заинтересованы в регулярном отслеживании состояния конкуренции и рынков, реагируют на рыночные процессы только в моменты столкновения интересов.

Анализ внутритиповых характеристик и межтиповых различий позволил заключить, что каждый из этих относительно малых типов важен в отношении результативности СМРК.

Во втором параграфе **«Взаимодействие групп общественного участия с органами власти и местного самоуправления»** анализируются соответствующие формы взаимодействия. Отмечается, что развитие форм общественного контроля взаимосвязано с использованием новых информационных технологий. Рассматривая круг форм данного взаимодействия, таких как социально ориентированные НКО, общественные палаты, общественные советы, автор приходит к выводу о перспективности общественных советов, создание которых предусмотрено Национальным планом. Формирование состава общественных советов связывается с уровнем экспертной авторитетности, безупречностью репутации.

В Нижегородской области исследователями ННГУ им. Н.И. Лобачевского выполнен экспертный опрос по проблемам создания СМРК. По мнению опрошенных, одним из барьеров во взаимодействии НКО с органами власти является бюрократизация. Отмечается универсальность данного барьера, его сдерживающее влияние и на участие НКО во взаимодействии с органами власти в процессах развития конкуренции.

Результаты исследований приводят к выводу о том, что НКО могут выступить в роли медиаторов и драйверов воплощения восприятия

выявленных типов потребителей, выступая в составе общественных советов в роли их квалифицированных представителей.

СМРК с общественным участием в организационном отношении представлен специализированным проектным офисом в структуре РОИВ с миссией координации взаимодействия общественных советов с официальными структурами, осуществления необходимых мер контроля, поддержки и развития в отношении локальных рынков, поддержания тематической публичной дискуссии в контекстах ожиданий локальных сообществ.

Закономерным развитием СМРК представляется система аналогичных структур местного уровня при исполнительном органе МСУ. С ее формированием новый контур социального взаимодействия обретет завершенность, что станет новым важным этапом формирования гражданского общества в РФ.

В третьем параграфе **«Направления совершенствования проконкурентного регулирования на основе подходов общественного участия»** предложены механизм мониторинга удовлетворенности, включающий сбор информации, проверку собранных данных, экспертно-аналитический механизм оценки и квалификации получаемых результатов, механизмы по принятию проконкурентных решений, мотивации высших должностных лиц субъектов РФ. За основу предложено принять схему мониторинга, рекомендованную ФАС РФ и практикуемую на территории Нижегородской и Оренбургской областей.

В анкету для опроса потребителей в рамках мониторинга в числе иных предлагается включить вопросы об удовлетворенности доступностью товара/наличием выбора, ценой, качеством товара, открытые вопросы о:

— товарных рынках, в отношении которых испытывается наибольшая неудовлетворенность (предлагается указать 3 товарных рынка);

- изменениях, которые необходимы для улучшения ситуации на рынках, указанных в анкете и отмеченных в ответе на предыдущий вопрос;
- действиях, которые должны быть совершены для этого, о сроках, лицах, организациях, от которых они ожидаются.

Механизм проверки получаемых данных на сходимость с данными опросов, проводимых ФСО, – это совместный анализ, проводимый в диалоге с ФСО, с участием научных, экспертных организаций, также организуемом региональным специализированным проектным офисом.

Получаемые оценки рассматриваются как один из источников формирования региональных дорожных карт развития конкуренции, в которые предлагается ввести раздел по повышению удовлетворенности.

В исследовании предлагается механизм расчета показателя эффективности действий по повышению удовлетворенности, интегрируемого в существующую систему KPI работы по развитию регионов.

Обосновывается необходимость персональной мотивации высших должностных лиц субъектов РФ к повышению удовлетворенности потребителей.

В работе делается вывод об актуальности создания механизма разработки и продвижения нормативно-правовых актов, устраняющих выявляемые несовершенства правового регулирования, предлагается реализация его на базе регионального специализированного проектного офиса. В целях интеграции в нормативно-правовую базу лучших из региональных практик для постоянного улучшения СМРК предлагается формирование межведомственного экспертно-аналитического центра на базе профильных кафедр региональных ВУЗов.

В **Заключении** подведены итоги исследования, изложены основные выводы, сформулированы практические рекомендации. В ходе исследования доказана необходимость и возможность построения СМРК в РФ, позволяющего решить задачу обеспечения удовлетворенности потребителей,

сформировать эффективное регулирование посредством вовлечения в него потребителей в форматах общественного участия и создать условия для обеспечения их удовлетворенности ассортиментом товаров, работ, услуг; качеством и ценами. Предложен практичный, масштабируемый до уровня местного самоуправления и локальных сообществ СМРК, включающий сценарии сопряжения с национальными регулятивными практиками. Делается вывод о подтверждении гипотезы исследования.

III. ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ

1. Патокина Н.Н. Вовлечение населения в процессы регулирования конкуренции / Иващенко Н.Н., Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Соц. науки. – 2019. – №1. – С.41-48. 0,28 п.л.

2. Патокина Н.Н. Недобросовестные конкурентные практики в современной России: теоретический анализ социокультурных оснований / Теодорович М.Л., Софронова Ю.Л., Патокина Н.Н. // Вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Соц. науки. – 2019. – № 4. – С.109-115. 0,26 п.л.

3. Патокина Н.Н. Принципы формирования социального механизма проконкурентного регулирования на основе подходов общественного участия // Научный журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки». – 2020. – №2. – С.90-94. 0,43 п.л.

4. Патокина Н.Н. Этапы и сценарии развития регулятивных механизмов в отношении конкуренции: мировой опыт // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2020. – №2. – С.72-84. 0,80 п.л.

Публикации в других изданиях

1. Патокина Н.Н. Стандарт конкуренции и развитие цифровой экономики / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Журнал «Конкуренция сегодня». – 2017. – №4-5. – С.21-22. 0,09 п.л.

2. Патокина Н.Н., Сироткин В.Б. ФАС как инструмент формирования экономической среды // Современная культура коммуникации. Социокультурные процессы в современном мире. – Саратов: Изд-во ЦПМ Академия Бизнеса. – 2015. – С.74-77. 0,11 п.л.

3. Патокина Н.Н. Стандарт развития конкуренции на региональном уровне: потенциал снижения социального неравенства / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ. – 2017. – С.86-89. 0,10 п.л.

4. Патокина Н.Н. Социологический аспект регионального тарифного регулирования в контексте методологии и механизмов Стандарта развития конкуренции / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Актуальные проблемы юридической науки и практики в сфере защиты конкуренции. – Саратов: Изд-во ФГБОУ ВО «СГЮА». – 2017. – С.72-75. 0,17 п.л.

5. Патокина Н.Н. Стандарт развития конкуренции – новый политико-управленческий механизм регулирования социального неравенства / Теодорович М.Л., Варызгина А.А., Патокина Н.Н. // Социальное неравенство современности: новая реальность научного осмысления. – 2018. С.222-226. 0,04 п.л.

6. Патокина Н.Н. Потенциал стандарта развития конкуренции в преодолении цифрового гендерного неравенства / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Гендерное измерение цифровой экономики: от стратегии к действию (2018–2030). – 2018. – С.45-48. 0,10 п.л.

7. Патокина Н.Н. Потенциал Стандарта развития конкуренции в отношении развития цифровой экономики / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Актуальные проблемы применения антимонопольного законодательства в России. Изд-во: МФЮА. – 2017. – С.18-22. 0,10 п.л.

8. Патокина Н.Н. Общественное участие как элемент социального механизма управления развитием конкуренции // Социологический альманах. №12. «Социально-экономические процессы в условиях реализации

национальных целей развития России»: – Орел: Изд-во Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС. – 2020. – С.101-104. 0,30 п.л.

9. Патокина Н.Н. Методические основания изучения развития конкуренции на региональном уровне // Социальные аспекты развития конкуренции: монография / А.А. Варызгина, Н.Н. Иващенко, А.В. Куликова [и др.]. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ. – 2020. – С.19-69. 3,0 п.л.

10. Патокина Н.Н. Принципы формирования механизма проконкурнетного регулирования на основе подходов общественного участия / Теодорович М.Л., Патокина Н.Н. // Социальные аспекты развития конкуренции: монография / А.А. Варызгина, Н.Н. Иващенко, А.В. Куликова [и др.]. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ. – 2020. – С.70-81. 0,30 п.л.

11. Патокина Н.Н. Ценостный аспект в социальном механизме развития конкуренции // Социальные аспекты развития конкуренции: монография / А.А. Варызгина, Н.Н. Иващенко, А.В. Куликова [и др.]. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ. – 2020. – С.81-86. 0,30 п.л.