



Банк России



**КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА
КОНКУРЕНЦИИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ
ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА**

Москва
2019

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| Резюме | 2 |
| 1. Продуктовый сегмент «Платежи и переводы» (тип финансовой услуги – «Перевести») | 4 |
| 1.1. Мониторинг уровня конкуренции..... | 5 |
| 1.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры..... | 10 |
| 2. Продуктовые сегменты «Кредитование» и «Привлечение средств» в региональном разрезе (типы финансовых услуг – «Занять» и «Сберечь») | 15 |
| 2.1. Мониторинг уровня конкуренции..... | 16 |
| 2.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры..... | 20 |
| 3. Продуктовый сегмент «Инвестиционные услуги» (тип финансовой услуги – «Приумножить») | 25 |
| 3.1. Мониторинг уровня конкуренции..... | 25 |
| 3.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры..... | 31 |
| 4. Продуктовый сегмент «Страхование» в региональном разрезе (тип финансовой услуги – «Застраховать») | 36 |
| 4.1. Мониторинг уровня конкуренции..... | 36 |
| 4.2. Меры по развитию конкуренции..... | 41 |
| 5. Кросс-секторальные меры по развитию конкуренции на финансовом рынке | 42 |
| Приложения | 49 |

Настоящий доклад подготовлен Департаментом стратегического развития финансового рынка Банка России.

Фото на обложке: Shutterstock/FOTODOM

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12

Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru

© Центральный банк Российской Федерации, 2019

РЕЗЮМЕ

Развитие конкуренции для Банка России является одним из основных направлений развития финансового рынка, поскольку конкуренция выступает в качестве ключевого фактора повышения эффективности рынка, стимулирующего его институты к совершенствованию бизнес-моделей, применению инновационных решений, а также более полному удовлетворению запросов потребителей.

Ранее в аналитическом докладе «Конкуренция на финансовом рынке», подготовленном Банком России совместно с Федеральной антимонопольной службой (ФАС) России¹, были представлены результаты первичного исследования состояния конкуренции на российском финансовом рынке, в котором были охвачены ключевые сегменты финансового рынка. В рамках указанного доклада были обозначены меры по развитию конкуренции, которые стали основой для раздела по финансовому рынку Дорожной карты Правительства Российской Федерации по развитию конкуренции (далее – Дорожная карта)².

Настоящий доклад является продолжением предыдущей работы, в нем также представлены усовершенствованные подходы к развитию конкуренции с точки зрения баланса интересов трех заинтересованных сторон финансового рынка: поставщиков финансовых услуг, потребителей и государства.

Цель данного документа – представить информацию о состоянии и развитии конкуренции на финансовом рынке, о реализации мер Дорожной карты, а также пакет новых предложений по развитию конкуренции на финансовом рынке для обсуждения с профессиональным сообществом.

В рамках исследования дана количественная и качественная оценка уровня конкуренции на продуктовых сегментах: «Платежи и переводы», «Кредитование», «Привлечение средств», «Инвестиционные услуги» и «Страхование».

Для оценки уровня конкуренции, как и в предыдущем докладе, были использованы индекс рыночной власти Линда (Lind), индекс развития рыночной конкуренции (GAP), а также разработанный Банком России композитный индекс (CBR-Composite)³.

- Индекс Lind позволяет определить границы монополии или олигополии, функционирующей в конкурентном окружении, то есть фактически – число лидеров рынка.
- Индекс GAP позволяет оценить состояние конкуренции путем сопоставления средних долей лидеров рынка и их последователей.
- Индекс CBR-Composite рассчитывается на основании нормированных индексов Lind и GAP и позволяет проводить межрыночное сопоставление уровня развития конкуренции, например в различных субъектах Российской Федерации.

¹ www.cbr.ru/Content/Document/File/44303/20180607_report.pdf.

² План мероприятий («дорожная карта») по развитию конкуренции в отраслях экономики Российской Федерации и переходу отдельных сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка на 2018–2020 гг., утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 16.08.2018 № 1697-р.

³ Показатели уровня конкуренции, выбранные в качестве оценки, основаны на измерении доли компании на рынке, что обусловлено в первую очередь их простотой и определенностью измерения, в то время как прочие показатели (однопродуктовый и многопродуктовый индексы Лернера, индикатор Буна и другие) в большей степени являются эконометрическими, а их расчет основан на определении предельных издержек, что на практике зачастую сопряжено с рядом трудностей. Именно поэтому показатели, основанные именно на измерении доли компании, используются международными антимонопольными регуляторами.

В данной работе подробно проведен мониторинг продуктового сегмента «Платежи и переводы» с учетом присущих ему сетевых эффектов в разрезе карточных транзакций физических лиц.

Исследование состояния конкуренции на продуктовых сегментах «Кредитование» и «Привлечение средств» осуществлялось согласно следующим потребительским профилям: физические лица (ФЛ) и юридические лица (ЮЛ), а также индивидуальные предприниматели (ИП), и на основании данных отчетности за 2018 г. кредитных организаций с собственными средствами более 1 млрд руб. и в разрезе банковских групп.

Мониторинг состояния конкуренции на продуктивном сегменте «Инвестиционные услуги» проведен по следующим видам услуг: доверительное управление (ДУ), брокерские услуги и инвестиционное страхование жизни. В качестве первичных данных использовались статистические данные Банка России по поднадзорным финансовым организациям (с учетом консолидации в группы).

Мониторинг состояния конкуренции на продуктивном сегменте «Страхование» осуществлен по следующим видам услуг: ОСАГО, каско и добровольное медицинское страхование (ДМС). В качестве первичных данных использовались статистические данные Банка России о деятельности страховых организаций (как консолидированных в группы, так и независимых участников рынка).

На основании проведенной количественной оценки уровня конкуренции были определены зоны риска монополизации той или иной отрасли финансового рынка, которые требуют повышенного внимания и принятия решений по развитию конкуренции. Качественная оценка конкурентных преимуществ лидеров в рамках продуктового сегмента финансового рынка и поиск возможных путей повышения операционной эффективности финансовых организаций, входящих в конкурентное окружение лидеров, осуществляются согласно модели шести источников конкурентного преимущества фирмы⁴, которая позволяет в том числе оценить воздействие тех или иных мер на источники конкурентного преимущества финансовых институтов.

Новые предложения по развитию конкуренции были разработаны с учетом комплексного анализа возможного влияния инициативы на все ключевые ориентиры Банка России: формирование благоприятной конкурентной среды, предоставление большей свободы выбора для потребителя, а также стимулирование внутренней эффективности поставщиков. Особое внимание в докладе уделено кросс-секторальным мерам поддержки конкуренции, связанным прежде всего с внедрением и распространением новых финансовых технологий и их влиянием на бизнес-модели традиционных финансовых посредников⁵.

⁴ См. Приложение, «Модель шести источников конкурентного преимущества фирмы».

⁵ В настоящем докладе меры по развитию конкуренции структурированы по степени их выполнения:

- реализованная – мера, работа над которой завершена (например, принят федеральный закон);
- прорабатываемая – мера, которая находится в процессе реализации и еще не завершена (например, подготовлены соответствующие предложения, разрабатывается или согласовывается проект нормативного акта), либо работа по которой еще не начата, но мера предусмотрена в планах мероприятий (дорожных картах) Банка России и (или) Правительства Российской Федерации;
- предлагаемая – новая мера, которая предлагается к обсуждению.

1. ПРОДУКТОВЫЙ СЕГМЕНТ «ПЛАТЕЖИ И ПЕРЕВОДЫ» (ТИП ФИНАНСОВОЙ УСЛУГИ – «ПЕРЕВЕСТИ»)



В российской экономике наблюдается устойчивый тренд на снижение доли наличных денежных средств в экономике, а также в розничном обороте¹, что обусловлено в том числе существенным увеличением количества выпускаемых платежных карт и объема операций с их использованием. По итогам 2018 г.:

- на каждого россиянина приходится почти две банковские карты (в среднем 1,8)², каждый третий пользуется картой «Мир»;
- годовой объем покупок с использованием платежных карт составляет порядка 21 трлн руб.³;

- доля безналичных платежей, большая часть из которых приходится на платежи банковскими картами, в розничном обороте достигла 55,6%⁴;
- отношение объема платежей картами к объему снятия наличных приблизилось к 80%, тогда как в 2015 г. оно составляло 38%, а в 2010 г. – 12%;
- Россия является одним из лидеров по внедрению инноваций в сфере безналичных платежей, в том числе с помощью сервисов Mir Pay, Apple Pay, Samsung Pay⁵.

Развитие платежной инфраструктуры сформировало культуру использования банковских карт в повседневной жизни покупателей – люди все чаще пользуются банковскими картами при совершении небольших операций (средняя стоимость платежа/перевода⁶ снижается на фоне роста общего объема операций) (рис. 1, 2).

Темп снижения средней суммы перевода опережает темп снижения среднего размера платежа. Это связано с появлением простой и удобной для потребителя процедуры переводов, что приводит к трансформации его предпочтений в пользу безналичного способа передачи денег. В то же время безналичная оплата товаров и услуг уже стала обычной практикой для многих потребителей.

Сегмент «Перевести» представляет собой двусторонний рынок с присущими ему сетевыми эффектами: в качестве драйвера роста выступают действия платежных систем (ПС) и кредитных организаций, а при достижении критической массы потребителей запускается самоподдерживающийся механизм спроса на безналичные платежи и переводы.

На одной стороне этого рынка услуги оказываются операторами ПС кредитным организациям – участникам ПС, которые получают дополнительное конкурентное преимущество при

¹ Под розничным оборотом понимается оборот розничной торговли, объем платных услуг населению и оборот общественного питания.

² Данные по картам физических лиц на 1.01.2019. Источники: Банк России, Росстат.

³ По данным Банка России. Доля торгово-сервисных предприятий, принимающих безналичные платежи, выросла с 7% в 2009 г. до 62% в 2017 г. («Рынок розничных платежных услуг в России», Московская школа управления «Сколково», 2017).

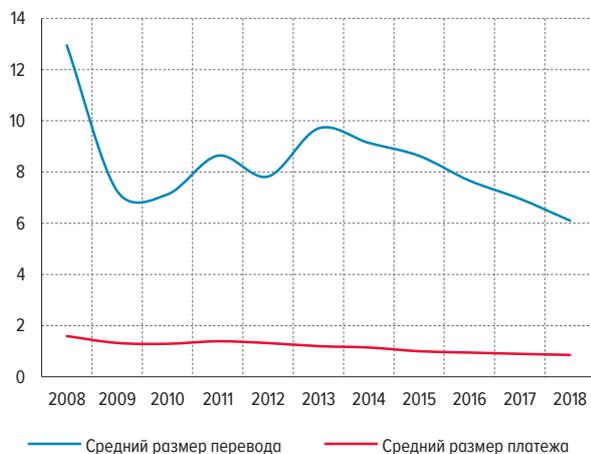
⁴ По данным Банка России.

⁵ Согласно проведенному в 2018 г. исследованию аналитического центра НАФИ, каждый 3-й владелец банковской карты использует банковские карты бесконтактной оплаты, а каждый 10-й пользуется бесконтактным способом оплаты – делает это при помощи смартфонов.

⁶ Для целей настоящего доклада под платежами понимаются операции по оплате товаров и услуг, под переводами – безналичные операции, не связанные с оплатой товаров и услуг.

ДИНАМИКА СРЕДНЕГО РАЗМЕРА ПЕРЕВОДА И ПЛАТЕЖА (ТЫС. РУБ.)

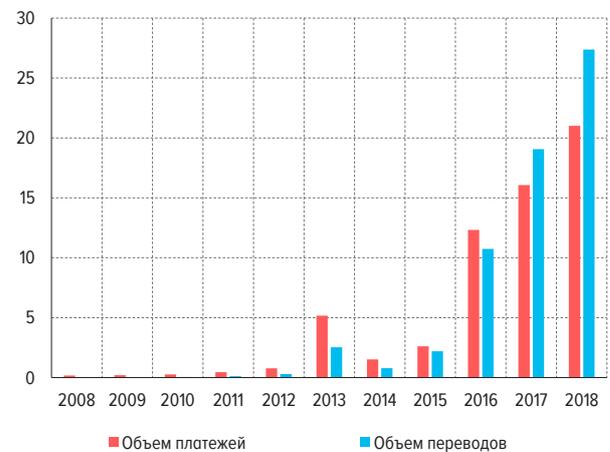
Рис. 1



Источник: данные Банка России.

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМА ПЛАТЕЖЕЙ И ПЕРЕВОДОВ (ТРИЛН РУБ.)

Рис. 2



Источник: данные Банка России.

достижении критического объема клиентской базы. На другой стороне кредитные организации предоставляют конечным потребителям розничные платежные услуги, создавая для них дополнительную стоимость.

В качестве «последней мили», связывающей платежную систему и конечных потребителей, выступают непосредственно банковские карты (или мобильные устройства, которые привязаны к карточным счетам), а также считывающие карты устройства.

Конкурентная борьба в сфере розничных карточных платежных услуг происходит на двух уровнях: межсетевом (между платежными системами) и внутрисетевом (межбанковском).

1.1. Мониторинг уровня конкуренции

Уровень платежных систем, или межсетевая конкуренция

Межсетевая конкуренция в основном происходит между ПС, действующими по четырехсторонней модели расчетов (Виза, «Мастеркард», «Мир»)⁷, которые ориентированы на массового потребителя и получили широкое распространение. Основное соперничество между ними разворачивается за увеличение количества выпущенных карт.

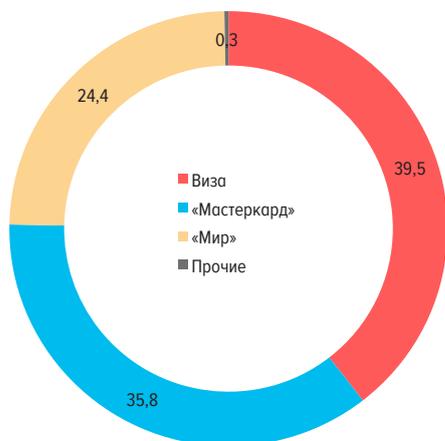
Конкуренция между ПС, действующими по четырех- и трехсторонней моделям расчетов⁸, а также кросс-секторальная конкуренция с другими платформами, позволяющими осуществлять безналичные платежи⁹, в значительной мере ограничена (это обусловлено их низкой распространенностью: системы с трехсторонней моделью занимают на российском платежном рынке всего 0,01%¹⁰, доля других «некарточных» платформ также незначительна).

⁷ Платежная система с четырехсторонней моделью расчетов включает эмитентов и эквайеров, функции которых выполняются кредитными организациями, а также держателей карт и ТСП, которые выступают в качестве потребителей безналичных платежей.

⁸ В трехсторонней модели расчетов роли эмитента и эквайера объединяются.

⁹ В том числе без открытия счета – например, ПС Золотая Корона, а также операторы электронных денежных средств.

¹⁰ В общем объеме операций в России (по данным Банка России). За рубежом доля трехсторонних платежных систем также невелика и составляет около 5% (The Nilson Report 2018 г.).

ДОЛИ АКТИВНЫХ КАРТ
ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ
(IV КВАРТАЛ 2018 Г., %)

Источник: данные Банка России.

Рис. 3 ДОЛИ ПС ПО ОБЪЕМУ
БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ
(2018 Г., %)

Источник: данные Банка России.

Долгое время в российском сегменте карточных безналичных платежей преобладали две крупные международные платежные системы. В 2014 г. с целью обеспечения защиты российской экономики от рисков, связанных с международными санкциями, а также создания конкуренции существующим иностранным платежным системам в России была создана национальная платежная система «Мир».

В 2017 г. в сегменте платежных систем, в рамках которых осуществляются переводы с использованием кредитных и дебетовых карт, на долю платежной системы «Мир» по объему переводов приходилось 8% рынка, на платежную систему Виза – более 45%, на платежную систему «Мастеркард» – более 40%. В 2018 г. соотношение долей изменилось, и к настоящему времени в рассматриваемом сегменте сформировалась олигополия с тремя выраженными основными игроками¹¹ (рис. 3, 4).

Главными факторами роста платежной системы на рынке являются надежность, масштабы и эффективность системы безналичных платежей, что и предопределяет правила ее деятельности: поддержка прочных связей и кооперации между всеми сторонами процесса (банки, торгово-сервисные предприятия (ТСП) и конечный потребитель); увеличение скорости и эффективности передачи платежей; обеспечение минимума транзакционных издержек при совершении сделки; гарантия надежности при реализации сделок в данный временной промежуток; защита и безопасность информации всех участников процесса; пруденциальное регулирование и контроль для минимизации возможных нарушений работы системы для всех участников; формирование стандартов работы всех участников процесса.

Тарификация услуг платежей определяется не только издержками платформы на поддержание и развитие инфраструктуры, но и другими факторами: эластичностью спроса держателей карт и ТСП, а также интенсивностью конкуренции как на рынке эмиссии карт, так и на рынке эквайринга.

Структура тарифов платежных услуг (межбанковская комиссия, комиссия банков-эквайеров и комиссия платежной системы) представляет собой распределенные затраты между сторонами рынка (банк-эмитент и владелец карты, банк-эквайер и продавец товаров): изменение одного из элементов структуры влечет за собой изменение другого для соблюдения паритета интересов участников системы и в конечном счете – для максимизации прибыли самой платформы.

¹¹ Платежные системы с использованием платежных карт, зарегистрированные Банком России, ПС «Мир».

Таким образом, конкуренция между платежными системами, как правило, носит технологический характер, и лучшее предложение технологических решений позволяет присоединить к себе все большее количество банков – партнеров.

Внутрисетевая (межбанковская) конкуренция

В силу особенностей деятельности платежной системы с четырехсторонней моделью расчетов внутрисетевая (межбанковская) конкуренция разворачивается между банками-эмитентами за клиента – держателя карты и между банками-эквайерами за ТСП.

Конкуренция между банками-эмитентами

Портрет потребителя: владелец банковской карты

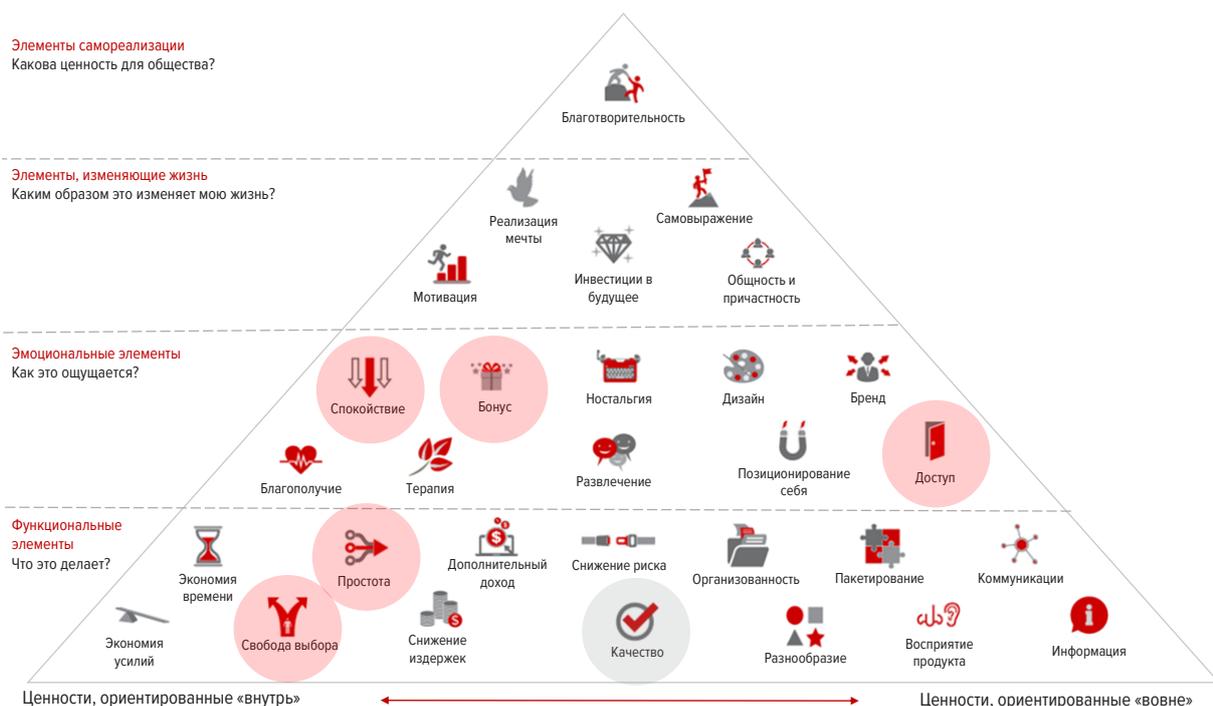
В рамках настоящего исследования оценка потребительского портрета основана на более глубоком по сравнению с прошлым аналитическим докладом ценностном подходе, предложенном международной консалтинговой компанией Bain & Company¹². Данный подход предполагает использование пирамиды из 30 ценностей потребителя, формирующих для него добавленную стоимость услуги финансовой организации (более подробно см. Приложение, «Модель 30 ценностей добавленной стоимости услуг»).

Для потребителя – владельца банковской карты наиболее важными составляющими добавленной стоимости определены эмоциональные и функциональные элементы (рис. 5).

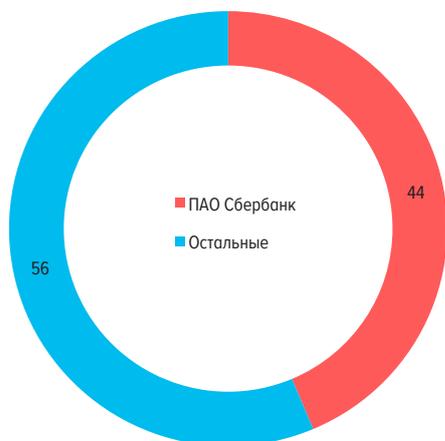
Основной ценностью для потребителя является «Качество» – возможность гарантированно и быстро осуществить транзакцию. В числе достоинств банковских карт российские потребители отмечают постоянно растущую защиту карт и снижающиеся риски неправильного их использования («трудно ошибиться»). Возможность получения быстрого потребительского

ОСНОВНЫЕ ЦЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ – ВЛАДЕЛЬЦА БАНКОВСКОЙ КАРТЫ

Рис. 5

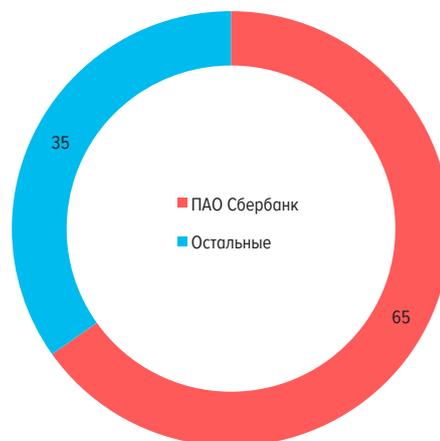


¹² Explore the Elements of Value, www2.bain.com/bainweb/media/interactive/elements-of-value/#.

ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК ПО ЧИСЛУ КЛИЕНТОВ,
ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ
(КОНЕЦ 2018 Г., %)

Источник: данные Банка России.

Рис. 6

ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК ПО КОЛИЧЕСТВУ АКТИВНЫХ
ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ
(КОНЕЦ 2018 Г., %)

Источник: данные Банка России.

Рис. 7

кредита и удобный учет средств при транзакциях (мобильный банк) реализуют ценности «Свобода выбора» и «Простота».

Также значительную роль играет возможность управления личными банковскими счетами (система онлайн-перевода), включая управление задолженностью по кредиту (ценность «Доступ»). На современном этапе многие поставщики услуги используют политику стимулирования выдачи банковских карт, предоставляя возможность получения и использования бонусов в рамках программ лояльности (ценность «Бонус»).

Покупатели на российском рынке (как и в других странах) с большей готовностью осуществляют наличные транзакции на небольшие суммы, что обусловлено их более высокой скоростью, легкостью и зачастую недостаточной доступностью безналичных платежей в торговых точках¹³. При совершении же крупных покупок особо важную роль для потребителя играет ценность «Спокойствие»: при безналичных платежах у потребителя нет необходимости носить с собой большие суммы денег.

Количественная оценка и структура рынка

На сегодняшний день в сегменте платежных карт осуществляют деятельность более 200 кредитных организаций (с собственными средствами более 1 млрд руб.; с учетом банковских групп)¹⁴. Значительная доля эмиссии карт приходится на ПАО Сбербанк (рис. 6, 7).

¹³ «Рынок розничных платежных услуг в России», Московская школа управления «Сколково», 2017.

¹⁴ По данным отчетности кредитных организаций.

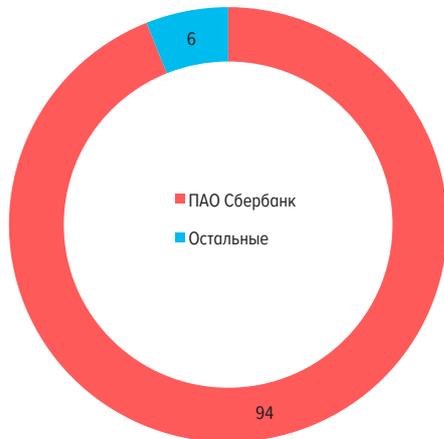
ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК В ОБЪЕМЕ КАРТОЧНЫХ
ПЕРЕВОДОВ
(2018 г., %)

Рис. 8

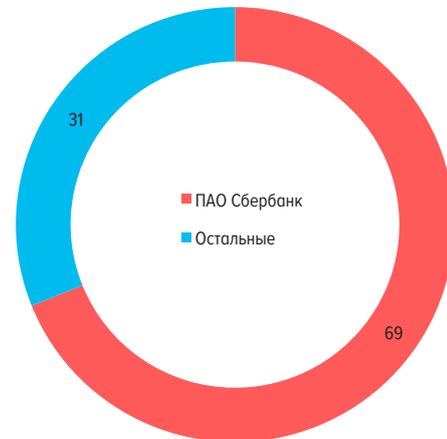
ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК В ОБЪЕМЕ КАРТОЧНЫХ
ПЛАТЕЖЕЙ (В РАМКАХ ТОРГОВОГО ЭКВАЙРИНГА)
(2018 г., %)

Рис. 9

Источник: данные Банка России.

Источник: данные Банка России.

В силу того, что распространение дебетовых карт происходит преимущественно в рамках так называемых «зарплатных проектов»¹⁵, доминирование одного или нескольких банков в данном сегменте создает для них значительное преимущество на рынке безналичных платежей и переводов¹⁶ (рис. 8, 9).

Таким образом, в сегменте эмиссии банковских карт сформировалась классическая монополия, при которой окружение крупнейшего участника рынка не может составить ему конкуренцию (индекс CBR-Composite¹⁷ в рассматриваемом сегменте значительно превышает 80 баллов, что свидетельствует о высоком уровне рыночной власти).

Конкуренция между банками-эквайерами

Портрет потребителя: ТСП

С 2014 г. прием к оплате национальных платежных инструментов (карт «Мир») стал обязательным для продавцов (с 2017 г. обязанность распространяется на продавцов с выручкой за предыдущий год свыше 40 млн руб.). Это способствовало ускоренному распространению платежей не только по этим картам, но и по картам других платежных систем (Виза, «Мастеркард»).

К настоящему времени подавляющее большинство ТСП принимает к оплате карты Виза, «Мастеркард» и «Мир». При этом около 40% имеют технологическую возможность принимать к оплате карты ПС «Золотая Корона» и 18% – карты American Express¹⁸. Карты остальных платежных систем представлены слабо.

Основной мотив использования эквайринга во всех ТСП – стремление удовлетворить потребителей, предпочитающих безналичную форму оплаты. Значительную роль играет также

¹⁵ В США – рассылка кредитных карт самими банками; в Европе – замещение чековой системы, с большим акцентом на дебетовые схемы; в странах Латинской Америки и Азии – развитие туристического бизнеса (надежность и безопасность трансграничных платежей); в Южной Корее – на законодательном уровне обязанность приема с целью легализации доходов и уплаты налогов торговыми точками.

¹⁶ Исследование аналитического центра НАФИ (2018) показало, что доля дебетовых платежных карт на рынке составляет 84%, из них 74% карт – зарплатные и социальные, доля кредитных карт – около 16% (более половины из них неактивны – оформлены «на всякий случай» после предложения банков).

¹⁷ Методика расчета индекса CBR-Composite и интерпретация его возможных значений приведены в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

¹⁸ «Рынок розничных платежных услуг в России». Московская школа управления «Сколково», 2017.

ускорение обслуживания и поддержание положительного имиджа «не хуже конкурентов». Позитивным результатом перехода на безналичные платежи стало увеличение объема продаж и потока покупателей, которые «при оплате картой склонны тратить больше»¹⁹.

Количественная оценка и структура рынка

В сегменте торгового эквайринга осуществляют деятельность более 140 кредитных организаций, при этом значительная доля как по количеству электронных терминалов, так и по объемам проводимых платежей приходится на ПАО Сбербанк (рис. 10, 11).

Таким образом, в сегменте эквайринга, равно и как в сегменте эмиссии банковских карт, также сформировалась монополия, при которой окружение крупнейшего участника рынка не может составить ему конкуренцию (индекс CBR-Composite в рассматриваемом сегменте существенно превышает 80 баллов, что свидетельствует о высоком уровне монополизации рынка).

1.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры

Зарплатные проекты

Мониторинг

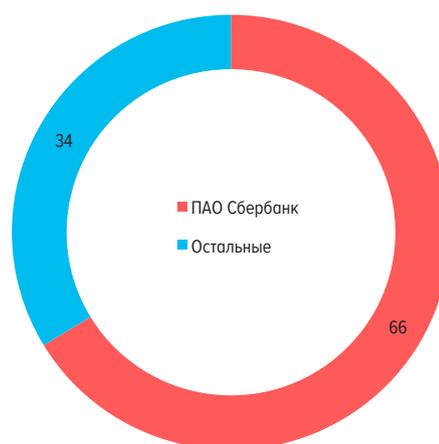
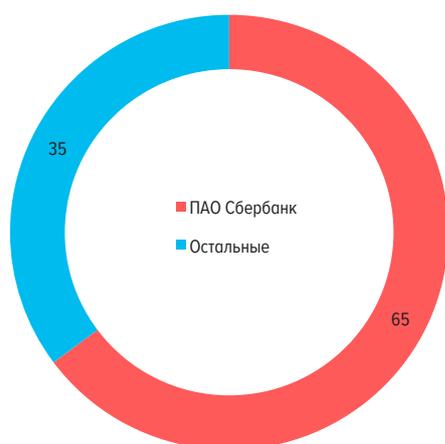
Основой для монополизации обеих сторон рынка платежей и переводов послужили диспропорции в самом канале распространения банковских карт, локомотивом которых стали зарплатные проекты. Как результат, доступ к исторически сложившемуся большому массиву данных клиентов получил один из участников рынка. В совокупности с присущими ему источниками конкурентных преимуществ (не только «зелеными», но и «желтыми») это позволило занять труднодостижимые для конкурентного окружения позиции и в сфере платежей и переводов.

ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК В КОЛИЧЕСТВЕ
POS-ТЕРМИНАЛОВ
(2018 г., %)

Рис. 10

ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК В ОБЪЕМЕ ПОЛУЧЕННЫХ
ПЛАТЕЖЕЙ (В РАМКАХ ТОРГОВОГО ЭКВАЙРИНГА)
(2018 г., %)

Рис. 11



Источник: данные Банка России.

Источник: данные Банка России.

¹⁹ Это верно и для кредитных карт: Credit cards effectively anesthetize the pain of paying. You swipe the card and it doesn't feel like you're giving anything up to make purchase, unlike paying cash where you have to hand over bills. (Оплата картой сглаживает ощущение потери денежных средств: проводя картой через считывающее устройство, вы не ощущаете их утраты так, как при оплате наличными, когда вы передаете купюры продавцу.) George Loewenstein, Carnegie Mellon professor of social and decision sciences. Spend «Til It Hurts. Researching the Pain of Paying. MIT.

Проведенный ФАС России и Банком России опрос показал, что на данный момент для доступа к каналу распространения карт через зарплатные проекты для банков существует ряд барьеров:

- наличие в сегменте крупных игроков (их доля и разветвленная сеть банкоматов) с более низкими средними издержками, что дает возможность снижать тарифы в рамках зарплатных проектов (в том числе в рамках комплексного обслуживания);
- ограничения технологического характера (улучшение сервиса для клиентов и расширение продуктовой линейки требует от последователя дополнительных инвестиций);
 - снижение доверия со стороны клиентов и их сотрудников к частным банкам как реакция на очищение банковского сектора от недобросовестных игроков.

В 2014 г. был принят закон, согласно которому работник получил право самостоятельного выбора банка, на карту которого переводится его заработная плата²⁰, и созданы предпосылки: для банков – стимулировать доступ к каналу распространения карт вне зарплатных проектов, предлагая работникам банковские карты напрямую (без посредника – работодателя); для работников – устранить «зарплатное рабство» (ограничение работодателем своих работников в выборе банка для получения заработной платы).

Диагностика

Не устранены барьеры как со стороны работодателей, так и со стороны работников, которые препятствуют свободе выбора зарплатного банка. Со стороны потребителя ограничения обусловлены его пассивной моделью поведения:

- потребитель зачастую готов пользоваться «тем, что выдали» (то есть картой, бесплатно предоставленной банком, который выбран работодателем), и не желает узнавать о всех возможностях для получения зарплаты, предоставляемых законодательством;
- нежелание рассматривать альтернативные условия карточных продуктов других банков усугубляется особенностями психологического портрета типичного банковского клиента, ассоциирующего надежные банки с государством и государственными структурами;
- наличие «родного» банкомата в здании работодателя дополнительно дестимулирует работников обращаться в сторонние банки для получения альтернативных карт.

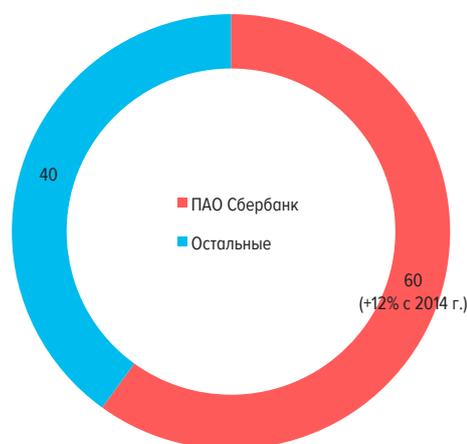
Практика «мягкого» навязывания зарплатного банка работодателем при трудоустройстве работнику без объяснений целесообразности и преимуществ для него услуг этого банка еще больше усиливает пассивную модель поведения работника.

Для работодателя выгода сотрудничества с одним банком обусловлена тем, что:

- передача единого реестра заработной платы по всем сотрудникам позволяет работодателю экономить на издержках по выплате заработной платы (как денежных, так и временных);
- передача клиентской базы одному банку может способствовать получению льготной ставки по корпоративному кредитованию;

ДОЛЯ ПАО СБЕРБАНК НА РЫНКЕ ЗАРПЛАТНЫХ
ПРОЕКТОВ
(2018 г., %)

Рис. 12



Источник: данные Банка России.

²⁰ Для смены обслуживающего банка достаточно сообщить работодателю об изменении соответствующих реквизитов (Федеральный закон от 4.11.2014 № 333-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части исключения положений, устанавливающих преимущества для отдельных хозяйствующих субъектов»).

– расчетный счет работодателя часто открыт в банке, ведущем зарплатный проект, что позволяет ускорить и удешевить передачу денег работникам по сравнению со случаями индивидуальных переводов заработной платы в сторонние банки.



Предлагаемая мера. Обеспечение возможности выплаты заработной платы с использованием номеров телефонов работников для дальнейшего ее перечисления через Систему быстрых платежей Банка России (СБП).



Предлагаемая мера. Предусмотреть право работника на бесплатный вывод денежных средств со счета, на который начисляется заработная плата, на счет этого же лица, открытый в другом банке.



Прорабатываемая мера. Установить для отдельных категорий работодателей обязанность предоставлять работникам на выбор зарплатные проекты нескольких банков. К таким работодателям могут относиться в первую очередь государственные структуры, а также крупный корпоративный бизнес.

Платежи

Диагностика

Крупнейший участник рынка эмиссии одновременно является монополистом и на рынке эквайринга, что позволяет получать прибыль сразу с двух сторон рынка: и с владельцев карт, и с ТСП (по оценке Банка России, в 65% случаев эквайер и эмитент совпадают).

Существование единственного крупного участника приводит к монополизации сервисов и концентрации рисков нестабильности платежной системы и может стать угрозой для сети в целом²¹.

Происходит искажение основных принципов работы четырехсторонней модели ПС: большая часть услуг оказывается в рамках трехсторонней модели, где ключевым посредником является крупнейшая кредитная организация²². Интересы оставшихся участников уже не могут быть в полной мере сбалансированы ПС путем стандартного механизма перераспределения доходов – уровня тарифов.

Данное искажение конкурентного поля усугубляется действиями самих платежных систем, стимулирующих укрупнение карточного бизнеса ведущих банков (в том числе выплаты ретробонусов²³).



Прорабатываемая мера. Провести анализ тарификации услуг эквайеров для определения равновесного уровня цены с учетом присутствия на рынке доминирующего участника политики ПС по стимулированию эмиссии карт, а также пакетирования предлагаемых кредитными организациями услуг в рамках межотраслевой рабочей группы с участием представителей банковских и торговых ассоциаций, банков, платежных систем, а также Банка России, ФАС России и заинтересованных федеральных органов исполнительной власти.

²¹ О том, что наличие крупных игроков со значительными клиентскими базами является барьером, препятствующим эффективному развитию конкуренции, свидетельствуют и результаты проведенного в 2018 г. совместного опроса ФАС России и Банка России. Помимо наличия крупных игроков, участники опроса в качестве барьеров отметили недостаточно высокий уровень проникновения безналичных расчетов (включая ограниченное доверие населения); стратегии поведения существующих игроков на рынке; инфраструктурные барьеры (тарифы платежных систем, высокая стоимость внедрения технологических решений и другое); отсутствие возможности переводов по «простым реквизитам» (номер мобильного телефона и так далее).

²² В условиях доминирования одного участника одновременно на рынке эмиссии и на рынке эквайринга складывается ситуация, когда функции эмитента и эквайера в процессе осуществления платежа выполняются одной и той же организацией.

²³ Выплаты, которые могут получать от ПС особо крупные эмитенты банковских карт, в форме бонусов, выплачиваемых ПС из своих доходов от операций по картам банка-эмитента по итогам года в виде вознаграждения за выпуск карт, долю рынка карт, объема безналичного оборота по картам в портфеле этих банков, за внедрение новых продуктов.

Диагностика

Эффективность тарификации услуг в еще большей степени ослабляется отсутствием ее прозрачности. Проведенный анализ конкуренции в сфере эквайринга показал, что одной из проблем является непрозрачность ценообразования на услуги эквайринга для ТСП²⁴. В связи с этим возможность ТСП сопоставить предложения разных банков-эквайеров ограничена (в отличие от другой категории конечных потребителей платежных услуг – держателей карт, для которых банки-эмитенты раскрывают всю необходимую информацию).



Прорабатываемая мера (ориентир «Предоставление большей свободы выбора для потребителя»). Для снижения рыночных барьеров и формирования единой конкурентной среды необходимо определить стандарт раскрытия сведений о размерах межбанковской комиссии, устанавливаемых платежными системами, а также принципов тарификации услуг эквайринга. В марте 2019 г. доклад с предложениями ФАС России и Банка России внесен в Правительство Российской Федерации.

Диагностика

Осуществление потребителем осознанного выбора в пользу того или иного поставщика платежных услуг может быть затруднено, несмотря на наличие установленных в законодательстве требований по раскрытию потребителю информации. В частности, при использовании банкоматов и терминалов конечная информация о стоимости услуги может быть показана плательщику уже после внесения денежных средств в банкомат/терминал, который может и не предусматривать возможности возврата всей или части суммы платежа.

Таким образом, отдельные организации могут получать неконкурентные преимущества при оказании платежных услуг, намеренно затрудняя своевременное получение и (или) восприятие полной информации потребителем, вводя его таким образом в заблуждение.



Реализованная мера. Для обеспечения прозрачности сферы платежей с использованием банкоматов и платежных терминалов в марте 2019 г. издано совместное информационное письмо ФАС России и Банка России о раскрытии информации о размере вознаграждения²⁵, призванное повысить информированность потребителей об условиях оказания услуг и предупредить возможные недобросовестные действия со стороны их поставщиков.

Переводы

Диагностика

Крупнейший участник в сегменте эмиссии банковских карт, обладая значительной первоначальной клиентской базой, сформированной во многом благодаря зарплатным проектам, за счет присущих этому сегменту сетевых эффектов становится основным игроком и в сфере внутрибанковских переводов между банковскими счетами/банковскими картами физических лиц.

Развитая сеть подразделений позволяет монополисту получить преимущество и в сфере внутрибанковских межрегиональных переводов, которое еще больше усилилось за счет внедрения технологий, позволяющих быстро и в удобном для потребителя формате проводить такие операции.

Переводы между банковскими счетами/банковскими картами физических лиц, открытыми в одном банке, осуществляются через его платежную инфраструктуру без участия третьих лиц (ПС Банка России, карточные платежные системы и другие). Филиалы и внутренние струк-

²⁴ В 2018 г. не все платежные системы публиковали сведения о размерах межбанковской комиссии, составляющей около 80% от общих расходов ТСП на прием банковских карт; среди банков-эквайеров распространена практика тарификации эквайринга при отсутствии единой публичной тарифной сетки и критериев ее применения.

²⁵ Информационное письмо от 29.03.2019 № АК/25611/19/ИН-06-52/29.

турные подразделения банка являются составной частью единой организационной структуры банка²⁶, и переводы между счетами, открытыми в различных его территориальных подразделениях, представляют собой в полном смысле обычные внутренние переводы.

Таким образом, при осуществлении внутрибанковского перевода между различными территориальными зонами банк не создает добавленной стоимости по сравнению с переводами внутри территориальной зоны и не оказывает потребителю какой-либо дополнительной услуги.

Несмотря на это, крупнейший участник рынка в отличие от большинства конкурентов проводит тарифную политику по внутрибанковским переводам на условиях первичной дискриминации²⁷, устанавливая различные комиссии в зависимости от местонахождения получателя перевода (в пределах России).



Прорабатываемая мера. Для обеспечения свободы перемещения денежных средств на финансовом рынке России в декабре 2018 г. в Правительство Российской Федерации внесен доклад с предложением по устранению территориальной дискриминации в переводах, что предполагает приведение кредитными организациями размера комиссионного вознаграждения по межрегиональным переводам к уровню комиссионного вознаграждения по аналогичным внутрирегиональным переводам между банковскими счетами физических лиц, открытыми в одной кредитной организации²⁸.

Диагностика

Согласно исследованию ценностей потребителя, на продуктовом сегменте «Платежи и переводы» возможность гарантированно и быстро осуществить транзакцию (ценность «Качество»), а также возможность управления личными банковскими счетами (система онлайн-перевода) (ценность «Доступ») являются одними из важнейших ценностей. При этом имеющиеся механизмы переводов денежных средств обладают рядом ограничений с точки зрения их стоимости, скорости, времени работы и удобства проведения, что выступает дополнительным фактором, сдерживающим развитие конкуренции (как межсетевой, так и внутрисетевой). Для создания конкурентных условий в сфере платежей и переводов в прошлом аналитическом докладе Банком России была представлена информация о создании СБП, позволяющей осуществлять удобные мгновенные безналичные расчеты, повышая финансовую доступность и снижая стоимость услуг по переводу денежных средств.



Реализованная мера. СБП была создана в 2018 г. и запущена Банком России в январе 2019 года.

На первом этапе (с конца января 2019 г.) платежи могут осуществляться между физическими лицами, впоследствии будет внедрен сервис по оплате гражданами товаров и услуг (С2В), который может способствовать установлению более низких тарифов на прием платежа для ТСП по сравнению с эквайрингом.

Для повышения доступности платежных услуг Банку России на законодательном уровне предоставлено право определять случаи обязательности подключения кредитных организаций к СБП и уровень предельной надбавки, устанавливаемой кредитными организациями при осуществлении переводов через СБП (подготовлены поправки в Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе»)²⁹.

²⁶ Пункт 2 статьи 55 Гражданского кодекса Российской Федерации и статья 22 Федерального закона от 2.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

²⁷ Первичная ценовая дискриминация – это установление разного уровня цен на один и тот же товар сегментированным группам покупателей по формальным признакам: например, по демографическому, социальному (студент, пенсионер и так далее) и географическому.

²⁸ Разработанный впоследствии проект федерального закона был поддержан Правительством Российской Федерации, после чего внесен в Государственную Думу (проект федерального закона № 813620-7 «О внесении изменений в статью 29 Федерального закона «О банках и банковской деятельности»).

²⁹ Федеральный закон от 3.07.2019 № 173-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О национальной платежной системе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. ПРОДУКТОВЫЕ СЕГМЕНТЫ «КРЕДИТОВАНИЕ» И «ПРИВЛЕЧЕНИЕ СРЕДСТВ» В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ (ТИПЫ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ – «ЗАНЯТЬ» И «СБЕРЕЧЬ»)¹



Как было показано в предыдущем разделе, для сферы платежей и переводов характерно наличие сетевых эффектов, благодаря которым преимущество в одном сегменте этой сферы создает предпосылки для преимущества в другом.

В силу того что банк, как и любая коммерческая организация, преследует цель максимизации прибыли, стремление нарастить долю на рынке является закономерным поведением. В свою очередь, это предполагает не только достижение лидирующего положения на одном сегменте рынка, но и диверсификацию бизнеса, что приводит к проникновению на другие связанные сегменты. При

этом если банк становится выраженным лидером на нескольких сегментах банковского сектора, он получает неоспоримое преимущество перед остальными конкурентами. Подобное аккумулирование средств одним участником рынка при наличии стратегии инновационного развития формирует предпосылки для технологического роста самого участника и финансового рынка в целом (концепция X-эффективного лидера), но также может создавать угрозы сбалансированному развитию рынка и неравные условия для конкуренции.

Структура российского банковского рынка в целях настоящего исследования представлена четырьмя группами участников²:

- Лидеры³ рынка – несколько кредитных организаций с государственным участием, которые являются бессменными лидерами по большинству продуктов в подавляющем количестве регионов⁴.
- Крупные банки – небольшая группа кредитных организаций, широко представленных на федеральном уровне⁵.
- Средние банки – банки, которые не вышли на федеральный уровень, но занимают сильные позиции в отдельных регионах.
- Небольшие банки – банки-последователи регионального уровня.

¹ Исследование состояния конкуренции на данных продуктовых сегментах осуществлялось согласно следующим потребительским профилям: физические и юридические лица, а также индивидуальные предприниматели, и на основании данных отчетности за 2018 г. кредитных организаций с собственными средствами более 1 млрд руб. и в разрезе банковских групп.

² Как было показано в предыдущем аналитическом докладе, малые банки (банки с собственными средствами (капиталом) менее 1 млрд руб.) не рассматриваются в рамках единого с более крупными игроками конкурентного поля в силу заведомо неравных возможностей для конкуренции. В связи с этим малые банки в большей мере могут рассматриваться как конкуренты микрофинансовых организаций (результаты соответствующего анализа представлены в Приложении – «Показатели рыночной власти в сегменте «Малые банки и МФО» по округам Российской Федерации» и «Состояние конкуренции в сегменте «Малые банки и МФО» по субъектам Российской Федерации, 2018 год»).

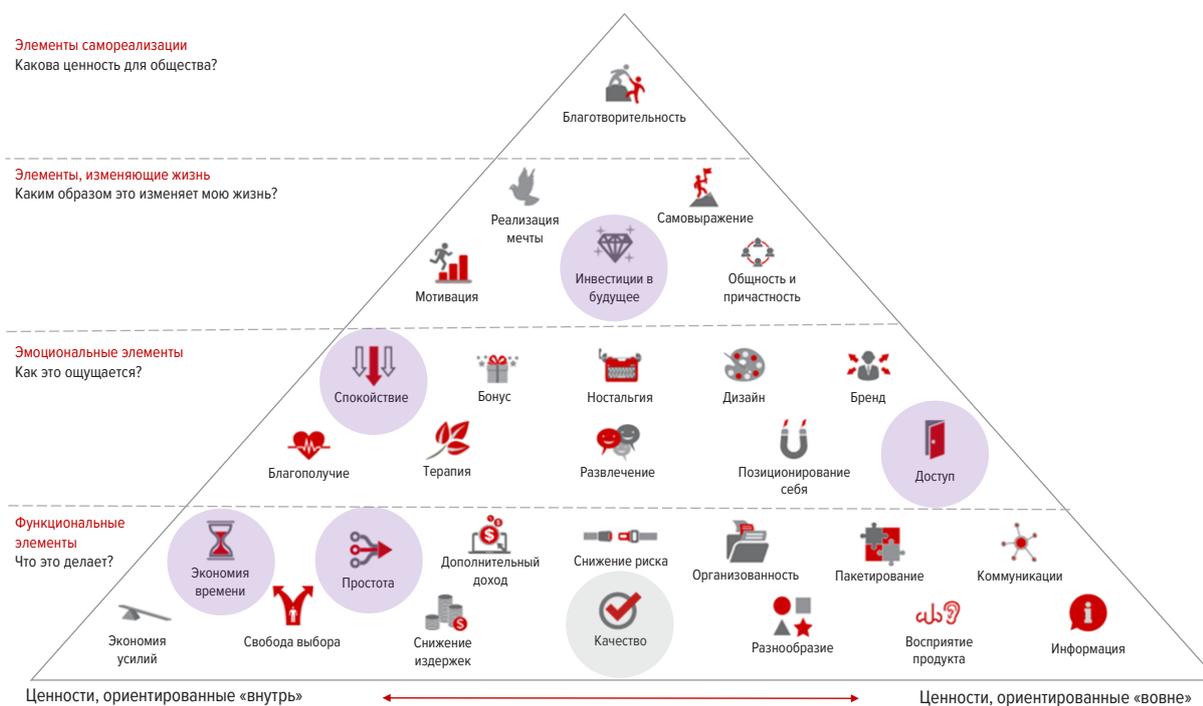
³ В рамках данного доклада лидеры определяются согласно методологии Линда (см. Приложение, «Методика расчета показателей уровня конкуренции»).

⁴ Лидером федерального уровня признается кредитная организация, соответствующая двум критериям: если она входит в состав лидеров (согласно методике расчета индекса Линда) более чем в половине субъектов Российской Федерации и если ее совокупная доля на федеральном рынке превышает 10%.

⁵ Банки с широкой филиальной сетью подразделений, но небольшой долей в общем объеме услуг.

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ (ФИЗИЧЕСКИЕ ЛИЦА) – БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ

Рис. 13



2.1. Мониторинг уровня конкуренции

Сегмент услуг физическим лицам

Портрет потребителя⁶

Ценность «Качество», как и на остальных сегментах финансового рынка, оказывает наибольшее влияние на предпочтение клиентом традиционных банковских продуктов. Критерием этой ценности для данного сегмента выступает возможность получения выгодного вложения или заимствования для клиента. Конечной целью потребителя при получении подобных услуг является изменение своего образа жизни (ценность «Инвестиции в будущее») – приобретение дорогостоящего имущества либо сохранение денежных средств.

Как было показано в прошлогоднем аналитическом докладе, банковские услуги по своей природе не требуют повышенной финансовой грамотности и вовлеченности, что обуславливает для потребителя функциональную ценность «Простота».

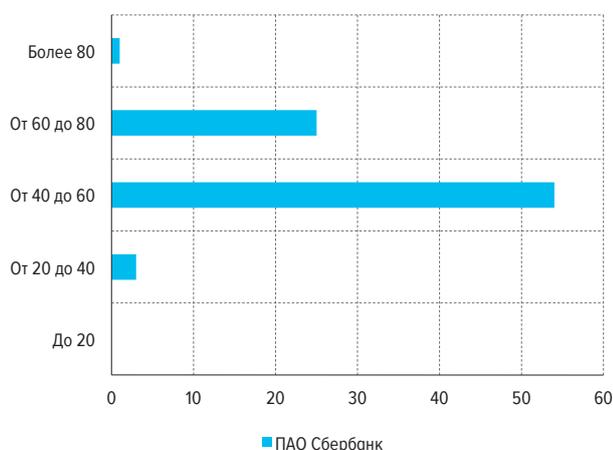
Традиционность услуги в совокупности с действующей системой страхования вкладов способствует и повышенному доверию потребителя к банкам в целом – с ними ассоциируется большая надежность (ценность «Спокойствие»).

С развитием финансовых технологий банки расширяют дистанционные каналы продаж с использованием online-приложений для снижения расходов на содержание филиальных сетей и удовлетворения предпочтений потребителей (ценность «Экономия времени»), что позволяет повысить рентабельность. Расширение каналов доступа и возможностей дистанционного управления личными банковскими счетами позволяет получать банковские услуги круглосу-

⁶ Портрет потребителя банковских услуг был сформирован в соответствии с моделью, предложенной международной консалтинговой компанией Bain&Company. Explore the Elements of Value. www2.bain.com/bainweb/media/interactive/elements-of-value/#. Подробное описание модели см. в Приложении, «Модель 30 ценностей добавленной стоимости услуги».

ДОЛЯ ЛИДЕРА
В ПРИВЛЕЧЕНИИ СРЕДСТВ ФЛ
(%)

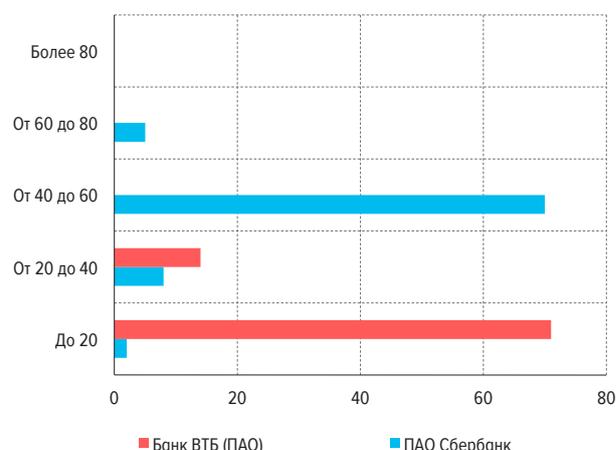
Рис. 14



Источник: данные Банка России.

ДОЛИ ЛИДЕРОВ
В КРЕДИТОВАНИИ ФЛ
(%)

Рис. 15



Источник: данные Банка России.

точно и вне зависимости от местоположения клиента, что еще больше повышает лояльность клиента данному банку (ценность «Доступ»).

Указанные особенности портрета потребителя – физического лица во многом обуславливают итоги количественной оценки, представленной ниже.

Количественная оценка⁷ и структура сегмента

В сегментах услуг «Занять» и «Сберечь» для физических лиц ПАО Сбербанк на основании расчетов индекса Линда⁸ является лидером во всех субъектах Российской Федерации, где он присутствует (рис. 14, 15).

В сегменте «Сберечь» для физических лиц ПАО Сбербанк является единственным федеральным лидером. Прирост остатков средств у лидера за 2018 г. составил 10%.

На наш взгляд, данная динамика может быть обусловлена несколькими факторами. Реализация стратегии ПАО Сбербанк по удовлетворению ценностей потребителей и повышение лояльности клиентов к банку как следствие их позитивного клиентского опыта в совокупности с традиционным доверием российского потребителя государству ведет не только к количественному приросту показателей лидера в сегменте «Сберечь», но и к улучшению качества и сервиса услуги. Статус лидера в эмиссии карт позволяет ему дополнительно нарастить свою долю на рынке за счет увеличения объема средств на текущих счетах/счетах до востребования.

В рамках эмиссии платежных карт банки получают также персонализированную информацию о расходах и предпочтениях клиентов – физических лиц, а в рамках эмиссии зарплатных карт – сведения о доходах клиентов, что позволяет детально определять потребительский профиль и сформировать индивидуальные кредитные предложения с более низким уровнем риска для этого банка⁹.

Лидерство в сегментах «Сберечь» и «Перевести» позволяет лучшим образом сформировать базу для последующего размещения денежных ресурсов в займы населению и бизнесу и усиливает позиции лидера в сегменте «Занять».

⁷ Количественная оценка здесь и далее осуществляется на основе данных Банка России.

⁸ Методику расчета индекса Линда см. в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

⁹ В частности, банки зачастую предлагают кредиты по более низким ставкам держателям платежных карт, выпущенных в рамках зарплатных проектов.

В сегменте «Занять» для физических лиц ближайшим конкурентом является Банк ВТБ (ПАО)¹⁰, который входит в число лидеров в 68 субъектах Российской Федерации.

Сегмент услуг юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям и государственным организациям

В сегментах услуг «Занять» и «Сберечь» для юридических лиц ПАО Сбербанк по-прежнему занимает лидирующее положение в 81 и 83 субъектах Российской Федерации соответственно, что во многом способствует его лидерству в сфере зарплатных проектов (за счет открытия и обслуживания счетов юридических лиц – работодателей). Банк ВТБ (ПАО), являющийся ближайшим конкурентом, входит в число лидеров в 63 и 59 субъектах Российской Федерации соответственно.

Ближайшим конкурентом ПАО Сбербанк и Банка ВТБ (ПАО) в сегменте «Сберечь» для юридических лиц является АО «Россельхозбанк», входящее в список лидеров в 46 субъектах Российской Федерации. В большинстве случаев его доля не превышает 20%. По сравнению с прошлым годом прирост остатков средств юридических лиц у ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «Россельхозбанк» составил 28; 7 и 2% соответственно.

В сегменте «Занять» для юридических лиц Банк ВТБ (ПАО) занимает, как правило, до 20% рынка, тогда как ПАО Сбербанк – более 20% (рис. 16, 17).

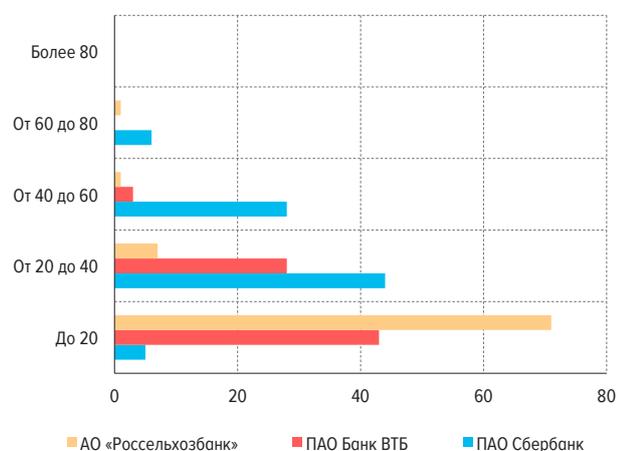
В сегментах услуг «Занять» и «Сберечь» индивидуальных предпринимателей ПАО Сбербанк на основании расчетов индекса Линда является лидером во всех субъектах Российской Федерации, где он присутствует.

В сегменте «Сберечь» для индивидуальных предпринимателей ПАО Сбербанк является единственным федеральным лидером, что может быть обусловлено реализацией стратегии лидера по развитию комплексных клиентоориентированных дистанционных услуг индивидуальным предпринимателям, включая не только финансовые услуги, но и услуги по сопровождению бизнеса¹¹. Необходимо отметить, что за последний год прирост остатков средств индивидуальных предпринимателей у лидера составил 32%.

В сегменте «Занять» для индивидуальных предпринимателей ближайшим конкурентом ПАО Сбербанк является Банк ВТБ (ПАО), входящий в число лидирующих игроков в 48 субъектах

ДОЛИ ЛИДЕРОВ
В ПРИВЛЕЧЕНИИ СРЕДСТВ ЮЛ
(%)

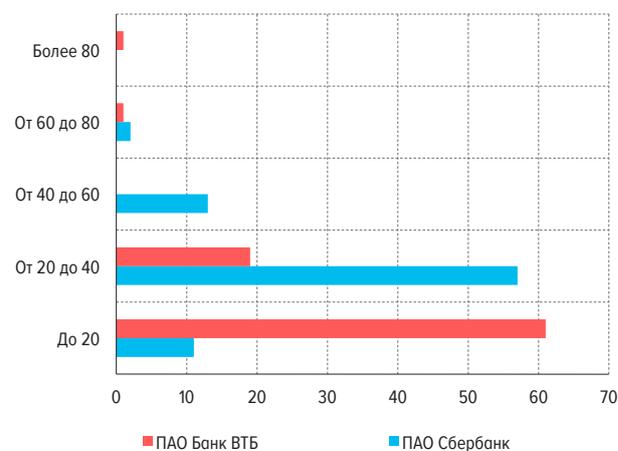
Рис. 16



Источник: данные Банка России.

ДОЛИ ЛИДЕРОВ
В КРЕДИТОВАНИИ ЮЛ
(%)

Рис. 17



Источник: данные Банка России.

¹⁰ С учетом того, что анализ проводился по банковским группам, под Банк ВТБ (ПАО) понимается его группа, в которую входит и ПАО «Почта-Банк».

¹¹ Консультационные услуги, услуги по созданию сайта, услуги юридической поддержки, бухгалтерского и управленческого учета и другие.

Российской Федерации. В большинстве регионов доля Банка ВТБ (ПАО) не превышает 20% рынка, в то время как доля ПАО Сбербанк, как правило, выше 40%.

В сегменте услуг «Сберечь» для государственных организаций выявлено два лидера федерального уровня: Банк ВТБ (ПАО) занимает наибольшую совокупную долю в объеме привлечения государственных средств (36%)¹², лидируя в 54 субъектах Российской Федерации.

ПАО Сбербанк лидирует в большем количестве субъектов Российской Федерации (77), однако его доля на федеральном рынке значительно ниже – 23%. Данная разница обусловлена значительными объемами средств, привлеченных Банком ВТБ (ПАО) в Московском регионе (в четыре раза превышают показатель конкурента), а также более целенаправленной политикой по их привлечению.

Результаты мониторинга уровня конкуренции

Количественный анализ рассматриваемых продуктовых сегментов, проведенный на основе данных Банка России, показал, что в целом состояние конкуренции в банковском секторе по сравнению с концом 2017 г. улучшилось¹³:

- В отдельно взятых регионах наблюдается тенденция по увеличению числа ведущих игроков, хотя состав федеральных лидеров на этих сегментах остается неизменным (как правило, это один-два федеральных банка).
- Показатель рыночной активности отражает повышение уровня развития конкурентного окружения лидера (показатель GAP¹⁴ снизился в 43 субъектах Российской Федерации).

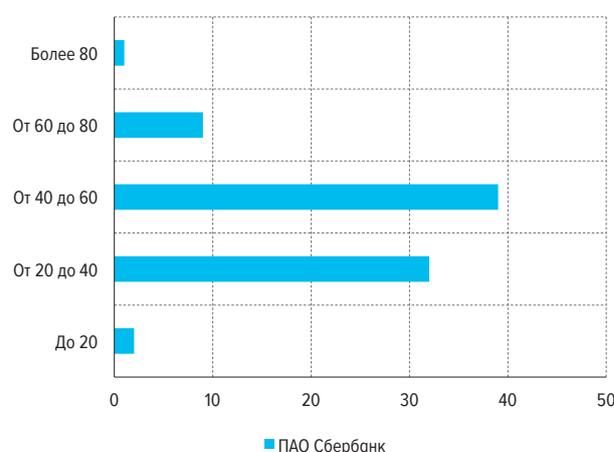
¹² Под привлеченными средствами государственных организаций (ГО) понимаются средства федерального бюджета, субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, прочие бюджетные средства, внебюджетные средства и средства государственных организаций.

¹³ Более подробно см. Приложение, «Показатели рыночной власти на банковском рынке по округам Российской Федерации» и «Состояние конкуренции на банковском рынке по субъектам Российской Федерации, 2018 год».

¹⁴ Методика расчета индекса GAP и интерпретация его возможных значений приведены в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

ДОЛИ ЛИДЕРОВ В ПРИВЛЕЧЕНИИ СРЕДСТВ ИП (%)

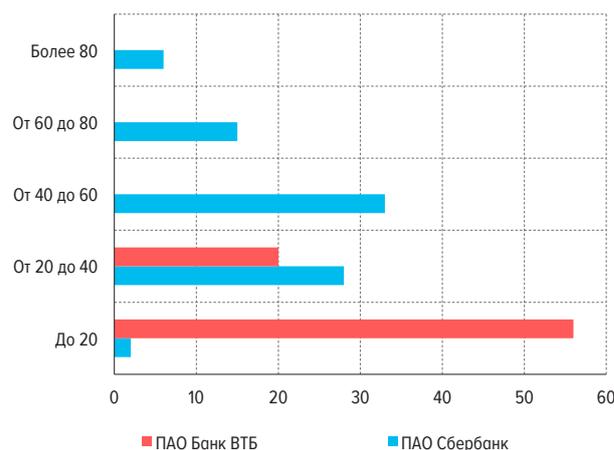
Рис. 18



Источник: данные Банка России.

ДОЛЯ ЛИДЕРА В КРЕДИТОВАНИИ ИП (%)

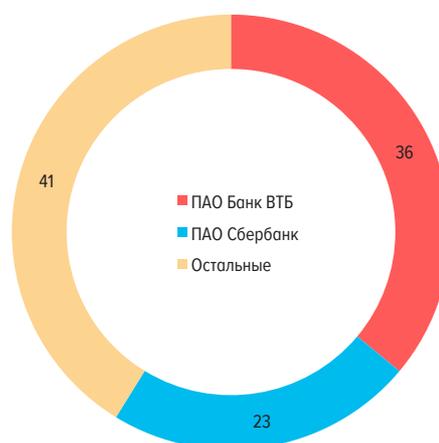
Рис. 19



Источник: данные Банка России.

ДОЛИ ЛИДЕРОВ В ПРИВЛЕЧЕНИИ СРЕДСТВ ГО (%)

Рис. 20



Источник: данные Банка России.

- В среднем по Российской Федерации агрегированный показатель CBR-Composite¹⁵ уменьшился на 9%, что отражает позитивную динамику (улучшение наблюдается в 45 субъектах Российской Федерации; количество регионов с низким уровнем конкуренции за год уменьшилось с 43 до 38).

Отмеченные выше изменения конкурентной среды свидетельствуют о перераспределении рынка между группами его участников, при котором в отдельных случаях позиции ближайших конкурентов федерального лидера (лидеров) усиливаются.

Качественный анализ преимуществ лидеров рынка, проведенный по модели шести источников конкурентного преимущества фирмы¹⁶, показал, что «зеленый уровень» – источники внутренней эффективности («Операционная эффективность», «Уникальный продукт», «Уникальные отношения с клиентом») – существует как у лидеров рынка, так и у их крупных и средних конкурентов. Крупные банки могут предложить уникальные продукты, основанные на последних инновациях в сфере информационных технологий, в то время как средние банки могут быть более эффективны с точки зрения своей структуры или взаимоотношений с клиентом, что зачастую является существенным при выборе кредитной организации.

На примере Новосибирской и Томской областей, которые по итогам года показали высокий положительный результат, можно наблюдать выявленные территориальными учреждениями Банка России¹ основные факторы развития региональной конкуренции:

- *Высокая диверсификация экономики регионов по секторам и сравнительно небольшая зависимость от сырьевого сектора, сглаживающая макроэкономические риски.*
- *Кредитование ИП. Активное использование региональными игроками локальных продуктовых ниш, связанных с кредитованием субъектов малого и среднего бизнеса (МСП).*
- *Кредитование ЮЛ. Ослабление позиций крупных банков, отчасти в результате потери отдельных ключевых региональных заемщиков, которые не просто сменили обслуживающий банк, но и изменили структуру заемного финансирования, нарастив долю облигационных займов.*
- *Привлечение средств ФЛ. Активная политика крупных банков в области стимулирования продаж продуктов: сезонные вклады, пакетное предложение услуг и прочее.*
- *Кредитование ФЛ. Реализация региональных программ льготного ипотечного кредитования, в которых участвуют не только крупные федеральные, но и региональные игроки.*

¹ В рамках аналитической работы в субъектах Российской Федерации, которую Банк России начал в 2018 г. (более подробная информация отражена в Приложении, «Показатели рыночной власти на банковском рынке по округам Российской Федерации»).

2.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры

Диагностика

Для современного российского финансового рынка характерно лидерство банков с государственным участием в капитале. Один из них является лидером во всех исследованных сегментах банковского сектора, что предопределяет его решающее преимущество перед конкурентами.

¹⁵ Методика расчета индекса CBR-Composite и интерпретация его возможных значений приведены в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

¹⁶ Модель шести источников конкурентного преимущества фирмы приведена в Приложении.

Тренд на увеличение государственного участия в капитале соответствует международным тенденциям. Согласно статистике ОЭСР¹⁷, государственный сектор занимает наибольшую долю именно на финансовом рынке, в первую очередь в банковском и страховом секторах – около 40% от общей рыночной стоимости. При этом само по себе участие государства в капитале финансовой организации не является ограничением конкуренции и может быть обусловлено выполнением общественно значимых задач, в том числе осуществлением мер по поддержке финансовой стабильности. Однако остается возможность «неэкономического» поведения таких компаний, что обусловлено их моделью ведения бизнеса:

- являясь коммерческими организациями, компании преследуют цель получения прибыли, вступая в конкуренцию с частными игроками (рыночный агент);
- являясь государственными организациями, компании в ряде случаев выполняют важные социально-экономические задачи, для решения которых государство вошло в уставный капитал (нерыночный агент).

Таким образом, бизнес-модель банка с государственным участием является своеобразным общественным консенсусом в отношении использования ресурсов компании для получения общественно значимых благ, что приводит к возникновению проблем специфического характера, способных исказить конкуренцию на рынке.

- *Имидж неравной конкуренции.* Участники рынка с госучастием воспринимаются конкурентами как предприятия с более привилегированным положением в связи со своей близостью к государству¹⁸. Это касается не только «особых» условий деятельности самого предприятия, но и имиджа «повышенной» надежности таких организаций у конечных потребителей финансовых услуг.
- *Историческая предопределенность.* Компании с госучастием, как правило, уже занимают лидирующие позиции на рынке, что в совокупности с возможностью проведения антиконкурентной практики может привести к блокированию доступа конкурентов к важным инфраструктурам и ресурсам.
- *Обязательства по субсидиям и общественным услугам.* Возможность перекрестного субсидирования социально-экономической и коммерческой деятельности предприятия может оказывать негативное влияние на конкуренцию, искажая рыночные стимулы.
- *Развитие инноваций.* Как правило, именно банки с государственным участием являются пионерами в области пилотных проектов по развитию инноваций, инициатором которых выступает государство для достижения национальных приоритетов. Это позволяет им не только внедрять инновации раньше конкурентов, но и оказывать влияние на формирование регулятивной среды, в то время как частные банки – новаторы в области технологий и бизнес-моделей в большей степени влияют только на свою операционную эффективность.

Именно поэтому в Руководящих принципах ОЭСР по корпоративному управлению государственных предприятий (2015 г.) вопросам конкуренции на рынке, на котором присутствуют игроки с госучастием, уделяется особое внимание с учетом целей самого государства и частного бизнеса: наиболее благоприятным для рынка является регулирование, которое не искажает рыночные стимулы и учитывает баланс интересов всех сторон рынка, то есть реализует принцип «конкурентного нейтралитета», при котором «ни одно предприятие не подвержено чрезмерным конкурентным преимуществам или недостаткам».

¹⁷ Отраслевая структура крупнейших в мире государственных организаций: финансовый сектор – 40%, нефтяная промышленность – 14%, телекоммуникации – 13%, обрабатывающая промышленность – 11%, электроэнергетика и газ – 7%, металлургическая и добывающая промышленность – 5%, транспорт – 3%, прочие – 7%. *State-Owned Enterprises as Global Competitors (OECD, 2016 г.)*.

¹⁸ Согласно результатам международных опросов, проведенных среди политиков и бизнесменов в рамках доклада ОЭСР, речь касается в первую очередь льготных ссуд, которые могут привести к более дешевым пассивам, низким нормам прибыли и дивидендов по акциям, принадлежащих государству, возможности привлечения финансовых средств и кредитования предприятия с государственным участием реального сектора экономики.

Реализация данного принципа должна касаться как структурных (в рамках отраслевого регулирования), так и поведенческих (в рамках корпоративного управления) норм, однако не применяется в отношении деятельности компаний с государственным участием – институтов развития¹⁹.

Отдельные элементы принципа «конкурентного нейтралитета» фактически уже реализуются.



Реализованная мера. Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.06.2018 № 697²⁰ определены требования к уполномоченным банкам, в которых могут открываться расчетные счета застройщиков и счета эскроу для расчетов по договорам участия в долевом строительстве, в том числе требования к уровню кредитного рейтинга.

На начало 2019 г. требованиям этого постановления соответствовали 62 банка. Для стимулирования конкуренции Правительством Российской Федерации было издано постановление от 16.05.2019 № 606²¹, которое снизило требуемый уровень рейтинга, допустив к участию еще 33 банка, в том числе 12 региональных.



Реализованная мера. Банком России и ФАС России издано совместное информационное письмо²², в котором финансовым организациям с государственным (муниципальным) участием²³ при продвижении услуг не рекомендовано указывать на госучастие как на конкурентное преимущество, поскольку это может создавать у потребителей впечатление об их повышенной надежности²⁴.

Большая часть размещаемой в публичном доступе информации была скорректирована в соответствии с рекомендациями.



Прорабатываемая мера. В декабре 2018 г. в Правительство Российской Федерации направлены предложения о создании конкурентных условий допуска кредитных организаций:

1. Размещение бюджетных и приравненных к ним средств, а также выдача банковских гарантий в целях обеспечения исполнения обязательств третьих лиц перед государством – в качестве основного критерия допуска необходимо применять уровень кредитного рейтинга, в то время как размер собственных средств (капитала) целесообразно использовать для определения лимитов размещаемых бюджетных средств/выдаваемых банковских гарантий.
2. Размещение средств государственных внебюджетных фондов, открытие банковских счетов отдельными категориями юридических лиц (стратегическими обществами и стратегическими предприятиями, государственными корпорациями (компаниями) – в качестве основного критерия допуска необходимо применять уровень кредитного рейтинга.
3. Предоставление кредиторам субсидий из федерального бюджета в рамках льготного финансирования – отказ от использования каких-либо критериев²⁵.

¹⁹ В стратегии развития таких компаний уже заложен приоритет политики над рыночными механизмами, и они не являются субъектами конкурентной среды (в том числе Внешэкономбанк).

²⁰ Постановление Правительства Российской Федерации от 18.06.2018 № 697 «Об утверждении критериев (требований), которым в соответствии с Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» должны соответствовать уполномоченные банки и банки, которые имеют право на открытие счетов эскроу для расчетов по договорам участия в долевом строительстве».

²¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 16.05.2019 № 606 «О внесении изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 18 июня 2018 года № 697».

²² Письмо от 24.08.2018 № ИН-01–52/56/ИА/67323/18.

²³ В целях применения письма под госучастием понимается участие в уставном капитале финансовой организации Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, государственных корпораций, государственных компаний, а также Банка России.

²⁴ За исключением случаев наличия документально подтвержденных гарантий/поручительств или размещения информации во исполнение требований законодательства.

²⁵ Предложенные в докладе подходы поддержаны Правительством Российской Федерации, в настоящее время заинтересованные ведомства разрабатывают пакет нормативных изменений.

В рамках дальнейшего развития принципа «конкурентного нейтралитета», по нашему мнению, целесообразно обсудить следующие меры.



Предлагаемая мера. Внедрить обязательное для банков с госучастием закрепление принципов «конкурентного нейтралитета» в их внутренних документах (кодекс корпоративного управления, стратегические документы), которые должны быть не только прозрачны для общества, но и предусматривать раскрытие (с учетом геополитических рисков):

- существенной финансовой и нефинансовой информации о целях и задачах финансовой организации в контексте выполнения социально-экономических функций (в том числе о финансовых и операционных результатах);
- информации об объемах государственного финансирования, а также обо всех формах финансовой и иной помощи от государства в рамках исполнения социально-экономических задач;
- более подробной информации о системе оплаты труда единоличного и коллегиального исполнительных органов, а также совета директоров (наблюдательного совета) в финансовых организациях с госучастием.



Предлагаемая мера. Устранить первоочередной доступ отдельных банков к государственным базам данных в рамках пилотирования инновационных проектов. По истечении шестимесячного срока пилотирования этих проектов результат их реализации (технологии, объекты инфраструктуры и так далее) предоставлять на конкурентных основаниях всему финансовому рынку.

Диагностика

Регуляторные требования являются одним из административных барьеров, присущих любой отрасли. При этом результаты проведенного Банком России исследования²⁶ свидетельствуют о том, что административные барьеры, включая требования пруденциального регулирования в отдельных секторах, наиболее остро воспринимаются участниками рынка в качестве фактора, сдерживающего развитие на рынке. Обусловлено это тем, что единые регуляторные требования вне зависимости от размера финансовой организации становятся значительными для малых организаций, которые не имеют достаточных ресурсов по их соблюдению. Существует также и прямая зависимость между пруденциальным риском деятельности финансовой компании и долей, занимаемой ею на рынке, так как от размеров ее деятельности зависит и масштаб принимаемых рисков. Именно поэтому в действующем законодательстве реализована и продолжает развиваться концепция пропорционального регулирования как внутри одного сегмента финансового рынка, так и на кросс-сегментном уровне, направленная на формирование конкурентной среды, благоприятной для всех участников рынка.



Реализованная мера. В конце 2018 г. завершился переходный период для разделения банков на банки с универсальной и базовой лицензиями. Для банков с базовой лицензией существенно упрощено регулирование, в частности требования к нормативам, раскрытию информации и предоставлению отчетности²⁷.



Реализованная мера. В 2018 г. внесены изменения в законодательство о страховании вкладов – с 1.01.2019 страхование вкладов распространяется на средства малых

²⁶ В 2017 г. Банк России совместно с профессиональными ассоциациями участников финансового рынка провел опрос с целью анализа потенциала развития конкуренции и выявления сдерживающих ее факторов на базе модели пяти движущих сил конкуренции М. Портера. http://www.cbr.ru/Content/Document/File/44303/20180607_report.pdf

²⁷ Федеральный закон от 1.05.2017 № 92-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» и Федеральный закон от 27.12.2018 № 567-ФЗ «О внесении изменения в статью 2 Федерального закона «О консолидированной финансовой отчетности».

предприятий на банковских счетах и вкладах со страховым лимитом 1,4 млн руб.²⁸, что повысит уровень доверия малого бизнеса к небольшим частным банкам и будет способствовать повышению их конкурентоспособности на рынке.



Реализованная мера. В 2018 г. в Программу стимулирования кредитования субъектов МСП²⁹ внесены изменения – с 1.01.2019 к участию в программе допущены банки с базовой лицензией.



Реализованная мера. В отношении участия кредитных организаций в программах субсидирования процентных ставок по кредитам³⁰ Банком России предложено применять менее жесткие требования, вплоть до отказа от использования кредитных рейтингов.

В результате были существенно упрощены критерии отбора кредитных организаций и созданы стимулирующие условия для участия банков с базовой лицензией в программе субсидирования процентных ставок по кредитам МСП³¹. Таким образом, существенно увеличилось количество уполномоченных банков, участвующих в указанной программе (в 2018 г. – 15 кредитных организаций³²).



Реализованная мера. В рамках работы по защите конкуренции Банком России и ФАС России было издано совместное информационное письмо «О недопустимости недобросовестной конкуренции на рынке вкладов»³³, в котором были освещены основные виды недобросовестных практик при привлечении денежных средств граждан во вклады и разъяснена их квалификация с точки зрения антимонопольного законодательства и влияния на конкуренцию³⁴.

²⁸ Федеральный закон от 3.08.2018 № 322-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

²⁹ Программа предусматривает предоставление Банком России кредитов на срок до трех лет, обеспеченных поручительством АО «Корпорация «МСП», по ставке 6,5% годовых кредитным организациям, являющимся участниками Программы и предоставившим кредиты субъектам МСП.

³⁰ Программы предусматривают, что государство не размещает средства, а лишь возмещает часть выпадающих доходов по кредитам, выдаваемым банками по льготным ставкам субъектам МСП и АПК (программы субсидирования).

³¹ Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 30.12.2018 № 1764 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2019–2024 годах субъектам малого и среднего предпринимательства по льготной ставке».

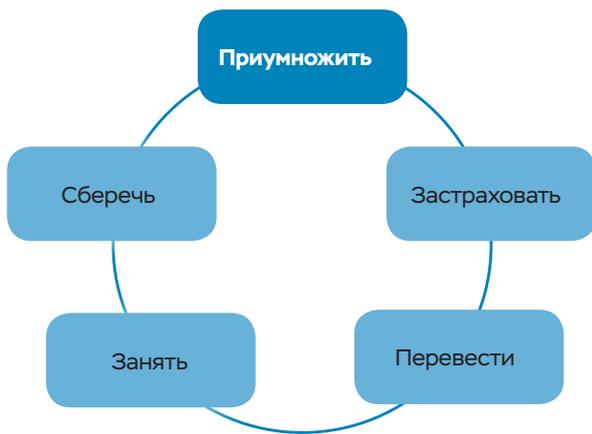
³² По состоянию на 29.10.2019 – порядка 90 банков из 37 регионов.

³³ Письмо от 29.12.2018 № ИН-01–52/82/ИА/108 764/18.

³⁴ ФАС России при участии Банка России ранее рассмотрел серию дел о нарушении антимонопольного законодательства по вопросам недобросовестного поведения отдельных банков, которое выразилось в привлечении вкладчиков повышенными процентными ставками по пополняемым срочным банковским вкладам с последующим ухудшением их потребительских свойств. Подобная практика противоречит требованиям добросовестности, разумности и справедливости (даже в тех случаях, когда банк формально не нарушает условия заключенного с потребителем договора); направлена на получение необоснованного преимущества; негативно сказывается как на добросовестных конкурентах, которые могли бы получить на обслуживание часть пострадавших вкладчиков (если бы нарушители не предлагали изначально завышенных ставок), так и на рынке в целом, подрывая доверие к нему со стороны потребителей.

3. ПРОДУКТОВЫЙ СЕГМЕНТ «ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ» (ТИП ФИНАНСОВОЙ УСЛУГИ – «ПРИУМНОЖИТЬ»)¹

Как было показано в прошлом аналитическом докладе, особенностью продуктовой линейки инвестиционных услуг является их более высокая потенциальная доходность, напрямую связанная с большей сложностью и большим риском, нежели традиционные банковские услуги².



Основные тенденции развития сегмента инвестиционных услуг:

- значительный рост числа розничных инвесторов;
- сокращение числа иностранных участников;
- все большее проникновение банков на рынок традиционных инвестиционных услуг, что изменяет не только состав конкурентной среды, но и трансформирует бизнес-модели остальных «небанковских» участников;
- значительную долю сегмента занимает инвестиционное страхование жизни (ИСЖ), распространение которого через банковские каналы продаж позволило сохранить позитивную динамику этого вида услуг в 2018 году.

3.1. Мониторинг уровня конкуренции

Доверительное управление и брокерские услуги

Портрет потребителя³ – инвестора

Исследование ценностей потребителя-инвестора, определяющих добавленную стоимость, выявило, что основными ее составляющими являются функциональные и эмоциональные элементы, а также элементы, изменяющие жизнь.

Как и для других видов услуг, ценность «Качество» является одной из главных функциональных ценностей для потребителя. В рамках данного сегмента понятие качества во многом определяется соотношением рискованной и доходной составляющих продукта. По этому критерию некоторые инвестиционные продукты (в том числе облигации федерального займа) близки к банковским депозитам и могут рассматриваться как взаимозаменяемые услуги (при достаточном уровне финансовой грамотности потребителя). В силу традиционно более высокого

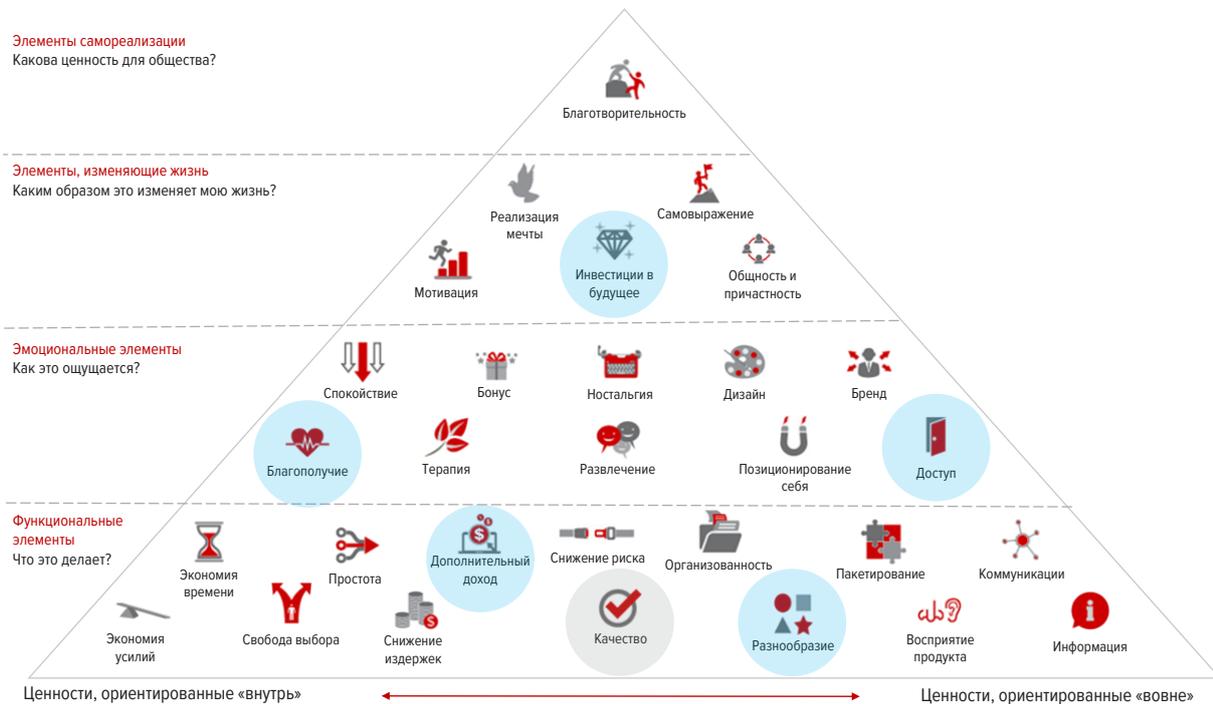
¹ Мониторинг состояния конкуренции на продуктовом сегменте инвестиционных услуг (с учетом особенностей инвестиционного консультирования) осуществляется по следующим видам услуг: доверительное управление, брокерские услуги и инвестиционное страхование жизни. В качестве первичных данных используются статистические данные Банка России по поднадзорным финансовым организациям (с учетом консолидации в группы).

² При этом некоторые инвестиционные продукты (в частности, облигации федерального займа) могут составить конкуренцию банковским продуктам при достаточном уровне финансовой грамотности потребителя в силу своих свойств (сочетание надежности и доходности), что и позволяет этому подсегменту демонстрировать позитивную динамику в отличие от других инвестиционных продуктов на рынке ценных бумаг.

³ Портрет потребителя инвестора был сформирован в соответствии с моделью, предложенной международной консалтинговой компанией Bain&Company. Explore the Elements of Value. www2.bain.com/bainweb/media/interactive/elements-of-value/#. Подробное описание модели см. в Приложении, «Модель 30 ценностей добавленной стоимости услуги».

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ-ИНВЕСТОРА

Рис. 21



доверия к банкам именно банковский канал продаж зачастую используется для распространения инвестиционных продуктов.

В силу ключевого назначения инвестиционных услуг (приумножение капитала) основную ценность для потребителя несут элементы, связанные с накоплением денежных средств в условиях роста неопределенности и претерпевающие трансформацию в зависимости от горизонта планирования. Для потребителя с краткосрочным планированием наибольшую ценность представляет возможность получения «Дополнительного дохода»; в среднесрочной перспективе речь идет о переходе на эмоциональный уровень (ценность «Благополучие»); в то же время потребитель, мыслящий в парадигме долгосрочного горизонта финансового планирования, большее внимание уделяет ценностям, изменяющим жизнь (ценность «Инвестиции в будущее»).

Выбор ценности «Разнообразии» обусловлен широким ассортиментом продуктовой линейки с разнообразными сочетаниями риска и доходности, а также возможностью получения структурных продуктов, являющихся результатом пакетирования брокерских услуг и сервиса по инвестиционным консультациям, а для банков – еще и банковских услуг.

Ценность «Доступ» особенно важна для потребителя и определяет модель его поведения на этом сегменте. Поставщик, предоставляющий высокотехнологичный канал продаж услуги, а также возможность дистанционного ее получения, в том числе и в других юрисдикциях, достигает значительного преимущества перед конкурентами.

Ежегодное исследование активности граждан на фондовом рынке, проведенное НАУФОР в 2019 г., показало, что количество счетов в России, открываемых онлайн через систему упрощенной идентификации, увеличилось в течение 2018 г. практически в два раза (с 40 тыс. до 75 тыс. счетов)⁴.

В силу специфики инвестиционных услуг повышаются требования к финансовой грамотности потребителя, который должен обладать соответствующей квалификацией для того, чтобы уметь

⁴ Как будет показано далее, во многом этот рост обеспечен ПАО Сбербанк, который опережающими темпами наращивает свою клиентскую базу.

СТРУКТУРА АКТИВОВ
НА БРОКЕРСКИХ СЧЕТАХ
(%)

Рис. 22



Источник: данные Банка России.

пользоваться интересующими его финансовыми инструментами (рис. 22, 23).

Представленная структура потребительских предпочтений⁵ свидетельствует о диверсификации рисков представленных активов брокеров. Отличия в предпочтениях клиентов разных типов профессиональных участников рынка ценных бумаг связаны как с различиями их бизнес-моделей, так и с более консервативной моделью поведения самих клиентов доверительного управления.

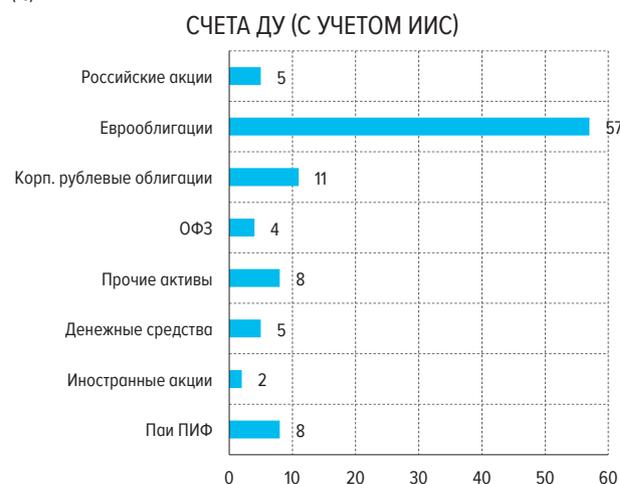
Количественная оценка⁶ и структура рынка

В 2018 г. сегмент **доверительного управления** продемонстрировал позитивную динамику роста объема рынка на 13% при снижении уровня конкуренции в данном сегменте. Как показывают расчеты Банка России, по показателю стоимости инвестиционного портфеля по договорам доверительного управления число лидеров⁷ сократилось с шести до пяти.

Не связанные с банками участники, в отличие от прошлого года, не вошли в состав лидеров, что может быть следствием более активной политики «банковских» поставщиков услуги на рынке доверительного управления. При этом доля каждого лидера выросла по сравнению с прошлым годом, что привело к значительному росту показателей GAP и CBR-Composite⁸ до 93 и 223 соответственно и снижению уровня конкуренции на рынке в целом⁹ (рис. 24).

СТРУКТУРА АКТИВОВ
НА СЧЕТАХ ДУ
(%)

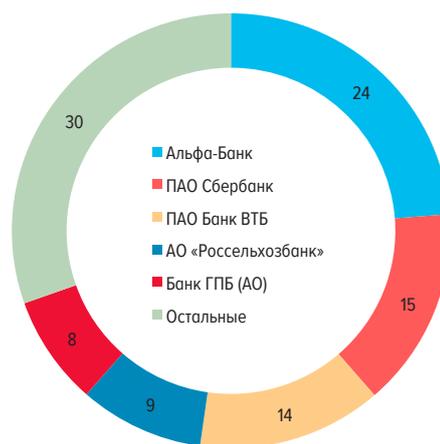
Рис. 23



Источник: данные Банка России.

ЛИДЕРЫ
СЕКТОРА ДУ
(%)

Рис. 24



Источник: данные Банка России.

⁵ См. ежегодное исследование активности граждан на фондовом рынке. НАУФОР, февраль 2019.

⁶ Количественная оценка здесь и далее осуществляется на основе данных Банка России.

⁷ В рамках данного доклада лидеры определяются согласно методологии Линда (см. Приложение, «Методика расчета показателей уровня конкуренции»).

⁸ Методика расчета показателей GAP и CBR-Composite приведена в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

⁹ Данные расчеты строятся без учета показателей стоимости инвестиционного портфеля ООО «Управляющая компания Фонда консолидации банковского сектора».

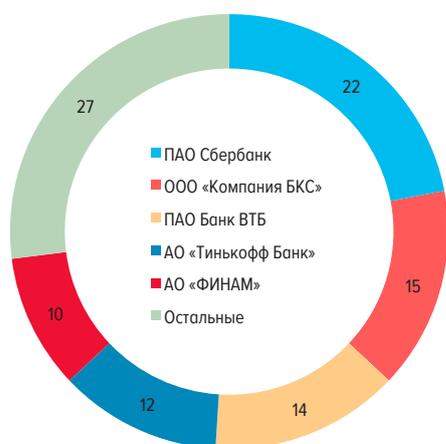
ЛИДЕРЫ СЕКТОРА БРОКЕРСКИХ УСЛУГ
ПО КОЛИЧЕСТВУ КЛИЕНТОВ
(%)

Рис. 25

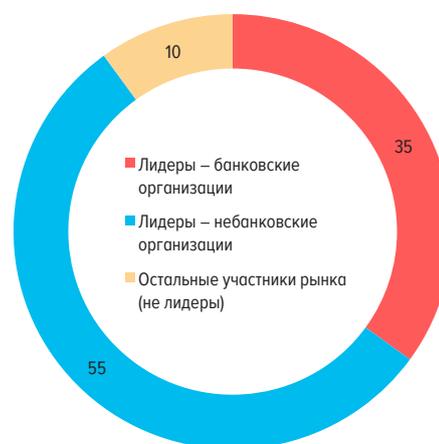
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЕДУЩИХ БРОКЕРОВ
ПО ОБОРОТУ СДЕЛОК
(%)

Рис. 26

Источник: данные Банка России.

Источник: данные Банка России.

По итогам 2018 г. общая сумма инвестиций граждан на **брокерских счетах** (без индивидуальных инвестиционных счетов, ИИС) составила 1,5 трлн руб., при этом объем поступивших на брокерские счета (без ИИС) денежных средств граждан за год превысил 1 трлн рублей¹⁰. Объем оборотов по брокерским услугам сократился на 4%, количество клиентов увеличилось практически на 50%, что может свидетельствовать о формировании значительной базы клиентов с пассивной стратегией инвестирования.

Лидерами сектора брокерских услуг по привлечению клиентов стали пять организаций, три из которых являются банковскими. Совокупная доля их клиентской базы за 2018 г. увеличилась до 49%, тогда как у небанковских брокеров-лидеров – сократилась до 25% (рис. 25).

ПАО Сбербанк стало лидером по показателю количества клиентов, увеличив свою клиентскую базу чуть более чем в два раза. Основой для этого стал целый комплекс стратегических мер: внедрение дистанционного открытия брокерских счетов через мобильное банковское приложение, запуск продаж через канал премиального обслуживания, обновление мобильного инвестиционного приложения, сокращение сроков открытия брокерских счетов, а также льготное ценообразование: на открытие брокерского счета, зачисление и вывод средств.

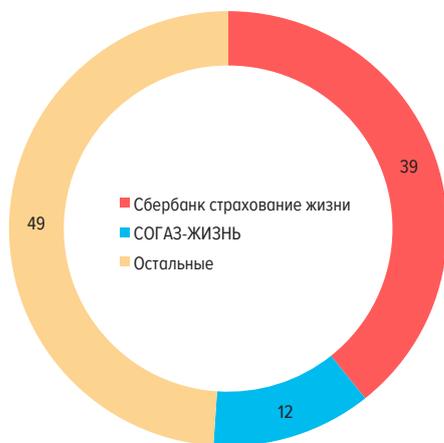
Анализ конкуренции, проведенный по показателю **оборота брокерских сделок**, выявил 27 ведущих финансовых групп из 349 участников рынка, из которых 15 связаны с банками. Проведенные расчеты показывают высокий уровень конкуренции, о чем свидетельствует и низкий уровень индекса CBR-Composite, равный -329.

Банковские организации – лидеры, за исключением ПАО Сбербанк (его оборот¹¹ снизился на 24%), показали за 2018 г. больший, чем профильные небанковские лидеры, прирост своей совокупной доли и по показателю оборотов. Однако в объеме оборота по-прежнему преобладают профильные (небанковские) брокеры (рис. 26).

¹⁰ По данным НАУФОР.

¹¹ Под оборотом понимается объем сделок купли-продажи и репо с ценными бумагами, осуществляемых на биржевом и внебиржевом рынках с учетом консолидации в группы.

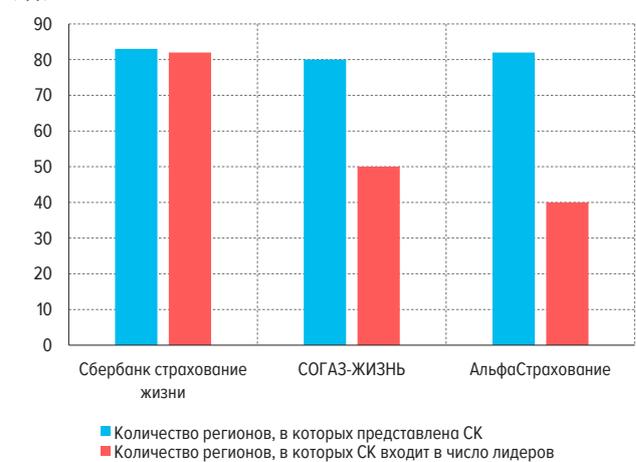
СТРУКТУРА СЕГМЕНТА ИСЖ (%)



Источник: данные Банка России.

Рис. 28

РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ УСЛУГ ЛИДЕРОВ ИСЖ (ЕД.)



Источник: данные Банка России.

Рис. 29

Количественная оценка¹³ и структура рынка

В 2018 г. темп прироста сегмента ИСЖ существенно замедлился (с 67,2 до 33,2%), что может быть обусловлено возвратом части потребителей к более привычному продукту – банковскому вкладу, поскольку доходность ИСЖ могла не оправдать ожидания потребителей¹⁴, а также мерами Банка России по пресечению и предупреждению недобросовестных практик продаж (мисселинга).

По итогам анализа выявлено два лидера федерального уровня¹⁵: ООО СК «Сбербанк страхование жизни» и ООО «Страховая компания «СОГАЗ-ЖИЗНЬ». Кроме того, ближайшим конкурентом данных организаций является группа «АльфаСтрахование», которая не является лидером федерального уровня (лидирует менее чем в половине регионов), но занимает 12% рынка (рис. 28, 29). За 2018 г. страховые премии данной группы возросли на 7%, в то время как премии ООО «Страховая компания «СОГАЗ-ЖИЗНЬ» и ООО СК «Сбербанк страхование жизни» увеличились на 63 и 75% соответственно.

На конец отчетного периода деятельность лидеров федерального уровня по инвестиционному страхованию жизни практически во всех регионах их присутствия показала положительные результаты (отсутствие убыточности)¹⁶.

В среднем по России агрегированный показатель CBR-Composite¹⁷ составил -12, при этом единственный региональный лидер был выявлен в 14 субъектах Российской Федерации. Количество регионов с высоким уровнем конкуренции за 2018 г. увеличилось с 6 до 11, в то время как с низким – сократилось с 9 до 7¹⁸.

¹³ Количественная оценка осуществляется на основе данных Банка России.

¹⁴ По оценке Банка России, средняя доходность по завершившимся договорам составила 3,3% (трехлетние договоры) и 2,4% (пятилетние договоры) годовых. По действующим договорам по лидерам рынка средняя доходность составляет 0,9% (трехлетние договоры) и 1,6% (пятилетние договоры) годовых. В то же время ставки по депозитам свыше одного года в IV квартале 2018 г. составили 6,7% годовых (средневзвешенный показатель).

¹⁵ Лидером федерального уровня в данном разделе признается страховая организация (группа), соответствующая двум критериям: она входит в состав лидеров (согласно методике расчета индекса Линда) более чем в половине субъектов Российской Федерации, и ее совокупная доля на федеральном рынке превышает 10%.

¹⁶ За исключением Республики Северная Осетия – Алания.

¹⁷ Методика расчета показателя CBR-Composite приведена в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

¹⁸ Расчеты осуществлялись по методике, описанной в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции» на основе данных Банка России. Более подробная информация о состоянии конкуренции приведена в Приложении, «Показатели рыночной власти на страховом рынке по округам Российской Федерации».

3.2. Искажение конкурентного поля и корректирующие меры

Диагностика

Результаты проведенного в прошлом году анализа показали необходимость внедрения пропорционального регулирования брокерской деятельности и устранения возможности регулятивного арбитража между деятельностью профессиональных участников и кредитных организаций. Более подробно диагностика представлена в разделе 2 «Продуктовые сегменты «Кредитование» и «Привлечение средств» в региональном разрезе (типы финансовых услуг – «Занять» и «Сберечь»).



Реализованная мера. В 2018 г. Банком России была опубликована Концепция пропорционального регулирования и риск-ориентированного надзора за НФО, в том числе брокерской деятельности¹⁹, и издано Указание Банка России от 17.12.2018 № 5013-У²⁰, в котором регулятивная нагрузка зависит от объемов рисков, принимаемых участниками рынка. Оценка таких рисков определяется следующими критериями: качественный (вид деятельности) и количественный (масштаб деятельности)²¹.



Прорабатываемая мера. Распространение принципов пропорционального регулирования на всю совокупность рисков, связанных с различными возможными видами деятельности компании.



Прорабатываемая мера. Консолидированный надзор на кросс-секторальной основе, охватывающий все сферы деятельности поднадзорных Банку России финансовых организаций (групп).



Прорабатываемая мера. Законодательное закрепление механизма сегрегации денежных средств, привлекаемых кредитными организациями – брокерами, призвано устранить существующий дисбаланс в защите денежных средств, привлеченных в рамках банковской и брокерской деятельности.

Диагностика

Как показали расчеты по показателю количества клиентов и объема оборотов, модель бизнеса «банковских» брокеров основывается на наращивании клиентской базы, а не оборотов, и при этом тенденция по их лидерству сохраняется:

- количество клиентов растет, в том числе за счет кросс-продаж: значительной клиентской базы в сфере традиционных банковских услуг и высокой узнаваемости банковского бренда (в широком смысле этого слова);
- сервисы, изначально созданные для предоставления клиенту банковских продуктов (зарплатные карты и вклады) и уже имеющие критическую массу их потребителей, за счет сетевых эффектов становятся инструментом активного привлечения клиентов и на рынках брокерских, и иных инвестиционных услуг через единый канал продаж;
- отрицательная динамика ставок по депозитам в сочетании с льготным ценообразованием на брокерские услуги стимулирует «банковских» клиентов переходить на брокерское обслуживание, а не открывать/продолговать вклады;

¹⁹ www.cbr.ru/content/document/file/46871/propnadz.pdf.

²⁰ Указание Банка России от 17.12.2018 № 5013-У «О внесении изменений в Положение Банка России от 27 июля 2015 года № 481-П «О лицензионных требованиях и условиях осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, ограничениях на совмещение отдельных видов профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, а также о порядке и сроках представления в Банк России отчетов о прекращении обязательств, связанных с осуществлением профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, в случае аннулирования лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг».

²¹ В качестве основных критериев пропорциональности в зарубежных юрисдикциях выделяются: характер или вид деятельности компании на рынке; масштаб деятельности (доля компании на рынке, ее возможность влиять на рынок в целом); сложность организационной структуры.

– ресурсы банка могут быть использованы для расширения продуктовых линеек в сфере инвестиций и стать кросс-секторальным конкурентным преимуществом.

Бизнес-модель небанковских брокеров-лидеров предполагает не только стимулирование высокой торговой активности клиента за счет инвестиционного консультирования, но и значительные маркетинговые усилия для привлечения новых клиентов, включая разработку новых инвестиционных продуктов с более высокой маржинальностью, чем стандартные брокерские услуги, а также пакетирование брокерского сервиса и сервиса по инвестиционным консультациям. Такая стратегия позволяет привлечь клиентов с менее активной моделью поведения, снижая значимость комиссии за оборот в структуре доходов брокера.



Предлагаемая мера. Внедрение кодекса этики (через механизмы мягкого регулирования поставщиков финансовых услуг):

– при наличии прямого волеизъявления клиента принцип заботливости реализуется непосредственным выполнением соответствующего распоряжения на наилучших возможных условиях (**компонент заботливости**);

– при отсутствии такого волеизъявления компания должна руководствоваться еще и правилом «не навреди принципалу» (**компонент осмотрительности**).

В частности, при предложении финансовых услуг необходимо проводить тщательную проверку пригодности продукта для клиента с точки зрения его инвестиционных потребностей, знаний и отношения к риску. Такая проверка предполагает не только наличие требований к квалификации работников и инфраструктуре, взаимодействующей с клиентом, но и обоснование результатов подобной проверки самому потребителю в понятной форме.

Диагностика

Одним из субститутов традиционных инвестиционных продуктов по потребительскому качеству является ИСЖ; с точки зрения цепочки создания стоимости наиболее близким к нему аналогом является банковский продукт – структурный депозит или структурные облигации.

Для продвижения ИСЖ поставщики услуги, в первую очередь банки-агенты, достаточно часто используют эту аналогию и продают продукт ИСЖ под видом другого продукта (банковского депозита) или создают особый пакетированный продукт – «ИСЖ+депозит». При этом сам продукт ИСЖ не является таким простым для потребителя, как его аналоги.

Структуру стоимости продукта ИСЖ можно в упрощенном виде представить следующим образом: защитная часть, инвестируемая в инструменты с фиксированным доходом, которая гарантирует 100%-ную возвратность средств клиента (при отсутствии досрочного расторжения договора на горизонте 3–5 лет либо при наступлении страхового случая), и рисковая часть, инвестируемая в инструменты, которые могут принести потенциально высокий доход.

Еще одной составляющей стоимости услуги, невидимой для потребителя, является комиссия, которую зарабатывает поставщик услуги (банк или агент, входящий в одну группу со страховой компанией или имеющий партнерские отношения с ней), что уменьшает сумму средств, которая пойдет на инвестирование для получения дополнительного дохода. При этом поставщик услуги имеет возможность получить доход не только в рамках агентского вознаграждения за продажу самого продукта, но и доход от размещения денег (получатель дохода – инвестор (брокер/ДУ), как правило, аффилированный с тем же банком). Как и в любом другом бизнесе, консолидация деятельности (цепочка «страховая компания – банк – брокер/ДУ») позволяет фонтировать изменения тарифов из других источников прибыли банковской группы, а также использовать каналы ее получения с учетом минимизации своих затрат.

Рисковая часть ИСЖ является достаточно сложной для понимания и прогнозирования, что упрощает возможность манипулирования потребительскими предпочтениями. При этом поставщик услуги, целью которого является получение собственного дохода, а не клиента, имеет возможность осуществлять недобросовестные практики в рамках выбора рискованных активов, выбирая более дешевые для него механизмы, но не всегда приносящие доход клиенту.

Низкая информированность клиентов об инвестиционной составляющей и отсутствие обязательств по обеспечению доходности позволяют максимизировать выгоду продавца продукта и/или эмитента, а не клиента, что приводит к возникновению классической проблемы «агента-принципала».

Сама процедура выплаты дохода клиенту, основанная на ценовом индексе рискованной составляющей, предполагает акцент внимания клиента на динамике цены актива, а не совокупного полученного по нему дохода. Как результат, продавец может не раскрывать потребителю сути базовых активов, все их риски и особенности, а также индекс их абсолютного дохода, что позволяет еще больше увеличивать маржинальность данного продукта для поставщика.

Низкая осведомленность потребителей о продукте, а также недобросовестные практики продаж (мисселинг) продуктов ИСЖ приводит к асимметрии информации по инвестиционным продуктам и создает преимущество для ИСЖ по отношению к его субститутам. При этом ключевая потребительская ценность этой услуги («Информация») остается неудовлетворенной, о чем свидетельствует и замедление темпов роста сегмента ИСЖ.

Это ставит перед регулятором задачу обеспечения сравнимости финансовых услуг для потребителя, в том числе путем разработки и совершенствования соответствующих стандартов.



Реализованная мера. В 2018 г. Банк России утвердил «Базовый стандарт защиты прав и интересов физических и юридических лиц – получателей финансовых услуг, оказываемых членами СРО, объединяющих страховые организации».



Реализованная мера. В 2018 г. разработан (и с 1.04.2019 вступил в силу) нормативный акт Банка России, устанавливающий обязательный перечень детальной информации, которая должна быть предоставлена лицу, намеревающемуся заключить договор добровольного страхования жизни²². В частности, потребитель должен быть проинформирован о том, что договор ИСЖ не является договором банковского вклада и переданные по нему денежные средства не подлежат страхованию²³.



Предлагаемая мера. Внедрение кодекса этики (через механизмы мягкого регулирования) поставщика услуг ИСЖ как для исключения регулятивного арбитража между поставщиками инвестиционных услуг, так и для повышения доходности для клиента. Первоочередным шагом может стать повышение прозрачности вложений граждан, включая обязанность поставщика регулярно предоставлять отчеты о произведенном инвестировании, а также информацию о его истории за последние годы с учетом трека доходности.

Развитие финансовых технологий – робоэдвайзинг

В условиях активной цифровизации экономики все большее распространение получают автоматизация и алгоритмизация процессов, что открывает все новые возможности для вовлечения более широкого круга потребителей и более полного удовлетворения их ценностей.

Одной из стремительно меняющихся областей является инвестиционное консультирование – услуга, позволяющая инвесторам пользоваться профессиональными рекомендациями при совершении сделок с различными активами, в том числе с ценными бумагами и производными финансовыми инструментами.

Фирмам, деятельность которых связана с инвестиционным консультированием, автоматизация и алгоритмизация позволяют существенно снизить их расходы (транзакционные издержки – за счет лучшей обработки данных при получении профиля клиента, а также расходы

²² Указание Банка России от 11.01.2019 № 5055-У «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления добровольного страхования жизни с условием периодических страховых выплат (ренты, аннуитетов) и (или) с участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика» (вступило в силу 1.04.2019).

²³ В соответствии с Федеральным законом от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации».

на поддержание филиальной сети подразделений) и оптимизировать тарифы за счет сетевых эффектов платформы (робот-советник), вовлекая более широкий круг инвесторов.

Предпочтения потребителя относительно формата получения совета (инвестиционный советник или робот-советник (робоедвайзер) зависят от сложности запроса самого клиента. Как правило, роботы-советники нацелены на массового потребителя, ищущего базовые рекомендации («установите и забудьте») и управление портфелем в режиме онлайн. Они также способны определить риск-профиль клиента и сформировать на его основе портфель активов в рамках базовых стратегий. Однако для выработки более сложных решений, отвечающих нетипичным запросам со стороны клиента, возможностей роботов-советников на данном этапе развития технологий может быть недостаточно, поэтому клиенты, как и раньше, прибегают к услугам «живого» консультанта.

Для потребителя использование передовых технологий, позволяющих инвестиционным советникам оказывать услуги потребителю-инвестору дистанционно и в автоматическом режиме, способствует лучшему удовлетворению базовых для инвестиционных услуг ценностей – «Доступ» и «Разнообразие» (за счет снятия территориальных ограничений). Регистрация на платформе максимально упрощена и полностью автоматизирована (с целью определения категории потребителя используется достаточно короткий вопросник). Это привлекает более технологически вовлеченных инвесторов и тех, кто менее склонен к личному общению с консультантами, что снижает затраты потребителя на получение услуги (ценности «Экономия времени» и «Экономия усилий»).

В перспективе развитие робоэдвайзинга с применением машинного обучения и искусственного интеллекта позволит инвестиционным советникам более точно определять профиль потребителя (включая его психотип) для формирования индивидуальных рекомендаций.

Однако помимо перечисленных преимуществ использование роботов-советников несет в себе и определенные риски, вплоть до риска финансовой стабильности, что требует внимания к ряду следующих вопросов:

- прозрачность цен и проблема асимметрии информации;
- формирование предложения инвестиционных услуг, наилучшим образом соответствующего заранее определенному риск-профилю инвестора и горизонту актуальности для инвестора;
- целостность и исполнимость рекомендаций робота-советника, а также возможность частичного их исполнения с учетом издержек инвестора;
- реализация этических принципов: инвестиционный советник должен обеспечить принятие роботом-советником наилучших для потребителя решений независимо от принципов ценообразования и других факторов, вызывающих сложности сопоставления;
- конфликт интересов, возникающий при совпадении или тесной связи разработчика инвестиционного советника и финансовых инструментов, которые предлагаются этим советником.

В зависимости от типа выбранного инвестиционного консультирования и видов совершаемых сделок могут проявляться риски, связанные с технологическими ограничениями продукта:

- «проскальзывание» при автоследовании, когда ведомый участник торгов не успевает вслед за советником совершить сделку на аналогичных условиях;
- существенные ценовые изменения при массовом подключении к одному и тому же инвестиционному советнику;
- ошибки программного обеспечения.

Данные риски невозможно устранить, приняв законодательную инициативу или внедрив стандарт деятельности советников. О них потребитель должен быть не просто уведомлен заранее, а ему должны быть подробно объяснены все последствия, вытекающие из этих рисков, доведены меры по возможному разделению рисков или их минимизации.



Реализованная мера. В 2018 г. вступил в силу Федеральный закон от 20.12.2017 № 397-ФЗ²⁴, который заложил правовые основы деятельности инвестиционных советников, предоставляющих индивидуальные инвестиционные рекомендации.

Во исполнение положений данного закона Банком России принят пакет необходимых нормативных актов²⁵, в которых закреплены требования к деятельности инвестиционных советников, порядку составления риск-профиля инвестора, использования программ для электронных вычислительных машин (роботов-советников), информирования клиента о рисках и так далее.

Раскрытие структуры тарифов за пользование услугами инвестиционных советников и роботов-советников позволит уменьшить асимметрию информации между поставщиками услуги и клиентом, а также упростить сопоставление комиссий услуг инвестиционного консультирования при личном общении и в режиме онлайн.

Создание единого стандарта анкеты «содержательного обсуждения» с использованием поведенческих вопросов для определения рисков и информации, при которой потребитель не может продвигаться вперед, пока не ответит на них, с обязательной проверкой достоверности ответов.



Прорабатываемая мера. В дополнение к нормативным требованиям для повышения защиты прав инвесторов Банк России определил перечень и требования к базовым стандартам СРО инвестиционных советников (о защите прав и интересов инвесторов, а также об операциях, подлежащих стандартизации).

В настоящее время проект нормативного акта Банка России дорабатывается по итогам экспертного обсуждения.

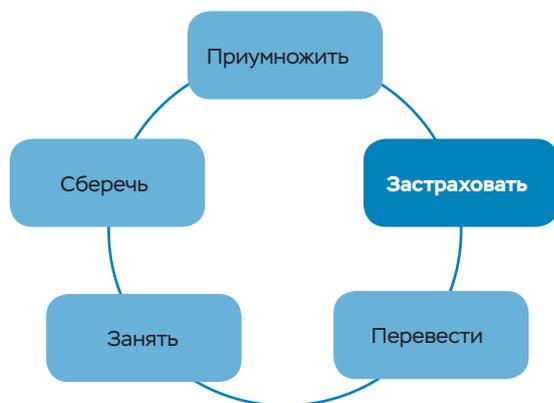


Предлагаемая мера. Развитие требований в отношении инвестиционного консультирования вне зависимости от формата, что может предполагать, в частности, закрепление этических аспектов использования искусственного интеллекта в обслуживании клиента, направленных в первую очередь на защиту потребителя услуг.

²⁴ Федеральный закон от 20.12.2017 № 397-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и статью 3 федерального закона «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка».

²⁵ Указание Банка России от 02.11.2018 № 4956-У «О требованиях к инвестиционным советникам»; Указание Банка России от 15.11.2018 № 4970-У «О порядке и сроках принятия Банком России решения о внесении (об отказе во внесении) сведений о юридическом лице (индивидуальном предпринимателе) в единый реестр инвестиционных советников, перечне документов, на основании которых Банк России принимает решение о внесении (об отказе во внесении) сведений о юридическом лице (индивидуальном предпринимателе) в единый реестр инвестиционных советников, форме заявления о внесении сведений о юридическом лице (индивидуальном предпринимателе) в единый реестр инвестиционных советников, основаниях для принятия Банком России решения об отказе во внесении сведений о юридическом лице (индивидуальном предпринимателе) в единый реестр инвестиционных советников и порядке ведения Банком России единого реестра инвестиционных советников»; Указание Банка России от 27.11.2018 № 4980-У «О порядке аккредитации программ для электронных вычислительных машин, посредством которых осуществляется предоставление индивидуальных инвестиционных рекомендаций»; Указание Банка России от 17.12.2018 № 5014-У «О порядке определения инвестиционного профиля клиента инвестиционного советника, о требованиях к форме предоставления индивидуальной инвестиционной рекомендации и к осуществлению деятельности по инвестиционному консультированию».

4. ПРОДУКТОВЫЙ СЕГМЕНТ «СТРАХОВАНИЕ» В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ (ТИП ФИНАНСОВОЙ УСЛУГИ – «ЗАСТРАХОВАТЬ»)



По итогам 2018 г. рынок страхования в целом продемонстрировал позитивную динамику, переломив негативные тенденции последних лет по отдельным видам страхования (прирост – 8,4%¹). Качественные изменения на данном рынке, а также повышение спроса на страховые услуги со стороны населения привели к снижению убыточности до минимального за последние пять лет уровня и значительному росту прибыли страховщиков на фоне снижения среднего размера страховых премий.

Кроме того, наблюдается тенденция по расширению дистанционных каналов продаж страховых продуктов², что также способствует снижению издержек страховщиков и повышению доступности услуг для страхователей.

В рамках исследования состояния конкуренции на данном рынке были проанализированы следующие сегменты страхового сектора: автострахование (добровольное – каско, обязательное – ОСАГО), ДМС³.

4.1. Мониторинг уровня конкуренции

Портрет потребителя⁴ услуги страхования

В силу особенностей рынка страхования и клиенты, и поставщики услуг выстраивают свою модель поведения с учетом рисковой составляющей. Потребитель оценивает страховую услугу по итогам взаимодействия со страховой компанией как при покупке страхового полиса, так и при наступлении страхового случая.

Клиенты страховых компаний, как и других финансовых организаций, ценят «Качество» услуги – получение услуги по разумным страховым премиям с последующей достойной выплатой при наступлении страхового случая. Сама по себе возможность получения такой выплаты позволяет потребителю снизить издержки по устранению нанесенного ущерба. «Снижению издержек» потребителя также способствует возможность получения «скидок» в случае позитивной страховой истории.

Как показывает российская и международная практика, для потребителя выплаты зачастую сопряжены с временными затратами, поэтому они отмечают необходимость соблюдения ценности «Экономия времени» страховыми компаниями при покупке страхового полиса, а также при урегулировании ущерба (включая упрощение процедуры фиксации инцидента).

¹ За исключением страхования жизни (данные Банка России).

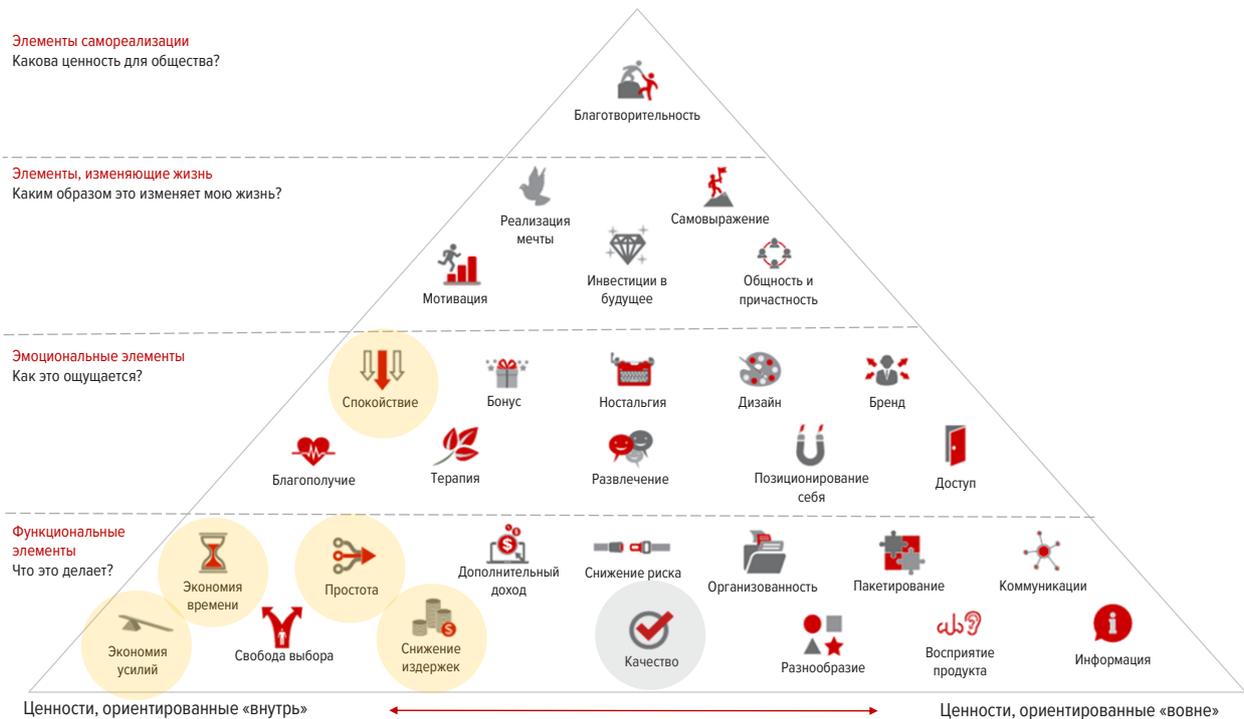
² Прежде всего за счет развития электронного ОСАГО, которое составляет более 90% от всех взносов, полученных страховщиками дистанционно.

³ Обязательное медицинское страхование в рамках этого исследования не рассматривалось, поскольку является скорее механизмом социального обеспечения населения, чем, собственно, страховой услугой.

⁴ Портрет потребителя-страхователя был сформирован в соответствии с моделью, предложенной международной консалтинговой компанией Bain&Company. Explore the Elements of Value. www2.bain.com/bainweb/media/interactive/elements-of-value/#. Подробное описание модели см. в Приложении, «Модель 30 ценностей добавленной стоимости услуги».

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ-СТРАХОВАТЕЛЯ

Рис. 30



Помимо указанных функциональных элементов, для страхования характерна эмоциональная составляющая – «Спокойствие», которая в отличие от свойства страховой услуги (чувство защищенности как мотив покупки полиса) предполагает, что при наступлении страхового случая страховщик поможет клиенту преодолеть стресс, а не усилит его.

Кроме описанных выше ценностей потребителя, которые выступают ориентирами для страховых компаний, важной частью потребительского профиля является страховая культура, которая олицетворяет способность потребителя целенаправленно пользоваться страховыми услугами, что предполагает понимание потребителем сущности приобретаемой услуги.

Неполное понимание природы услуги страхования потребителем приводит к нежеланию рассматривать альтернативные пути сокращения издержек в рамках того или иного вида страхования, перекалыванию возможных рисков на государство, а также другим негативным факторам, препятствующим развитию добровольного страхования.

Одновременно снижение качества предоставляемых страховых услуг, ненадлежащее исполнение страховыми организациями обязательств по договорам страхования и их незаинтересованность в защите интересов потребителей, практика намеренного игнорирования и даже использования пассивности потребителей могут являться следствием демотивации самих поставщиков услуги в развитии страхового рынка.

Такие действия могут приводить к краткосрочному успеху компании за счет снижения уровня убыточности, но в долгосрочном периоде будут способствовать увеличению репутационных издержек и увеличению вмененного бремени государства на поддержание участников страхового рынка. Кроме того, в результате этих действий ограничивается удовлетворенность потребителя и, как следствие, сдерживается проникновение страховых услуг и рост рынка в целом.

Автострахование (ОСАГО и каско)

Количественная оценка⁵ и структура рынка

По итогам 2018 г. сегмент **ОСАГО** показал рост около 1,8%, чему способствовало в первую очередь увеличение продаж новых автотранспортных средств. В целом ситуация по ОСАГО стабилизируется: если по итогам 2017 г. коэффициент выплат превышал 100% в 20 субъектах Российской Федерации, то в 2018 г. – только в восьми.

В 2018 г. в этом сегменте на федеральном уровне по индексу Линда выявлено три лидера, а также три компании, которые не являются федеральными лидерами в силу своей доли, но занимают ведущее положение в большинстве субъектов Российской Федерации: АО «СОГАЗ», САО «ВСК» и ПАО СК «Росгосстрах» (рис. 31, 32).

Сегмент **каско**, в свою очередь, представляет собой дополнительную услугу по отношению к ОСАГО как для страховых компаний, извлекающих дополнительный доход, так и для потребителей, создавая для них закрытый контур страхования рисков, связанных с использованием автотранспортного средства.

В 2018 г. данный сегмент страхования впервые за последние четыре года продемонстрировал позитивную динамику, чему способствовал рост продаж новых автомобилей⁶, распространение франшиз, повышающих ценовую доступность этого вида услуг для потребителей, а также расширение программ, позволяющих страхователю самостоятельно выбирать набор страхуемых рисков. Кроме того, стабилизации сегмента способствовала работа страховщиков над реструктуризацией своих портфелей.

В отчетном периоде ведущими игроками по индексу Линда стали пять компаний, и, согласно используемым критериям, они не являются федеральными лидерами:

- группы САО «ВСК» и ПАО СК «Росгосстрах», которые входят в число лидеров в большинстве субъектов Российской Федерации, занимают менее 10% рынка;
- группы СПАО «РЕСО-Гарантия», АО «Группа Ренессанс Страхование» и СПАО «Ингосстрах» занимают достаточно большую долю на федеральном рынке, но лидируют менее чем в половине регионов.

СТРУКТУРА СЕГМЕНТА
ОСАГО
(%)

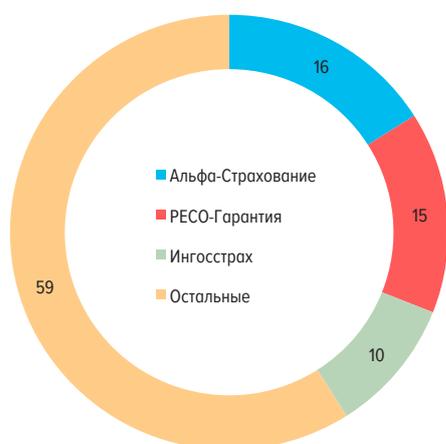


Рис. 31

РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ УСЛУГ
ЛИДЕРОВ ОСАГО
(ЕД.)

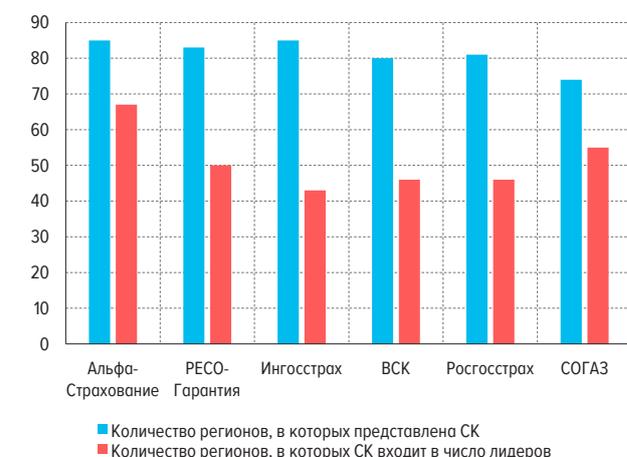


Рис. 32

Источник: данные Банка России.

Источник: данные Банка России.

⁵ В качестве первичных данных для исследования использовались статистические данные Банка России о деятельности страховых организаций (как консолидированных в группы, так и независимых участников рынка).

⁶ В первую очередь за счет государственных программ льготного кредитования на приобретение автомобилей, произведенных в России, а также льготных тарифов по каско при покупке автомобиля в кредит.

СТРУКТУРА СЕГМЕНТА КАСКО (%)



Рис. 33

РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ УСЛУГ ЛИДЕРОВ КАСКО (ЕД.)



Рис. 34

Источник: данные Банка России.

Источник: данные Банка России.

СПИСОК РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ АВТОСТРАХОВАНИЯ, ТРЕБУЮЩИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

Табл. 1

| | Наименование субъектов Российской Федерации |
|--------------------------|--|
| ОСАГО (16 субъектов) | Амурская область, город федерального значения Севастополь, Еврейская АО, Карачаево-Черкесская Республика, Магаданская область, Ненецкий АО, Приморский край, Республика Адыгея, Республика Алтай, Республика Бурятия, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Республика Крым, Республика Северная Осетия – Алания, Республика Тыва, Чукотский АО |
| Каско (12 субъектов) | Ивановская область, Кабардино-Балкарская Республика, Костромская область, Краснодарский край, Московская область, Республика Башкортостан, Республика Бурятия, Республика Северная Осетия – Алания, Ростовская область, Саратовская область, Челябинская область, Ямало-Ненецкий АО |
| ОСАГО+каска (2 субъекта) | Республика Бурятия, Республика Северная Осетия – Алания |

При этом важно отметить, что доля «регионов-пустынь»⁷, свойственных сегменту каско, за отчетный период сократилась с 36 до 31%.

Информация о региональных рынках автострахования, требующих особого внимания с точки зрения повышенного риска ухода лидера и обострения ситуации, представлена в таблице 1.

Результаты оценки уровня конкуренции

В целом результаты анализа, проведенного на основе данных Банка России, свидетельствуют об улучшении в 2018 г. по сравнению с 2017 г. состояния конкуренции в сегментах ОСАГО и каско⁸:

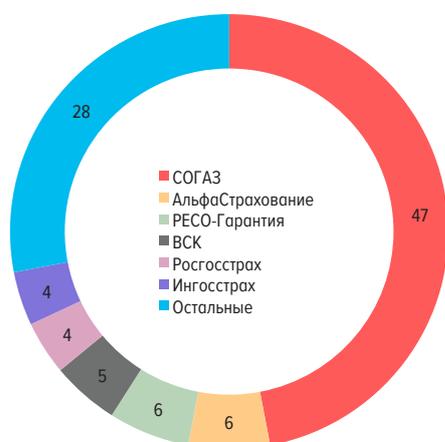
- показатель рыночной активности в обоих сегментах отражает повышение уровня развития конкурентного окружения лидеров (совокупный показатель GAP по автострахованию уменьшился за год в 36 субъектах Российской Федерации; в целом по России он составил 25);
- динамика количества лидеров разнонаправленна: в сегменте ОСАГО количество субъектов с единственным лидером уменьшилось (с 8 до 4), в то время как в сегменте каско увеличилось (с 21 до 24);
- в среднем по Российской Федерации агрегированный показатель CBR-Composite⁹ практически не изменился и составил -41.

⁷ Для которых характерно наличие малого количества участников (менее восьми).

⁸ Подробные результаты анализа представлены в Приложении, «Показатели рыночной власти на страховом рынке по округам Российской Федерации».

⁹ Методика расчета показателя CBR-Composite приведена в Приложении, «Методика расчета показателей уровня конкуренции».

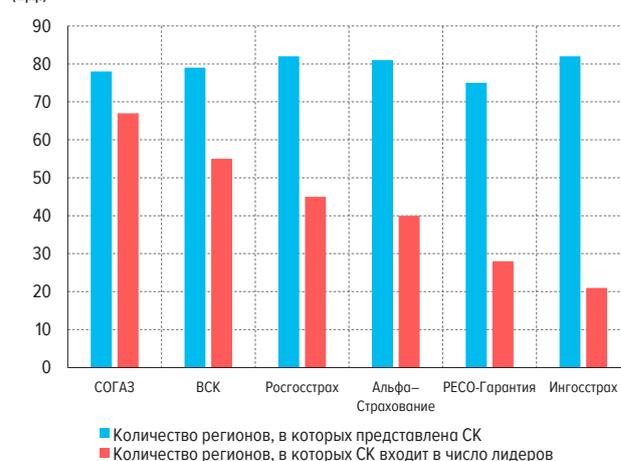
СТРУКТУРА СЕГМЕНТА ДМС (%)



Источник: данные Банка России.

Рис. 35

РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ УСЛУГ ЛИДЕРА И ЕГО КОНКУРЕНТОВ В СЕГМЕНТЕ ДМС (ЕД.)



Источник: данные Банка России.

Рис. 36

Добровольное медицинское страхование (ДМС)

Количественная оценка¹⁰ и структура рынка

В 2018 г. в сегменте ДМС наблюдалась положительная динамика. Годовой прирост этого сегмента составил 8,5% в связи с ростом цен на медицинские услуги и товары, а также изменениями в предпочтениях корпоративных клиентов. Кроме того, закон о телемедицине¹¹ создал дополнительные предпосылки как для увеличения спроса со стороны потребителя, так и для снижения издержек страховщиков.

В данном сегменте на рынке образовался один федеральный лидер: группа АО «СОГАЗ», занимающая лидирующее положение в 67 регионах с совокупной долей в 47% рынка.

В рамках прошлого аналитического доклада было показано, что АО «СОГАЗ» и ООО СК «ВТБ Страхование», являясь отдельными участниками рынка, уже занимали суммарную долю на рынке 43% (23 и 20% соответственно). После совершения сделки слияния этих компаний другие страховые компании уже не способны составить конкуренцию новому лидеру сегмента ДМС на федеральном уровне. Так, суммарная доля ближайших конкурентов, а именно САО «ВСК», СПАО «РЕСО-Гарантия», группы «АльфаСтрахование», СПАО «Ингосстрах», а также ПАО СК «Росгосстрах» составляет 25%, несмотря на широкую сеть их присутствия и многолетний опыт на рынке (рис. 35, 36).

Количество «регионов-пустынь» в сегменте ДМС за отчетный период не изменилось (два субъекта Российской Федерации).

Анализ деятельности значимых страховых компаний на предмет их убыточности показал необходимость уделять более пристальное внимание следующим региональным рынкам: Республика Карелия, Республика Коми, Республика Северная Осетия – Алания, Ханты-Мансийский АО, Ямало-Ненецкий АО.

Результаты оценки уровня конкуренции

В целом результаты анализа, проведенного на основе данных Банка России, свидетельствуют об улучшении состояния конкуренции в сегменте ДМС, несмотря на то, что количе-

¹⁰ В качестве первичных данных для исследования использовались статистические данные Банка России о деятельности страховых организаций (как консолидированных в группы, так и независимых участников рынка).

¹¹ Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья».

ство субъектов с единственным лидером по ДМС за прошедший год увеличилось с 5 до 14 (как следствие объединения в одну группу СОГАЗ и ВТБ):

- показатель рыночной активности по ДМС отражает повышение уровня развития конкурентного окружения лидеров (показатель GAP уменьшился в 44 субъектах Российской Федерации);
- в связи с этим в среднем по Российской Федерации агрегированный показатель CBR-Composite улучшился с -52 до -70 (улучшение наблюдается в 51 субъекте Российской Федерации; число регионов с высоким уровнем конкуренции составило 41).

4.2. Меры по развитию конкуренции

1. В прошлогоднем аналитическом докладе подчеркивалась важная роль частичной либерализации цен на ОСАГО, а также повышения прозрачности оказания услуг для выстраивания оптимального рыночного равновесия.



Реализованная мера. С 9.01.2019 расширен тарифный коридор по ОСАГО для физических лиц на 20% в обе стороны, а также существенно расширена категоризация страхователя в зависимости от возраста и стажа¹².



Реализованная мера. Как было отмечено в разделе по ИСЖ, в 2018 г. Банк России утвердил «Базовый стандарт защиты прав и интересов физических и юридических лиц – получателей финансовых услуг, оказываемых членами СРО, объединяющих страховые организации».

2. Банк России продолжает работу в области внедрения риск-ориентированного подхода на основе принципов Solvency II, которые предполагают не только регулирование рисков страховщиков с учетом географической компоненты¹³, поддержание их финансовой устойчивости и платежеспособности, но и развитие инвестиционной составляющей, основанной на принципе «осмотрительного человека».



Прорабатываемая мера. Банк России в течение 2018 г. провел первое количественное исследование в части составления экономического баланса и определения величины и структуры собственных средств, а также в части исследования корпоративного управления страховых компаний¹⁴. Второе количественное исследование, запланированное на 2019 г., будет посвящено предварительной калибровке параметров страхового риска.

3. В прошлом докладе Банком России была озвучена инициатива по компенсации рисков, связанных с наличием на рынке ДМС выраженной монополии с конкурентным окружением, – установление для отдельных категорий работодателей, предоставляющих своим работникам ДМС, обязанность на периодической основе (раз в пять лет) осуществлять отбор страховых компаний.



Прорабатываемая мера. В настоящее время Банк России прорабатывает данную инициативу с учетом сроков, установленных в Дорожной карте (IV квартал 2019 г.).

¹² Указание Банка России от 4.12.2018 № 5000-У «О предельных размерах базовых ставок страховых тарифов (их минимальных и максимальных значений, выраженных в рублях), коэффициентах страховых тарифов, требованиях к структуре страховых тарифов, а также порядке их применения страховщиками при определении страховой премии по договору обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств».

¹³ Низкий уровень регионального экономического развития приводит к тому, что значительную долю продуктового портфеля составляет обязательное страхование (ОСАГО), поэтому возникает зависимость страховщика от конкретных рыночных сегментов. Эта доля может варьироваться с учетом реальности условий регионального развития и спроса на страховые услуги.

¹⁴ Отчет о результатах первого количественного исследования опубликован на сайте Банка России в разделе «Финансовые рынки/Внедрение Solvency II».

5. КРОСС-СЕКТОРАЛЬНЫЕ МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Консолидация финансового рынка

Мониторинг, проведенный по всем продуктовым сегментам финансового рынка, показал, что одной из причин ухудшения состояния конкуренции являются сделки по консолидации финансового рынка, в связи с чем они требуют особого внимания со стороны государства.



Предлагаемая мера. Создать законодательные ограничения для совершения крупнейшими участниками финансового рынка сделок слияния и поглощения, в случае если доля объединенной компании превысит установленный предел (30%) хотя бы на одном из сегментов финансового рынка.

Большие данные

Особенностью современного финансового рынка в эпоху цифровизации является повышение значимости данных как источника конкурентного преимущества.

Использование алгоритмического анализа «больших данных» (Big data¹) создает предпосылки для роста производительности, разработки и внедрения инноваций и в конечном счете – повышения благосостояния потребителя.

Источники «больших данных» – это не только информация от клиента, получаемая при осуществлении транзакций, но и, например, его профиль в социальных сетях и тому подобное.

Банкам результаты обработки «больших данных» позволяют решать разнообразные задачи: управление взаимоотношениями с клиентами (привлечение, развитие программ лояльности); оценка кредитных рисков (создание профиля заемщика); инвестиционная деятельность банка (наблюдение за торгами, создание и использование прогнозных моделей); выполнение регулятивных требований (противодействие мошенничеству, комплаенс, формирование отчетности).

Для страховых компаний «большие данные» и их обработка также становятся одним из источников конкурентного преимущества и, следовательно, дополнительным прирываютом.

Мировые тенденции развития финансовых технологий демонстрируют начало конкурентного соперничества уже не только между традиционными поставщиками финансовых услуг, но и с так называемыми цифровыми новаторами, которые формально могут даже не быть финансовыми организациями².

¹ «Большие данные» – это информационный актив, характеризующийся таким большим объемом, скоростью и разнообразием, что для его преобразования в стоимость требуются специальные технологии и аналитические методы.

² В качестве таких пионеров страхового технологического бизнеса можно назвать компанию Tesco в Великобритании. Это гигантская продуктовая сеть супермаркетов, ее страховка «White Label» приобретена практически всеми крупными перевозчиками страны; о своих планах по созданию программы добровольного медицинского страхования объявили компании Amazon, JPMorgan Chase и Berkshire Hathway.

Например, в части страхового бизнеса подобного рода расширение списка участников рынка обусловлено в первую очередь изменившимися ценностями поколения молодых граждан, которые готовы к переходам от традиционного поставщика услуг к новаторам.

Сопоставляя две пирамиды ценностей – пирамиду поколения миллениум и пирамиду потребителя-страхователя (рис. 37) – можно констатировать, что поколение миллениум в большей степени обращает внимание на ценности, ориентированные на внешнее восприятие, нежели на внутреннее.

При этом клиенты поколения миллениум больше заботятся об элементах высшего порядка ценностей: в пирамиде ценностей клиентов страхования появляются элементы, изменяющие жизнь (ценность «Общность и причастность» и элемент самореализации «Благотворительность»), то есть клиенты в большей степени воспринимают услугу страхования не как личную услугу, а как общественную.

Потребители по-прежнему уделяют внимание функциональным элементам самой услуги. Ценность «Снижение издержек», связанная, как было уже сказано выше, с процедурой выплаты, является одной из основных ценностей страховых услуг, тогда как присутствие в пирамиде ценности «Пакетирование» говорит о необходимости предоставления поставщиками комплексных услуг в сфере страхования.

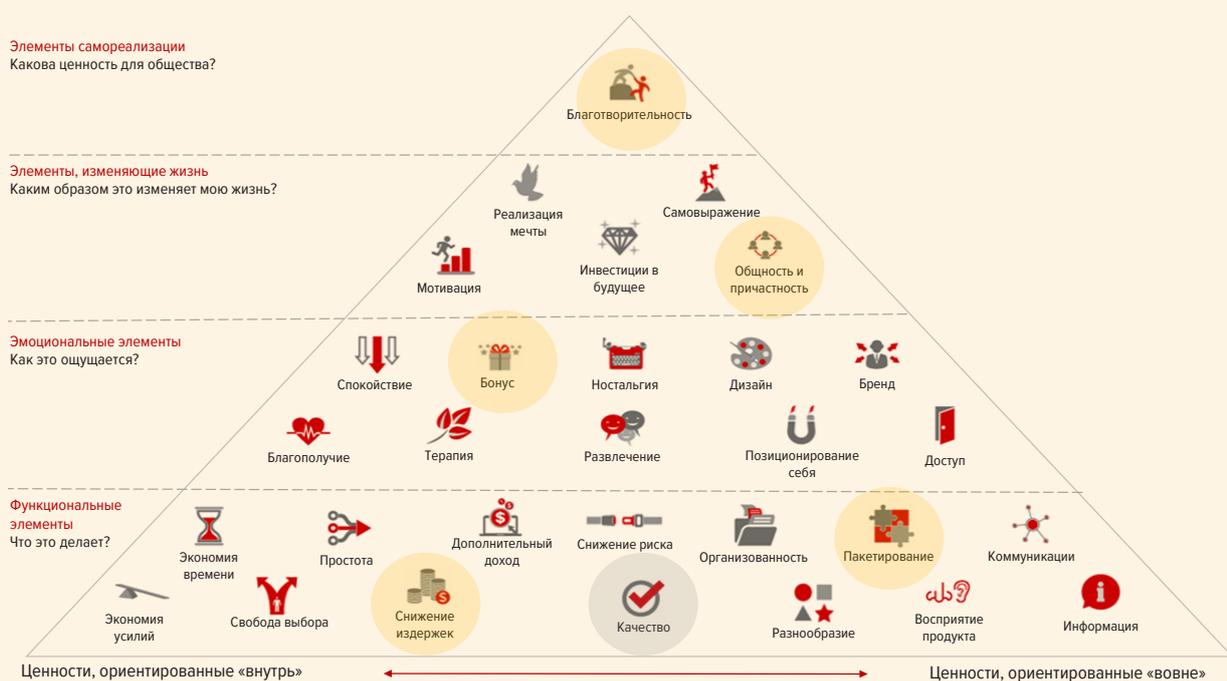
Одной из основных ценностей клиентов страховых услуг является также эмоциональный элемент «Бонусы», который напрямую связан с развитием программ лояльности, что свидетельствует о необходимости изменения политики стимулирования продаж поставщиками страховых услуг.

Представленная выше пирамида ценностей показывает, что для сохранения лидерства в страховой сфере необходимо пересмотреть практику взаимодействия потребителя и страховой компании и создать новые продукты, построенные на информации и аналитике.

Речь идет об обработке большого массива данных, которые способны очертить профиль клиента с дальнейшим предложением ему комплексного продукта (экосистема, представляющая со-

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ-СТРАХОВАТЕЛЯ

Рис. 37



бой агрегацию страховых и нестраховых услуг¹, а также создать многоканальные платформы обслуживания клиентов, основанные на автоматизированных процессах обработки данных с целью увеличения скорости и простоты процедуры выплат при наступлении страхового случая².

¹ Как показывает опрос страховых клиентов крупнейших финансовых рынков, интерес потребителей к экосистемным услугам значительно вырос. *Customer Behavior and Loyalty in Insurance: Global Edition 2017, Bain@Company.*

² Компания Lemonade (2016 г.) за два года стала одним из лидеров на рынке США. Одно из основных конкурентных преимуществ компании – создание инновационной системы FNOL (First Notice of Loss – первичное уведомление о страховом случае), основанной на чат-ботах, которая предоставляет автоматические выплаты по претензиям в течение нескольких секунд.

В настоящее время оборот «больших данных», как и само это понятие, в российском законодательстве не урегулирован, что порождает правовую неопределенность в отношении доступа к данным. Однако с учетом международных исследований по данному вопросу можно отметить следующее.

Как и лидирующее положение, наличие у отдельного участника рынка «больших данных» и алгоритмов их обработки не является нарушением конкуренции. В тех случаях, когда лидерство участника рынка (и, как следствие, наличие «больших данных») является результатом собственных инвестиций, новаторства, формирования особых уникальных отношений с клиентом, создания уникального продукта, оно не искажает конкурентное поле и сохраняет стимулы к развитию для конкурентов.

Если наличие «больших данных» является следствием использования лидером своих эксклюзивных привилегий и особых отношений с государством, необходимо предложить меры по компенсации возможного негативного эффекта после соответствующего исследования.

Однако если «большие данные» получены любым участником рынка в результате прямого нарушения законодательства (в том числе путем введения потребителей в заблуждение), такой вопрос должен решаться соответствующими надзорными ведомствами.

Для снижения рисков, связанных с процессом монополизации, и формирования благоприятных условий осуществления деятельности всеми участниками банковского сектора, по мнению Банка России, необходимо изменение действующего регулирования.



Прорабатываемая мера. Прежде всего во взаимодействии с заинтересованными регулирующими органами и поставщиками сформировать правовую основу для использования «больших данных» с учетом баланса интересов потребителей как владельцев персональных данных, так и поставщиков услуг, которые собирают и обрабатывают эти данные, создавая тем самым добавленную стоимость.



Прорабатываемая мера. Для дальнейшего инновационного развития финансового рынка необходимо создать условия для смещения фокуса конкуренции с борьбы за обладание данными на умение их обрабатывать.

Банк России намерен содействовать развитию скоринговой деятельности³ путем обеспечения прозрачного, оперативного и недискриминационного доступа участников рынка, в том числе бюро кредитных историй, к информации о действующих и потенциальных клиентах, а также наделяния организаций, отвечающих необходимым требованиям, особыми правами на получение, обработку и передачу персональных данных при обязательном соблюдении должного уровня безопасности.

Использование дополнительных источников информации (таких как, например, социальные сети) позволит проводить комплексные скоринговые оценки, которые могут быть получены всеми поставщиками финансовых услуг по доступной цене независимо от наличия у них самих больших массивов данных.

³ Деятельность по оценке кредитоспособности клиентов финансовых организаций.

Регулятивная «песочница»

Развитие новых финансовых сервисов и технологий зачастую опережает изменение регулятивных требований, которые становятся препятствием для дальнейшего развития конкуренции на финансовом рынке. При этом регулирование необходимо совершенствовать с учетом баланса между качеством и безопасностью услуг, стабильностью и созданием равных конкурентных возможностей для всех поставщиков (как традиционных, так и новых финтех-компаний) согласно следующим принципам:

- Технологическая нейтральность (правила регулирования должны быть построены на принципах и описывать результат деятельности компании без привязки к той или иной конкретной технологии – правила, не ограничивающие применение новых (в том числе еще не созданных) технологических решений, открывают дорогу для инноваций).
- Функциональность (регулирование инноваций должно охватывать вид деятельности, а не конкретных субъектов).
- Пропорциональность (регулирование должно учитывать уровень риска для потребителя и рынка в целом).
- Инициативность (поддержка новаторских инициатив за счет снижения регулятивных требований для стартапов).
- Сотрудничество (регулирование должно разрабатываться во взаимодействии заинтересованных регулирующих органов и поставщиков услуг).



Реализованная мера. В 2018 г. Банк России запустил механизм пилотирования новых финансовых сервисов и технологий, требующих изменения правового регулирования – регулятивную «песочницу». Инициировать пилотирование в регулятивной «песочнице» может любая организация, разработавшая или планирующая использовать инновационный финансовый сервис или технологию (для этого необходимо подать заявку в Банк России).

Пилотирование предполагает моделирование бизнес-процессов предоставления (применения) финансового сервиса или технологии в тестовой среде без проведения реальных операций.

По результатам пилотирования финансовый сервис или технология могут быть одобрены с последующим формированием плана по разработке необходимой нормативно-правовой базы для их внедрения, или же реализация инициативы может быть признана нецелесообразной⁴.

Удаленная идентификация

Одной из ключевых задач для перевода финансовых услуг в цифровую среду является также создание и развитие платформы для удаленной идентификации, предоставляющей потребителям возможность получать финансовые услуги дистанционно, подтвердив свою личность с помощью биометрических данных в любом банке.

Удаленная идентификация позволяет в большей мере удовлетворять наиболее важные для потребителя финансовых услуг ценности: «Экономия времени», «Простота» и «Доступ», которые уже были описаны выше.

⁴ Для оценки необходимости проведения пилотирования и влияния финансовых сервисов и технологий на финансовый рынок, а также для подготовки предложений по изменению правового регулирования при Банке России создаются экспертный совет с участниками рынка и межведомственный экспертный совет. Кроме того, межведомственный экспертный совет будет осуществлять подготовку заключений о результатах пилотирования, а также согласование проектов планов мероприятий, необходимых для внедрения финансовых сервисов и технологий.



Реализованная мера. Механизм удаленной идентификации был запущен 30.06.2018⁵, и для ее использования потребителю необходимо один раз лично пройти первичную идентификацию в одном из уполномоченных банков, которые регистрируют граждан в Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА), а также направляют его биометрические данные в Единую биометрическую систему. В дальнейшем клиент может получать банковские услуги (открытие счета (вклада), получение кредита, осуществление переводов) дистанционно с использованием своих биометрических данных. Для пользователя процедура бесплатна и проводится только с его согласия.



Прорабатываемая мера. Банк России планирует расширить сферу применения Единой биометрической системы, распространив ее на иные финансовые услуги, реализовать сбор биометрических данных в многофункциональных центрах (МФЦ), а также обеспечить предоставление государственных, образовательных, транспортных и иных услуг с использованием механизма удаленной идентификации.

В настоящее время законопроект⁶, предусматривающий расширение использования Единой биометрической системы на все финансовые услуги, принят Государственной Думой в первом чтении 16.07.2019.



Прорабатываемая мера. Для эффективной деятельности страховых посредников (страховых агентов и страховых брокеров) необходимо допустить их к оказанию услуг, связанных с дистанционным заключением договоров страхования⁷. Реализация данной меры позволит страховщикам развивать продажи на сайтах-агрегаторах (как страховых, так и нестраховых услуг), что существенно расширит для потребителя возможности по сравнению и выбору страховых продуктов, способствуя улучшению конкурентной среды на страховом рынке.

Платформа «Маркетплейс»

В качестве еще одной инициативы, направленной на формирование благоприятной конкурентной среды, необходимо отметить организацию централизованных площадок и комплексных экосистем для дистанционного предоставления физическим лицам широкого спектра финансовых услуг (создание платформы «Маркетплейс»). Основой для реализации этой инициативы является в первую очередь технология удаленной идентификации.

Возможность приобретать финансовые продукты в режиме 24/7/365 вне зависимости от регионального присутствия поставщика финансовых услуг, с учетом расширенной информации о свойствах и стоимости услуг позволит в лучшей степени удовлетворять⁸ также ценности «Разнообразие», «Свобода выбора» и «Экономия усилий», присущие платформенным решениям в финансовой сфере.

Для поставщиков услуги появляется возможность использовать инфраструктурное решение платформы и снизить издержки за счет аутсорсинга дистанционных решений. Особенно это может быть актуально для небольших участников рынка, которые таким образом могут сконцентрироваться на качестве предлагаемых продуктов, развивая «зеленый уровень» конкурентных преимуществ.

⁵ По состоянию на начало ноября 2019 г. сбор биометрических данных осуществляют 180 банков в 11 035 отделениях, в том числе вне офисов банка (курьерская модель), во всех субъектах Российской Федерации.

⁶ Проект федерального закона № 613239-7 «О внесении изменений в статью 7 Федерального закона «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

⁷ Проект федерального закона № 685368-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации» и в статьи 15 и 26 Федерального закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» принят Государственной Думой в первом чтении 18.06.2019.

⁸ В дополнение к базовым ценностям, свойственным удаленной идентификации («Экономия времени», «Простота» и «Доступ»).



Прорабатываемая мера. Проект «Маркетплейс» запущен Банком России совместно с участниками рынка. Пакет законодательных изменений, формирующих правовые основы для реализации проекта⁹, внесен в Государственную Думу. Основой законопроекта является опыт прототипирования системы «Маркетплейс 1.0» по банковским вкладам, а также реализация пилотных сделок с облигациями и паями ПИФов в системе «Маркетплейс».

В настоящее время пилотными платформами по разным продуктам являются ПАО «Московская Биржа» (банковские вклады, ОФЗ-н, ОСАГО), АО ВТБ Регистратор (субфедеральные облигации), АО «Специализированный депозитарий «ИНФИНИТУМ» (паи ПИФов), АО «ДОМ.РФ» (ипотечное кредитование).

В части реализации банковских продуктов к проекту присоединилось 22 банка, подписавших меморандум с Московской Биржей, причем представлены как крупные федеральные, так и средние и небольшие региональные банки.

Развитие открытых интерфейсов (Open API)

Созданию конкурентных и недискриминационных условий на финансовом рынке для поставщиков услуг, по нашему мнению, будет способствовать и развитие открытых интерфейсов (Open API), позволяющих обеспечить информационное взаимодействие между системами различных организаций с использованием стандартизированных протоколов обмена данными.

По мнению Банка России, для реализации данного проекта необходимо сформировать регулирование, которое должно быть основано, в частности, на принципах:

- безопасности (внедрение стандартов Open API дополнительно требует разработки и соблюдения стандартов информационной безопасности);
- ответственности (необходимо четко очертить рамки ответственности участников среды Open API и разработать порядок разрешения споров);
- соответствия (стандарты Open API должны разрабатываться под конкретную потребность рынка с учетом изучения спроса и предложения);
- открытости (аккредитация участников среды Open API, как и регулирование в целом, не должна создавать избыточные барьеры для расширения доступа к ней новых участников);
- совместимости (разработанные стандарты Open API должны иметь необходимую гибкость для дальнейшего масштабирования и использования для новых задач);
- независимости (реализуемые стандарты Open API не должны зависеть от конкретных поставщиков решений).

При этом вопрос обязательности использования Open API участниками рынка требует дополнительного анализа на предмет возможного экономического эффекта (с точки зрения конкуренции, повышения доступности услуг, их качества и ассортимента, а также сопутствующих рисков и издержек).



Прорабатываемая мера. В настоящее время осуществляется типизация видов Open API (обрабатывающие публичные данные, регулятивные данные, конфиденциальные данные) и прорабатывается ролевая модель участников взаимодействий. Решение о целесообразности разработки законодательных изменений будет приниматься на основании результатов пилотных проектов с участниками финансового рынка.

Инфраструктура цифрового профиля гражданина

Финансовые организации активно развивают цифровые услуги, для предоставления которых необходимы достоверные, актуальные и полные данные о клиентах, а также удобный спо-

⁹ Законопроект «О совершении сделок с использованием электронной платформы» № 617867-7 и законопроект-спутник № 617880-7 приняты в первом чтении 19.06.2019.

соб их получения в электронной форме всеми заинтересованными участниками финансового рынка.

В целях обеспечения удобного, безопасного и быстрого обмена данными между гражданами, государством и бизнесом в режиме онлайн в формате «одного окна» создается инфраструктура цифрового профиля гражданина.

Инфраструктура цифрового профиля позволит предоставить гражданам возможность управлять своими данными в режиме онлайн – передавать их по запросу или отзывать. Такой обмен данными – неотъемлемое условие перевода услуг полностью в цифровой вид в онлайн-режиме.

Это позволит упростить доступ к данным и тем самым улучшить клиентский опыт при использовании государственных и коммерческих услуг, снизить стоимость и повысить их качество.

Цифровой профиль создается на базе ЕСИА, которая уже сейчас обеспечивает достоверную идентификацию и хранит основные сведения о гражданине (ФИО, паспортные данные, СНИЛС и так далее). Создание цифрового профиля потребует совершенствования инфраструктуры электронного правительства и оптимизации процессов получения сведений из государственных информационных систем (ГИС). Инфраструктура цифрового профиля будет надежно защищена в соответствии с требованиями законодательства о защите персональных данных, а также с самыми высокими требованиями информационной безопасности.



Прорабатываемая мера. В настоящее время утверждены концепция и архитектура цифрового профиля, разработанные Банком России совместно с Минкомсвязью России и ПАО «Ростелеком»¹⁰.

Пилотный проект, направленный на создание и использование инфраструктуры цифрового профиля при предоставлении кредитов, а также заключении договоров ОСАГО и каско, будет проведен в период с декабря 2019 г. по апрель 2020 г., и в нем примут участие финансовые организации (20 банков и четыре страховые организации), а также поставщики государственных данных (ФНС России, МВД России, ПФР, Росреестр).

После проведения пилотного проекта планируется принятие федерального закона, предусматривающего возможность использования инфраструктуры цифрового профиля всеми финансовыми организациями, а также ее ввод в промышленную эксплуатацию¹¹.

¹⁰ Постановление Правительства Российской Федерации от 3.06.2019 № 710 «О проведении эксперимента по повышению качества и связанности данных, содержащихся в государственных информационных ресурсах».

¹¹ Проект федерального закона № 747513-7 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты (в части уточнения процедур идентификации и аутентификации)» 5.07.2019 внесен в Государственную Думу.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Методика расчета показателей уровня конкуренции

В рамках проведенного анализа уровень конкуренции измерялся по двум показателям: индекс рыночной власти Линда (*Lind*) и индекс развития рыночной конкуренции (*GAP*).

Индекс Линда (*Lind*)

$$Lind = \frac{1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{n-i}{i} \frac{CR_i}{CR_n - CR_i} \right)$$

где n – количество участников рынка;

l – количество крупных участников рынка;

CR_n – совокупная доля n участников рынка;

CR_l – совокупная доля l крупных участников рынка.

Данный индекс позволяет оценить число лидирующих на рынке финансовых организаций, то есть фактически определить границы монополии или олигополии, функционирующей в конкурентном окружении.

При этом результаты интерпретируются следующим образом: границей олигополии признается такое l , при котором значение индекса $Lind_{l+1}$ превышает значение индекса $Lind_l$. В зависимости от значения l определяется форма рыночной структуры:

$l = 1$ – монополия в конкурентном окружении;

$l = 2-4$ – классическая или «жесткая» олигополия в конкурентном окружении;

$l = 5-8$ – «мягкая» олигополия в конкурентном окружении;

$l > 9$ – монополистическая конкуренция.

Индекс развития рыночной конкуренции (*GAP*)

$$GAP = \frac{CR_l/l}{CR_f/f}$$

где l – число лидеров на рынке (лидеры определяются на основании результатов расчета индекса *Lind*);

CR_l – совокупная доля лидеров рынка;

f – количество остальных участников рынка (иными словами – конкурентов лидеров);

CR_f – совокупная доля конкурентов лидеров на рынке.

В силу специфики данного индекса он не может быть рассчитан в случаях, если индекс Линда не позволяет разделить участников на лидеров и их конкурентов (то есть $f=0$). Кроме того, согласно международным подходам, при восьми и более участниках рынка на нем имеется потенциал для существования развитой конкуренции. При малом количестве участников рынка ($n < 8$) точность индекса *GAP* снижается, в связи с чем для таких рынков этот индекс не рассчитывается.

Полученные результаты интерпретировались в соответствии с пороговыми значениями, указанными в таблице 2.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПОКАЗАТЕЛЯ GAP

Табл. 2

| Уровень развития конкуренции | Интервал значений |
|------------------------------|--------------------|
| Высокий | $GAP \leq 30$ |
| Умеренный | $30 < GAP \leq 60$ |
| Низкий | $GAP > 60$ |

Для обеспечения возможности сопоставления развитости конкуренции по субъектам Российской Федерации на основании нормированных значений числа лидеров l и индекса GAP рассчитывался композитный индекс по формуле:

$$CBR_Composite = -30 \times l + 4 \times GAP.$$

По результатам расчетов значения данного индекса сопоставлялись с пороговыми значениями, указанными в таблице 3, для получения итоговой оценки состояния конкуренции в соответствующем сегменте.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПОКАЗАТЕЛЯ CBR-COMPOSITE

Табл. 3

| Уровень развития конкуренции | Интервал значений |
|------------------------------|----------------------------|
| Высокий | $CBR-Composite \leq -80$ |
| Умеренный | $-80 < CBR-Composite < 80$ |
| Низкий | $CBR-Composite \geq 80$ |

Модель 30 ценностей добавленной стоимости услуги

В рамках исследования поведения потребителя международная консалтинговая компания Bain & Company разработала модель ценностей потребителя. Концепция модели соответствует теории иерархии потребностей («пирамида потребностей») А. Маслоу. Он утверждал, что человеческие действия возникают из врожденного желания удовлетворять потребности, начиная от основных «физиологических» (тепло, еда, отдых) до высокоуровневых, изменяющих ментальность человека (самооценка и альтруизм).

Категоризация потребителем своих предпочтений в представленной ниже четырехуровневой пирамиде, как и в пирамиде Маслоу, происходит снизу-вверх – от функциональных до ментальных ценностей человека. При этом выбор ценностей зависит от демографического портрета потребителя (пол, возраст, место проживания, культура) и от вида финансовой услуги.

Ценности, играющие особо важную роль для потребителей услуг, были определены путем опроса 174 000 потребителей в 18 странах (для страховых и инвестиционных услуг) и 151 894 в 29 странах (для потребителей банковских услуг, включая карточные операции).

ОПИСАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ*

Табл. 4

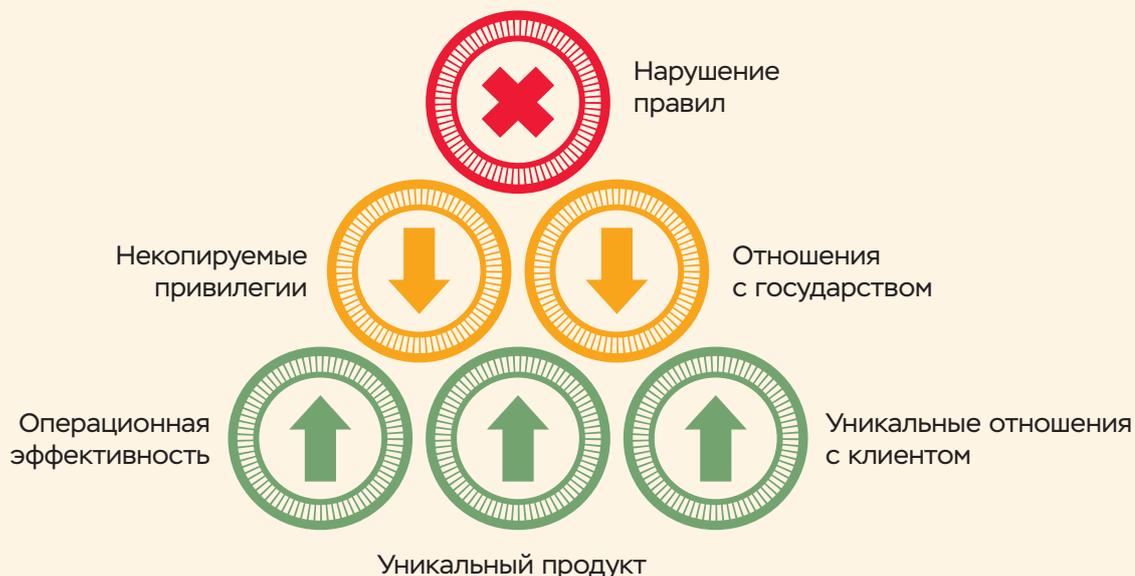
| | Название ценности | Краткое описание | Пример реализации |
|---|----------------------|--|--|
| Функциональные элементы | | | |
|  | Экономия усилий | Помогает осуществлять действия с меньшими усилиями | Facebook добавил возможность отправлять деньги напрямую друзьям через приложение Messenger. |
|  | Свобода выбора | Облегчает процесс выбора | Zappos предлагает бесплатную доставку и удобный механизм возврата товаров. |
|  | Снижение издержек | Экономит деньги на покупках, сборах или подписках | Nordstrom, J. Crew и другие ритейлеры представили бюджетные бренды. |
|  | Качество | Предоставляет высококачественные услуги и продукты | USAA предоставляет высококачественные страховые, банковские и инвестиционные продукты и услуги, сделанные своими сотрудниками, служившими в армии, и их семьями. |
|  | Разнообразие | Предоставляет широкий ассортимент вещей и услуг | Fitbit расширил свой ассортимент от простого счетчика шагов до различных продуктов для обычных пользователей и спортсменов с высокими показателями. |
|  | Восприятие продукта | Предоставляет продукт, привлекательный по восприятию | Starbucks приобрела чайную компанию Teavana и пекарню La Boulange, чтобы улучшить свою продукцию. |
|  | Информация | Предоставляет достоверную информацию | Vanguard предоставляет недорогие консультации в дополнение к своим основным инвестиционным услугам. |
|  | Экономия времени | Сокращает время при совершении транзакций | Target, REI и другие ритейлеры создают для клиентов возможность забрать свой онлайн-заказ в магазине и/или доставки из магазина в тот же день. |
|  | Простота | Снижает сложность продукта или услуги | Функция Amazon 1-Click упрощает процесс оформления заказа. |
|  | Дополнительный доход | Помогает зарабатывать деньги | Google AdSense помогает независимым блогам и веб-сайтам получать доход от рекламы. |

| | | | |
|---|-----------------------|---|---|
|  | Снижение риска | Защищает от убытков | Гарантия ответственности Charles Schwab возмещает расходы, если клиенты не полностью удовлетворены инвестиционным продуктом. |
|  | Организованность | Помогает стать более организованным | The Container Store помогает людям организовать свои вещи дома. |
|  | Пакетирование | Интегрирует различные виды услуг | Square предлагает управление счетами, расчет заработной платы и другие услуги, которые интегрируют функции выставления счетов в свое аппаратное и программное обеспечение для торговых точек. |
|  | Коммуникации | Расширяет круг общения | Производитель энергетических напитков Red Bull спонсирует соревнования по экстремальным видам спорта и сообщества, объединяющие энтузиастов по всему миру. |
| Эмоциональные элементы | | | |
|  | Благополучие | Улучшает физическое и психическое состояния человека | Westin добавил фитнес-оборудование в некоторых комнатах для гостей, суперфуды и аренду спортивной одежды, чтобы изменить восприятие бренда и позиционировать себя как участника движения за благополучие. |
|  | Терапия | Обеспечивает терапевтическую ценность или благополучие | Продукты компании Dr. Scholl направлены на комплексный успокаивающий уход за ногами. |
|  | Развлечение | Предлагает досуг | Norwegian, Royal Caribbean и другие круизные линии предлагают почти круглосуточные развлечения. |
|  | Позиционирование себя | Помогает людям чувствовать себя более привлекательными | Victoria's Secret создала смелый дизайн для розничной торговли в индустрии нижнего белья, который помогает девушкам чувствовать себя более привлекательными. |
|  | Доступ | Предоставляет доступ к информации, товарам, услугам или другим ценным предметам | В CVS Health добавлены аптечные клиники, которые предоставляют базовые медицинские услуги и разнообразные оздоровительные услуги. |
|  | Спокойствие | Помогает людям снизить волнение и обрести чувство безопасности | Discover позволяет владельцам карт мгновенно замораживать и размораживать свои счета без блокировки и перевыпуска карт. |
|  | Бонус | Предоставляет бонусы лояльным клиентам | Starwood заслужил высокую лояльность клиентов среди постоянных путешественников благодаря сильной программе вознаграждений. |
|  | Ностальгия | Напоминает людям о прошлом | Линейка автомобилей Volkswagen Beetle имитирует популярный дизайн. |
|  | Дизайн | Предоставляет продукты с привлекательным дизайном | Внимание Apple к дизайну помогло выделить свои компьютеры, смартфоны и другие продукты среди продуктов конкурентов. |
|  | Бренд | Демонстрирует статус | Роскошная одежда и аксессуары премиум-брендов, доступные не всем, позволяют модницам ощущать чувство успеха. |

| Элементы, изменяющие жизнь | | | |
|--|-------------------------|--|--|
|  | Мотивация | Мотивирует людей к достижениям | Spotify добавил функцию потоковой передачи музыки для бегунов, которая определяет их темп и находит соответствующую ему музыку. |
|  | Инвестиции в будущее | Позволяет вкладывать в будущие поколения | Patek Philippe позиционирует свои часы как имущество, созданное для того, чтобы служить последующим поколениям. |
|  | Общность и причастность | Помогает людям в социализации | The Boston Red Sox построил базу постоянных клиентов, апеллируя к традициям и местному патриотизму в Новой Англии. |
|  | Реализация мечты | Способствует реализации личности | Компания GNC продает комплекс товаров для снижения веса, витамины и прочее, направленные на улучшение здоровья и изменение образа жизни клиента к лучшему. |
|  | Самовыражение | Способствует реализации чувства саморазвития и совершенствования | Потребители покупают камеру Leica частично из-за чувства гордости – они приобретают камеру, которой пользовались известные фотографы на протяжении вековой истории бренда. |
| Элементы самореализации | | | |
|  | Благотворительность | Мотивирует на помощь обществу и другим людям | Компания TOMS часть прибыли отправляет на помощь людям с плохим зрением и нуждающимся детям. |

* www2.bain.com/bainweb/media/interactive/elements-of-value/#.

Модель шести источников конкурентного преимущества фирмы



Одним из ключевых инструментов анализа является также модель шести источников конкурентного преимущества фирмы, которая позволяет оценить воздействие тех или иных мер на источники конкурентного преимущества финансовых институтов. Три источника в основании представленной пирамиды составляют позитивную основу конкурентного преимущества любого финансового института, достигнутого путем добросовестных, независимых и эффективных действий на финансовом рынке (источники внутренней эффективности).

Второй уровень пирамиды (некопируемые привилегии и особые отношения с государством) во многом зависит от внешних факторов, таких как географический охват, эксклюзивные права и лицензии, а также специфика отношений государства с теми или иными финансовыми организациями. Другими словами – преимущества, полученные хотя и законно, но в нарушение принципа нейтральности по отношению к другим субъектам конкуренции.

Примером такого рода преимуществ могут служить выгоды узких групп финансовых организаций, которые выделяются из конкурентной среды исключительным правом на оказание отдельных финансовых услуг. Особо следует отметить преимущества институтов с государственным участием, основанные на устойчивой социальной парадигме их более высокой надежности, что позволяет формировать базу более дешевых пассивов. В период кризиса и нестабильности данное преимущество проявляется особенно ярко, поскольку потребители стремятся выбирать наименее рискованные, по их мнению, финансовые институты.

Отдельного внимания заслуживает третий уровень пирамиды, который составляют недобросовестные действия на рынке, особенно связанные с намеренным нарушением норм регулирования, к которым прибегают отдельные участники рынка с целью получения необоснованного преимущества перед своими конкурентами.

Одной из причин подобного поведения является, на наш взгляд, ощущение безнаказанности при нарушении правил, которое создает соблазн воспользоваться таким конкурентным преимуществом, что в итоге вытесняет с рынка качественный капитал, не готовый идти на нарушение правил. Однако необходимо отметить, что подобное поведение может приносить выгоду только в краткосрочной перспективе вследствие неотвратимости негативных последствий как административного, так и иного (в том числе репутационного) характера.

Напротив, строгое соблюдение норм регулирования, подкрепленное единообразием правоприменительной практики и обязательностью исполнения, – важный проконкурентный фак-

тор долгосрочной стратегии эффективного развития как финансового рынка в целом, так отдельных его участников.

В связи с этим при формировании перечня мер по развитию конкуренции ключевой задачей Банк России считает максимально возможное продвижение «зеленых» конкурентных преимуществ при одновременном снижении влияния «желтых» и устранении «красных» конкурентных преимуществ.

Показатели рыночной власти на банковском рынке по округам Российской Федерации

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Центральный округ | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | | | | | |
|------|-------|-----------|------------------------|------------|-----|-----|-------------|---|-----|------------|-----|-----|-------------|-----|-----|------------|-----|-----|-------------|----|-----|-------------|-----|-----|-----|----|-----|-----|----|-----|-------|------|
| | | | | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | | | | | |
| 2.17 | 89.65 | 294 | Москва | 2 | 200 | 98 | 333 | 2 | 171 | 106 | 366 | 2 | 211 | 148 | 530 | 3 | 189 | 95 | 288 | 2 | 69 | 35 | 78 | 2 | 160 | 57 | 166 | 4 | 81 | 80 | 200 | |
| 2.00 | 75.58 | 242 | Московская область | 2 | 176 | 134 | 474 | 2 | 46 | 70 | 218 | 3 | 155 | 89 | 266 | 1 | 41 | 84 | 308 | 2 | 40 | 44 | 117 | 2 | 39 | 33 | 73 | 1 | 18 | 72 | 256 | |
| 1.67 | 52.62 | 160 | Воронежская область | 2 | 89 | 92 | 310 | 1 | 47 | 65 | 228 | 2 | 57 | 37 | 86 | 2 | 42 | 42 | 106 | 2 | 27 | 38 | 92 | 1 | 41 | 43 | 140 | 2 | 9 | 71 | 225 | |
| 2.50 | 49.92 | 125 | Костромская область | 2 | 79 | 85 | 279 | 2 | 20 | 25 | 41 | 2 | 27 | 32 | 68 | 5 | 16 | 105 | 270 | 2 | 15 | 30 | 92 | 3 | 15 | 22 | 2 | 3 | 8 | 136 | 535.5 | |
| 2.67 | 43.28 | 93 | Ямало-Ненецкая область | 2 | 87 | 114 | 397 | 1 | 23 | 1 | 170 | 6 | 33 | 28 | 67 | 3 | 18 | 30 | 29 | 23 | 2 | 13 | 18 | 11 | 2 | 18 | 20 | 19 | 3 | 10 | 20 | 8 |
| 2.00 | 36.47 | 86 | Смоленская область | 2 | 85 | 111 | 382 | 1 | 23 | 33 | 102 | 2 | 32 | 25 | 40 | 2 | 20 | 19 | 17 | 2 | 11 | 17 | 8 | 3 | 20 | 14 | 34 | 5 | 10 | 21 | 68 | |
| 1.83 | 34.04 | 81 | Ивановская область | 2 | 86 | 70 | 219 | 1 | 23 | 25 | 71 | 4 | 36 | 34 | 17 | 2 | 20 | 22 | 2 | 22 | 1 | 18 | 37 | 117 | 1 | 20 | 18 | 41 | 2 | 10 | 33 | 73 |
| 2.50 | 36.56 | 71 | Рязанская область | 2 | 89 | 96 | 324 | 1 | 28 | 34 | 108 | 2 | 41 | 29 | 58 | 5 | 26 | 31 | 27 | 31 | 2 | 15 | 16 | 2 | 3 | 22 | 13 | 38 | 2 | 11 | 171 | 62.4 |
| 3.17 | 41.46 | 71 | Курская область | 2 | 87 | 94 | 316 | 4 | 26 | 39 | 36 | 2 | 28 | 23 | 30 | 4 | 20 | 33 | 12 | 4 | 16 | 41 | 45 | 3 | 20 | 19 | 14 | 3 | 9 | 67 | 177 | |
| 2.67 | 37.05 | 68 | Ярославская область | 2 | 81 | 81 | 264 | 1 | 34 | 1 | 40 | 5 | 47 | 21 | 64 | 3 | 30 | 22 | 3 | 19 | 32 | 39 | 2 | 29 | 26 | 43 | 2 | 1 | 33 | 70 | | |
| 3.50 | 42.01 | 63 | Тульская область | 2 | 92 | 107 | 366 | 5 | 33 | 35 | 10 | 4 | 45 | 43 | 51 | 4 | 27 | 29 | 5 | 4 | 23 | 22 | 34 | 2 | 27 | 18 | 10 | 2 | 13 | 21 | 23 | |
| 2.50 | 33.41 | 59 | Владимирская область | 2 | 97 | 95 | 319 | 4 | 28 | 30 | 2 | 2 | 58 | 25 | 40 | 2 | 21 | 15 | 1 | 1 | 3 | 22 | 21 | 6 | 2 | 20 | 14 | 2 | 3 | 14 | 133 | 441 |
| 3.33 | 36.35 | 45 | Липецкая область | 2 | 88 | 70 | 221 | 1 | 37 | 45 | 149 | 7 | 42 | 27 | 104 | 4 | 32 | 26 | 17 | 5 | 23 | 21 | 66 | 2 | 32 | 30 | 90 | 3 | 10 | 4 | 11 | 44 |
| 4.33 | 40.65 | 33 | Тверская область | 2 | 90 | 99 | 335 | 4 | 30 | 41 | 43 | 6 | 52 | 28 | 68 | 3 | 25 | 33 | 40 | 3 | 17 | 22 | 2 | 8 | 25 | 22 | 153 | 2 | 15 | 45 | 122 | |
| 5.00 | 44.64 | 29 | Белгородская область | 2 | 92 | 95 | 319 | 2 | 34 | 45 | 121 | 4 | 42 | 32 | 8 | 3 | 31 | 42 | 79 | 4 | 24 | 28 | 7 | 15 | 30 | 30 | 349 | 2 | 12 | 193 | 711 | |
| 4.00 | 34.78 | 19 | Калужская область | 2 | 86 | 90 | 301 | 1 | 28 | 36 | 115 | 11 | 49 | 24 | 233 | 3 | 25 | 19 | 13 | 6 | 19 | 18 | 107 | 1 | 25 | 20 | 51 | 3 | 12 | 92 | 278 | |
| 4.33 | 35.32 | 11 | Орловская область | 2 | 81 | 85 | 280 | 1 | 26 | 31 | 94 | 16 | 39 | 28 | 370 | 2 | 21 | 31 | 64 | 3 | 19 | 22 | 2 | 2 | 21 | 15 | 2 | 2 | 1 | 10 | 23 | 62 |
| 5.67 | 35.78 | 27 | Брянская область | 2 | 88 | 100 | 341 | 1 | 25 | 31 | 94 | 12 | 30 | 23 | 267 | 4 | 22 | 23 | 28 | 1 | 8 | 12 | 23 | 149 | 7 | 14 | 14 | 153 | 2 | 11 | 453 | 1753 |

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Дальневосточный округ | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | | | | | |
|------|-------|-----------|------------------------------|------------|----|-----|-------------|----|-----|------------|-----|-----|-------------|----|-----|------------|----|-----|-------------|---|-----|-------------|-----|-----|----|----|-----|----|----|-----|-----|--|
| | | | | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | | | | | |
| 1.67 | 86.68 | 302 | Чукотский автономный округ | 1 | 49 | 160 | 609 | 1 | 4 | | | 2 | 10 | 14 | 6 | 3 | 4 | | | 1 | 3 | | | 2 | 4 | | | 2 | 3 | | | |
| 2.83 | 52.62 | 125 | Магаданская область | 2 | 55 | 97 | 328 | 4 | 12 | 89 | 234 | 3 | 18 | 73 | 201 | 2 | 11 | 18 | 11 | | 1 | 8 | 18 | 40 | 5 | 11 | 22 | 62 | 1 | 5 | | |
| 2.17 | 42.50 | 105 | Республика Саха (Якутия) | 2 | 72 | 106 | 364 | 3 | 23 | 39 | 65 | 2 | 32 | 21 | 23 | 4 | 18 | 32 | 8 | 1 | 12 | 32 | 97 | 1 | 16 | 26 | 72 | 2 | 11 | 10 | 22 | |
| 1.83 | 36.60 | 91 | Сахалинская область | 2 | 66 | 88 | 290 | 1 | 18 | 28 | 81 | 1 | 23 | 31 | 96 | 4 | 16 | 30 | 1 | 2 | 14 | 21 | 25 | 1 | 15 | 21 | 55 | 3 | 8 | 244 | 885 | |
| 2.33 | 38.13 | 83 | Хабаровский край | 2 | 73 | 73 | 231 | 2 | 29 | 32 | 67 | 1 | 38 | 39 | 125 | 2 | 26 | 16 | 4 | 2 | 20 | 46 | 126 | 5 | 26 | 23 | 58 | 2 | 11 | 63 | 193 | |
| 1.83 | 30.37 | 66 | Еврейская автономная область | 1 | 45 | 56 | 194 | 1 | 14 | 22 | 57 | 4 | 13 | 12 | 71 | 1 | 14 | 28 | 82 | 3 | 10 | 42 | 80 | 1 | 14 | 22 | 56 | 1 | 4 | | | |
| 2.33 | 32.41 | 60 | Камчатский край | 2 | 67 | 84 | 275 | 1 | 17 | 21 | 55 | 2 | 20 | 37 | 88 | 3 | 14 | 17 | 23 | 3 | 10 | 25 | 11 | 3 | 14 | 10 | 48 | 2 | 9 | 79 | 258 | |
| 2.83 | 25.80 | 18 | Амурская область | 2 | 64 | 69 | 215 | 1 | 22 | 21 | 54 | 3 | 25 | 15 | 31 | 2 | 18 | 9 | 22 | 4 | 16 | 20 | 39 | 5 | 17 | 20 | 68 | 2 | 8 | 49 | 137 | |
| 5.17 | 30.90 | 31 | Приморский край | 2 | 75 | 59 | 177 | 12 | 35 | 43 | 190 | 4 | 36 | 25 | 20 | 2 | 30 | 12 | 11 | 3 | 23 | 27 | 17 | 8 | 28 | 20 | 162 | 2 | 17 | 51 | 145 | |

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Сибирский округ | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | | | | | |
|------|-------|-----------|-----------------------|------------|----|-----|-------------|----|-----|------------|-----|-----|-------------|----|-----|------------|----|-----|-------------|----|-----|-------------|-----|-----|----|----|-----|----|----|-----|-----|-----|
| | | | | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | L | n | GAP | | | | | |
| 2.50 | 61.70 | 167 | Республика Тыва | 3 | 53 | 84 | 245 | 3 | 7 | | | 3 | 10 | 36 | 53 | 3 | 6 | | | 2 | 8 | 66 | 203 | 3 | 6 | | | 1 | 4 | | | |
| 2.33 | 58.93 | 166 | Иркутская область | 2 | 88 | 117 | 407 | 2 | 41 | 74 | 236 | 3 | 44 | 43 | 81 | 5 | 34 | 46 | 35 | 1 | 23 | 37 | 119 | 1 | 32 | 37 | 118 | 1 | 17 | 142 | 538 | |
| 2.17 | 37.85 | 122 | Республика Алтай | 1 | 60 | 87 | 318 | 2 | 10 | 39 | 95 | 5 | 26 | 19 | 75 | 2 | 6 | 0 | | 1 | 8 | 45 | 149 | 2 | 7 | | | 1 | 4 | | | |
| 2.00 | 44.16 | 117 | Забайкальский край | 2 | 72 | 117 | 407 | 1 | 19 | 38 | 121 | 2 | 21 | 14 | 5 | 5 | 15 | 29 | 33 | 1 | 12 | 47 | 158 | 1 | 15 | 20 | 52 | 1 | 8 | 32 | 99 | |
| 1.83 | 41.16 | 110 | Кемеровская область | 2 | 87 | 83 | 271 | 1 | 36 | 46 | 154 | 3 | 42 | 30 | 30 | 3 | 32 | 29 | 27 | 1 | 23 | 29 | 85 | 1 | 31 | 30 | 91 | 1 | 13 | 54 | 185 | |
| 3.33 | 43.92 | 76 | Красноярский край | 2 | 96 | 81 | 265 | 1 | 44 | 50 | 171 | 7 | 47 | 37 | 62 | 6 | 40 | 32 | 53 | 3 | 30 | 25 | 12 | 1 | 40 | 38 | 121 | 3 | 20 | 157 | 538 | |
| 3.00 | 40.29 | 71 | Республика Хакасия | 1 | 65 | 68 | 242 | 1 | 18 | 21 | 55 | 8 | 18 | 34 | 103 | 3 | 13 | 21 | 7 | 7 | 21 | 69 | 216 | 3 | 14 | 28 | 24 | 1 | 7 | | | |
| 2.17 | 33.37 | 68 | Республика Бурятия | 2 | 72 | 71 | 225 | 1 | 23 | 33 | 101 | 3 | 19 | 39 | 67 | 2 | 18 | 19 | 16 | 2 | 14 | 20 | 20 | 2 | 18 | 18 | 18 | 18 | 1 | 9 | 24 | 67 |
| 3.67 | 44.17 | 67 | Алтайский край | 2 | 89 | 91 | 304 | 1 | 35 | 55 | 189 | 2 | 45 | 25 | 38 | 4 | 29 | 38 | 33 | 9 | 26 | 28 | 159 | 4 | 29 | 29 | 5 | 2 | 15 | 46 | 123 | |
| 4.17 | 26.84 | 18 | Томская область | 1 | 8 | 76 | 45 | 62 | 10 | 33 | 30 | 181 | 2 | 36 | 28 | 54 | 2 | 30 | 24 | 36 | 2 | 18 | 14 | 3 | 1 | 29 | 20 | 50 | 3 | 18 | 56 | 132 |
| 5.00 | 29.16 | 33 | Омская область | 4 | 90 | 57 | 107 | 1 | 43 | 39 | 125 | 2 | 42 | 16 | 3 | 10 | 39 | 24 | 205 | 2 | 9 | 27 | 21 | 187 | 4 | 37 | 19 | 43 | 2 | 15 | 93 | 310 |
| 6.00 | 29.34 | 63 | Новосибирская область | 2 | 92 | 60 | 178 | 2 | 54 | 30 | 61 | 10 | 65 | 30 | 179 | 6 | 49 | 19 | 224 | 2 | 32 | 13 | 9 | 10 | 47 | 24 | 203 | 4 | 22 | 58 | 111 | |

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Северо-Кавказский округ | | | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | |
|------|-------|-----------|-------------------------|----|-----|------------|---|-----|-------------|-----|-----|------------|-----|----|-------------|-----|-----|------------|----|-----|-------------|----|----|-------------|-----|---|---|-----|-----|
| | | | L | n | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР |
| 1.50 | 96,67 | 357 | 1 | 45 | 97 | 357 | 1 | 5 | - | - | - | 2 | 5 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 1.33 | 58,88 | 191 | 1 | 78 | 135 | 512 | 1 | 11 | 37 | 118 | 88 | 1 | 8 | 18 | 44 | 44 | 1 | 6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 2.33 | 55,39 | 152 | 2 | 96 | 117 | 408 | 1 | 34 | 69 | 245 | 100 | 3 | 29 | 22 | -4 | 132 | 3 | 29 | 30 | 28 | 3 | 15 | 48 | 101 | | | | | |
| 2.00 | 34,68 | 101 | 1 | 64 | 66 | 233 | 1 | 11 | 26 | 73 | 73 | 2 | 11 | 12 | -12 | -12 | 1 | 9 | 35 | 110 | 1 | 7 | - | - | - | - | - | - | - |
| 2.83 | 54,51 | 98 | 1 | 55 | 87 | 199 | 2 | 6 | - | - | - | 3 | 8 | 22 | -3 | -3 | 2 | 6 | - | - | - | 3 | 2 | 6 | - | - | - | - | - |
| 2.17 | 34,94 | 90 | 1 | 65 | 66 | 236 | 1 | 11 | 23 | 64 | 64 | 3 | 9 | 15 | -30 | -30 | 2 | 6 | - | - | - | 3 | 6 | - | - | - | - | - | - |
| 2.50 | 34,03 | 61 | 1 | 57 | 92 | 338 | 1 | 12 | 34 | 106 | 106 | 4 | 17 | 16 | -55 | -55 | 4 | 10 | 18 | 73 | 3 | 9 | 11 | 45 | 3 | 6 | - | - | - |

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Южный округ | | | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | |
|------|--------|-----------|-------------|-----|-----|------------|---|-----|-------------|-----|-----|------------|-----|-----|-------------|------|-----|------------|----|-----|-------------|----|----|-------------|-----|----|----|------|-----|---|
| | | | L | n | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | |
| 1.67 | 117,80 | 437 | 1 | 75 | 206 | 793 | 2 | 3 | - | - | - | 2 | 17 | 115 | 401 | 401 | 2 | 4 | - | - | - | 1 | 8 | 32 | 100 | 2 | 4 | - | - | |
| 1.67 | 50,86 | 143 | 2 | 49 | 80 | 262 | 2 | 3 | - | - | - | 2 | 10 | 21 | 25 | 2 | 4 | - | - | - | - | 1 | 5 | - | 1 | 4 | - | - | - | |
| 1.83 | 47,05 | 128 | 1 | 70 | 87 | 319 | 1 | 7 | - | - | - | 3 | 10 | 7 | -63 | -63 | 2 | 6 | - | - | - | 1 | 5 | - | 1 | 3 | - | - | - | |
| 1.67 | 39,84 | 109 | 3 | 83 | 80 | 228 | 1 | 27 | 37 | 120 | 31 | 3 | 30 | 38 | 63 | 63 | 1 | 22 | 31 | 96 | 31 | 96 | 1 | 16 | 27 | 79 | 1 | 11 | 52 | |
| 3.33 | 42,04 | 68 | 2 | 125 | 82 | 268 | 8 | 58 | 34 | 106 | 106 | 1 | 84 | 67 | 237 | 237 | 2 | 55 | 23 | 30 | 2 | 38 | 20 | 20 | 5 | 55 | 27 | 41 | 5 | |
| 2.83 | 29,32 | 32 | 1 | 70 | 58 | 204 | 1 | 14 | 31 | 94 | 94 | 2 | 26 | 17 | 8 | 8 | 3 | 8 | 36 | 54 | 8 | 22 | 14 | 186 | 2 | 8 | 20 | 19 | 2 | 3 |
| 5.50 | 39,84 | 6 | 2 | 104 | 71 | 250 | 3 | 50 | 47 | 100 | 100 | 12 | 59 | 25 | -260 | -260 | 12 | 45 | 35 | -22 | 2 | 35 | 29 | 56 | 2 | 45 | 26 | 42 | 2 | |
| 6.50 | 37,54 | 45 | 2 | 101 | 71 | 247 | 1 | 46 | 56 | 192 | 192 | 14 | 45 | 26 | -316 | -316 | 18 | 39 | 18 | 13 | 9 | 28 | 24 | -173 | 11 | 35 | 24 | -232 | 2 | |

| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Уральский округ | | | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | |
|------|-------|-----------|-----------------|-----|-----|------------|-----|-----|-------------|-----|-----|------------|-----|----|-------------|------|-----|------------|----|-----|-------------|----|----|-------------|-----|----|----|------|-----|---|
| | | | L | n | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | |
| 2.50 | 42,00 | 93 | 1 | 6 | 108 | 71 | 105 | 1 | 46 | 51 | 172 | 3 | 61 | 20 | -8 | -8 | 3 | 41 | 30 | 30 | 30 | 1 | 25 | 44 | 147 | 1 | 38 | 36 | 112 | 2 |
| 3.50 | 43,64 | 70 | 2 | 78 | 80 | 261 | 1 | 23 | 34 | 106 | 106 | 6 | 28 | 17 | -111 | -111 | 1 | 16 | 22 | 57 | 10 | 19 | 76 | 6 | 1 | 17 | 32 | 99 | 1 | |
| 2.00 | 29,64 | 53 | 2 | 62 | 64 | 196 | 3 | 15 | 31 | 35 | 35 | 3 | 24 | 8 | -58 | -58 | 2 | 11 | 22 | 26 | 2 | 6 | - | - | 3 | 1 | 12 | 24 | 64 | 1 |
| 3.50 | 39,27 | 52 | 2 | 104 | 71 | 222 | 6 | 56 | 37 | -32 | -32 | 2 | 81 | 40 | 99 | 99 | 2 | 51 | 30 | 58 | 4 | 32 | 31 | 5 | 5 | 46 | 27 | 41 | 3 | |
| 3.17 | 31,48 | 31 | 3 | 97 | 46 | 95 | 1 | 49 | 37 | 120 | 120 | 3 | 52 | 30 | 30 | 30 | 2 | 43 | 37 | 89 | 2 | 35 | 14 | -4 | 8 | 42 | 24 | -144 | 2 | |
| 4.50 | 37,60 | 15 | 1 | 74 | 56 | 16 | 1 | 24 | 36 | 113 | 113 | 10 | 31 | 23 | -207 | -207 | 4 | 24 | 74 | 175 | 3 | 14 | 16 | -26 | 2 | 23 | 20 | 22 | 2 | |

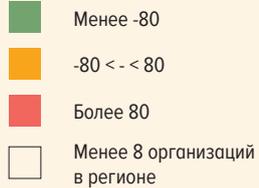
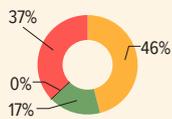
| Lind | GAP | СВР-Сомп. | Привольский округ | | | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | | | | |
|------|-------|-----------|-------------------|-----|-----|------------|---|-----|-------------|-----|-----|------------|-----|----|-------------|------|-----|------------|----|------|-------------|----|----|-------------|-----|----|-----|------|-----|---|
| | | | L | n | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | L | n | GAP | СВР | |
| 1.83 | 59,11 | 181 | 2 | 98 | 91 | 336 | 1 | 46 | 73 | 261 | 261 | 3 | 57 | 33 | 43 | 43 | 2 | 41 | 60 | 179 | 3 | 29 | 32 | 69 | 1 | 40 | 58 | 201 | 3 | |
| 2.33 | 38,62 | 84 | 2 | 94 | 94 | 371 | 1 | 32 | 44 | 146 | 146 | 2 | 38 | 18 | 13 | 13 | 3 | 28 | 31 | 33 | 2 | 20 | 21 | 25 | 4 | 27 | 23 | 27 | 2 | |
| 2.33 | 38,12 | 82 | 2 | 88 | 97 | 326 | 1 | 26 | 34 | 108 | 108 | 2 | 37 | 39 | 98 | 98 | 2 | 22 | 26 | 42 | 2 | 16 | 14 | -6 | 5 | 23 | 19 | -73 | 3 | |
| 3.33 | 42,01 | 68 | 3 | 88 | 92 | 278 | 3 | 29 | 47 | 97 | 97 | 2 | 36 | 22 | 27 | 27 | 3 | 25 | 43 | 82 | 3 | 18 | 32 | 36 | 6 | 23 | 17 | -112 | 2 | |
| 3.17 | 39,37 | 62 | 2 | 98 | 84 | 274 | 1 | 44 | 52 | 179 | 179 | 2 | 49 | 24 | 36 | 36 | 11 | 38 | 26 | -22 | 3 | 18 | 26 | 74 | 2 | 37 | 24 | 37 | 2 | |
| 4.50 | 47,96 | 57 | 2 | 103 | 86 | 283 | 1 | 56 | 50 | 171 | 171 | 1 | 78 | 70 | 251 | 251 | 3 | 51 | 26 | 15 | 15 | 2 | 37 | 28 | 50 | 18 | 49 | 28 | 429 | 3 |
| 3.50 | 40,31 | 56 | 2 | 93 | 90 | 298 | 5 | 34 | 35 | -9 | -9 | 6 | 41 | 24 | -82 | -82 | 3 | 30 | 44 | 87 | 4 | 21 | 26 | -18 | 1 | 28 | 23 | 61 | 3 | |
| 3.17 | 36,71 | 52 | 2 | 96 | 78 | 253 | 1 | 34 | 31 | 92 | 92 | 2 | 36 | 24 | 38 | 38 | 9 | 30 | 38 | -117 | 1 | 18 | 29 | 87 | 4 | 30 | 20 | -41 | 2 | |
| 3.17 | 36,14 | 50 | 2 | 103 | 79 | 258 | 1 | 47 | 41 | 135 | 135 | 2 | 61 | 32 | 69 | 69 | 5 | 42 | 20 | -68 | 4 | 31 | 20 | -40 | 5 | 41 | 24 | -55 | 2 | |
| 3.00 | 33,82 | 45 | 2 | 80 | 88 | 293 | 3 | 20 | 29 | 25 | 25 | 5 | 30 | 10 | -110 | -110 | 3 | 14 | 29 | 26 | 2 | 15 | 37 | 86 | 3 | 14 | 11 | -47 | 2 | |
| 4.17 | 38,10 | 27 | 2 | 108 | 86 | 283 | 2 | 52 | 51 | 143 | 143 | 8 | 65 | 21 | -156 | -156 | 8 | 47 | 27 | -133 | 4 | 28 | 16 | -57 | 1 | 46 | 29 | 85 | 2 | |
| 4.33 | 37,93 | 22 | 2 | 108 | 79 | 258 | 5 | 52 | 39 | 6 | 6 | 6 | 76 | 27 | -70 | -70 | 4 | 46 | 34 | 16 | 4 | 41 | 27 | -12 | 5 | 45 | -21 | 1 | | |
| 4.50 | 37,12 | 13 | 2 | 91 | 91 | 303 | 5 | 22 | 38 | 49 | 49 | 9 | 26 | 22 | -182 | -182 | 2 | 16 | 26 | 44 | 2 | 12 | 21 | 23 | 7 | 17 | 25 | -11 | 1 | |
| 4.67 | 35,47 | 2 | 2 | 88 | 94 | 317 | 6 | 26 | 26 | 33 | 33 | 7 | 31 | 23 | -117 | -117 | 4 | 19 | 21 | -34 | 4 | 17 | 25 | -21 | 5 | 19 | 16 | -84 | 2 | |

| Lind | GAP | СВР-Сомр. | Северо-западный округ | Кредит. ФЛ | | | Привлеч. ФЛ | | | Кредит. ЮЛ | | | Привлеч. ЮЛ | | | Кредит. ИП | | | Привлеч. ИП | | | Привлеч. ГО | | | |
|------|-------|-----------|---------------------------|------------|-----|-----|-------------|----|-----|------------|-----|-----|-------------|----|-----|------------|----|-----|-------------|----|-----|-------------|----|-----|----|
| | | | | L | п | СВР | L | п | СВР | L | п | СВР | L | п | СВР | L | п | СВР | L | п | СВР | L | п | СВР | L |
| 1.33 | 52.37 | 179 | Ненецкий автономный округ | 1 | 34 | 52 | 179 | 2 | 5 | - | 1 | 3 | - | 2 | 3 | - | 1 | 2 | - | 1 | 4 | - | 2 | 3 | - |
| 2.50 | 54.82 | 144 | Вологодская область | 2 | 76 | 108 | 373 | 3 | 23 | 37 | 4 | 30 | 21 | 2 | 17 | 117 | 3 | 14 | 28 | 1 | 17 | 18 | 2 | 6 | - |
| 2.33 | 47.78 | 121 | Ленинградская область | 2 | 101 | 73 | 232 | 1 | 24 | 63 | 4 | 68 | 25 | 2 | 17 | 49 | 1 | 21 | 44 | 4 | 17 | 32 | 1 | 6 | - |
| 2.33 | 45.71 | 113 | Архангельская область | 2 | 80 | 119 | 416 | 1 | 29 | 46 | 2 | 29 | 21 | 4 | 23 | 45 | 4 | 17 | 21 | 1 | 23 | 22 | 2 | 10 | 30 |
| 1.83 | 41.65 | 112 | Республика Коми | 3 | 79 | 92 | 277 | 1 | 26 | 46 | 3 | 29 | 11 | 3 | 19 | 18 | 4 | 2 | 13 | 38 | 1 | 20 | 46 | 1 | 7 |
| 3.33 | 50.02 | 100 | Республика Карелия | 2 | 76 | 127 | 448 | 3 | 24 | 50 | 3 | 26 | 35 | 3 | 17 | 19 | 5 | 11 | 47 | 4 | 15 | 22 | 2 | 8 | 28 |
| 3.00 | 46.71 | 97 | Мурманская область | 2 | 82 | 125 | 440 | 1 | 26 | 48 | 1 | 5 | 25 | 19 | 5 | 20 | 19 | 10 | 31 | 94 | 4 | 20 | 39 | 2 | 11 |
| 2.00 | 31.00 | 64 | Псковская область | 2 | 85 | 85 | 279 | 1 | 21 | 35 | 110 | 2 | 24 | 15 | 3 | 16 | 17 | 3 | 12 | 19 | 1 | 16 | 16 | 2 | 8 |
| 4.50 | 42.69 | 38 | Санкт-Петербург | 2 | 132 | 64 | 198 | 3 | 89 | 52 | 116 | 2 | 143 | 55 | 3 | 87 | 28 | 10 | 43 | 21 | 7 | 80 | 36 | 3 | 30 |
| 3.33 | 32.46 | 30 | Новгородская область | 2 | 77 | 80 | 259 | 1 | 22 | 31 | 94 | 4 | 33 | 23 | 6 | 18 | 31 | 2 | 15 | 15 | 5 | 18 | 14 | 3 | 7 |
| 5.00 | 25.39 | 48 | Калининградская область | 2 | 77 | 52 | 146 | 10 | 37 | 25 | 199 | 4 | 45 | 25 | 4 | 33 | 24 | 4 | 23 | 9 | 6 | 33 | 16 | 2 | 13 |

* Здесь и далее в настоящем приложении: при отсутствии у лидеров конкурентного окружения, а также в случае малого количества участников рынка индекс GAP не рассчитывается.

Кредитование ЮЛ

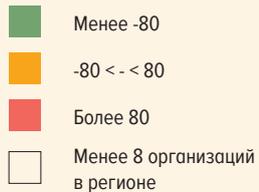
Банки с объемом собственных средств (капиталом) более 1 млрд руб.

CBR-CompositeДоля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции

| Регион | Лидер |
|-----------------------|----------------|
| Краснодарский край | ПАО Сбербанк |
| Ненецкий АО | Банк ВТБ (ПАО) |
| Нижегородская область | ПАО Сбербанк |
| Республика Ингушетия | ПАО Сбербанк |
| Сахалинская область | ПАО Сбербанк |
| Хабаровский край | ПАО Сбербанк |

Привлечение ЮЛ

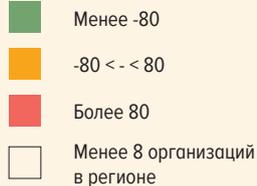
Банки с объемом собственных средств (капиталом) более 1 млрд руб.

CBR-CompositeДоля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции

| Регион | Лидер |
|----------------------|--------------|
| Астраханская область | ПАО Сбербанк |
| Еврейская АО | ПАО Сбербанк |
| Курганская область | ПАО Сбербанк |
| Московская область | ПАО Сбербанк |
| Республика Дагестан | ПАО Сбербанк |
| Республика Коми | ПАО Сбербанк |
| Республика Тыва | ПАО Сбербанк |

Кредитование ИП

Банки с объемом собственных средств (капиталом) более 1 млрд руб.

CBR-Composite

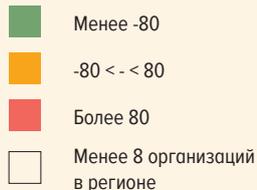
Доля населения, проживающего в регионах с соответствующим уровнем конкуренции



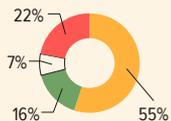
| Регион | Лидер | Костромская область | ПАО Сбербанк | Республика Дагестан | ПАО Сбербанк |
|---------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|----------------------|-----------------|
| Астраханская область | ПАО Сбербанк | Ленинградская область | ПАО Сбербанк | Республика Ингушетия | ПАО Сбербанк |
| Забайкальский край | ПАО Сбербанк | Магаданская область | ПАО Сбербанк | Республика Калмыкия | ПАО Сбербанк |
| Ивановская область | ПАО Сбербанк | Мурманская область | ПАО Сбербанк | Республика Крым | РНКБ Банк (ПАО) |
| Иркутская область | ПАО Сбербанк | Ненецкий АО | ПАО Сбербанк | Республика Саха | ПАО Сбербанк |
| Кабардино-Балкарская Республика | ПАО Сбербанк | Оренбургская область | ПАО Сбербанк | Саратовская область | ПАО Сбербанк |
| Кемеровская область | ПАО Сбербанк | Республика Алтай | ПАО Сбербанк | Севастополь | РНКБ Банк (ПАО) |

Привлечение ИП

Банки с объемом собственных средств (капиталом) более 1 млрд руб.

CBR-Composite

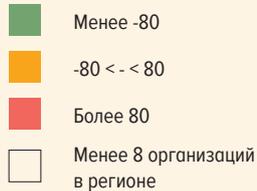
Доля населения, проживающего в регионах с соответствующим уровнем конкуренции



| Регион | Лидер | Забайкальский край | ПАО Сбербанк | Красноярский край | ПАО Сбербанк | Республика Дагестан | ПАО Сбербанк | Томская область | ПАО Сбербанк |
|-----------------------|--------------|---------------------------------|--------------|--------------------|--------------|---------------------|-----------------|-----------------------|--------------|
| Архангельская область | ПАО Сбербанк | Ивановская область | ПАО Сбербанк | Курганская область | ПАО Сбербанк | Республика Коми | ПАО Сбербанк | Тюменская область | ПАО Сбербанк |
| Астраханская область | ПАО Сбербанк | Иркутская область | ПАО Сбербанк | Липецкая область | ПАО Сбербанк | Республика Саха | ПАО Сбербанк | Удмуртская Республика | ПАО Сбербанк |
| Вологодская область | ПАО Сбербанк | Кабардино-Балкарская Республика | ПАО Сбербанк | Ненецкий АО | ПАО Сбербанк | Самарская область | ПАО Сбербанк | Ямало-Ненецкий АО | ПАО Сбербанк |
| Воронежская область | ПАО Сбербанк | Калужская область | ПАО Сбербанк | Пермский край | ПАО Сбербанк | Сахалинская область | ПАО Сбербанк | | |
| Еврейская АО | ПАО Сбербанк | Кемеровская область | ПАО Сбербанк | Псковская область | ПАО Сбербанк | Севастополь | РНКБ Банк (ПАО) | | |

Привлечение ГО

Банки с объемом собственных средств (капиталом) более 1 млрд руб.

CBR-CompositeДоля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции

| Регион | Лидер | Курганская область | ПАО Сбербанк | Республика Бурятия | ПАО Сбербанк | Республика Северная Осетия | Банк ВТБ (ПАО) |
|-----------------------|----------------|-----------------------|--------------|----------------------|--------------|----------------------------|----------------------|
| Архангельская область | ПАО Сбербанк | Ленинградская область | ПАО Сбербанк | Республика Дагестан | ПАО Сбербанк | Республика Татарстан | ПАО «АК БАРС» БАНК |
| Еврейская АО | ПАО Сбербанк | Магаданская область | ПАО Сбербанк | Республика Ингушетия | ПАО Сбербанк | Республика Тыва | ПАО АКБ «Связь-Банк» |
| Забайкальский край | ПАО Сбербанк | Московская область | ПАО Сбербанк | Республика Калмыкия | ПАО Сбербанк | Республика Хакасия | ПАО Сбербанк |
| Иркутская область | ПАО Сбербанк | Орловская область | ПАО Сбербанк | Республика Коми | ПАО Сбербанк | Севастополь | РНКБ Банк (ПАО) |
| Кемеровская область | Банк ВТБ (ПАО) | Республика Алтай | ПАО Сбербанк | Республика Мордовия | ПАО Сбербанк | Ямало-Ненецкий АО | ПАО Сбербанк |

Показатели рыночной власти в сегменте «Малые банки и МФО»
по округам Российской Федерации

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Центральный округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-------------------|------------|------|----------------------|-----|------------|-----|-----|-----|------------|------|-----|-----|-----|---|----|---|------|---|---|----|------|----|-----|----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | | |
| X | 1,67 | X | 132,60 | ● | 500 | Брянская область | X | 1 | 9 | X | 133 | ● | 500 | X | 2 | 3 | - | - | X | 2 | 4 | - | - | | | | |
| X | 1,67 | X | 134,93 | ● | 490 | Москва | X | 1 | 239 | X | 337 | ● | 1317 | X | 2 | 122 | ✓ | 14 | ● | -3 | X | 2 | 55 | ! 54 | ● | 156 | |
| X | 2,33 | X | 88,59 | ● | 234 | Курская область | X | 4 | 14 | X | 89 | ● | 234 | X | 2 | 1 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | | |
| X | 2,00 | X | 73,28 | ● | 203 | Белгородская область | X | 3 | 28 | X | 73 | ● | 203 | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | | |
| X | 1,67 | X | 63,31 | ● | 193 | Калужская область | X | 1 | 11 | X | 113 | ● | 421 | X | 3 | 13 | ✓ | 14 | ● | -34 | X | 1 | 4 | - | - | | |
| X | 1,00 | ! | 40,51 | ● | 132 | Ярославская область | X | 1 | 16 | ! | 16 | ● | 35 | X | 1 | 11 | X | 65 | ● | 229 | X | 1 | 3 | - | - | | |
| X | 1,00 | ! | 36,07 | ● | 114 | Тамбовская область | X | 1 | 16 | ! | 36 | ● | 114 | X | 1 | 7 | - | - | - | X | 1 | 4 | - | - | - | | |
| X | 1,33 | ! | 35,20 | ● | 111 | Липецкая область | X | 1 | 10 | ! | 35 | ● | 111 | X | 2 | 5 | - | - | - | X | 1 | 3 | - | - | - | | |
| X | 2,00 | ! | 41,37 | ● | 105 | Тверская область | X | 2 | 15 | ! | 41 | ● | 105 | X | 2 | 7 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | | |
| X | 1,67 | ✓ | 28,05 | ● | 82 | Костромская область | X | 1 | 29 | ✓ | 28 | ● | 82 | X | 2 | 7 | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | | |
| X | 1,67 | ✓ | 27,16 | ● | 49 | Рязанская область | X | 2 | 10 | ✓ | 27 | ● | 49 | X | 1 | 5 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | | |
| X | 2,33 | ✓ | 23,55 | ● | 4 | Ивановская область | X | 3 | 16 | ✓ | 20 | ● | -12 | X | 3 | 9 | ✓ | 28 | ● | 20 | X | 1 | 4 | - | - | - | |
| X | 3,00 | ✓ | 22,77 | ● | 1 | Воронежская область | X | 7 | 21 | ✓ | 26 | ● | -106 | X | 1 | 15 | ✓ | 28 | ● | 81 | X | 1 | 13 | ✓ | 15 | ● | 28 |
| X | 1,67 | ✓ | 8,42 | ● | -26 | Орловская область | X | 2 | 8 | ✓ | 8 | ● | -26 | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | - | |
| X | 2,00 | ✓ | 14,25 | ● | -63 | Тульская область | X | 4 | 18 | ✓ | 14 | ● | -63 | X | 1 | 3 | - | - | - | X | 1 | 1 | - | - | - | - | |
| ! | 4,33 | ✓ | 14,27 | ● | -108 | Владимирская область | X | 5 | 20 | ✓ | 23 | ● | -57 | ! | 6 | 11 | ✓ | 5 | ● | -159 | X | 2 | 1 | - | - | - | |
| X | 5,33 | ✓ | 28,78 | ● | -110 | Московская область | X | 2 | 77 | ! | 48 | ● | 131 | ! | 13 | 48 | ✓ | 10 | ● | -350 | X | 1 | 7 | - | - | - | |
| X | 1,67 | - | - | - | - | Смоленская область | X | 2 | 7 | - | - | - | - | X | 2 | 4 | - | - | - | X | 1 | 1 | - | - | - | - | |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Дальневосточный округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-----------------------|------------|-----|---------------------|-----|------------|----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|---|---|---|---|---|---|----|---|----|---|-----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | |
| X | 1,00 | X | 123,05 | ● | 462 | Амурская область | X | 1 | 16 | X | 123 | ● | 462 | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | |
| X | 2,00 | ✓ | 28,83 | ● | 55 | Приморский край | X | 1 | 48 | ! | 46 | ● | 156 | X | 2 | 7 | - | - | - | X | 3 | 10 | ✓ | 11 | ● | -45 |
| X | 1,33 | ✓ | 16,82 | ● | 7 | Сахалинская область | X | 2 | 13 | ✓ | 17 | ● | 7 | X | 1 | 4 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - |
| X | 2,33 | ✓ | 22,43 | ● | 0 | Республика Саха | X | 3 | 32 | ✓ | 22 | ● | 0 | X | 3 | 6 | - | - | - | X | 1 | 7 | - | - | - | - |
| X | 1,67 | ! | 6,71 | ● | -33 | Хабаровский край | X | 2 | 19 | ! | 7 | ● | -33 | X | 2 | 4 | - | - | - | X | 1 | 3 | - | - | - | - |
| X | 0,33 | - | - | - | - | Еврейская АО | X | 1 | 2 | - | - | - | - | X | 0 | 0 | - | - | - | X | 0 | 0 | - | - | - | - |
| X | 2,00 | - | - | - | - | Камчатский край | X | 2 | 7 | - | - | - | - | X | 2 | 4 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | - |
| X | 1,33 | - | - | - | - | Магаданская область | X | 1 | 4 | - | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | X | 1 | 1 | - | - | - | - |
| X | 0,00 | - | - | - | - | Чукотский АО | X | 0 | 0 | - | - | - | - | X | 0 | 0 | - | - | - | X | 0 | 0 | - | - | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Сибирский округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-----------------|------------|------|-----------------------|-----|------------|----|-----|-----|------------|------|-----|-----|----|---|----|---|-----|---|---|----|---|----|---|-----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | | |
| X | 2,33 | X | 61,94 | ● | 188 | Алтайский край | X | 2 | 47 | ! | 33 | ● | 71 | X | 2 | 13 | X | 91 | ● | 305 | X | 3 | 6 | - | - | - | |
| X | 2,67 | ! | 34,77 | ● | 59 | Иркутская область | X | 3 | 38 | ! | 15 | ● | -31 | X | 3 | 24 | X | 80 | ● | 230 | X | 2 | 21 | ✓ | 10 | ● | -22 |
| X | 3,00 | ✓ | 25,99 | ● | 14 | Новосибирская область | X | 4 | 52 | ! | 42 | ● | 50 | X | 2 | 15 | ✓ | 10 | ● | -22 | X | 3 | 7 | - | - | - | - |
| X | 3,33 | ! | 35,80 | ● | 8 | Красноярский край | X | 8 | 59 | ! | 43 | ● | -67 | X | 1 | 11 | ✓ | 28 | ● | 83 | X | 1 | 5 | - | - | - | - |
| X | 1,33 | ✓ | 16,67 | ● | 7 | Томская область | X | 2 | 27 | ! | 17 | ● | 7 | X | 1 | 5 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| X | 2,00 | ! | 14,53 | ● | -2 | Омская область | X | 3 | 23 | ! | 9 | ● | -54 | X | 1 | 8 | ✓ | 20 | ● | 50 | X | 2 | 4 | - | - | - | - |
| X | 2,00 | ✓ | 5,27 | ● | -39 | Республика Алтай | X | 2 | 5 | - | - | - | - | X | 2 | 8 | ✓ | 5 | ● | -39 | X | 2 | 5 | - | - | - | - |
| X | 4,00 | ✓ | 19,79 | ● | -41 | Республика Бурятия | X | 7 | 11 | ! | 38 | ● | -59 | X | 2 | 9 | ✓ | 14 | ● | -5 | X | 3 | 9 | ✓ | 8 | ● | -58 |
| X | 4,00 | ✓ | 19,02 | ● | -44 | Забайкальский край | X | 3 | 11 | ! | 21 | ● | -6 | X | 3 | 8 | ✓ | 12 | ● | -40 | ! | 6 | 9 | ✓ | 24 | ● | -86 |
| X | 2,00 | ✓ | 9,30 | ● | -83 | Республика Хакасия | X | 4 | 17 | ! | 9 | ● | -83 | X | 1 | 3 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| ! | 5,67 | ! | 22,30 | ● | -136 | Кемеровская область | X | 11 | 41 | ! | 22 | ● | -243 | X | 4 | 12 | ✓ | 23 | ● | -29 | X | 2 | 7 | - | - | - | - |
| X | 1,33 | - | - | - | - | Республика Тыва | X | 2 | 4 | - | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Северо-Кавказский округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-------------------------|------------|-----|---------------------------------|-----|------------|----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|----|---|----|---|-----|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | | |
| X | 1,67 | ! | 56,71 | ● | 182 | Ставропольский край | X | 2 | 22 | X | 71 | ● | 223 | X | 1 | 11 | ! | 43 | ● | 141 | X | 2 | 6 | - | - | - | |
| X | 1,33 | ✓ | 22,96 | ● | 32 | Республика Северная Осетия | X | 2 | 14 | ! | 23 | ● | 32 | X | 1 | 3 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| X | 2,67 | ✓ | 15,52 | ● | -58 | Республика Дагестан | X | 4 | 12 | ! | 16 | ● | -58 | X | 2 | 6 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | - | - |
| X | 2,00 | - | - | - | - | Кабардино-Балкарская Республика | X | 3 | 7 | - | - | - | - | X | 2 | 5 | - | - | - | X | 1 | 5 | - | - | - | - | - |
| X | 1,67 | - | - | - | - | Карачаево-Черкесская Республика | X | 2 | 4 | - | - | - | - | X | 2 | 5 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| X | 1,33 | - | - | - | - | Республика Ингушетия | X | 0 | 0 | - | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | - | - |
| X | 1,67 | - | - | - | - | Чеченская Республика | X | 2 | 4 | - | - | - | - | X | 1 | 6 | - | - | - | X | 2 | 4 | - | - | - | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Южный округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-------------|------------|------|-----------------------|-----|------------|----|-----|-----|------------|------|-----|-----|----|---|----|---|-----|---|---|----|---|----|---|-----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | | |
| X | 1,67 | X | 63,98 | ● | 196 | Севастополь | X | 2 | 8 | X | 64 | ● | 196 | X | 2 | 4 | - | - | - | X | 1 | 3 | - | - | - | - | |
| X | 2,00 | ! | 48,72 | ● | 135 | Ростовская область | X | 1 | 48 | X | 100 | ● | 372 | X | 4 | 24 | ✓ | 19 | ● | -44 | X | 1 | 20 | ✓ | 27 | ● | 77 |
| X | 1,33 | ✓ | 18,10 | ● | 12 | Астраханская область | X | 2 | 10 | ! | 18 | ● | 12 | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| ! | 5,67 | ! | 41,25 | ● | 5 | Краснодарский край | X | 14 | 53 | ! | 52 | ● | -123 | X | 2 | 21 | ✓ | 11 | ● | -15 | X | 1 | 9 | X | 61 | ● | 213 |
| X | 1,67 | ! | 6,81 | ● | -33 | Республика Калмыкия | X | 2 | 8 | ! | 7 | ● | -33 | X | 1 | 4 | - | - | - | X | 2 | 1 | - | - | - | - | - |
| X | 3,00 | ! | 29,66 | ● | -61 | Волгоградская область | X | 6 | 29 | ! | 30 | ● | -61 | X | 1 | 7 | - | - | - | X | 2 | 5 | - | - | - | - | - |
| ! | 4,33 | ! | 10,59 | ● | -228 | Республика Крым | X | 9 | 15 | ! | 11 | ● | -228 | X | 2 | 7 | - | - | - | X | 2 | 4 | - | - | - | - | - |
| X | 1,33 | - | - | - | - | Республика Адыгея | X | 1 | 7 | - | - | - | - | X | 1 | 3 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Уральский округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|-----------|-----------------|------------|------|----------------------|-----|------------|----|-----|-----|------------|------|-----|-----|----|---|----|---|-----|---|---|----|---|----|---|-----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | | | | | | | | | | | | |
| X | 2,00 | ✓ | 15,98 | ● | 4 | Курганская область | X | 2 | 8 | ! | 16 | ● | 4 | X | 2 | 4 | - | - | - | X | 2 | 4 | - | - | - | - | |
| X | 2,67 | ! | 28,49 | ● | -6 | Ханты-Мансийский АО | X | 4 | 11 | ! | 28 | ● | -6 | X | 2 | 3 | - | - | - | X | 2 | 3 | - | - | - | - | - |
| ! | 5,00 | ! | 29,01 | ● | -34 | Свердловская область | X | 12 | 39 | ! | 29 | ● | -243 | X | 2 | 10 | ✓ | 22 | ● | 29 | X | 1 | 10 | ! | 35 | ● | 112 |
| ! | 4,33 | ! | 15,00 | ● | -75 | Тюменская область | X | 6 | 29 | ! | 13 | ● | -127 | X | 3 | 12 | ✓ | 17 | ● | -23 | X | 4 | 6 | - | - | - | - |
| ! | 5,67 | ! | 16,30 | ● | -145 | Челябинская область | X | 12 | 50 | ! | 21 | ● | -274 | X | 2 | 11 | ✓ | 11 | ● | -15 | X | 3 | 6 | - | - | - | - |
| X | 1,00 | - | - | - | - | Ямало-Ненецкий АО | X | 1 | 3 | - | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | X | 1 | 2 | - | - | - | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Приволжский округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | |
|------|-------|-----------|-------------------------|------------|----|-----|------|------------|----|-----|-----|------------|----|-----|-----|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR |
| 1,00 | 77,17 | 279 | Республика Марий Эл | 1 | 13 | 77 | 279 | 1 | 6 | - | - | 1 | 2 | - | - |
| 1,67 | 59,41 | 193 | Республика Башкортостан | 2 | 50 | 92 | 306 | 1 | 14 | 27 | 79 | 2 | 3 | - | - |
| 3,67 | 64,98 | 140 | Республика Татарстан | 3 | 48 | 72 | 197 | 5 | 12 | 58 | 83 | 3 | 7 | - | - |
| 1,00 | 41,19 | 135 | Ульяновская область | 1 | 18 | 41 | 135 | 1 | 5 | - | - | 1 | 4 | - | - |
| 3,33 | 45,44 | 82 | Кировская область | 6 | 26 | 20 | -101 | 2 | 12 | 98 | 331 | 2 | 12 | 19 | 15 |
| 1,33 | 26,45 | 66 | Удмуртская Республика | 1 | 43 | 39 | 127 | 2 | 10 | 24 | 36 | 1 | 8 | 16 | 34 |
| 1,67 | 29,53 | 58 | Саратовская область | 2 | 24 | 36 | 84 | 2 | 9 | 23 | 32 | 1 | 5 | - | - |
| 2,67 | 25,82 | 23 | Пермский край | 3 | 46 | 23 | 4 | 3 | 12 | 41 | 74 | 2 | 12 | 13 | -8 |
| 2,33 | 39,17 | 7 | Пензенская область | 5 | 23 | 39 | 7 | 1 | 4 | - | - | 1 | 4 | - | - |
| 3,33 | 20,47 | -18 | Нижегородская область | 5 | 42 | 25 | -49 | 4 | 16 | 16 | -56 | 1 | 10 | 20 | 51 |
| 1,67 | 12,54 | -40 | Республика Мордовия | 3 | 14 | 13 | -40 | 1 | 6 | - | - | 1 | 5 | - | - |
| 4,33 | 18,49 | -56 | Самарская область | 10 | 39 | 26 | -196 | 2 | 29 | 16 | 6 | 1 | 16 | 13 | 22 |
| 3,67 | 17,95 | -63 | Чувашская Республика | 8 | 29 | 36 | -96 | 1 | 6 | 0 | -30 | 2 | 4 | - | - |
| 5,00 | 15,55 | -238 | Оренбургская область | 10 | 28 | 16 | -238 | 3 | 6 | - | - | 2 | 7 | - | - |

| Lind | GAP | CBR-Comp. | Северо-западный округ | Кредит. ФЛ | | | | Кредит. ЮЛ | | | | Кредит. ИП | | | |
|------|--------|-----------|-------------------------|------------|----|-----|------|------------|----|-----|------|------------|----|-----|------|
| | | | | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR | L | n | GAP | CBR |
| 1,00 | 133,27 | 503 | Архангельская область | 1 | 46 | 133 | 503 | 1 | 4 | - | - | 1 | 2 | - | - |
| 1,67 | 38,63 | 110 | Вологодская область | 2 | 28 | 36 | 82 | 1 | 9 | 42 | 137 | 2 | 3 | - | - |
| 1,33 | 9,31 | 7 | Республика Коми | 1 | 10 | 9 | 7 | 1 | 1 | - | - | 2 | 1 | - | - |
| 1,33 | 10,08 | -20 | Мурманская область | 2 | 13 | 10 | -20 | 1 | 3 | - | - | 1 | 2 | - | - |
| 4,33 | 18,99 | -54 | Ленинградская область | 1 | 13 | 38 | 120 | 7 | 17 | 12 | -164 | 5 | 8 | 8 | -119 |
| 2,33 | 11,09 | -106 | Новгородская область | 5 | 10 | 11 | -106 | 1 | 2 | - | - | 1 | 2 | - | - |
| 8,00 | 15,75 | -177 | Санкт-Петербург | 14 | 80 | 18 | -347 | 9 | 40 | 17 | -202 | 1 | 11 | 12 | 17 |
| 4,00 | 11,06 | -226 | Калининградская область | 9 | 13 | 11 | -226 | 2 | 3 | - | - | 1 | 1 | - | - |
| 1,00 | - | - | Псковская область | 1 | 6 | - | - | 1 | 3 | - | - | 1 | 2 | - | - |
| 1,67 | - | - | Республика Карелия | 2 | 6 | - | - | 1 | 4 | - | - | 2 | 1 | - | - |
| 1,33 | - | - | Ненецкий АО | 2 | 1 | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 | - | - |

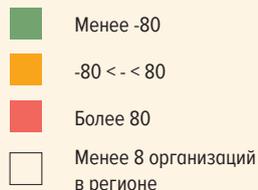
Состояние конкуренции в сегменте «Малые банки и МФО» по субъектам Российской Федерации, 2018 год

Кредитование ФЛ

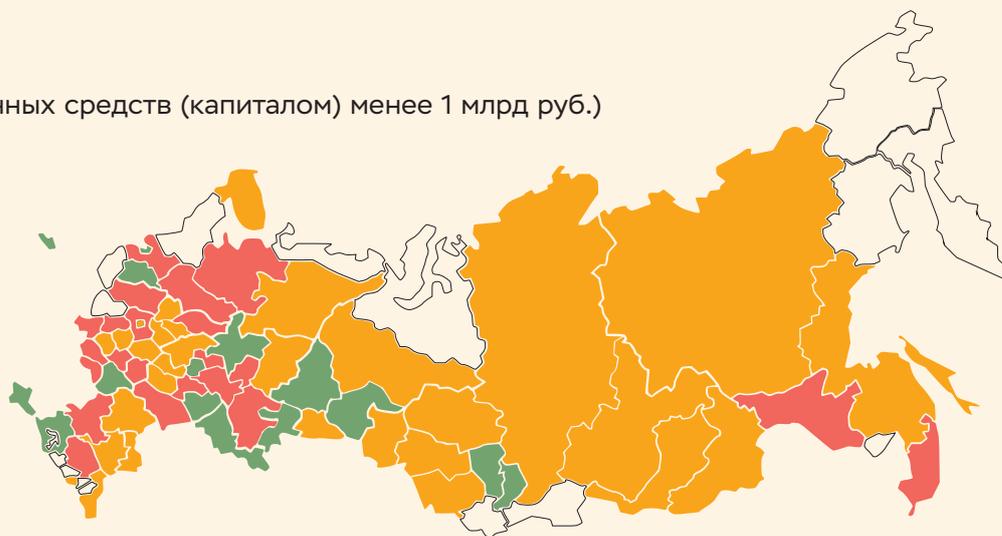
МФО и малые банки

(с объемом собственных средств (капиталом) менее 1 млрд руб.)

CBR-Composite



Доля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции



| Регион | Лидер | Липецкая область | ООО МФК «Русские деньги» | Республика Марий Эл | ООО МФК «ЭкспрессДеньги» |
|-----------------------|---|---------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| Амурская область | ООО МКК «Бюро финансовых решений» | Магаданская область | ООО МКК Е-КРЕДИТ | Ростовская область | ООО «МКК СКОРОСТЬ ФИНАНС» |
| Архангельская область | ООО МКК «Центрофинанс Групп» | Москва | ООО МФК «ОТП Финанс» | Тамбовская область | ООО «МКК «Микроденьги» |
| Брянская область | ООО МКК «Выручай-Деньги» | Приморский край | ООО МКК «ВЛ-ФИНАНС» | Удмуртская Республика | ООО МКК «Форвард» |
| Еврейская АО | ООО «МКК «Фаст ЕАО» | Псковская область | ПАО КБ «ВАКОБАНК» | Ульяновская область | АО Банк «Венец» |
| Калужская область | ООО МКК «Касса Взаимопомощи Пятый Элемент Деньги» | Республика Адыгея | АО «МАЙКОПБАНК» | Ямало-Ненецкий АО | ООО «МКК Касса взаимопомощи «Ямал» |
| Костромская область | ООО «Костромаселькомбанк» | Республика Коми | ООО «МКК» Ц. М. Ф.» | Ярославская область | ИКБР «ЯРИНТЕРБАНК» (ООО) |
| Ленинградская область | ООО Банк Оранжевый | | | | |

Показатели рыночной власти на страховом рынке по округам Российской Федерации

| Центральный округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|------|-----------|---|----|-----|-----------|------|----|----|----|------|------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Липецкая область | X | 1 | 29 | X | 34 | 105 | X | 4 | 10 | 7 | -90 | X | 3 | 21 | 8 | X | 1 | 17 | 26 | 76 | 7 | 30 | 15 | -150 | |
| Владимирская область | X | 3 | 30 | X | 31 | 32 | X | 3 | 11 | 33 | 43 | X | 3 | 32 | 38 | X | 6 | 16 | 19 | -102 | X | 13 | 30 | 26 | -284 |
| Воронежская область | X | 9 | 29 | X | 17 | -204 | X | 6 | 11 | 14 | -126 | X | 8 | 15 | -165 | X | 4 | 17 | 24 | -23 | X | 1 | 32 | 21 | 54 |
| Тверская область | X | 5 | 29 | X | 16 | -87 | X | 1 | 8 | 17 | 39 | X | 3 | 17 | -24 | X | 3 | 15 | 24 | 7 | X | 2 | 30 | 19 | 15 |
| Московская область | X | 6 | 31 | X | 42 | -13 | X | 2 | 11 | 20 | 21 | X | 4 | 31 | 4 | X | 2 | 15 | 26 | 43 | X | 3 | 33 | 15 | -29 |
| Рязанская область | X | 3 | 30 | X | 16 | -26 | X | 1 | 11 | 23 | 60 | X | 2 | 19 | 17 | X | 4 | 15 | 18 | -48 | X | 10 | 28 | 13 | -249 |
| Тамбовская область | X | 3 | 29 | X | 15 | -30 | X | 2 | 8 | 11 | -17 | X | 3 | 13 | -23 | X | 2 | 15 | 29 | 55 | X | 7 | 27 | 11 | -166 |
| Костромская область | X | 6 | 27 | X | 29 | -64 | X | 1 | 8 | 20 | 51 | X | 4 | 25 | -7 | X | 2 | 12 | 17 | 10 | X | 12 | 21 | 12 | -311 |
| Москва | X | 8 | 44 | X | 44 | -65 | X | 3 | 50 | 25 | 11 | X | 6 | 34 | -27 | X | 4 | 26 | 15 | -59 | X | 1 | 90 | 102 | 379 |
| Смоленская область | X | 4 | 33 | X | 11 | -77 | X | 1 | 10 | 16 | 35 | X | 3 | 13 | -21 | X | 3 | 16 | 17 | -24 | X | 2 | 30 | 28 | 52 |
| Ярославская область | X | 8 | 29 | X | 21 | -155 | X | 3 | 11 | 13 | -38 | X | 6 | 17 | -97 | X | 1 | 18 | 18 | 43 | X | 2 | 30 | 16 | 6 |
| Курская область | X | 7 | 29 | X | 27 | -100 | X | 3 | 7 | - | 5 | X | 27 | -100 | X | 4 | 16 | 17 | -52 | X | 15 | 30 | 43 | -280 | |
| Калужская область | X | 9 | 29 | X | 16 | -205 | X | 2 | 11 | 9 | -24 | X | 6 | 13 | -115 | X | 3 | 17 | 24 | 6 | X | 2 | 30 | 17 | 8 |
| Орловская область | X | 8 | 30 | X | 12 | -192 | X | 4 | 9 | 9 | -85 | X | 6 | 10 | -138 | X | 5 | 14 | 16 | -85 | X | 6 | 30 | 8 | -149 |
| Брянская область | X | 8 | 30 | X | 15 | -179 | X | 2 | 8 | 16 | 3 | X | 5 | 15 | -88 | X | 3 | 16 | 18 | -17 | X | 16 | 32 | 27 | -373 |
| Тульская область | X | 11 | 30 | X | 57 | -103 | X | 3 | 9 | 8 | -58 | X | 7 | 32 | -81 | X | 2 | 16 | 16 | 3 | X | 2 | 31 | 20 | 20 |
| Ивановская область | X | 10 | 30 | X | 26 | -194 | X | 3 | 8 | 16 | -27 | X | 7 | 21 | -111 | X | 4 | 17 | 17 | -52 | X | 3 | 23 | 6 | -66 |
| Белгородская область | X | 8 | 31 | X | 26 | -134 | X | 4 | 10 | 16 | -56 | X | 6 | 21 | -95 | X | 1 | 18 | 27 | 76 | X | 2 | 33 | 26 | 44 |

| Дальневосточный округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-----------------|---|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|------|-----------|---|----|-----|-----------|------|----|-----|------|------|------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Чукотский АО | X | 1 | 19 | X | 190 | 731 | X | 1 | 1 | - | X | 1 | 190 | 731 | X | 2 | 5 | - | X | 1 | 12 | 844 | 3347 | | |
| Республика Саха | X | 1 | 29 | X | 91 | 333 | X | 2 | 7 | - | X | 2 | 91 | 333 | X | 5 | 14 | 40 | 12 | X | 3 | 26 | 13 | -37 | |
| Магаданская область | X | 3 | 25 | X | 22 | 0 | X | 1 | 3 | - | X | 2 | 22 | 0 | X | 1 | 10 | 21 | 56 | X | 2 | 19 | 28 | 51 | |
| Камчатский край | X | 2 | 27 | X | 28 | 53 | X | 1 | 5 | - | X | 2 | 28 | 53 | X | 7 | 13 | 57 | 17 | X | 8 | 26 | 15 | -178 | |
| Приморский край | X | 2 | 33 | X | 14 | -6 | X | 3 | 14 | 16 | -27 | X | 3 | 15 | -16 | X | 3 | 17 | 19 | -15 | X | 14 | 38 | 24 | -322 |
| Сахалинская область | X | 6 | 27 | X | 38 | -27 | X | 2 | 8 | 17 | 8 | X | 4 | 28 | -10 | X | 2 | 14 | 23 | 32 | X | 2 | 25 | 10 | -20 |
| Амурская область | X | 5 | 26 | X | 23 | -58 | X | 1 | 5 | - | X | 3 | 23 | -58 | X | 2 | 18 | 12 | -14 | X | 9 | 24 | 20 | -191 | |
| Хабаровский край | X | 7 | 30 | X | 16 | -146 | X | 1 | 13 | 63 | 223 | X | 4 | 40 | 39 | X | 7 | 19 | 14 | -154 | X | 1 | 37 | 35 | 109 |
| Еврейская автономная область | X | 8 | 22 | X | 13 | -186 | X | 1 | 2 | - | X | 5 | 13 | -186 | X | 4 | 13 | 30 | 0 | X | 4 | 18 | 5 | -100 | |

| Сибирский округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|------|-----------|---|----|-----|-----------|------|----|----|----|------|------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Томская область | X | 2 | 30 | X | 14 | -5 | X | 2 | 10 | 11 | -18 | X | 2 | 12 | -11 | X | 6 | 17 | 25 | -79 | X | 1 | 29 | 21 | 54 |
| Республика Хакасия | X | 2 | 27 | X | 14 | -4 | X | 1 | 6 | - | X | 2 | 14 | -4 | X | 2 | 14 | 10 | -19 | X | 12 | 25 | 44 | -182 | |
| Республика Бурятия | X | 3 | 24 | X | 19 | -16 | X | 1 | 4 | - | X | 2 | 19 | -16 | X | 2 | 14 | 8 | -29 | X | 9 | 27 | 16 | -208 | |
| Республика Алтай | X | 5 | 24 | X | 29 | -34 | X | 2 | 3 | - | X | 4 | 29 | -34 | X | 2 | 9 | 79 | 256 | X | 6 | 16 | 13 | -126 | |
| Забайкальский край | X | 5 | 25 | X | 16 | -88 | X | 1 | 6 | - | X | 3 | 16 | -88 | X | 7 | 14 | 52 | -3 | X | 11 | 24 | 14 | -276 | |
| Красноярский край | X | 7 | 34 | X | 18 | -140 | X | 1 | 16 | 30 | 89 | X | 4 | 24 | -25 | X | 6 | 19 | 19 | -102 | X | 14 | 43 | 23 | -329 |
| Новосибирская область | X | 7 | 35 | X | 15 | -150 | X | 5 | 18 | 30 | -29 | X | 6 | 23 | -90 | X | 2 | 20 | 11 | -17 | X | 10 | 47 | 21 | -216 |
| Омская область | X | 12 | 31 | X | 31 | -235 | X | 1 | 14 | 17 | 38 | X | 7 | 24 | -98 | X | 2 | 19 | 12 | -12 | X | 16 | 38 | 27 | -373 |
| Алтайский край | X | 5 | 29 | X | 8 | -118 | X | 1 | 10 | 22 | 57 | X | 3 | 15 | -30 | X | 4 | 18 | 18 | -46 | X | 1 | 36 | 20 | 51 |
| Республика Тыва | X | 9 | 25 | X | 10 | -231 | X | 1 | 2 | - | X | 5 | 10 | -231 | X | 3 | 7 | - | X | 1 | 15 | 26 | 7 | -75 | |
| Кемеровская область | X | 9 | 32 | X | 14 | -213 | X | 5 | 15 | 18 | -77 | X | 7 | 16 | -145 | X | 5 | 19 | 22 | -61 | X | 9 | 40 | 17 | -202 |
| Иркутская область | X | 11 | 32 | X | 18 | -258 | X | 1 | 14 | 41 | 133 | X | 6 | 29 | -62 | X | 1 | 20 | 29 | 85 | X | 1 | 41 | 31 | 94 |

| Северо-Кавказский округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|------|-----------|---|----|-----|-----------|-----|----|----|----|------|------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Чеченская Республика | X | 1 | 24 | X | 40 | 130 | X | 6 | 1 | - | X | 4 | 40 | 130 | X | 3 | 6 | - | X | 5 | 12 | 27 | 4 | -43 | |
| Республика Ингушетия | X | 2 | 24 | X | 17 | 7 | X | 1 | 1 | - | X | 2 | 17 | 7 | X | 2 | 6 | 14 | 5 | X | 14 | 36 | 7 | -4 | |
| Кабардино-Балкарская Республика | X | 3 | 25 | X | 14 | -32 | X | 2 | 3 | - | X | 3 | 14 | -32 | X | 1 | 11 | 40 | 128 | X | 3 | 19 | 8 | -56 | |
| Республика Дагестан | X | 5 | 28 | X | 12 | -101 | X | 2 | 3 | - | X | 4 | 12 | -101 | X | 1 | 9 | 40 | 128 | X | 7 | 17 | 12 | -163 | |
| Республика Северная Осетия | X | 11 | 28 | X | 21 | -245 | X | 1 | 2 | - | X | 6 | 21 | -245 | X | 1 | 10 | 31 | 96 | X | 7 | 16 | 38 | -57 | |
| Ставропольский край | X | 6 | 30 | X | 15 | -119 | X | 3 | 12 | 29 | 28 | X | 5 | 22 | -46 | X | 5 | 18 | 28 | -40 | X | 8 | 30 | 24 | -143 |
| Карачаево-Черкесская Республика | X | 10 | 25 | X | 20 | -221 | X | 1 | 4 | - | X | 6 | 20 | -221 | X | 1 | 8 | 14 | 26 | X | 5 | 18 | 14 | -96 | |

| Южный округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|-----|-----------|---|----|-----|-----------|-----|----|----|----|------|-----|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Астраханская область | X | 2 | 27 | X | 24 | 37 | X | 2 | 7 | - | X | 2 | 24 | 37 | X | 2 | 15 | 26 | 43 | X | 1 | 24 | 58 | 200 | |
| Республика Адыгея | X | 3 | 24 | X | 20 | -11 | X | 1 | 1 | - | X | 2 | 20 | -11 | X | 2 | 8 | 11 | -18 | X | 2 | 22 | 13 | -8 | |
| Севастополь | X | 4 | 21 | X | 32 | 7 | X | 1 | 1 | - | X | 3 | 32 | 7 | X | 1 | 2 | - | X | 1 | 7 | - | - | - | |
| Республика Крым | X | 6 | 21 | X | 47 | 10 | X | 1 | 1 | - | X | 6 | 47 | 10 | X | 1 | 2 | - | X | 3 | 16 | 9 | - | -55 | |
| Республика Калмыкия | X | 3 | 24 | X | 20 | -12 | X | 1 | 2 | - | X | 2 | 20 | -12 | X | 4 | 8 | 76 | 185 | X | 10 | 17 | 17 | -232 | |
| Краснодарский край | X | 4 | 39 | X | 12 | -73 | X | 2 | 16 | 15 | 1 | X | 3 | 14 | -36 | X | 5 | 20 | 20 | -70 | X | 5 | 52 | 22 | -62 |
| Ростовская область | X | 5 | 39 | X | 15 | -89 | X | 2 | 14 | 19 | 16 | X | 4 | 17 | -37 | X | 4 | 20 | 21 | -36 | X | 4 | 49 | 20 | -41 |
| Волгоградская область | X | 10 | 33 | X | 17 | -234 | X | 2 | 8 | 12 | -12 | X | 6 | 14 | -123 | X | 4 | 19 | 24 | -24 | X | 5 | 37 | 18 | -76 |

| Уральский округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|------|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|-----|-----------|---|----|-----|-----------|------|---|----|-----|-----|------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Курганская область | X | 1 | 26 | X | 42 | 137 | X | 3 | 6 | - | X | 2 | 42 | 137 | X | 3 | 17 | 16 | -25 | X | 9 | 25 | 16 | 204 | |
| Челябинская область | X | 8 | 35 | X | 29 | -125 | X | 6 | 14 | 10 | -139 | X | 7 | 20 | -132 | X | 12 | 20 | 20 | -280 | X | 16 | 46 | 23 | -389 |
| Ямало-Ненецкий АО | X | 3 | 20 | X | 12 | -44 | X | 3 | 7 | - | X | 3 | 12 | -44 | X | 2 | 10 | 16 | 5 | X | 2 | 19 | 144 | 514 | |
| Тюменская область | X | 3 | 29 | X | 16 | -24 | X | 4 | 14 | 7 | -91 | X | 4 | 12 | -58 | X | 5 | 20 | 23 | -57 | X | 3 | 35 | 27 | 17 |
| Ханты-Мансийский АО | X | 5 | 23 | X | 32 | -21 | X | 3 | 10 | 15 | -30 | X | 4 | 24 | -25 | X | 7 | 14 | 43 | -39 | X | 1 | 25 | 64 | 227 |
| Свердловская область | X | 17 | 36 | X | 24 | -413 | X | 8 | 17 | 9 | -204 | X | 13 | 17 | -308 | X | 6 | 20 | 15 | -122 | X | 22 | 51 | 20 | -580 |

| Северо-западный округ | Автострахование | | | | | | | | Страхование жизни | | | | ДМС | | | | | | |
|-------------------------|-----------------|----|-----|-----------|-------|----|-----|-----------|-------------------|-----|-----------|---|-----|-----|-----------|----|----|-----|-----------|
| | ОСАГО | | | | КАСКО | | | | Lind | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. |
| | L | n | GAP | CBR-Comp. | L | n | GAP | CBR-Comp. | | | | | | | | | | | |
| Ненецкий АО | 2 | 15 | 36 | 85 | - | - | - | - | 2 | 36 | 85 | 2 | 4 | - | - | 3 | 7 | - | - |
| Ленинградская область | 2 | 30 | 26 | 42 | 1 | 12 | 75 | 270 | 2 | 50 | 156 | 3 | 10 | 20 | -11 | 6 | 29 | 26 | -76 |
| Вологодская область | 2 | 27 | 18 | 12 | 4 | 8 | 11 | -77 | 3 | 14 | -33 | 3 | 17 | 28 | 22 | 1 | 28 | 29 | 85 |
| Калининградская область | 3 | 32 | 12 | -40 | 6 | 13 | 21 | -95 | 5 | 17 | -68 | 5 | 18 | 22 | -61 | 15 | 34 | 20 | -370 |
| Архангельская область | 5 | 31 | 23 | -57 | 2 | 11 | 14 | -5 | 4 | 19 | -31 | 4 | 16 | 22 | -34 | 4 | 27 | 15 | -59 |
| Псковская область | 4 | 29 | 14 | -66 | 2 | 8 | 70 | 220 | 3 | 42 | 77 | 2 | 13 | 11 | -16 | 5 | 25 | 11 | -104 |
| Республика Коми | 8 | 27 | 58 | -9 | 5 | 7 | - | - | 7 | 58 | -9 | 1 | 16 | 29 | 84 | 6 | 29 | 29 | -63 |
| Новгородская область | 3 | 28 | 17 | -21 | 4 | 9 | 7 | -92 | 4 | 12 | -56 | 2 | 15 | 12 | -13 | 9 | 27 | 22 | -183 |
| Санкт-Петербург | 6 | 39 | 22 | -93 | 2 | 31 | 54 | 158 | 4 | 38 | 32 | 2 | 21 | 14 | -3 | 11 | 63 | 31 | -206 |
| Мурманская область | 7 | 32 | 18 | -137 | 3 | 8 | 5 | -71 | 5 | 12 | -104 | 5 | 13 | 12 | -101 | 2 | 30 | 21 | 23 |
| Республика Карелия | 9 | 30 | 21 | -187 | 4 | 11 | 33 | 10 | 7 | 27 | -88 | 1 | 15 | 16 | 34 | 2 | 30 | 10 | -19 |

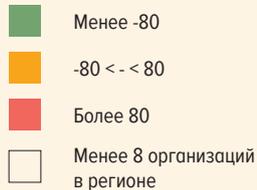
* Здесь и далее в настоящем приложении: если в отчетном периоде в субъекте Российской Федерации соответствующие услуги не оказывались, в графах «Lind», «GAP» и «CBR-Comp» проставляется «-».

** Здесь и далее в настоящем приложении: при отсутствии у лидеров конкурентного окружения, а также в случае малого (менее 8) количества участников рынка индекс GAP не рассчитывается.

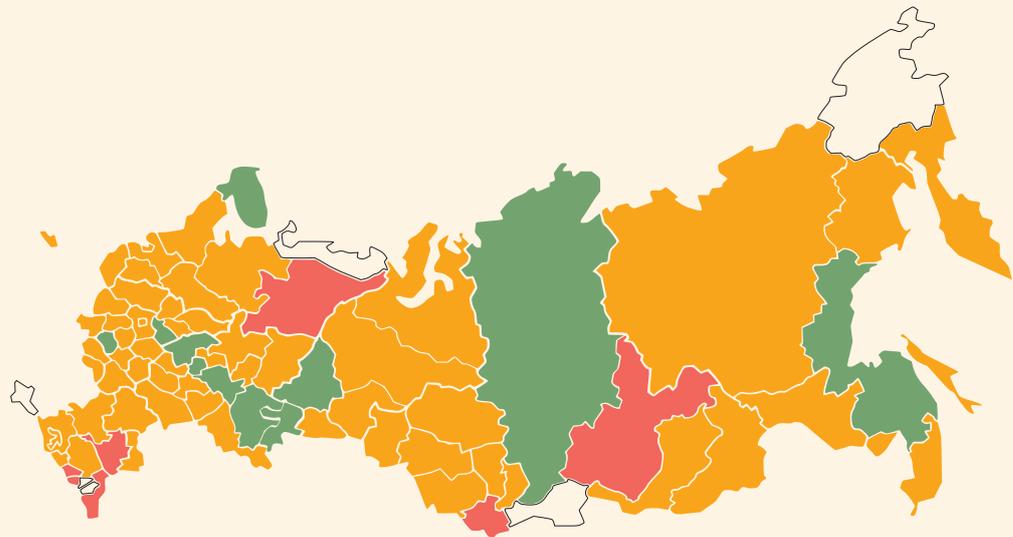
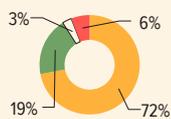
Состояние конкуренции на страховом рынке по субъектам Российской Федерации, 2018 год

Страхование

CBR-Composite



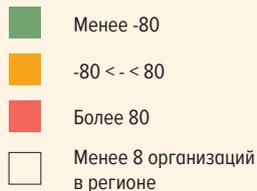
Доля населения, проживающего в регионах с соответствующим уровнем конкуренции



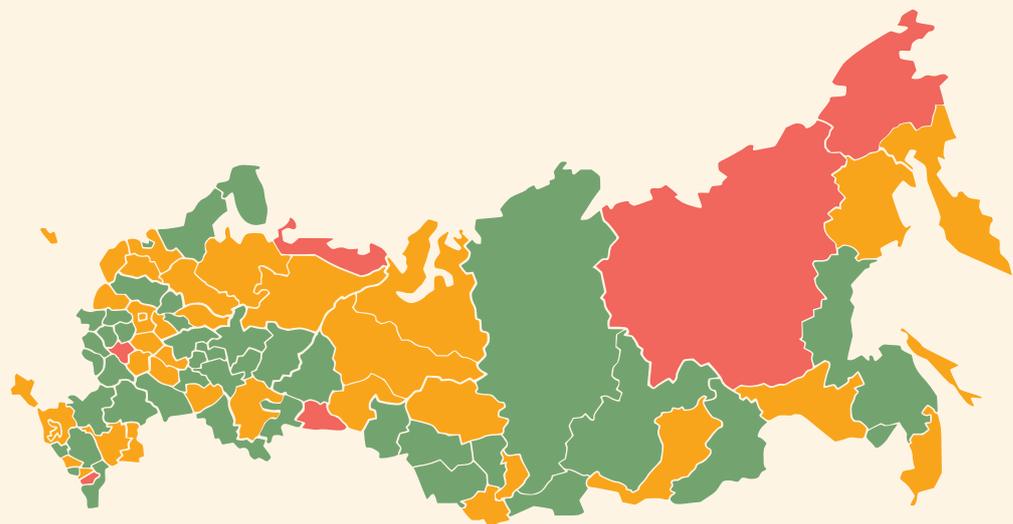
| Регион | Лидер | Республика Дагестан | ООО СК «Сбербанк страхование» |
|---------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Белгородская область | ООО СК «Сбербанк страхование» | Республика Карелия | ООО СК «Сбербанк страхование» |
| Иркутская область | ООО СК «Сбербанк страхование» | Республика Коми | ООО СК «Сбербанк страхование» |
| Кабардино-Балкарская Республика | ООО СК «Сбербанк страхование» | Республика Крым | ООО «СК «Согласие» |
| Карачаево-Черкесская Республика | ООО СК «Сбербанк страхование» | Республика Северная Осетия | ООО СК «Сбербанк страхование» |
| Липецкая область | ООО СК «Сбербанк страхование» | Севастополь | ООО «СК «Согласие» |
| Магаданская область | ООО СК «Сбербанк страхование» | Ярославская область | ООО СК «Сбербанк страхование» |
| Пензенская область | ООО СК «Сбербанк страхование» | | |

ОСАГО

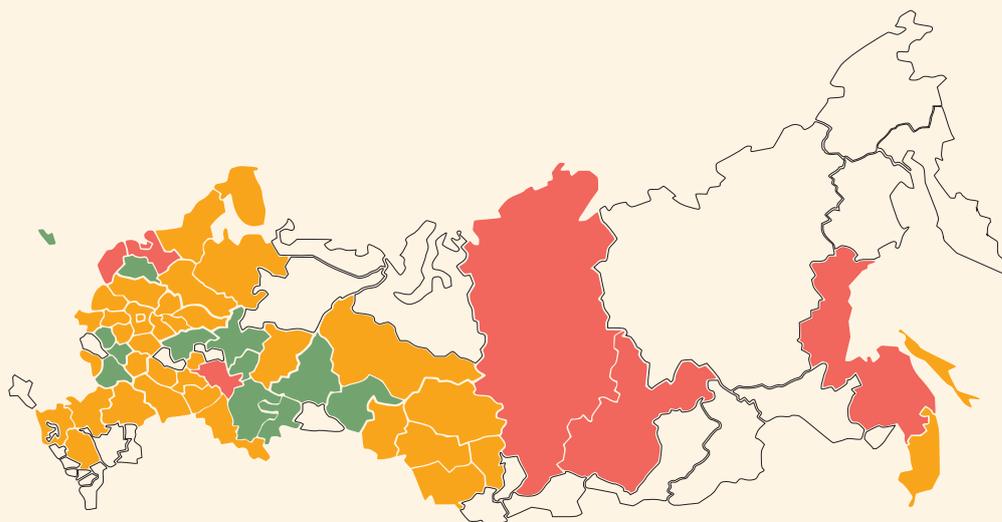
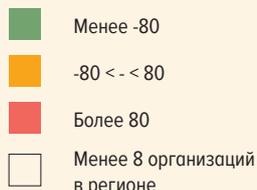
CBR-Composite



Доля населения, проживающего в регионах с соответствующим уровнем конкуренции



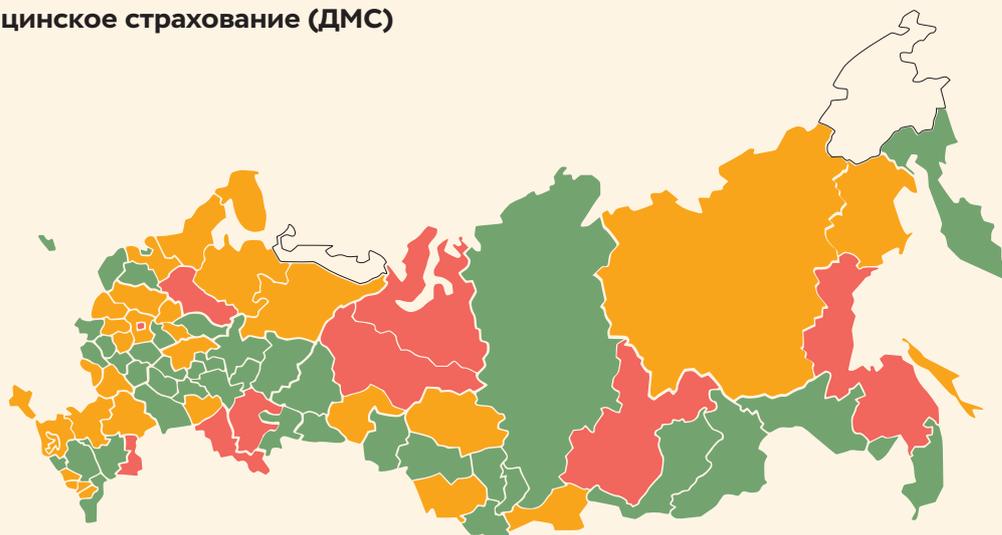
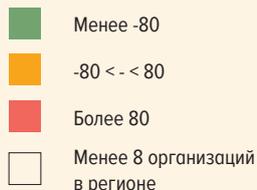
| Регион | Лидер | Республика Саха | АО СК «Стерх» |
|--------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Курганская область | ПАО «АСКО-СТРАХОВАНИЕ» | Чеченская Республика | СПАО «РЕСО-Гарантия» |
| Липецкая область | АО «АльфаСтрахование» | Чукотский АО | ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» |

Каско**CBR-Composite**

Доля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции



| Регион | Лидер | Костромская область | Республика Мордовия |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Алтайский край | ООО Страховая Компания «Гелиос» | ПАО СК «Росгосстрах» | САО «ВСК» |
| Амурская область | ООО Страховая Компания «Гелиос» | Красноярский край | Республика Северная Осетия |
| Еврейская АО | ООО Страховая Компания «Гелиос» | Ленинградская область | САО «ВСК» |
| Забайкальский край | ООО Страховая Компания «Гелиос» | СПАО «РЕСО-Гарантия» | Республика Татарстан |
| Иркутская область | ООО Страховая Компания «Гелиос» | Магаданская область | ПАО СК «Росгосстрах» |
| Камчатский край | ПАО СК «Росгосстрах» | ООО Страховая Компания «Гелиос» | Республика Тыва |
| Карачаево-Черкесская Республика | ПАО СК «Росгосстрах» | Омская область | ООО Страховая Компания «Гелиос» |
| | | Республика Бурятия | Республика Хакасия |
| | | Республика Калмыкия | Рязанская область |
| | | Республика Марий Эл | СПАО «РЕСО-Гарантия» |
| | | | Смоленская область |
| | | | СПАО «РЕСО-Гарантия» |
| | | | Тверская область |
| | | | СПАО «РЕСО-Гарантия» |
| | | | Хабаровский край |
| | | | ООО Страховая Компания «Гелиос» |

Добровольное медицинское страхование (ДМС)**CBR-Composite**

Доля населения, проживающего
в регионах с соответствующим
уровнем конкуренции



| Регион | Лидер | Оренбургская область | АО «СОГАЗ» |
|----------------------|------------|-------------------------|------------------------------------|
| Алтайский край | АО «СОГАЗ» | Республика Башкортостан | АО «СОГАЗ» |
| Астраханская область | АО «СОГАЗ» | Республика Тыва | ООО «СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ Страхование» |
| Байконур | АО «СОГАЗ» | Севастополь | АО «СК ГАЙДЕ» |
| Вологодская область | АО «СОГАЗ» | Томская область | АО «СОГАЗ» |
| Воронежская область | АО «СОГАЗ» | Хабаровский край | АО «СОГАЗ» |
| Иркутская область | АО «СОГАЗ» | Ханты-Мансийский АО | АО «СОГАЗ» |
| Москва | АО «СОГАЗ» | Чукотский АО | АО СК «Альянс» |