

**Keywords:** cluster development, industry, relational approach, innovations, resources.

### References

1. Miller A. E. Vlijanie reljacionnogo podhoda na vzaimodejstvie promyshlennyh predpriyatij [The influence of the relational approach on the interaction of industrial enterprises]. *Omsk Scientific Vestnik*, 2011, no 6 (102). pp. 38-41.

2. [A management system for managing companies of innovative and territorial clusters in the Russian Federation]. Report by NRU HSE and «CSR «North-West» Foundation, RVC, 2014. 250 p.

3. *Sajt Rossijskoj klasternoj observatorii* [The official website of the Russian cluster observatory] Available at: <http://cluster.hse.ru/about/news.php>

4. *Pilotnye innovacionnye territorial'nye klastery v Rossijskoj Federacii* [Pilot innovative regional clusters in the Russian Federation] ed. L. M. Hochberg, A.E Shadrin. Moscow, National Research University Higher School of Economics, 2013. 108 p.

5. *Strategija social'no-jekonomicheskogo razvitija Omskoj oblasti do 2025 goda* [Strategy for Social and Economic Development of the Omsk region until 2025]. Available at: [www.omskportal.ru/ru/government/branches/Economy/PageContent/0/body\\_files/file0/Strategiya\\_2025.pdf](http://www.omskportal.ru/ru/government/branches/Economy/PageContent/0/body_files/file0/Strategiya_2025.pdf)

6. *Omskoj oblasti utverdili koncepciju sozdanija agropromyshlennogo klastera* [Omsk region approved the concept of creating agro-industrial cluster]. Regional clusters: news digest. – National Research University Vysshaja shkola jekonomik, 2013, no12. Pp.25-26.

7. *Omskie vlasti trebujut ot razrabotchikov lesopromyshlennogo klastera konkretnyh reshenij i real'nyh pokazatelej* [Omsk authorities require specific decisions and real activities from developers of wood

industry clusters]. *Nacional'nyj issledovatel'skij universitet Vysshaja shkola jekonomiki 4* – 1-15 March 2014. pp.17-18.

8. *Minjekonomiki pytaetsja obedinit' omskuju promyshlennost' v klastery* [The Ministry of economics is trying to unite the Omsk industry into clusters]. *Territorial'nye klastery: dajdzhest novostej. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet Vysshaja shkola jekonomiki*, January 2014. pp.17-19.

9. *Vlasti Omskoj oblasti utverdili koncepciju neftehimicheskogo klastera* [The authorities of Omsk region approved the concept of petrochemical cluster]. *Territorial'nye klastery: dajdzhest novostej. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet Vysshaja shkola jekonomiki*, no 11 – 16-30 June 2014. p.18.

10. *V Omskoj oblasti utverdili koncepciju razvitija klastera vysokih tehnologij* [Omsk region approved the concept of developing high technologies' cluster]. *Territorial'nye klastery: dajdzhest novostej. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet, Vysshaja shkola jekonomiki*, 6 – 01-15 April 2014. pp.14-16.

*Миллер Александр Емельянович (Омск, Россия) – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, налоги и налогообложение», Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. (644077, пр. Мира, 55а, e-mail: aem55@yandex.ru).*

*Miller Alexander Emelianovich (Omsk, Russian Federation) – doctor of economic sciences, professor, head of the department "Economy, taxes and taxation", Omsk state university named after F.M. Dostoevskiy. (644077, Mira av., 55a, e-mail: aem55@yandex.ru).*

УДК 656.078.1

## ВЛИЯНИЕ МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ГРУЗОВОГО АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. В. Табачникова

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
Россия, г. Санкт-Петербург.

**Аннотация.** В рамках статьи рассмотрены особенности влияния модели конкуренции в отрасли на рыночное поведение предприятия. Выполнен анализ модели конкуренции, характеризующей рынок грузовых автотранспортных перевозок. Приведены отраслевые особенности рыночного поведения автотранспортных предприятий. Показаны основные способы получения экономической прибыли автотранспортным предприятием на рынке грузовых перевозок.

**Ключевые слова:** модель конкуренции, конкурентная структура рынка, рыночное поведение автотранспортного предприятия, концентрация предложения, экономическая прибыль.

### Введение

Анализ рыночного поведения предприятия, проводимый с целью выявления способов и направлений

улучшения результатов его деятельности, предполагает определение модели конкуренции, характеризующей отраслевой рынок. Очевидно, что условия конкуренции

накладывают определенные ограничения и обуславливают возможности получения экономической прибыли субъектом рынка. В рамках теории микроэкономики выполнено описание особенностей поведения фирм в условиях наиболее распространенных моделей конкуренции. На практике идентификация конкурентной структуры конкретного рынка является не столь простым вопросом, как это может показаться на первый взгляд.

**Характеристика влияния модели конкуренции на параметры рыночного поведения предприятия**

Рыночное поведение предприятия, определяющее результативность его деятельности, а также влияющее на эффективность (аллокативную и х-эффективность) отрасли в целом, во многом зависит от структуры отраслевого рынка. Такой подход к анализу поведения предприятия иллюстрирует «Гарвардская парадигма» SCP - «Structure - Conduct - Performance» («Структура-Поведение-Результативность») [1] (рис.1).

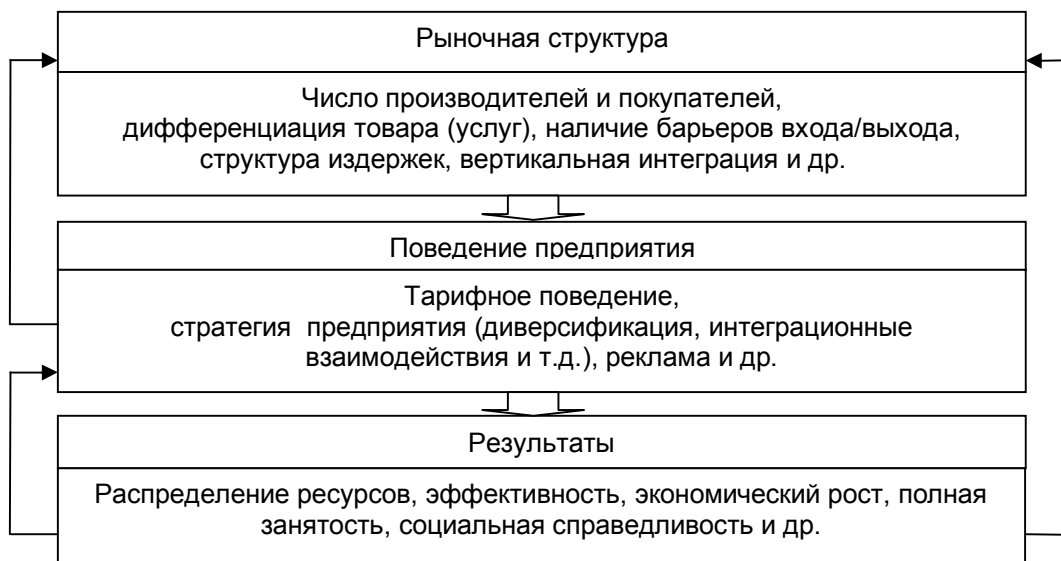


Рис. 1. Графическая интерпретация парадигмы «Структура-Поведение-Результативность»

Базовые условия, определяющие структуру отраслевого рынка, включают данные по следующим параметрам рынка: число производителей и покупателей, наличие и высота барьеров входа/выхода, степень дифференциации товара (услуг), наличие рыночной власти у субъектов рынка<sup>1</sup>. Конкурентная структура отраслевого рынка зависит и от состояния спроса и предложения в отрасли. При этом существенное значение имеют такие характеристики спроса как эластичность и темпы роста. Как правило, при эластичном спросе, снижающем вероятность получения производителем рыночной власти, цена устанавливается на более низком уровне, нежели в случае неэластичного спроса.

Высокие темпы роста спроса также способствуют ослаблению рыночной власти отдельных производителей на отраслевом рынке. Эффект масштаба, обуславливающий наличие экономии при достижении определенного объема производства, определяет число предприятий, которые эффективно могут функционировать на отраслевом рынке. Такая характеристика рынка как минимально эффективный выпуск (МЭВ) - объем производства, соответствующий минимальному уровню средних издержек отрасли - позволяет рассчитать нормальное число фирм, которое может «вместить» отраслевой рынок, через отношение емкости рынка и величины МЭВ.

<sup>1</sup> Рыночная власть – ситуация, при которой субъект рынка обладает возможностью влиять на рыночную ситуацию посредством изменения цены товара и объема выпуска.

Кроме того, на структуру отраслевого рынка оказывают влияние и такие факторы как наличие вертикально интегрированных и диверсифицированных компаний в отрасли, создающих входные барьеры на отраслевой рынок, поведение компаний в долгосрочном периоде (осуществление входа, выхода с рынка), стохастические факторы (эволюционные процессы в отрасли).

Следует отметить, что в случае значительного увеличения доли рынка, приведшего к изменению уровня концентрации, определенные регулирующие воздействия на участников рынка (снижение входных барьеров, реструктуризация крупных предприятий и др.) могут быть оказаны со стороны Федеральной антимонопольной службы, что также будет способствовать изменению конкурентной структуры в отрасли.

Рыночное поведение предприятия охватывает такие стороны деятельности как стратегия ценообразования и ценовая политика, рекламная и товарная политика, стратегические взаимодействия с другими участниками рынка и др. Анализ же эффективности функционирования отрасли как

результата деятельности отраслевых предприятий проводится, прежде всего, с позиции оценки влияния на благосостояние общества. Такие негативные для общества явления как завышение цен, недопроизводство товаров, недостаточный уровень качества товаров и сервиса, замедление технологического прогресса – все это, как правило, последствия снижения конкуренции и повышения уровня концентрации предложения на отраслевом рынке.

В рамках проведения анализа рыночного поведения предприятия, осуществляющего свою деятельность на рынке грузовых автотранспортных перевозок, определение структуры рынка сопровождается определенными трудностями. Рассматривая модель рынка транспортных услуг, следует, прежде всего, определиться с границами рынка. Так, если речь идет о локальном рынке, то вполне вероятно, что для него характерна модель монополистической конкуренции, ключевым признаком которой является дифференциация услуг, обеспечивающая рыночную власть предприятиям (рис.2) или олигополия и т.д.



Рис. 2. Признаки рынка монополистической конкуренции

Модель национального рынка грузовых автоперевозок России по ключевым признакам представляется наиболее близкой к условиям чистой конкуренции (рис. 3). Данная модель отражает рыночную ситуацию, при которой предприятия – участники рынка не имеют рыночной власти и соответственно не располагают возможностью оказывать влияние на уровень цен. Но в условиях чистой конкуренции в отличие от совершенной конкуренции предприятия-субъекты рынка характеризуются разным уровнем издержек, вследствие чего у предприятий с более низким уровнем издержек появляется возможность получать прибыль. Разный уровень издержек может быть обусловлен как неодинаковым качеством используемых ресурсов, так и разной эффективностью их применения. Поэтому можно сделать вывод о

том, что для грузовых автотранспортных предприятий одним из ключевых способов получения экономической прибыли в условиях рынка чистой конкуренции является, прежде всего, повышение эффективности использования ресурсов. Здесь следует отметить одну из острых проблем транспортного комплекса России и, в частности, автомобильного транспорта – уровень износа основных фондов. Согласно статистическим данным по состоянию на начало 2013 года степень износа основных фондов грузового автотранспорта составила более 40% [2]. В такой ситуации транспортные предприятия, сумевшие обновить парк транспортных средств, обладают существенными преимуществами перед коллегами по цеху, эксплуатирующими изношенный подвижной состав.

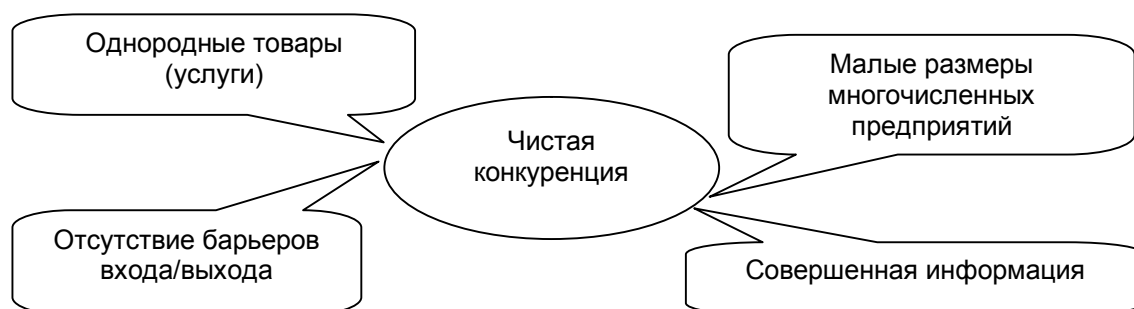


Рис. 3. Признаки модели чистой конкуренции

Еще одной возможностью получения экономической прибыли предприятием в условиях чистой конкуренции является выход на новые рынки или рыночные ниши, в рамках которых предприятие сможет воспользоваться преимуществами монопольного положения. В такой ситуации на рынке конкурентов либо еще нет, либо конкуренция не значительна, а государство на данный момент не контролирует этот рынок.

В силу ряда объективных причин на протяжении последних лет в сфере грузовых автомобильных перевозок широко распространены формы предпринимательской деятельности являются малое предприятие и индивидуальное предпринимательство. В качестве объективных причин сложившейся ситуации можно назвать такие преимущества малого бизнеса по сравнению с крупным и средним как гибкость по отношению к изменению параметров спроса, незначительные издержки контроля и управления, относительно низкая налоговая нагрузка на предприятие и др. Следует указать и на недостатки предпринимательской деятельности в форме малого бизнеса - сложность получения заемных средств, существенные транзакционные издержки и др. Кроме того, можно предположить, что микропредприятиям и малым предприятиям (среднесписочная численность работающих - не более 15 и 100 человек, годовая выручка - не более 60 млн. рублей и 400 млн. рублей соответственно) несмотря на возможность быть более гибкими к изменяющимся требованиям рынка гораздо сложнее обеспечивать устойчивость своего развития по сравнению с крупными конкурентами [3]. Так, согласно оценкам экспертов, после кризиса 2008-2009 гг. существенно ужесточились требования

клиентов к надежности перевозчика и качеству его услуг (например, требования по наличию ликвидных активов в собственности предприятия). Чем меньше масштабы деятельности автотранспортного предприятия, тем сложнее соответствовать жестким требованиям клиентов. Поэтому малым и средним предприятиям, оказывающим услуги по перевозкам грузов, сложнее найти и удержать перспективных клиентов с большими объемами перевозок. Кроме того, крупные автотранспортные предприятия, как правило, диверсифицированы и обладают преимуществами стратегического синергизма, а, следовательно, являются более устойчивыми по сравнению с недиверсифицированными конкурентами, деятельность которых характеризуется меньшими масштабами деятельности.

Согласно статистическим данным, число предприятий в транспортной отрасли в 2012 году составило 260,3 тыс, в том числе малые предприятия и микропредприятия - 103,3 тыс. (40%) [2]. Такие данные подтверждают предположение о характере конкурентной структуры рынка грузовых автоперевозок, приближенной к условиям чистой конкуренции.

Экономистами было замечено, что чем выше показатель концентрации в отрасли, тем устойчивее отношения участников рынка. Как уже было отмечено, рынок услуг грузового автотранспорта по своей структуре приближен к модели чистой конкуренции. В силу вышеизложенного проблема устойчивого развития предприятий грузового автотранспорта является весьма актуальной для отраслевого рынка. Помимо модели конкуренции на поведение предприятия оказывают влияние и ряд отдельных характеристик рынка (таблица 1).

Таблица 1 - Характеристики рынка грузовых автомобильных перевозок

Классификационный признак	Характеристики рынка транспортных услуг
В зависимости от объекта сделок	- рынок услуг (индивидуальное потребление) - рынок факторов производства (производственное потребление)
В зависимости от условий функционирования	Открытый, стихийный/организованный*
В зависимости от уровня стандартизации товаров	Рынок дифференцированных услуг
В зависимости от типа взаимодействия фирм-участников рынка	Конкурентный рынок

\* Организованный рынок предполагает наличие механизмов координации спроса и предложения со стороны частных агентов (товарные и финансовые биржи, аукционы и др.).

Относительно характеристики рынка по такому критерию как «условия функционирования» следует отметить, что, начиная с 2010 года в транспортной отрасли с целью упорядочивания деятельности перевозчиков и повышения качества транспортного обслуживания, создавались саморегулируемые организации (СРО). СРО – это организация некоммерческого типа, создаваемая по принципу добровольного членства субъектов, занятых в общей профессиональной сфере. В настоящее время установлено, что членство в транспортной СРО, предполагает наличие у компании-перевозчика договора страхования ответственности, прохождение профподготовки сотрудниками предприятия, внесение в компенсационный фонд саморегулируемой организации определенного взноса. При этом наличие СРО формирует дополнительные входные барьеры для новых участников рынка и накладывает определенные ограничения на деятельность уже работающих на отраслевом рынке предприятий.

Как уже отмечалось, при анализе отраслевой структуры следует учитывать факторы стохастического характера. Согласно «закону Жибра» [4] уровень концентрации в отрасли определяется не только факторами технологического и поведенческого характера, характеризующих деятельность предприятий-участников рынка, но также и стохастическими факторами. На основе исследования эмпирических данных было установлено, что изначально конкурентная отрасль по истечении определенного периода времени (порядка 100-150 лет) становится более концентрированной. В качестве таких стохастических факторов предлагается рассматривать не только процессы, сопровождающие эволюционное развитие отрасли, но и финансовые кризисы в экономике. Так, кризисы 1998 года, 2008-2009 годов привели к уходу значительного числа компаний с рынка грузовых автоперевозок. При этом более сильные компании, оставшиеся на рынке, воспользовались ситуацией, чтобы «вырасти» именно за счет перераспределения

долей рынка в период неблагоприятной рыночной конъюнктуры. Актуальность такого сценария не ослабевает и в настоящее время. Так, согласно результатам проведенного среди представителей транспортных компаний опроса, 2013 год был тяжелым для 38% опрошенных, отличных результатов добились 21 % и хотели бы получить более высокие показатели 24% [5]. 2014 год оказался еще более трудным для представителей транспортного бизнеса.

В качестве примера, иллюстрирующего укрупнение бизнеса в автотранспортной отрасли, можно привести деятельность транспортной компании «Деловые линии», существующей на рынке с начала 2000-х годов и занимающей одну из лидирующих позиций в отрасли. Согласно результатам опроса, в котором принимали участие более 1000 ведущих организаций страны, были названы самые узнаваемые транспортно-экспедиционные компании [5]. При этом транспортная компания «Деловые линии» была признана лучшей транспортно-экспедиционной компанией большинством респондентов и оказалась по данным опроса наиболее узнаваемой. На сегодняшний день ТК «Деловые линии» представляет собой группу компаний со штатом более 16000 сотрудников, располагающую парком транспортных средств численностью около 2 500 автомобилей. Подобные масштабы деятельности для современного рынка грузовых автоперевозок являются весьма крупными.

Таким образом, можно сделать предположение о постепенной трансформации структуры рынка грузовых автоперевозок из модели чистой конкуренции в модель монополистической конкуренции.

Среди особенностей поведения предприятий на рынке монополистической конкуренции стоит отметить возможность получения рыночной власти посредством дифференциации оказываемых услуг. При этом в качестве факторов дифференциации транспортных услуг следует рассматривать рекламу, формирование бренда, уровень

качества транспортного обслуживания клиента и др. Примером, иллюстрирующим дифференциацию транспортных услуг в условиях современного рынка, является бренд ТК «Деловые линии».

Также к особенностям поведения предприятия на рынке монополистической конкуренции следует отнести процесс ценообразования, который в отличие от условий совершенной конкуренции для участников рынка является активным и управляемым. При этом объемы реализации услуг находятся в прямой зависимости от уровня цен.

Высокая вероятность (согласно оценкам экспертов) возобновления в России практики лицензирования деятельности по осуществлению перевозок грузов автомобильным транспортом, создаст дополнительные барьеры на вход в отрасль, что в конечном итоге будет способствовать укрупнению рынка.

Здесь следует отметить, что, несмотря на значительную долю в отрасли малых предприятий, такое «разукрупнение» нередко имеет формальный характер. Так, крупная компания создает сеть предприятий, которые могут быть отнесены к субъектам малого предпринимательства и пользоваться всеми преимуществами данного статуса (специальный налоговый режим, гарантия отсутствия налоговых проверок на протяжении первых трех лет функционирования и др.). Указанное обстоятельство косвенно подтверждает предположение о трансформации модели конкуренции в отрасли в сторону менее конкурентной.

Еще одним фактором, свидетельствующим в пользу укрупнения рынка грузовых автоперевозок и как следствие – повышения уровня концентрации на нем, является глобализация. Эксперты отмечают перспективность в условиях глобализации такого интеграционного решения как транспортные альянсы, представляющие собой кооперацию равноправных независимых участников транспортно-логистического процесса. Такого рода интеграционные решения представляют определенные преимущества для малых и средних предприятий, обеспечивая участникам дополнительные гарантии для ведения бизнеса: возможность проводить активную ценовую политику, получать отсрочки платежа от участников альянса, применять клиринговые схемы расчетов между членами альянса и др.

### Выводы

Рыночное поведение предприятия, определяющее эффективность его деятельности и перспективы развития, во многом зависит от конкурентной структуры отраслевого рынка. В рамках данной статьи перечислены факторы, влияющие на формирование модели конкуренции рынка грузовых автотранспортных перевозок. Также сделано предположение относительно типа данной модели. Анализ ряда характеристик и параметров исследуемого рынка позволяет сделать вывод о сложившейся на отраслевом рынке тенденции к трансформации модели чистой конкуренции в модель монополистической конкуренции. При этом отмечены существенные изменения, характерные для рыночного поведения предприятий-участников рынка при переходе от одной модели к другой. Ориентация на такие изменения в процессе управления рыночным поведением автотранспортного предприятия позволит предприятию получить экономическую прибыль и улучшить свою конкурентную позицию на рынке.

### Библиографический список

1. Кен Хитер Экономика отраслей и фирм: учебное пособие. / Кен Хитер. – М.: Изд-во, «Финансы и статистика», 2004, - 480 с.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 21.12.2014).
3. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
4. Кит П., Управленческая экономика. Инструментарий руководителя / П. Кит, Ф. Янг. – СПб.: изд-во «Питер», 2008, - 624 с.
5. Сайт «Умный логист» Режим доступа: [http://www.umnyylogist.ru/articles/tk\\_factor\\_uzn.html](http://www.umnyylogist.ru/articles/tk_factor_uzn.html) (дата обращения: 21.12.2014).

### INFLUENCE OF A COMPETITION MODEL ON THE MARKET BEHAVIOR OF A CARGO MOTOR TRANSPORT ENTERPRISE

E. V. Tabachnikova

**Abstract.** The article dwells upon the peculiarities of influencing a competition model in a sector on an enterprise's market behavior. There is implemented an analysis of the competition model that characterizes the trucking market. There are presented sectoral peculiarities of the market behavior of transport companies. There are identified the main ways of obtaining economic benefit by a cargo motor transport enterprise.

**Keywords:** model of competition, competitive structure of a market, market behavior of motor transport enterprise, concentration of supply, economic benefit.

### References

1. Ken Hiter. *Jekonomika otraslej i firm: Uchebnoe posobie*. [Economy of sectors and firms: textbook]. Moscow, izd-vo Finansy i statistika, 2004. 480 p.
2. *Oficial'nyj sajt Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki* [The official website of the Federal State Statistics Service]. Available at: <http://www.gks.ru> (accessed 21.12.2014).
3. *Federal'nyj zakon Rossijskoj Federacii ot 24 ijulja 2007 g. N 209-FZ «O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii»*. [Federal Law of RF from 24<sup>th</sup> of July, 2007 N 209-FZ On the development of small and medium business in the Russian Federation].
4. Kit P., Jang F. *Upravlenceskaja jekonomika. Instrumentarij rukovoditelja*. [Managerial Economics.

Tools of a leader]. St. Petersburg, izd-vo Piter, 2008. 624 p.

5. Umnyj logist [Smart logistician]. Available at: [http://www.umnylogist.ru/articles/tk\\_factor\\_uzn.html](http://www.umnylogist.ru/articles/tk_factor_uzn.html) (accessed 21.12.2014).

*Табачникова Екатерина Викторовна (Россия, г. Санкт-Петербург) – кандидат экономического наук, доцент Санкт-Петербургского государственного экономического университета. (191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21, e-mail: tabachnikova\_eka@mail.ru).*

*Tabachnikova Ekaterina Viktorovna (Russian Federation, Saint-Petersburg) – candidate of economic sciences, associate professor of St. Petersburg State University of Economics. (191023, St. Petersburg, Sadovaya st., 21, e-mail: tabachnikova\_eka@mail.ru).*

УДК 338.24

## ОПЫТ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПО КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА БАЗЕ ТЕХНОПАРКОВ

В. Ю. Тюрина, А. А. Ипполитова

Саратовский государственный технический университет им. Ю.А. Гагарина,  
Россия, Саратов

**Аннотация.** В статье показаны особенности деятельности российских технопарков по коммерциализации объектов интеллектуальной собственности; рассмотрены бизнес-модели организации технопарков; а также проанализирован опыт Саратовской области в сфере законодательного регулирования деятельности технопарков.

**Ключевые слова:** технопарк, интеллектуальная собственность, объекты интеллектуальной собственности, коммерциализация, Саратовская область.

### Введение

Технопарк – наиболее распространённый элемент национальной инновационной системы. В настоящее время, технопарковые структуры присутствуют во всех странах с развитой национальной инновационной системой, которые ставятся в пример государствам, где национальная инновационная система находится в начальной стадии становления. По мнению учёных, в данном явлении сконцентрированы все элементы национальной инновационной системы, все элементы тройной спирали. К сожалению, в России деятельность технопарков не отличается высокой эффективностью, они не оказывают значительного влияния на экономическое и инновационное развитие страны и отдельных регионов.

Развитие технопарков можно разделить на три стадии. На первой стадии малым инновационным предприятиям предоставлялись льготные помещения, на

второй стадии технопарки предоставляли в общее пользование службы поддержки. Третье поколение технопарков осуществляют менеджмент и делают это, рассчитывая на долю в будущей прибыли от продажи наукоёмкой продукции. С помощью технопарка, как мощного информационного и финансового канала, у малого предприятия могут открыться перспективные возможности для выхода на мировой рынок.

### Особенности деятельности российских технопарков

В начале 2014 года компания ОАО «РВК» и Ernst & Young провели исследование успешности российских инкубаторов и технопарков. Эксперты сравнили уровни выживаемости резидентов. За основу были взяты стандартные критерии оценки успешности инкубаторов в Европе и Северной Америке. В мире этот показатель в среднем составляет в среднем 90% после первого года жизни стартапа и 80% - после трех лет. [1] Выживаемость резидентов