



ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КРИЗИСА, СВЯЗАННОГО С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19, НА ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИХ ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ

Доклад НИУ ВШЭ и РСПП

Москва, 2021

**К XXII Апрельской
международной
научной конференции
по проблемам развития
экономики и общества**

13–30 апреля 2021 г.

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КРИЗИСА, СВЯЗАННОГО С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19, НА ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ИХ ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ

Доклад НИУ ВШЭ и РСПП



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2021

УДК 338.4
ББК 65.2/4
О93

Руководитель авторского коллектива — *Ю.В. Симачев*

Авторы:

*Ю.В. Симачев, Н.В. Акиндинова, М.Н. Глухова, Т.Г. Долгопятова,
Н.В. Ершова, М.Г. Кузык, А.А. Федюнина, А.А. Яковлев*

При подготовке доклада и разработке отраслевых кейсов
использованы материалы

*О.Н. Балаевой, А.М. Бутова, А.В. Волковой, С.Г. Мисихиной,
А.Г. Назаровой, М.Д. Предводителевой, И.А. Седых*

Оценка влияния кризиса, связанного с пандемией COVID-19, на отрасли российской экономики и их посткризисное развитие [Текст] : докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Ю. В. Симачев (рук. авт. кол.), Н. В. Акиндинова, М. Н. Глухова и др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. — 45 с. — ISBN 978-5-7598-2503-6 (в обл.). — ISBN 978-5-7598-2263-9 (e-book).

В докладе, подготовленном тремя подразделениями НИУ ВШЭ — Институтом анализа предприятий и рынков, Центром исследований структурной политики, Институтом «Центр развития» — совместно с РСПП, представлены результаты проекта по анализу влияния пандемии COVID-19 и связанного с ней экономического кризиса на деятельность предприятий ряда секторов российской экономики — ИТ-сектора, розничной торговли, фармацевтической промышленности, туристического сектора, химической и автомобильной промышленности. На основе серии углубленных интервью с руководителями компаний и бизнес-ассоциаций, а также российской и международной отраслевой статистики рассмотрены различные аспекты влияния кризиса на целевые отрасли, а также реакция компаний на кризис, дана оценка результативности государственной антикризисной политики, показаны вызовы и возможные развилки в посткризисном развитии секторов российской экономики.

УДК 338.4
ББК 65.2/4

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики
<http://id.hse.ru>

ISBN 978-5-7598-2503-6 (в обл.)
ISBN 978-5-7598-2263-9 (e-book)

© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2021

Содержание

Введение	4
1. Особенности организации рассматриваемых секторов и их роль в российской экономике	6
2. Влияние кризиса на различные секторы экономики	15
3. Особенности влияния кризиса на компании	17
4. Реакция компаний на кризис	19
5. Государственная антикризисная политика	23
6. Возможные вызовы посткризисного развития и следствия для политики	26
Приложения	35
Приложение 1. Информационная база и выборка	35
Приложение 2. Сценарий интервью с представителями компаний	40
Авторы доклада	44

ВВЕДЕНИЕ

Пандемия COVID-19 и порожденный ею экономический кризис для всех стран мира стали самым серьезным вызовом за последние десятилетия. В связи с этим многие эксперты говорят о «новой реальности», в которой придется функционировать не только национальным системам здравоохранения, но и многим отраслям экономики, столкнувшимся в условиях пандемии с необходимостью радикального изменения формата деятельности. Во всех ведущих странах мира для преодоления последствий пандемии были предприняты экстраординарные усилия. Тем не менее на фоне новых волн пандемии, охвативших многие страны в последние месяцы, уже сейчас очевидно, что первоначальные прогнозы о полноценном выходе мировой экономики из кризиса в 2021 г. не оправдываются. Разная интенсивность карантинных ограничений и разная скорость вакцинации от COVID-19 в отдельных странах, а также появление новых опасных штаммов вируса и далее будут негативно влиять на состояние национальных экономик и глобальные цепочки поставок.

Все это означает, что правительствам нужно адаптировать свою экономическую политику к условиям более долгой рецессии и перспективы восстановления экономики будут зависеть не только от действий правительств, но в значительной степени от планов и ожиданий на уровне фирм. В этом контексте для выработки адекватной экономической политики критически важны корректная оценка эффектов пандемии COVID-19 и порожденного ею экономического кризиса для ключевых отраслей, а также анализ стратегий поведения компаний и тех решений в ответ на кризис, которые сегодня формируются на микроуровне — на уровне предприятий разных секторов экономики.

Данный доклад нацелен на решение этих задач и основывается на результатах проекта, который в августе 2020 г. инициировали три исследовательских подразделения НИУ ВШЭ — Институт анализа предприятий и рынков, Центр исследований структурной политики и Институт «Центр развития» — совместно с РСПП. В рамках проекта проведен детальный анализ шести секторов российской экономики, включая ИТ-сектор, туристическую индустрию, розничную торговлю, фармацевтическое производство, химическую промышленность и автомобилестроение.

Особенность проекта состоит в сочетании анализа на микро- и макроуровне. С одной стороны, используются результаты 45 интервью с руководителями компаний и бизнес-ассоциаций, с другой — рассматривается официальная статистика по России и другим странам для межстрановых сопоставлений и оценки российской специфики исследованных отраслей (более подробно о методологии исследования см. приложения 1, 2).

В рамках данного проекта:

- 1) определяются общие черты и особенности влияния кризиса на различные отрасли российской экономики;
- 2) рассматриваются антикризисные действия компаний;
- 3) оценивается результативность государственной антикризисной политики;
- 4) обсуждаются возможные развилки в посткризисном развитии секторов российской экономики.

1. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАССМАТРИВАЕМЫХ СЕКТОРОВ И ИХ РОЛЬ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

1. Для анализа были выделены секторы, различающиеся по широкому кругу параметров. Это позволило на примере данных секторов обсуждать более общую симптоматику проблем и условий развития для всей обрабатывающей промышленности и сектора услуг. В качестве наиболее важных характеристик выделим:

- характер производства: товаров (химическая и фармацевтическая промышленность, автомобилестроение) или услуг (туристический сектор, розничная торговля);
- модели деятельности: B2B — инвестиционные секторы (например, химическая промышленность) или B2C — потребительские секторы (например, туристический);
- производственную организацию: отрасли с доминированием вертикальной координации (например, автомобилестроение) или секторы с преобладанием горизонтальных связей (например, туристический);
- экспортную ориентированность: высокая (например, химическая промышленность) или низкая (например, фармацевтическая промышленность, автомобилестроение);
- основные факторы развития: капиталоемкие (химическая промышленность), знаниеемкие (фармацевтическая промышленность), трудоинтенсивные (розничная торговля) секторы;
- уровень участия иностранных инвесторов: существенный (например, автомобилестроение, фармацевтическая промышленность) или незначительный;
- уровень государственного регулирования деятельности в отрасли: высокий (фармацевтическая промышленность) или низкий (ИТ-сектор);
- мультипликативный эффект для экономики: существенный (например, автомобилестроение, туристический сектор) или незначительный;
- социальную чувствительность к результатам деятельности отрасли: высокая (розничная торговля, фармацевтическая промышленность) или низкая (химическая промышленность).

Данные характеристики в существенной мере определяют особенности реакции отраслей на кризис, а также специфику и возможный выбор для государственной антикризисной политики.

2. Рассматриваемые секторы существенно различаются по масштабам. Так, крупнейший сектор российской экономики среди рассмотренных — это розничная торговля, вклад которой в ВВП — 4,1%, но особенно этот сектор значим по вкладу в занятость — 16%. Внешне меньшие по масштабам секторы могут формировать существенные мультипликативные эффекты: например, туристический сектор (прямой вклад в ВВП и в занятость — порядка 1,2%) с учетом кумулятивных эффектов обеспечивает вклад в ВВП на уровне 4,8%. Мультипликативные эффекты (особенно по занятости) значимы и для автомобильной промышленности (которую относят к числу технологических секторов российской экономики), хотя сам по себе сектор совсем небольшой — 0,35% ВВП.

Хотя и относительно небольшой ИТ-сектор (вклад в ВВП — 1,3%) демонстрирует высокую динамику роста, в 2011–2020 гг. его добавленная стоимость в постоянных ценах возросла почти в 1,5 раза, а химическая промышленность (вклад в ВВП — порядка 1,1%) формирует 4,5% совокупного российского экспорта и является базовым технологическим сектором. Наконец, самый небольшой сектор среди рассмотренных — фармацевтическая промышленность (вклад в занятость — 0,2%), но при этом высокотехнологичный, знаниеемкий, растущий, не говоря уже о его особой социальной роли.

Все это свидетельствует о значительных различиях в характере «ценности» рассматриваемых секторов для экономического развития (рис. 1) и определяет существенно, а иногда и принципиально различающиеся задачи государства по их поддержке и развитию.

3. Можно отметить, что по сравнению с аналогичными секторами в странах с развитой рыночной экономикой российские секторы характеризуются специфичной структурой и организацией (табл. 1), в частности:

- в российской розничной торговле заметно меньше представлены современные форматы торговли, ниже доля онлайн-продаж;
- для туристического сектора характерно превалирование выездного туризма по сравнению со въездным;
- российский ИТ-сектор смещен на аппаратное обеспечение, при этом меньше доля ИТ-услуг;

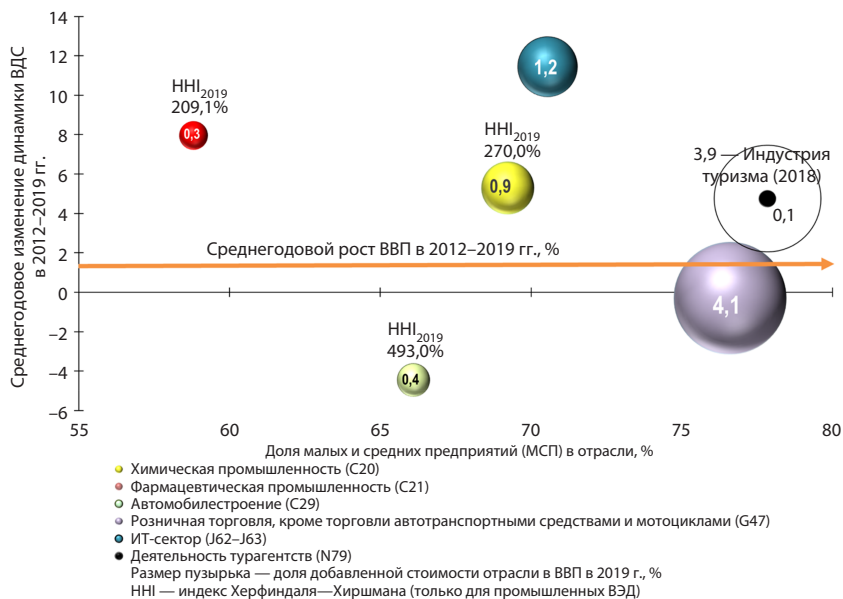


Рис. 1. Ключевые структурные макрохарактеристики рассматриваемых отраслей

Источники: Росстат; расчеты авторов.

- в фармацевтической промышленности существенно выше доля производства дженериков;
- российская химическая промышленность больше связана с выпуском крупнотоннажной продукции относительно низких переделов;
- масштаб производства автомобилей на одной платформе в России значительно ниже, чем у иностранных автопроизводителей.

Такая специфика ограничивает применимость в России различных инструментов экономической политики, используемых для развития данных секторов в развитых зарубежных странах.

Таблица 1. Роль и особенности организации рассматриваемых секторов в российской экономике и в мире

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
Розничная торговля	<p><i>В России</i> — относительно большой сектор:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в 2019 г. доля в ВВП — 4,1%, в совокупном секторе торговли — 34–37%, в соответствии с общей динамикой сектора торговли доля розничной торговли в структуре валовой добавленной стоимости (ВДС) постепенно сократилась с 2011 г. на 1 п.п.; • важнейшая роль сектора (включая розничную торговлю) в обеспечении занятости населения — начиная с 2009 г. сектор лидирует по доле занятости, предоставляя рабочие места 15–16% занятого населения страны (12–13,5 млн человек в зависимости от года). <p><i>В мире:</i> доля сектора в ВДС по странам в целом отличается от российской незначительно (3,4% — в Германии; 3,7 — США; 4,4 — Венгрии; 5,2% — в Италии)</p>	<p><i>В России:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • сектор сильно сегментирован; • доля современной розничной торговли (в формате самообслуживания) выросла с 40,2% в 2005 г. до 70,1% в 2019-м; • доля онлайн-продаж выросла с 0,7% в 2014 г. до 2% в 2019-м; • доля торговых сетей выросла с 15,1% до 34,2% в 2019-м; • доля Топ-10 сетей в продовольственной торговле выросла с 13,6% в 2008 г. до 33,3% в 2019-м. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • доля торговли в современном формате в развитых странах выше, чем в России (например, во Франции — 79,5%; Польше — 82; Чехии — 86; Германии — 87; США — 88,5%); • доля онлайн-продаж в развитых странах выше, чем в России (например, в Великобритании — 10,3%; США — 8,7; Германии — 7,9; Франции — 6,2%), однако в ряде стран сопоставима с Россией (в Италии — 0,9; Испании — 1,1%); • в развитых странах значимо более консолидирована (в США доля пяти ведущих розничных сетей — 46%, во Франции — 54, Польше — 56, Чехии — 71, Германии — 74%)

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
Туристический сектор	<p><i>В России:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> относительно небольшой сектор по сравнению с секторами в других странах (прямой вклад в ВВП — 1,2%; с учетом кумулятивных эффектов (сопутствующие продукты и услуги) — 4,8% ВВП (2019 г.)); прямой вклад в занятость — 1,2%, с учетом кумулятивных эффектов — 4,7% (2019 г.); в период перед кризисом доходы от въездного туризма в России и расходы российских туристов в других странах росли примерно на 6% в год, а расходы на внутренние поездки практически не менялись с 2010 г. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> индустрия туризма в 2019 г. обеспечила 10,3% мирового ВВП и 10,4% занятости (330 млн человек); в странах ОЭСР вклад туризма в ВВП составляет 4,4%, в занятость — 6,9%; перед кризисом доходы от въездного туризма росли на 7,5% в год 	<p><i>В России:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> основные сегменты — въездной, выездной, внутренний; доминирование выездного туризма, ограниченные въездные потоки, отставание внутреннего сегмента; доля самостоятельных туристов на внутреннем рынке — около 80%; маржинальность сегментов (по оценкам респондентов), %: въездной — порядка 30, выездной — 10–15, внутренний — 3–5; непосредственные участники рынка — туроператоры (4,6 тыс. до начала пандемии) и турагентства (около 20 тыс.), но основные экономические и социальные эффекты возникают за счет деятельности смежных секторов (гостиницы, рестораны, развлечения, транспортные услуги); для развития сектора решающую роль играют активность и инвестиции малого и среднего бизнеса. <p><i>В мире:</i> традиционно драйверами выступают внутренний и выездной сегменты</p>
ИТ-сектор	<p><i>В России</i> — небольшой динамично развивающийся сектор:</p> <ul style="list-style-type: none"> доля добавленной стоимости в ВВП в 2020 г. — 1,3%; прирост добавленной стоимости за 2011–2020 гг. в постоянных ценах — 146% (средне- 	<p><i>В России:</i> в структуре рынка ИТ преобладает аппаратное обеспечение (свыше 60%); на услуги и ПО приходится соответственно 23 и 16%.</p> <p><i>В мире:</i> существенная доля аппаратного обеспечения характерна прежде всего для рынков</p>

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
	<p>годовой темп — более 10%), в том числе в 2020 г. по сравнению с 2019-м — 3,4%.</p> <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • в странах Западной Европы и в Японии доля сектора в ВВП превышает 3%; • прирост объема мирового рынка ИТ в 2019 г. по отношению 2012-му — около 3%, на 2020 г. прогнозировалось падение около 8%. 	<p>развивающихся стран. В развитых странах доля аппаратного обеспечения, как правило, не превышает 20–25%, а наибольший удельный вес составляют ИТ-услуги</p>
<p>Фармацевтическое производство</p>	<p><i>В России</i> — быстро развивающаяся отрасль, занимающая небольшое место в национальной экономике:</p> <ul style="list-style-type: none"> • доля в ВВП в 2019 г. — 0,34%, с 2011 г. выросла на 0,2 п.п (более чем в 2 раза); • доля в добавленной стоимости обрабатывающей промышленности в 2019 г. — 2,0%; • в среднем ежегодный прирост производства в 2017–2019 гг. в постоянных ценах — 4,4%; • отечественное производство росло быстрее мирового в долларовом выражении — оборот отрасли с 2001 по 2019 г. вырос почти в 12 раз, до 0,71% мирового оборота. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • доля отрасли в обороте по промышленности в целом выросла с 0,76% в 2000 г. до 0,89% в 2019-м; • в странах с высоким уровнем развития фармацевтики с 2000 по 2018 г. значимо 	<p><i>В России</i> в структуре отрасли выделяются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • производство оригинальных препаратов и дженериков, доля последних постепенно падает (в 2020 г. дженерики составляли около 61% по стоимости и 82% в упаковках против более 65 и 85% в 2017-м); • наличие двух групп производителей с разными интересами — российских и иностранных на территории РФ (по стоимости — около 59 и 41% объема производства внутри страны), растущая конкуренция между ними на фоне предоставления преференций отечественным компаниям. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • в Восточной Европе доля производства дженериков по стоимости в 2,0–2,2 раза ниже (в упаковках — в 1,3–1,5 раза), в развитых странах она ниже в 3–7 раз, варьируясь от страны к стране;

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
Химическая промышленность	<p>увеличилась доля отрасли в обрабатывающей промышленности, %: в США — с 2,99 до 4,55; Франции — с 3,34 до 4,67; Германии — с 2,16 до 2,34; Китае — с 2,87 до 3,48</p> <p><i>В России</i> — небольшая динамичная отрасль:</p> <ul style="list-style-type: none"> • доля в ВВП — 0,92% в текущих ценах; • доля в добавленной стоимости обрабатывающей промышленности — 8,9% в 2020 г.; • при высокой экспортной ориентированности сектора доля отрасли в российском экспорте — 4,5%; • ВДС в постоянных ценах выросла в 2011–2019 гг. в 1,5 раза (отрасль является одним из основных локомотивов развития российской промышленности); • средние темпы роста в 2015–2017 гг. выше, чем в среднем по обрабатывающему сектору, не опускались ниже 5%. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • доля в обороте промышленного производства также несколько сократилась (с 2,5 до 2,1% — в Германии; с 1,7 до 1,5 — в США; с 3,8 до 3,4% — в Китае); • вносит существенно больший вклад в добавленную стоимость обрабатывающей промышленности, %: в Китае — 12,8; Индии — 14,5; Германии — 9,7; США — 15,5; • доля в экспорте варьируется между странами (для Китая — 5,2%; Индии — 15,0; Германии — 13,0; США — 10,6%) 	<ul style="list-style-type: none"> • в странах ОЭСР в среднем доля дженериков по стоимости — четверть, по упаковкам — 52%. Во многих странах производство и потребление дженериков растет <p><i>В России:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентирована на выпуск крупнотоннажной продукции низких переделов, в большинстве своем экспортно-ориентированной, доля продукции нижних переделов в экспорте — 70,8% в 2019 г.; • зависима от импорта высокотехнологичной продукции, доля верхних переделов в импорте — 76,5% в 2019 г.; • высокая концентрация фирм, доля Топ-5 фирм в отрасли по обороту — 33, доля Топ-10 — 44,1%; • сегменты В2В (72%) и В2С (28%) различны по драйверам роста и интересам. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • производство крупнотоннажной продукции постепенно смещается в развивающиеся страны (конкурентное преимущество — доступ к дешевому сырью), растет масштаб таких производств; • развитые страны специализируются на высокотехнологичных подотраслях химической промышленности, требующих инвестиций в НИОКР; • доля малотоннажной химии в общем обороте отрасли в развитых странах — до 40%

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
Автомобилестроение	<p><i>В России</i> — небольшой в масштабах национальной экономики сектор:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вклад в ВВП в 2019 г. — 0,35%; • доля в общей численности занятых в экономике — 0,4%; однако при этом сектор генерирует существенный спрос на продукцию металлургической, химической, электротехнической и других отраслей, тем самым способствуя занятости более 3,5 млн человек (4,8% общего количества занятых в экономике); • существенная негативная динамика (сокращение объема добавленной стоимости в 2019 г. по отношению к 2011-му — 31% (среднегодовой темп — 3,4%)). Наиболее существенный спад в 2014—2016 гг. В 2020 г. по отношению к 2019-му сокращение на 13%; • в натуральном выражении объем производства автомобилей в 2019 г. сократился на 14% по отношению к 2011-му. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • доля сектора в ВВП США в 2019 г. — 0,8%, ЕС в 2018 г. — 1,4% (в том числе Великобритания — 0,7; Италия — 0,8; Франция — 0,9; Испания — 1; Германии — 3,2; Венгрии — 3,5; Чехии — 4); • в США объем выпуска сектора в сопоставимых ценах увеличился в 2018 г. по отношению к 2011-му на 40%, в ЕС — на 26% (в том 	<p><i>В России:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • производство легковых автомобилей — основной подсектор (88% в натуральном выражении), легких коммерческих (7%), грузовых (4%), автобусов (1%). Уровень локализации в сегментах легковых автомобилей — 30—60%, легких коммерческих — 60—70, грузовых — 70—85, автобусов — 60—80%; • в наиболее массовом сегменте — производстве легковых и легких коммерческих автомобилей — лишь около 30% приходится на модели, спроектированные на базе российских автомобильных платформ, тогда как основной объем производства базируется на зарубежных платформах. <p><i>В мире:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • доля производства легковых автомобилей несколько ниже, чем в России, — 77%, тогда как легкого коммерческого транспорта заметно выше — 22% (грузовых автомобилей — 5, автобусов — 0,3%). В то же время у ряда ведущих автопроизводителей (Японии, Китая, Великобритании) структура производства близка к российской; • масштаб производства автомобилей на одной платформе в России значительно ниже относительно иностранных автопроизводителей: в 1,5—3,0 раза — чем в развивающихся

Окончание табл. 1

Сектор	Роль в экономике	Особенности организации и структуры
	<p>числе во Франции — 20; Германии — 82; Италии — 165);</p> <ul style="list-style-type: none">• в натуральном выражении объем мирового производства автомобилей увеличился в 2019 г. по отношению к 2011-му на 15%	<p>странах (Индии, Таиланде, Мексике) и в 4–7 раз — чем в странах-лидерах</p>

2. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РАЗЛИЧНЫЕ СЕКТОРЫ ЭКОНОМИКИ

1. Падение российского ВВП в 2020 г. под воздействием коронавирусных ограничений и ситуации на нефтяном рынке составило 3,1% и оказалось менее существенным, чем в ряде ведущих стран, таких как США (-3,5%), Германия (-4,9%), Франция (-8,1%), Италия (-8,9%), Индия (-5%), за исключением Китая (+2,3%). Наиболее сильное сокращение российской экономики наблюдалось во втором квартале 2020 г. (-8% г/г), на который пришелся максимум «нерабочих дней» и санитарных ограничений, в третьем квартале ВВП частично восстановился (в результате темпы падения сократились до -3,4% г/г). Похожая траектория кризиса наблюдалась и в других странах, наиболее ярко выразившись в США, где по итогам второго квартала ВВП сократился на 31,4% к предыдущему периоду, а в третьем квартале «отскок» составил 33,4%.

2. На общем фоне отдельные отрасли продемонстрировали совершенно разную реакцию на кризис в зависимости от того, каким образом они оказались им затронуты.

После трех лет активного роста (в границах 3,4–7,1% г/г) туризм в условиях самоизоляции и фактического закрытия границ по итогам 2020 г. показал наиболее глубокое из всех отраслей экономики падение ВДС (-54,6% г/г). По понятным причинам в противовес стремительному падению туризма фармацевтическая отрасль, напротив, оказалась на пике своего роста (+22,2% г/г). Позитивная динамика ВДС также сохранилась в химической промышленности (6,2% г/г) и ИТ-отрасли (3,4% г/г). Однако, несмотря на ускоренный переход в онлайн многих деловых, образовательных и личных коммуникаций, темпы роста последней замедлились по сравнению с 2019 г. более чем в 4 раза. В автомобилестроении сокращение объема добавленной стоимости ускорилось по сравнению с 2019 г. почти втрое (с -4,9 до -13% г/г) как в результате снижения спроса из-за падения доходов населения, так и вследствие ограничений на поездки. В розничной торговле (кроме торговли автотранспортными средствами) ВДС снизилась на 6,3% г/г впервые после трех лет положительной динамики (в 2017–2019 гг. отрасль росла темпами 4,6–7,6% г/г).

Оценка влияния кризиса, связанного с пандемией COVID-19

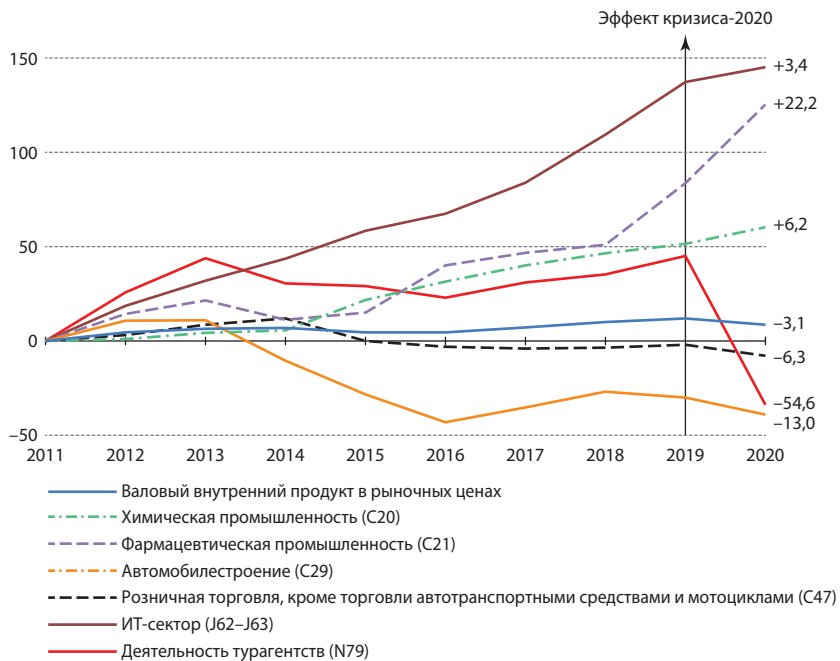


Рис. 2. ВВП и ВДС отраслей (% к 2011 г.) и эффект кризиса 2020 г. (% к 2019 г.)

Источники: Росстат; расчеты авторов.

3. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КРИЗИСА НА КОМПАНИИ

1. Прежде всего отметим, что для предприятий всех рассмотренных секторов серьезным испытанием и уроком стал кризис 2014–2015 гг. Компании, руководители и собственники которых извлекли уроки из прошлого кризиса, оказались лучше подготовлены к антикризисным действиям.

2. В ряде секторов, воздействие кризиса на которые было сильным вследствие радикального изменения форматов деятельности (например, розничная торговля), еще до кризиса отмечалось интенсивное продвижение в применении цифровых технологий, в развитии онлайн-форматов. Это существенно облегчило прохождение наиболее жестких ограничений в период кризиса. Таким образом, преимущество получили компании и организации, которые до кризиса вложились в свое развитие и устойчивость.

3. В отличие от развитых стран российские компании заметно меньше пострадали от сбоев в глобальных цепочках добавленной стоимости. Сказался фактор некоторой смещенности российских компаний от эффективности к надежности поставок, при этом в период кризиса наличие у компаний запасов и ограниченность практик «just-in-time» оказались благом.

4. Особенности кризиса, связанного с пандемией COVID-19, состоят в том, что он не только оказал разнонаправленное влияние на уровне секторов, когда некоторые из них получили определенный выигрыш (например, фармацевтическая промышленность, ИТ-сектор), но и среди пострадавших в целом секторов имелись выигравшие компании. Кризис обусловил существенные долгосрочные изменения, особенно в структуре и форматах потребления. Соответственно, компании, которые смогли быстро адаптироваться к новым реалиям, получили преимущества по сравнению с конкурентами и смогли расширить свои рынки и изменить положение в цепочках добавленной стоимости.

5. Под воздействием кризиса, связанного с пандемией, оказались в большей степени не отрасли с доминированием вертикальной координации (химическая промышленность, автомобилестроение), а секторы с преобладанием горизонтальных связей (розничная торговля, туризм, ИТ-сектор). В отличие от кризиса 2008–2009 гг.

пострадали секторы, включающие относительно небольшие предприятия (туризм, ритейл). Компании в этих секторах в большей степени основаны на партнерских отношениях, чаще могут рассматриваться как «семейные», что отразилось в бережном отношении к человеческому капиталу, при этом такие фирмы привыкли больше рассчитывать на себя и действовать, не ожидая государственной поддержки.

6. Можно заметить, что с наибольшими проблемами в туризме и розничной торговле столкнулся средний бизнес, который, с одной стороны, не имел возможности использовать фактор «семейственности» (как небольшой бизнес), а с другой — не обладал резервами и переговорной силой (как крупный бизнес).

7. Отметим, что кризис проявился в быстрых (иногда волнообразных) изменениях и объема спроса, и его структуры. На такого рода вызовы проще отреагировали компании горизонтально организованных секторов, тогда как для отраслей с доминированием вертикальной координации отмечались «разрывы» в адаптации к изменениям на рынке между компаниями-финалистами и их поставщиками.

8. В некоторых секторах, прежде всего горизонтально организованных, усилились процессы организационных инноваций, с одной стороны, и консолидации бизнеса, перераспределения долей на рынках, с другой.

4. РЕАКЦИЯ КОМПАНИЙ НА КРИЗИС

1. В докризисный период в развитии отраслей наблюдались следующие ограничения и проблемы:

1) розничная торговля:

- быстрая трансформация сектора, но при этом запаздывание в регулировании;
- размывание границ розничной торговли, кризис отраслевого подхода к регулированию;
- консолидация рынка, наращивание власти крупных федеральных и выдавливание малых и региональных сетей;
- постепенный рост мощи торговых платформ;
- негативное влияние нерастущих доходов населения на покупательную способность;
- ускорение выхода с рынка ритейлеров, в том числе иностранных, после каждого экономического кризиса;

2) туристический сектор:

- стихийное рыночное развитие как реакция на изменения спроса;
- отсутствие до 2019 г. системной государственной политики и стратегии развития сектора;
- неэффективная структура сектора с отставанием внутреннего сегмента, его неравномерным и медленным развитием;
- основные проблемы — низкий уровень развития инфраструктуры, ограниченность предложений по турам и маршрутам, институциональные проблемы управления развитием сектора (включая низкое качество данных о развитии сектора, недостаточные стимулы у региональных и местных органов власти, слабые механизмы обратной связи в отношениях властей с малым и средним бизнесом), неравномерность регионального развития туризма, низкая узнаваемость российских туристских брендов, сложная система получения виз для въезда в РФ;

3) ИТ-сектор:

- усиление конкуренции со стороны внешних игроков, прежде всего крупных банков и госкорпораций;
- доминирование государства и госсектора как ключевого заказчика для ИТ-бизнеса (что ограничивало конкуренцию и влияло на ее характер);

- главный ресурс — кадры, что определяло высокий уровень зарплат в секторе, конкуренцию за лучших специалистов, большую чувствительность к оттоку кадров за рубеж;
- 4) фармацевтическое производство:
- высокая роль государства в регулировании отрасли, несистемность регулирования, слабая координация между ведомствами, постоянные изменения регуляторной практики;
- сочетание двух каналов распределения продукции — коммерческого и государственного рынков, с ужесточением регулирования последнего, ограничениями для спроса;
- сочетание свободного ценообразования и жесткого государственного регулирования цен на жизненно важные препараты;
- высокая зависимость от импорта субстанций и фармацевтических ингредиентов, оборудования и технологий с весомыми эффектами девальвации рубля для развития;
- низкая конкурентоспособность производства, проигрыш по ценовой конкуренции КНР и Индии, по качеству и инновационности препаратов — развитым странам;
- высокие (почти заградительные) институциональные барьеры для доступа на рынки развитых стран на фоне отсутствия взаимного признания регуляторных правил;
- переключение спроса населения на более дешевые и неоригинальные препараты на фоне падающих (стагнирующих) его доходов;
- гетерогенность отрасли (сочетание производств крупных компаний и множества мелких фирм с выпуском дешевых, устаревших препаратов) и барьеры для ее консолидации;
- 5) химическая промышленность:
- низкий спрос на высокотехнологичную продукцию на внутреннем рынке и экспортная ориентация продукции низких переделов на внешние рынки, обуславливающие слабые стимулы к модернизации комплекса и сильную зависимость отрасли от мировой экономической конъюнктуры;
- высокая зависимость от импортных технологий и оборудования, слабое развитие современной научной базы;
- расширение производств с более глубокой степенью переработки, часто ограниченное вследствие высокой импортозависимости по базовым и специальным компонентам;

б) автомобилестроение:

- фокус на внутреннем рынке и высокая зависимость от ситуации на нем, слабая экспортная ориентация;
- достаточно высокая доля зарубежных компонентов, в том числе у российских производителей;
- ограниченный выбор российских поставщиков, низкий уровень конкуренции между ними;
- в целом использование не самых передовых в глобальном масштабе технологий;
- слабая заинтересованность глобальных брендов в открытии новых производств в России из-за ограниченного внутреннего рынка и усиливающихся требований по локализации;
- существенная зависимость от господдержки;
- отсутствие четко заданного вектора дальнейшего технологического развития (в отличие от ряда зарубежных стран).

Отмеченные на уровне компаний проблемы в большинстве своем оказались докризисными, нынешний кризис лишь их существенно обострил.

Для отраслей с доминированием вертикальной координации (в известной мере связанных с традициями советской экономики) более значимыми оказались проблемы девальвации и удорожания импорта, переключения поставщиков сырья на внешний рынок, монополизма в различных звеньях цепочек поставок.

Для секторов с горизонтальной координацией особо острыми стали проблемы административного давления, «токсичности» государственной поддержки, дефицита человеческого капитала. В период кризиса в указанных секторах (менее ресурс- и капиталоемких) ускорились начавшиеся еще до кризиса преобразования, в их числе цифровая трансформация, изменение моделей найма персонала, переход к новым форматам бизнес-деятельности. На уровне компаний произошло осознание совокупности уроков, связанных и с докризисной деятельностью, и с реагированием на кризис. Как следствие, сформировались устойчивые поведенческие эффекты по ускорению ряда онлайн-решений, применению цифровых технологий, расширению бесконтактных моделей деятельности.

2. Реакция крупных компаний на кризис в большей степени была связана с оптимизацией затрат, снижением издержек, усилением контроля за формированием цен в рамках кооперационных цепочек и повышением их надежности. Здесь усилилась цифрови-

зация уже существующих процессов (например, в части принятия решений, перехода к цифровому документообороту). Для относительно небольших компаний были характерны более решительные организационные инновации, быстрая адаптация номенклатуры выпускаемой продукции (предоставляемых услуг) к изменениям конъюнктуры.

3. Одной из получивших широкое распространение практик стал перевод определенной части работников (в зависимости от отрасли) в режим дистанционной занятости. Общая оценка состояла в том, что такой переход не был сложным для компаний и позволил в кризисный период обеспечить и их управляемость, и продолжение в тех или иных масштабах основной деятельности. После смягчения ограничительных мер многие фирмы обратились к вопросу реформирования рабочего пространства и отказа от части офисных площадей.

Однако оценки приемлемости дистанционной модели для уже посткризисного периода существенно различались. С одной стороны, для части компаний онлайн-модель деятельности — это быстрота решений, оптимизация управления, новые партнерства, расширение возможностей найма сотрудников в регионах (в частности, в ИТ-секторе), снижение потребностей в офисных площадях (розничная торговля, ИТ-сектор). С другой стороны, респонденты отмечали и такие негативные последствия, как утрата корпоративной идентичности и чувства команды. Отмечалась проблема новой культуры дистанционной занятости — начиная с проблем самоконтроля и кончая сложностью разделения личного и рабочего времени.

В целом переход на работу в онлайн оказался эффективным для решения текущих задач, но усложнил запуск новых проектов.

4. Компании продемонстрировали высокую активность в горизонтальных и вертикальных взаимодействиях, при этом интенсифицировались процессы обучения эффективным практикам (например, по организации деятельности в новых условиях, по поиску новых поставщиков и партнеров). Сама по себе интенсивность коммуникаций существенно возросла, усилилось внимание к коллективным действиям в плане отстаивания интересов профессиональных сообществ. Интересно, что со стороны бизнеса проявилась склонность к солидарности и взаимопомощи (например, часть персонала, потерявшего работу в общественном питании, была трудоустроена в торговле).

5. ГОСУДАРСТВЕННАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ ПОЛИТИКА

1. Кризис подтолкнул и компании, и государство к активному взаимодействию. Государство на федеральном уровне продемонстрировало способности разговаривать с бизнесом. Результатом такого взаимодействия стали оперативное решение ряда проблем отраслевого регулирования и смягчение отдельных ограничений (например, отход от жесткого соблюдения принципа «третий лишний», разрешение интернет-торговли лекарственными средствами).

2. Оценки в рациональности действий региональных властей значимо расходятся, в существенной мере это следствие отсутствия каких-либо федеральных рамок. Фактически характер местных ограничений во многом задавался правительством г. Москвы, в то время как другие регионы повторяли те или иные решения. Однако многие территории дополнительно усиливали ограничения, при этом не имея необходимой инфраструктуры для менее обременительного применения соответствующих требований.

3. В период кризиса существенно возросла значимость канала взаимодействия с государством через бизнес-ассоциации. Государство предложило широкий спектр инструментов, но в существенной мере ориентировалось на позиции не столько бизнес-ассоциаций, сколько отдельных компаний, прежде всего крупных, и продемонстрировало операциональные возможности по поддержке широкого круга субъектов, при этом потенциал администрирования сложных инструментов существенно возрос.

4. Представления государства о секторах экономики в ряде случаев оказались упрощенными. При определении механизмов поддержки не должным образом учитывались сегментированность отраслей и особенности воздействия на них различных мер.

Среди предложенных оказалось недостаточно мер поддержки, направленных на компании «второго эшелона» (малый бизнес принято поддерживать, крупный имеет большую переговорную силу). Кроме того, средние предприятия существенно реже, чем крупные, имели возможность продолжать функционирование в период локдауна, что, в свою очередь, негативно сказывалось на крупных

компаниях — потребителях продукции средних фирм, особенно в вертикально организованных секторах. Таким образом, существенными оказались проблемы неразвитости сетей субподряда и конкуренции среди поставщиков.

5. В качестве серьезной проблемы проявились условия отбора предприятий, действительно пострадавших от кризиса, — селекция компаний на уровне кодов видов экономической деятельности оказалась весьма грубой. Фирмы могли столкнуться с существенным падением выручки, но не получить поддержку, так как их деятельность не входит в перечень наиболее пострадавших отраслей российской экономики (для крупных и средних предприятий ограничение еще жестче, поскольку принадлежность к пострадавшим отраслям определяется по основной деятельности).

6. Бюджетные расходы (в частности, закупки для государственных нужд) в период кризиса стали важным стабилизирующим фактором, однако регулирование больше было направлено на предотвращение хищения средств. В силу развитых горизонтальных связей в первую очередь небольшой бизнес весьма чувствительно относился к информации об усилении проверок по использованию средств господдержки.

Наиболее «токсичными» бюджетные средства представляются компаниям тех секторов, которые только в последние годы стали объектом внимания и прямой финансовой поддержки государства, прежде всего ИТ-сектора. В существенной мере это связано со сложностью понимания бизнес-процессов сектора для проверяющих, с одной стороны, и с неразвитой культурой и практикой работы бизнеса с бюджетными средствами, с другой.

7. Весьма позитивно бизнес оценил меры, косвенные по отношению к нему, но позитивно влияющие на спрос (в частности, различные финансовые инструменты прямой поддержки населения в период кризиса). Спорным оказался такой инструмент поддержки бизнеса (прежде всего крупного), как перечень системообразующих компаний. Одним компаниям это позволило продолжить свою деятельность и получить поддержку, другие больше отмечали возросший из-за этого поток информационных запросов, появление дополнительной отчетности.

8. В качестве одной из задач антикризисной политики декларировались снижение административной нагрузки и мораторий на проверки. Однако на уровне компаний отмечалось сохранение,

а в некоторых случаях и усиление давления на бизнес. Последнее было более характерно для небольших компаний, для которых проверки — это высокие транзакционные издержки. Крупный бизнес, как правило, уже адаптировался к стандартным проверкам и сформировал необходимую инфраструктуру для разрешения споров.

6. ВОЗМОЖНЫЕ ВЫЗОВЫ ПОСТКРИЗИСНОГО РАЗВИТИЯ И СЛЕДСТВИЯ ДЛЯ ПОЛИТИКИ

1. Кризис существенно усилил внутриотраслевую и межрегиональную дивергенцию. Можно ожидать дальнейшего роста концентрации и консолидации в отраслях, особенно в секторах с горизонтальной координацией. Происходит размывание отраслевых границ, наблюдается вход на рынки ряда крупных игроков из других секторов (например, банковского). Таким образом, вызов связан с тем, как преодолеть кризис отраслевого регулирования и обеспечить справедливые условия для конкуренции.

2. Продолжаются процессы поглощения перспективных компаний и инсорсинга, в том числе со стороны крупных компаний с государственным участием. В связи с этим возникают вопросы о возможных ограничениях для роста новых национальных чемпионов, о перспективах культивации нового бизнеса в крупных компаниях, о проблемах сохранения качества человеческого капитала в новых корпоративных рамках.

3. Для секторов B2C можно ожидать дальнейшей «консервации» слоя небольших предприятий с традиционной (устаревшей) продукцией, которые, с одной стороны, имеют свои рынки сбыта, состоящие из консервативных покупателей с невысоким и низким уровнем дохода, а с другой — непривлекательны для поглощения со стороны ведущих компаний отрасли. Как следствие, есть предпосылки к усилению дивергенции и многоукладности таких отраслей.

4. Сохранится тренд на развитие собственных каналов сбыта, и усилится прямое взаимодействие с покупателями (туризм, фармацевтическая отрасль). Существенно изменится запрос на человеческий капитал: увеличится спрос на навыки анализа больших данных и предсказательной аналитики продаж, интернет-маркетинг.

Бизнес-модели компаний будут трансформироваться в направлении создания экосистемы вокруг человека: его здоровья, безопасности, питания, развлечений.

5. Во всех секторах усилятся процессы цифровой трансформации, а в небольших компаниях из секторов с горизонтальной координацией при этом будут меняться модели и форматы бизнес-дея-

тельности. В последнем случае изменятся модели найма, развитие получат «распределенные» компании, при этом сформируются предпосылки для «новой мобильности». Здесь в числе вызовов — поиск адекватной реакции на мощь платформенных компаний, на кризис корпоративных форм и развитие гиг-экономики, на защиту интересов занятых.

Для быстро трансформирующихся секторов (розничной торговли, ИТ-сектора) особенно важными становятся своевременное уточнение регулирования и устранение нерациональных отраслевых ограничений.

6. Повышается роль нематериальных активов (знаний, навыков) в развитии, при этом усиливается конкуренция за человеческий капитал (особенно в новых секторах). В качестве вызовов отметим усиление разрыва между спросом перспективных компаний и предложением образовательной системы, а также между ростом компаний новых секторов в национальной экономике и их мобильностью, повышенной «чувствительностью» к конкурентоспособности национальной юрисдикции.

7. Быстрые технологические изменения, в частности цифровизация, в существенной мере затронули российскую экономику, при этом кризис резко интенсифицировал такого рода изменения. Как следствие, ряд традиционных и на первый взгляд простых секторов (например, розничная торговля) стали совершенно другими, при этом они становятся драйвером цифровой трансформации и источником спроса на человеческий капитал, эффективный в цифровой экономике. Требуется изменение «системы ценностей» государства применительно к различным секторам.

8. В период кризиса существенный импульс получили секторы и сегменты, которые связывают с новой экономикой — более гибкой, мобильной, глобальной, креативной. Дальнейшее развитие таких секторов в существенной мере будет определяться эффективностью государственной политики по формированию нового человеческого капитала.

9. Позиции государства в отношении компаний выглядят весьма двойственными. Во-первых, запрос на изменения и гибкость решений на уровне бизнеса со стороны экономического блока правительства «конкурирует» с усилением давления правоохранительных органов. Во-вторых, постоянно соперничают задачи защиты интересов населения (разнообразие и доступность товаров и услуг),

социальные задачи (контроль роста цен), проблемы развития отечественных производств (импортозамещение) и поддержания условий для конкуренции. Все это существенно ограничивает мотивационные эффекты и повышает риски для инвесторов.

10. Системной проблемой остается слабая ориентированность государства на индустрии — комплексы производства, связанных с ним секторов, товаропроводящих систем и потребительской аудитории. Как следствие, усиливаются противоречия между задачами производства и задачами удовлетворения конечного спроса.

11. Постпандемическое развитие рассмотренных секторов в существенной мере зависит от ряда специфических развилки в регулировании (табл. 2). Среди вопросов, значимых для структурных сдвигов в секторах, — авторский сбор (ИТ-сектор), регулирование цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты, параллельный импорт и принудительное лицензирование (фармацевтическая промышленность), порог беспошлинного ввоза товаров (розничная торговля), условия локализации (автомобильная и фармацевтическая промышленность).

12. Принципиальную сложность представляет собой задача определения рациональной политики по развитию той или иной отрасли. Проблема здесь не только в «классических» различиях интересов малых и крупных компаний. Для отраслей с доминированием вертикальной организации особенно заметно расхождение в оценке необходимых мер со стороны национальных компаний и компаний с существенными иностранными инвестициями. Здесь наиболее сильны ожидания со стороны части бизнеса в усилении норм, ограничивающих условия для конкуренции. Сколько-нибудь однозначная оценка здесь мало возможна, особенно при обсуждении не только кратко-, но и долгосрочных перспектив.

13. Крупные компании в отраслях с доминированием вертикальной организации явно имеют склонность к господдержке в разных формах (инвестиции, госзаказы, поддержка спроса через выплаты/льготы населению). Однако по сравнению с кризисом 2008–2009 гг. заметно большее число руководителей компаний стали отмечать необходимость стимулирования прежде всего спроса населения.

14. Цифровизация государства создает новую платформу для взаимодействия с бизнесом, повышения эффективности инструментов господдержки и координации изменений. Однако возможно

Таблица 2. Основные тренды, развилки и вызовы в посткризисном развитии отраслей

Отрасль	Тренды (последние 5–10 лет)	Развилки и вызовы в посткризисном развитии
Розничная торговля	<p>Доля современной розничной торговли (в формате самообслуживания) выросла с 40,2% в 2005 г. до 70,1% в 2019–м.</p> <p>Консолидация на рынке, доля торговых сетей в розничной торговле выросла с 15,1 до 34,2% в 2019 г., доля Топ-10 сетей в продовольственной торговле — с 13,6% в 2008 г. до 33,3% в 2019–м.</p> <p>Внедрение цифровых технологий на всех этапах цепочки добавленной стоимости в торговле.</p> <p>Рост числа торговых платформ.</p> <p>Доля онлайн-продаж в розничной торговле выросла с 0,7% в 2014 г. до 2% в 2019–м.</p> <p>Запуск продаж продукции под собственными торговыми марками</p>	<p><i>Порог бесполовинного ввоза товаров:</i> сохранение высоких порогов на бесполовинный ввоз в страну покупок из-за границы повышает доступность товаров для покупателей, однако снижает спрос на внутренних рынках и делает неконкурентоспособным отдельные сегменты, прежде всего те, где присутствуют крупные маркетплейсы (Amazon, AliExpress, Ebay и др.).</p> <p><i>Легализация параллельного импорта:</i> разрешение ввоза в страну брендовой продукции без статуса официального дилера позволит существенно сократить «серый» рынок и снизить дефицит отдельных категорий товаров, однако может ограничить интересы иностранных производителей в локализации производств в России.</p> <p><i>Регулирование интернет-продаж отдельных категорий продукции:</i> повышение доступности, но возникновение проблем безопасности</p>
Туристический сектор	<p>Переход туризма из разряда редко приобретаемых услуг в неотъемлемую составляющую образа жизни.</p> <p>Выездной туризм: быстрый рост притока в 2010–2015 гг. и сокращение в 2016–2017 гг.</p> <p>Выездной туризм: «отложенный спрос» за советский период и 1990–е годы, быстрый рост до 2013 г., сокращение в 2014–2016 гг., восстановление в 2017–2018 гг.</p>	<p><i>Модель управления сектором:</i> сохранение существующей схемы (включая Ростуризм как федеральной агентств) или переход на систему «электронной пуговки» (в части контроля за деятельностью туроператоров и обеспечения гарантий для туристов) с передачей корпорации «Туризм.РФ» остальных функций по обеспечению развития отрасли.</p> <p><i>Финансирование развития отрасли:</i> сохранение существующей многоканальной системы (средства федерального, региональных и местных бюджетов, а также внебюджетные) с ее ограничениями на одновременное</p>

Отрасль	Тренды (последние 5–10 лет)	Развилки и вызовы в посткризисном развитии
	<p>Внутренний туризм: низкий уровень развития инфраструктуры, дефицит эффективных программ развития и отсутствие роста расходов внутренних туристов.</p> <p>Шоковое воздействие кризиса, связанного с COVID-19, на все сегменты (в большей мере на выездной и въездной).</p> <p>Переориентация на внутренний туризм в связи с ограничениями перемещения через границы.</p> <p>Ускоренная цифровизация и развитие сегмента онлайн-услуг и продуктов</p>	<p>Использование разных источников в рамках одного проекта или переход на новые схемы привлечения финансирования (включая курортный или туристический сбор в регионах) с созданием фондов развития туризма, которые могли бы аккумулировать средства из разных источников.</p> <p><i>Механизмы реализации проектов по развитию инфраструктуры:</i> сохранение существующей модели (с текущим контролем со стороны соответствующих стейкхолдеров за целевым использованием средств, выделенных по отдельным каналам) или переход к контролю по ключевым результатам реализации проектов (с участием заинтересованных стейкхолдеров в выработке КРП для реализации конкретных проектов, регулярным мониторингом и возможностью обоснованной корректировки КРП в ходе реализации проектов при существенном изменении внешних условий)</p>
ИТ-сектор	<p>Устойчивый курс государства на цифровизацию экономики и сферы государственного управления.</p> <p>Рост потребности бизнеса в цифровых технологиях.</p> <p>Усиление компаний — «цифровых гигантов».</p> <p>Недостаток квалифицированных специалистов, отток лучших кадров за рубеж.</p> <p>Инсорсинг — формирование крупными банками и компаниями других</p>	<p><i>Рыночная ориентация:</i> приоритетная поддержка экспорта или внутреннего рынка.</p> <p><i>Преодоление «кадрового голода»:</i> усиление взаимодействия бизнеса с традиционными игроками, прежде всего ведущими вузами, или широкое использование потенциала корпоративных учебных центров.</p> <p><i>Предотвращение возможного отторгнутости «цифровых гигантов»:</i> государственное регулирование или саморегулирование отрасли.</p> <p><i>«Токсичность» государственных средств:</i> сохранение высокого уровня давления на отрасль со стороны проверяющих и правоохранительных органов или</p>

Отрасль	Тренды (последние 5–10 лет)	Развилки и вызовы в посткризисном развитии
Фармацевтическое производство	<p>секторов собственных мощных ИТ-команд, усиление конкуренции за квалифицированные кадры, выход внешних игроков на ИТ-рынки.</p> <p>Увеличение доли государства и компаний госсектора в структуре заказов</p> <p>Постоянный относительный рост государственного рынка — доля государственных закупок в 2019 г. достигла 35% против 30–32% в 2017–2018 гг.</p> <p>Реализация политики импортозамещения, локализации производства иностранными компаниями; доля производства на территории РФ в 2019 г. приблизилась к 52% по стоимости (из них почти 31% — российские компании); на государственном рынке она составила около 70%, а на коммерческом — при тренде к росту — существенно меньше, 42%.</p> <p>Рост продаж маркетплейсов на рынке лекарственных препаратов (как иностранных — iHerb, так и российских — Аптека.ру, Сбер Еаптека).</p> <p>Ужесточение регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты при сохранении их доли в объеме продаж на уровне 50% и с ростом на государственном рынке почти до 90%.</p>	<p>создание специального административного режима для отрасли</p> <p><i>Оригинальность портфеля препаратов:</i> сохранение высокой доли дженериков для экономики средств бюджета и ОМС или курс на повышение доли инновационных препаратов и снижение зависимости от импорта сложных лекарств.</p> <p><i>Глубина интеграции в глобальный рынок:</i> сохранение суверенности и внедрение собственных правил или распространение международных стандартов и правил, повышение прозрачности бизнеса для международных игроков.</p> <p><i>Жесткость соблюдения прав интеллектуальной собственности:</i> обеспечение их защиты для повышения привлекательности российского рынка для производителей оригинальных препаратов или смягчение режима соблюдения и создание «параллельных рынков» (параллельный импорт, принудительное лицензирование).</p> <p><i>Регулирование цен и выбор сегментов рынка, на которые оно распространяется:</i> с одной стороны, определяет доступность препаратов для населения, с другой — создает стимулы для предприятий по разработке инновационных препаратов высокого ценового сегмента.</p> <p><i>Зависимость от импорта субстанций и фармацевтических ингредиентов:</i> ее сохранение определяет зависимость производителей от мировых цен, однако сокращение</p>

Отрасль	Тренды (последние 5–10 лет)	Развилки и вызовы в посткризисном развитии
Химическая промышленность	<p>Ужесточение правил доступа к участию в государственных закупках, отсекающее возможности импорта преаратов и участия иностранных компаний в закупочных процедурах, создающее неравные условия конкуренции и дестимулирующее иностранные инвестиции</p> <p>Сохранение высокой зависимости от импорта сложной продукции для малотоннажной химии.</p> <p>Умеренная (по ряду подотраслей В2С — высокая) зависимость от импортных технологий и оборудования.</p> <p>Рост внутреннего спроса и, как следствие, импортозамещения после ввода режима контрсанкций и антисанкций со стороны как конечных потребителей, так и других отраслей, в том числе со стороны сельского хозяйства</p>	<p>зависимости связано с необходимостью выращивать импортозамещающих производителей, способных конкурировать на международном уровне</p> <p><i>Характер продукции в экспортном сегменте:</i> сохранение традиционной ориентации на продукцию низких переделов и повышение конкурентоспособности через наращивание эффективности производств и конкуренцию по издержкам или расширение экспортной номенклатуры через выход на новые продуктовые рынки более высоких переделов, активное участие государства в модернизации сектора.</p> <p><i>Тип организации связей внутри отрасли и с другими отраслями:</i> классический сектор с доминированием вертикальной координации и ограниченными связями с другими отраслями и традиционной продукцией, ограниченной передачей сигналов и запросов на инновационную продукцию или разворот отрасли в сторону выработки инновационной продукции в интересах других отраслей, активное развитие межотраслевых связей и формирование новых областей компетенций на стыках.</p> <p><i>Технологическая (не)зависимость:</i> развитие собственной научной базы или наращивание зависимости от иностранных технологий через более глубокие проекты партнерства и привлечение иностранных инвестиций</p>

Отрасль	Тренды (последние 5 – 10 лет)	Развилки и вызовы в посткризисном развитии
Автомоблестроение	<p>Курс государства на импортозамещение и усиление локализации.</p> <p>Ухудшение условий для импортеров.</p> <p>Постепенное сокращение спектра моделей, предлагаемых российским потребителям.</p> <p>Технологическое обновление, в том числе ввод новых мощностей зарубежными производителями.</p> <p>Цифровизация, в том числе расширение онлайн-продаж</p>	<p><i>Производство компонентов:</i> развитие российских поставщиков или привлечение в Россию ведущих зарубежных производителей.</p> <p><i>Численность занятых:</i> поддержка избыточной занятости на наиболее крупных предприятиях или рост производительности труда.</p> <p><i>Локализация:</i> фиксация уровня, близкого к текущему, уступающая зарубежные компании, или дальнейшее усиление с риском ухода зарубежных инвесторов.</p> <p><i>Государственная поддержка:</i> прямая поддержка производителей или стимулирование спроса.</p> <p><i>Технологическое будущее отрасли:</i> электромобили, автомобили на газомоторном топливе, водородный транспорт или продолжение использования двигателя внутреннего сгорания</p>

усиление попыток контролировать бизнес во всех решениях и встраивать его в исполнение решений «сверху вниз». Такой подход в условиях высокой экономической и технологической неопределенности может привести к накоплению рисков и диспаритетов.

15. Отдельным существенным риском представляется расширение вмешательства государства в процессы ценообразования в конкурентных секторах (розничной торговле, фармацевтической промышленности). Это может привести к существенным искажениям на соответствующих рынках.

16. В период кризисов государство определяет приоритетной задачей снижения административной нагрузки на бизнес. Однако на посткризисных этапах соответствующая активность существенно снижается. Требуется поиск механизмов устойчивого снижения административного давления, что предполагает изменение мотиваций и критериев оценки деятельности контрольных органов.

17. При общем усилении запроса на модель «ответственного государства» сохраняется тренд к иерархичной организации экономики и огосударствлению отдельных секторов. Как следствие, повышается роль бюджетных средств в финансировании развития. С одной стороны, это может обеспечить согласованность структурных изменений, но с другой — барьерами для развития станут ограниченность рыночных стимулов и «токсичность» инструментов поддержки.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 Информационная база и выборка

В качестве целевых отраслей для обследования были выбраны следующие крупные отрасли, значимые для экономики и различающиеся по влиянию кризиса на их активность:

- ИТ-сектор;
- розничная торговля;
- фармацевтическая промышленность;
- туристический сектор;
- химическая промышленность;
- автомобильная промышленность.

В каждой целевой отрасли проведено не менее пяти углубленных интервью. В большинстве отраслей в первую очередь были проведены интервью с главами отраслевых ассоциаций (в зависимости от уровня консолидированности и сегментации отрасли). После этого проводилась серия интервью с собственниками и (или) топ-менеджерами компаний, представляющих разные сегменты отрасли, размерные группы и регионы. Продолжительность интервью составляла 1–1,5 часа.

Интервью проводились в период с июля 2020 г. по март 2021 г. Отрасли были разделены на две волны обследования. В первую волну (основной объем интервью проведен в июле–октябре 2020 г.) вошли отрасли, которые испытали влияние кризиса на раннем этапе, — фармацевтика, розничная торговля и ИТ. Отрасли, в которых возможно отложенное влияние кризиса, вошли во вторую волну обследования (основной объем интервью проведен в октябре 2020 г. — марте 2021-го): химическая промышленность и автомобилестроение, а также туризм как отрасль, испытывающая продолжительное негативное влияние на всех этапах кризиса.

В табл. П1 представлены данные о количестве и сроках проведения интервью по каждой целевой отрасли проекта, а также о сферах деятельности опрошенных компаний. В выборку вошли компании, представляющие в каждой отрасли различные сегменты, размерные группы и регионы.

По результатам анализа углубленных интервью с учетом макроэкономических данных о состоянии и динамике развития отрасли

в предкризисный период и во время кризиса, связанного с коронавирусом, были разработаны отраслевые кейсы, учитывающие следующие аспекты:

- характеристика состояния сектора/отрасли в России накануне кризиса, ключевые параметры сектора и его основных сегментов, а также особенности данного сектора в России и отличия по сравнению с аналогичными секторами в других странах;
- состояние сектора в период кризиса, а именно влияние кризиса на состояние сектора в целом (динамика объемов продаж, в том числе по отдельным сегментам, занятость, цены и т.п.; изменения в организации бизнес-процессов, включая отношения с работниками; изменения во взаимоотношениях с поставщиками и потребителями в рамках цепочек создания стоимости; реакция сектора на кризис и описание мер господдержки в других странах, выбранных для сравнения);
- взаимоотношения с государством, господдержка в период кризиса (общий контекст взаимоотношений с государством, изменение интенсивности и каналов взаимодействия с государством в период кризиса, оценка эффективности конкретных форм господдержки, сравнение с зарубежным опытом);
- вызовы и перспективы для дальнейшего развития, включая перспективные сегменты внутри сектора, ключевые угрозы и риски, выводы и следствия для политики.

Таблица III. Интервью, проведенные в рамках проекта, и источники макроданных

Отрасль	Количество интервью	Отраслевые ассоциации и сфера деятельности компаний	Сроки проведения интервью	Источники макроданных
ИТ-сектор	10	<p><i>Ассоциации:</i> Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (АПКИТ), Руссофт (объединение компаний — разработчиков программного обеспечения России) и Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ).</p> <p><i>Компании:</i> разработка и производство ПО (продукты и сервисы), инфраструктура, телекоммуникации, интернет-торговля</p>	Август—октябрь 2020 г.	Федеральная служба государственной статистики (Росстат), International Data Corporation (IDC), РА «Эксперт», Руссофт, аналитические материалы Gartner, Snews, AppDynamics
Розничная торговля	9	<p><i>Ассоциации:</i> Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ), Ассоциация малоформатной торговли (АМТ), Союз независимых сетей России (НСР), Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ).</p> <p><i>Компании:</i> сетевой продовольственный и непродовольственный ритейл, интернет-торговля</p>	Июль—октябрь 2020 г.	Росстат, АКОРТ, Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), аналитические материалы KPMG, Knight Frank
Фармацевтическая промышленность	5	<p><i>Ассоциации:</i> Ассоциация российских фармацевтических производителей (АРФП) и Ассоциация международных фармацевтических производителей (АИРМ).</p> <p><i>Компании:</i> производственные фармацевтические компании, инновационная фармацевтика</p>	Июль—декабрь 2020 г.	Росстат, Федеральная таможенная служба (ФТС РФ), база данных предприятий Ruslana Bureau van Dijk, Euromonitor International, Eurostat, UNCTAD, OECD, аналитические

Отрасль	Количество интервью	Отраслевые ассоциации и сфера деятельности компаний	Сроки проведения интервью	Источники макроданных
Туризм	13	<p><i>Ассоциации:</i> Российский союз туриндустрии (РСТ) и Ассоциация туроператоров России (АТОР).</p> <p><i>Компании:</i> туристические и экскурсионные агентства, туроператоры (многопрофильные, национальные, по внутреннему туризму), онлайн-платформы бронирования</p>	Октябрь—декабрь 2020 г.	<p>материалы DSM Group, Deloitte, RNC Farma</p> <p>World Travel & Tourism Council (WTTC), Росстат, The World Tourism Organization — UNWTO, World Bank, OECD, Федеральное казначейство, Euromonitor International</p>
Химическая промышленность	5	<i>Компании:</i> производство лакокрасочных материалов, полимерных и упаковочных материалов, промежуточных химических материалов и веществ, бытовой химии	Декабрь 2020 — февраль 2021 г.	Росстат, ФТС РФ, Euromonitor International, Deloitte, McKinsey
Автомобильная промышленность	5	<i>Компании:</i> производство полного цикла легковых и грузовых автомобилей	Январь—март 2021 г.	Росстат, аналитическая компания «АСМ-холдинг», Международная организация по производству автомобилей (OICA), ITC Trade map, Boston Consulting Group (BCG), Deloitte, Eurostat

Отрасль	Количество интервью	Отраслевые ассоциации и сфера деятельности компаний	Сроки проведения интервью	Источники макроданных
Общее количество проведенных интервью*	45*			

* Интервью с ассоциацией АКИТ и одной из компаний учтено в статистике по двум секторам — ИТ и розничная торговля, поскольку область их деятельности относится одновременно к двум отраслям.

Приложение 2

Сценарий интервью с представителями компаний

1. *Базовая информация о компании и респонденте (часть информации собирается из открытых источников до интервью):*

- отраслевая принадлежность;
- год создания организации;
- входит ли в холдинг или является независимым предприятием;
- организационно-правовая форма (и ее изменение, если было);
- структура собственности, в частности, есть ли государственный (органы власти, государственные корпорации, государственные предприятия) и иностранный капитал в структуре собственности;
- численность персонала;
- динамика основных показателей с 2015 г.;
- наличие экспорта и импорта;
- основной продукт, его специфика (конечный или промежуточный);
- на каких рынках работает (местный, региональный, национальный, международный);
- входит ли организация в консультативные советы, есть ли коллегиальные органы, ассоциации, которые представляют рассматриваемую организацию;
- краткая характеристика респондента: должность, пол, опыт/ продолжительность работы.

2. *Проблемы и вызовы, возникшие в связи с кризисом, и реакция предприятия на эти вызовы:*

- С какими проблемами и вызовами столкнулось Ваше предприятие/компания в результате кризиса, связанного с распространением COVID-19? Какие меры для преодоления кризиса/приспособления к новым условиям предприняла Ваша компания?
- Прекращало ли Ваше предприятие работу или нет?
- Выводили на удаленную работу или нет, если да, то как надолго, какую ориентировочно долю сотрудников?
- Переносили ли бизнес-активность в онлайн/расширяли работу онлайн?
- Как изменились коммерческая деятельность, продажи, система сбыта Вашей компании? Какие меры преодоления кризиса Вы уже предприняли?
- Планируется ли изменение портфеля/ассортимента/номенклатуры предлагаемых товаров/услуг? Каким образом?

- Осуществлены ли/планируются ли в Вашей компании мероприятия по обновлению/расширению/сокращению производственных мощностей для адаптации компании к эффектам пандемии? До конца года? Через год?
- Изменилась ли в кризисный период система управления и принятия решений? Формировала ли компания некий специальный антикризисный штаб и кто туда вошел?
- Удалось ли справиться силами исполнительных руководителей или в поиск решений подключился Совет директоров (если есть в компании) и (или) собственники бизнеса? Увидели ли новые возможности по улучшению системы управления?
- Пришлось ли компаниям проводить сокращение персонала, оптимизацию заработной платы или использовать иные механизмы (например, отпуска без сохранения содержания, перевод на часть ставки и т.п.)?
- Осуществлены ли/планируются ли в Вашей компании мероприятия по повышению квалификации сотрудников или переквалификации за время пандемии коронавируса?
- Пришлось ли компании в условиях пандемии отказаться (или временно отложить) осуществление инвестиционных программ? Почему (были сложности с финансированием, с доступом к оборудованию или неопределенность спроса)?
- Нормативные барьеры, с которыми столкнулись?

3. Состояние и реакция на кризис других фирм в Вашей отрасли/секторе:

- Какая доля компаний в отрасли, по Вашей оценке, закрылась в результате последствий пандемии? Будет закрыта до конца года? В каких сегментах? Что в большей степени повлияло на закрытие? Что позволило оставшимся компаниям устоять? Как изменились объемы деятельности компаний, которые остались на рынке? Есть ли отличия по сегментам? Есть ли отличия по регионам России?
- Ожидается ли, что весомая часть предприятий отрасли (какая доля компаний, по Вашей оценке) изменит портфель/ассортимент/номенклатуру своих продуктов/услуг в результате последствий пандемии? В каком направлении будут происходить изменения?
- Будут ли меняться в среднесрочной перспективе практики трудовых отношений, формы организации труда в компаниях от-

расли? Можно ли ожидать сокращения рабочей силы или ее серьезных структурных изменений (и каких)? Есть ли отличия по регионам России?

- Как изменится инвестиционная активность компаний отрасли? Каковы могут быть направления новых инвестиций (в том числе в освоение технологий)? Каковы возможные источники финансирования инвестиций в новых условиях?
- Какие процессы, важные для трансформации структуры рынка, развития конкуренции, можно ожидать в ходе и после завершения пандемии (банкротства/ликвидации/уход с рынка; слияния и поглощения; облегчение или усложнение регуляции и условий входа на рынок; изменения структуры рынка и др.)? Есть ли отличия по регионам России?

4. *Взаимодействие с потребителями и поставщиками, цепочки создания стоимости (включая импорт-экспорт):*

- Как изменились сеть поставщиков/покупателей в отрасли, система кооперации с партнерами? Какие факторы это обусловили?
- Повлияла ли пандемия коронавирусной инфекции на способность Вашей компании закупать сырье, материалы, комплектующие, оборудование и технологии (для торговли — товары для реализации)? На внутреннем рынке? На внешнем рынке? Какими факторами это обусловлено (например, финансовые или логистические сложности)?
- Повлияла ли пандемия COVID-19 на возможности Вашей компании продавать продукты или услуги? На внутреннем рынке? На внешнем рынке? Какими факторами это обусловлено?
- Какие изменения произошли в Вашей компании в работе с клиентами (организация продаж офлайн в соответствии с новыми требованиями, онлайн-формат и др.)?

5. *Меры государственной антикризисной поддержки:*

- Насколько Вы знакомы с мерами государственной поддержки отрасли, в которой работает Ваша компания? Насколько легко получить доступ к информации о государственных программах для поддержки бизнеса в связи с COVID-19?
- Пыталась ли компания получить государственную поддержку? В каких формах? Были ли все эти попытки успешными? Если нет, то в чем причина отказа?
- Если компания получила господдержку, то насколько просто было ее получить? Насколько действенной она оказалась?

- Считаете ли Вы меры государственной поддержки отрасли достаточными? Какие возможные дополнительные государственные меры помогли бы Вам справиться с кризисом, вызванным COVID-19 (программы обеспечения занятости, программы льготного кредитования/кредитные гарантии, налоговые льготы, прямые денежные трансферты, изменения нормативного регулирования, другое)?

6. *Вызовы и перспективы развития отрасли/сектора и ожидания участников рынка:*

- Какие более широкие вызовы Вы видите для Вашей компании и отрасли в целом? Какая реакция на эти вызовы ожидается в долгосрочной перспективе?
- Есть ли среди вызовов текущего кризиса новые возможности для развития Вашей компании и отрасли в целом?
- Каким Вы видите будущее Вашей компании с учетом изменений рынка/отрасли в долгосрочной перспективе (с точки зрения конкуренции, взаимодействия с поставщиками и потребителями/клиентами, межфирменной кооперации и др.)?
- Каковы Ваши ожидания от государственной политики, деятельности местных властей, отраслевых ассоциаций?

АВТОРЫ ДОКЛАДА

Симачев Юрий Вячеславович

Директор по экономической политике Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», директор Центра исследований структурной политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», к.т.н.

Акиндинова Наталья Васильевна

Директор Института «Центр развития» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Глухова Мария Николаевна

Вице-президент, управляющий директор Российского союза промышленников и предпринимателей, к.э.н.

Долгопятова Татьяна Григорьевна

Главный научный сотрудник Института анализа предприятий и рынков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», д.э.н., ординарный профессор

Ершова Нина Владимировна

Старший научный сотрудник Института анализа предприятий и рынков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», к.э.н.

Кузык Михаил Георгиевич

Заместитель директора Центра исследований структурной политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», к.э.н.

Федюнина Анна Андреевна

Ведущий научный сотрудник Центра исследований структурной политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», к.э.н.

Яковлев Андрей Александрович

Директор Института анализа предприятий и рынков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», к.э.н., ординарный профессор

Научное издание

**Оценка влияния кризиса,
связанного с пандемией COVID-19,
на отрасли российской экономики
и их посткризисное развитие**

Доклад НИУ ВШЭ и РСПП

Формат 60×88¹/₁₆. Гарнитура Newton.
Усл. печ. л. 2,81. Уч.-изд. л. 2,3.
Изд. № 2510

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20. Тел.: +7 495 772-95-90 доб. 15285



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ



ЭНДАУМЕНТ-
ФОНД
НИУ ВШЭ



ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ

ГЕНЕРАЛЬНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ РАДИОПАРТНЕР



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ

Российская Газета



VTimes



Эноб.
snob.ru



деловой информационный
профиль



ПОЛИТ.РУ



журнал
стратегия

ИНДУСТРИЯ
ЕВРАЗИИ