

**Мониторинг состояния и развития
конкурентной среды на рынках товаров, работ и
услуг в Костромской области**

**г. Кострома
2016 г.**

Оглавление

Введение.....	3
I. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Костромской.....	4
II. Мониторинг административных барьеров и конкурентной среды на товарных рынках Костромской области	12
1. Характеристика конкурентной среды на товарных рынках Костромской области.....	15
2. Характеристика уровня административных барьеров и степени их преодолемости на товарных рынках Костромской области.....	17
3. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности органов власти.....	23
4. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности естественных монополий.....	26
III. Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области.....	28

Введение

Во исполнение требований Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 5.09.2015 № 1738-р, департаментом экономического развития Костромской области был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг.

Мониторинг был организован с целью определения текущего состояния и направлений развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области.

Настоящее исследование включает в себя следующие направления:

- 1) мониторинг административных барьеров и конкурентной среды;
- 2) мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ, услуг;
- 3) мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области.

В целях оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности и жителями региона в соответствии с рекомендациями Аналитического центра при Президенте РФ разработаны анкеты, включающие в себя вопросы, направленные на оценку:

- удовлетворенности потребителей качеством, уровнем цен и возможностью выбора товаров, работ и услуг на товарных рынках Костромской области;
- удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды региона;
- уровня конкуренции на товарных рынках Костромской области;
- уровня административных барьеров, затрудняющих ведение предпринимательской деятельности на рынках;
- деятельности органов власти Костромской области;
- деятельности естественных монополий на территории региона;

– удовлетворенности представителей бизнеса качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды.

Анкетированием была охвачена вся территория Костромской области. В проведении мониторинга принимали участие потребители, представители бизнес сообщества, органы местного самоуправления в соответствии с заключенными соглашениями о внедрении Стандарта развития конкуренции и ОГБУ «Агентство по развитию предпринимательства Костромской области».

I. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Костромской области

Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг включает в себя оценку их качества, цены и возможности выбора на товарных рынках региона.

В соответствии с методическими рекомендациями аналитического центра при Правительстве Российской Федерации количество опрашиваемых потребителей было определено:

- не менее 30 человек (для муниципальных районов);
- не менее 40 человек (для городских округов).

На основании данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Костромской области произведена выборка населения региона по занятости и среднедушевым доходам домохозяйств (предельные значения выборки указаны в таблицах 1, 2).

В анкетировании приняли участие 1017 человек. В рамках исследования было опрошено 70,7% женщин и 29,3% мужчин.

По показателю занятости респонденты распределены на четыре группы.

Таблица 1.

Структура респондентов по социальному статусу (занятости)

Социальный статус	Предельные значения выборки	Удельный вес респондентов
Занятые лица трудоспособного возраста	66,0-69,0%	65,7%
Пенсионеры (в т.ч. работающие)	19,0-22,0%	21,0%
Студенты, учащиеся	5,0-8,0%	7,4%
Временно не работающие	4,0-6,0%	5,9%

Большинство респондентов принадлежит к социальной группе работающих – 65,7%; 21,0% являются пенсионерами, 7,4% – студентами, 5,9% – временно не работающими.

Более 90% респондентов имеют годовой доход на одного члена семьи до 20 тыс. руб. (таблица 2).

Таблица 2.

Структура респондентов по уровню дохода на одного члена семьи

Доход на одного члена семьи в месяц	Предельные значения выборки	Удельный вес респондентов
До 10 тыс. рублей	38,0-43,0%	42,2%
От 10 до 20 тыс. рублей	43,0-48,0%	47,9%
От 20 до 30 тыс. рублей	7,0-12,0%	7,6%
От 30 до 45 тыс. рублей	2,0-5,0%	1,9%
Свыше 45 тыс. рублей	0,5%-3,5%	0,5%

Для 47,9% респондентов доход на одного члена семьи в месяц находится в диапазоне от 10 до 20 тыс. рублей, для 42,2% данный показатель находится ниже отметки в 10 тыс. рублей. Доход свыше 20 тыс. рублей в месяц на человека имеют менее 10,0% респондентов.

Большинство респондентов не удовлетворены уровнем цен и отмечают их рост (таблица 3).

Таблица 3.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности уровнем цен на товары, работы и услуги, %

Направление деятельности компании	Уровень цен				Изменение уровня цен			
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Затруднились ответить	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Затруднились ответить
Продукты питания	4,2	37,8	54,5	3,5	90,6	1,0	3,0	5,4
Одежда/обувь	2,9	35,6	57,8	3,6	89,8	0,9	3,9	5,4
Мебель	4,7	35,5	56,3	3,4	88,2	0,8	4,5	6,5
Бытовая техника	5,1	38,9	52,4	3,5	90,0	0,4	4,2	5,4
Лекарственные препараты	11,5	34,9	50,0	3,5	90,1	0,7	3,8	5,4
Учреждения дошкольного образования	32,5	32,7	30,2	4,5	76,8	1,5	15,3	6,4
Учреждения детского отдыха и оздоровления	16,9	35,6	41,9	5,6	71,7	1,0	19,8	7,6
Учреждения дополнительного образования детей	26,2	32,9	35,8	5,1	68,2	0,7	23,5	7,6
Медицинские услуги	12,3	28,9	54,9	3,9	80,0	1,6	12,2	6,2

Продолжение таблицы 3.

Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	11,7	28,5	49,5	10,3	58,3	1,4	32,4	7,9
Услуги учреждений культуры	33,8	38,1	23,4	4,7	59,9	1,1	33,0	6,0
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	24,3	33,1	38,6	3,9	78,6	2,7	13,5	5,3
Услуги социального обслуживания населения	31,1	39,1	25,8	4,0	66,6	1,5	25,2	6,8
Интернет	43,1	31,1	22,1	3,7	72,9	1,0	20,3	5,9
Сотовая связь	48,9	31,7	15,6	3,8	70,5	1,8	21,9	5,8
Электроснабжение	47,0	23,6	25,7	3,7	83,0	0,5	10,7	5,8
Водоснабжение	36,5	23,9	33,1	6,5	81,3	0,7	12,2	5,8
Газоснабжение	38,1	21,5	35,7	4,7	79,7	0,6	13,9	5,8

Многие респонденты не удовлетворены уровнем цен на продукты питания (54,5%), одежду и обувь (57,8%), мебель (56,3%), бытовую технику (52,4%), лекарственные препараты (50,0%), медицинские услуги (54,9%), услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (49,5%).

Примерно в равном соотношении распределились мнения респондентов относительно удовлетворенности уровнем цен на услуги учреждений дошкольного образования, детского отдыха и оздоровления, дополнительного образования детей, услуги учреждений культуры, услуги социального обслуживания населения, общественный транспорт, водоснабжение, газоснабжение.

Выявлена достаточно высокая степень удовлетворения уровнем цен на интернет (43,1%), сотовую связь (48,9%), электроснабжение (47,0%).

Значительная часть респондентов отмечают рост цен на всех исследуемых рынках за последние три года, в том числе 90,6% отмечают рост цен на продукты питания, 90,1% - на лекарственные препараты, 90,0% - на бытовую технику, 89,8% - на одежду и обувь, 88,2% - на мебель.

Примерно 75,0-85,0% респондентов отмечают рост цен на электроснабжение, водоснабжение, газоснабжение, медицинские услуги, общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты), учреждения дошкольного образования.

58,0-75,0% респондентов отмечают рост цен на услуги учреждений детского отдыха и оздоровления, учреждений дополнительного профессионального образования и учреждений культуры, услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, социального обслуживания населения, интернет, сотовую связь. 20,0-33,0% респондентов полагают, что цены на данные услуги не изменились.

Значительная часть респондентов не всегда удовлетворены качеством приобретаемых товаров, работ и услуг и полагают, что их качество за последние три года не изменилось (таблица 4).

Таблица 4.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг, %

Направление деятельности компании	Качество				Изменение качества			
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Затруднились ответить	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Затруднились ответить
Продукты питания	20,9	55,9	20,6	2,7	13,3	34,3	48,1	4,3
Одежда/обувь	13,6	50,5	32,8	3,0	10,4	36,6	50,1	2,9
Мебель	13,9	51,7	31,6	2,9	14,2	26,2	55,8	3,9
Бытовая техника	15,7	56,2	24,8	3,2	14,6	25,5	57,2	2,8
Лекарственные препараты	29,3	49,7	19,1	2,0	14,3	24,7	58,3	2,8
Учреждения дошкольного образования	41,8	39,0	14,6	4,6	16,7	17,0	62,7	3,5
Учреждения детского отдыха и оздоровления	26,3	42,0	26,7	5,0	11,0	17,8	67,2	4,0
Учреждения дополнительного образования детей	32,1	39,7	23,7	4,5	15,6	14,5	66,1	3,8
Медицинские услуги	14,7	38,2	43,2	3,9	10,9	32,8	53,5	2,8
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	16,1	34,9	39,6	9,3	7,2	13,9	70,5	8,5
Услуги учреждений культуры	36,2	44,3	16,5	2,9	15,2	14,3	67,2	3,3

Продолжение таблицы 4.

Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	23,6	43,2	30,2	3,0	12,1	22,8	61,8	3,2
Услуги социального обслуживания населения	29,5	49,7	17,1	3,7	10,8	15,2	66,3	7,7
Интернет	41,4	40,2	15,6	2,8	31,1	10,0	52,2	6,7
Сотовая связь	48,0	40,6	8,8	2,6	29,8	8,5	54,8	7,0
Электроснабжение	58,2	30,5	8,0	3,3	14,1	8,2	71,2	6,6
Водоснабжение	35,8	36,4	25,0	2,9	12,1	14,9	66,3	6,7
Газоснабжение	47,5	27,7	21,7	3,0	12,6	9,0	71,0	7,4

Наиболее часто респонденты удовлетворены качеством услуг учреждений дошкольного образования (41,8%), интернета (41,4%), сотовой связи (48,0%), электроснабжения (58,2%), газоснабжения (47,5%).

Опрошенные потребители не всегда удовлетворены качеством продуктов питания (55,9%), одежды и обуви (50,5%), мебели (51,7%), бытовой техники (56,2%), лекарственных препаратов (49,7%), услуг социального обслуживания населения (49,7%), учреждений детского отдыха и оздоровления, общественного наземного транспорта (43,2%) и услуг учреждений культуры (44,3%); не удовлетворены или не всегда удовлетворены качеством медицинских услуг.

Большинство респондентов полагают, что качество товаров, работ и услуг за последние три года не изменилось. Часть респондентов считают, что снизилось качество продуктов питания, одежды и обуви, мебели, бытовой техники, лекарственных препаратов, услуг общественного наземного транспорта и медицинских услуг.

Согласно результатам мониторинга, численность организаций, предоставляющих населению региона товары, работы и услуги, не изменилась и остается либо малой, либо достаточной для удовлетворения потребностей (таблица 5).

Таблица 5.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности количеством организаций, предоставляющих товары, работы и услуги населению региона, %

Направление деятельности компании	Численность организаций					Изменение численность организаций			
	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Затруднились ответить	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Затруднились ответить
Продукты питания	27,1	60,4	9,4	0,5	2,6	65,7	8,1	23,5	2,8
Одежда/обувь	8,2	40,0	44,1	5,2	2,6	31,2	20,9	45,5	2,4
Мебель	5,7	37,3	38,5	13,5	5,0	29,4	16,5	51,6	2,5
Бытовая техника	5,7	42,6	39,3	9,6	2,8	26,6	15,3	55,3	2,8
Лекарственные препараты	13,5	64,8	16,8	2,2	2,8	46,0	7,0	44,3	2,7
Учреждения дошкольного образования	3,6	63,5	28,3	1,7	2,9	20,2	9,4	67,5	2,9
Учреждения детского отдыха и оздоровления	2,0	24,0	52,1	18,9	3,0	8,7	9,2	79,6	2,5
Учреждения дополнительного образования детей	2,1	30,1	52,6	11,5	3,7	10,9	6,7	79,3	3,1
Медицинские услуги	2,0	30,4	62,7	3,0	1,9	16,1	21,6	59,7	2,6
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	1,0	15,4	43,4	36,7	3,5	5,2	6,2	80,8	7,8
Услуги учреждений культуры	2,2	49,6	42,2	2,2	3,9	8,2	9,1	79,8	2,9
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	2,2	39,0	44,2	12,1	2,5	8,0	21,7	67,6	2,8
Услуги социального обслуживания населения	1,2	48,1	45,2	2,5	3,0	8,0	8,2	81,0	2,9
Интернет	6,2	68,4	17,8	3,4	4,1	40,7	2,5	54,3	2,6
Сотовая связь	10,8	75,2	9,8	1,5	2,7	38,6	1,5	57,4	2,5
Электроснабжение	6,9	82,3	7,8	0,4	2,7	8,2	1,7	87,6	2,6
Водоснабжение	3,0	68,3	23,1	2,6	2,9	8,2	3,6	85,4	2,8
Газоснабжение	2,2	61,0	19,4	14,7	2,9	10,7	4,4	82,3	2,6

По мнению опрошенных потребителей, за последние три года выросла численность организаций, предоставляющих продукты питания и лекарственные препараты. Численность иных организаций, предоставляющих указанные в таблице виды товаров, работ и услуг, по мнению большинства респондентов, оставалась стабильной.

Большинство респондентов признают достаточным количество организаций, предлагающих продукты питания (60,4%), лекарственные препараты (64,8%), услуги дошкольного образования (63,5%), интернета (68,4%), сотовой связи (75,2%), электроснабжения (82,3%), водоснабжения (68,3%), газоснабжения (61,0%).

В равном соотношении достаточным или малым потребители признают количество организаций, которые занимаются реализацией одежды и обуви, мебели и бытовой техники, количество учреждений культуры и социального обслуживания населения, количество транспортных предприятий.

По мнению опрошенных потребителей в регионе мало организаций и учреждений, предоставляющих медицинские услуги (62,7%), услуги детского отдыха и оздоровления (52,1%) и услуги дополнительного образования детей (52,6%); мало или нет совсем организаций, предоставляющих услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями.

Многие респонденты не всегда удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг (таблица 6).

Таблица 6.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности возможностью выбора товаров, работ и услуг, %

Направление деятельности компании	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Затруднились ответить	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Затруднились ответить
Продукты питания	42,4	38,8	16,2	2,6	62,3	6,4	28,7	2,6
Одежда/обувь	17,2	38,6	40,9	3,2	34,6	18,8	44,0	2,7
Мебель	18,1	37,7	41,6	2,7	32,8	16,7	47,9	2,6
Бытовая техника	20,3	40,8	36,4	2,6	32,9	15,2	49,1	2,8
Лекарственные препараты	35,4	39,9	22,2	2,5	44,9	8,3	44,1	2,7
Учреждения дошкольного образования	37,5	33,2	25,5	3,8	15,5	8,3	72,9	3,3
Учреждения детского отдыха и оздоровления	22,1	36,0	37,6	4,3	14,9	8,8	70,4	5,9
Учреждения дополнительного образования детей	25,7	35,3	35,3	3,7	14,2	9,0	73,3	3,5
Медицинские услуги	14,6	30,6	50,7	4,1	16,6	20,9	59,7	2,8

Продолжение таблицы 6.

Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	14,3	33,6	43,6	8,6	9,5	8,1	73,7	8,7
Услуги учреждений культуры	32,1	42,7	22,5	2,8	13,5	8,5	75,1	2,9
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	21,3	39,3	35,9	3,4	13,0	20,6	62,7	3,6
Услуги социального обслуживания населения	27,5	47,2	21,9	3,3	11,9	11,5	73,5	3,1
Интернет	45,6	35,2	15,6	3,5	43,7	4,5	49,3	2,6
Сотовая связь	56,0	32,5	8,9	2,5	35,6	7,1	54,7	2,7
Электроснабжение	57,7	28,6	10,2	3,4	13,2	7,1	75,1	4,6
Водоснабжение	37,6	34,6	25,4	2,5	10,3	4,5	82,7	2,5
Газоснабжение	45,0	28,8	23,1	3,0	12,6	4,2	80,7	2,5

Большинство респондентов удовлетворены или не всегда удовлетворены возможностью выбора продуктов питания, лекарственных препаратов, учреждений дошкольного образования, услуг социального обслуживания населения, интернета, сотовой связи, электроснабжения, водоснабжения, газоснабжения.

Многие из опрошенных потребителей не всегда удовлетворены или не удовлетворены возможностью выбора одежды и обуви, мебели, бытовой техники, учреждений детского отдыха и оздоровления и дополнительного образования детей, медицинских услуг и услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, услугами учреждений культуры и общественного транспорта.

Большинство респондентов убеждены, что возможность выбора товаров, работ и услуг за последние три года не изменилась, особенно на рынках дошкольного образования (72,9%), детского отдыха и оздоровления (70,4%), дополнительного образования детей (73,3%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (73,7%), услуг учреждений культуры (75,1%), услуг социального обслуживания населения (73,5%), электроснабжения (75,1%), водоснабжения (82,7%), газоснабжения

(80,7%). 62,3% опрошенных потребителей считают, что увеличилась возможность выбора продуктов питания.

В целом, по результатам мониторинга удовлетворенности потребителей предложенный перечень товаров, работ и услуг можно разделить на три группы.

К первой группе относятся товары, работы и услуги, которые по цене, качеству и возможности выбора преимущественно удовлетворяют потребителей, а именно, услуги учреждений дошкольного образования, интернета, сотовой связи, электроснабжения, водоснабжения, газоснабжения.

Ко второй группе относятся продукты питания и лекарственные препараты, ценой, качеством и возможностью выбора которых потребители не всегда удовлетворены.

К третьей группе относятся товары работы и услуги, ценой, качеством и возможностью выбора которых потребители преимущественно не удовлетворены:

- мебель;
- бытовая техника;
- услуги учреждений детского отдыха и образования;
- услуги учреждений дополнительного профессионального образования;
- медицинские услуги;
- услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями;
- услуги учреждений культуры;
- услуги общественного наземного транспорта;
- услуги социального обслуживания населения.

Респонденты отметили рост цен на товары работы и услуги; в то же время качество и возможность выбора продукции, по их мнению, не изменились.

II. Мониторинг административных барьеров и конкурентной среды на товарных рынках Костромской области

Мониторинг административных барьеров и конкурентной среды включает характеристику состояния конкурентной среды, уровня административных

барьеров, оценку деятельности органов власти и деятельности естественных монополий представителями бизнес-сообщества.

В соответствии с методическими рекомендациями аналитического центра при Правительстве Российской Федерации количество опрашиваемых предпринимателей было определено:

- не менее 10 человек (для муниципальных районов);
- не менее 15 человек (для городских округов).

Всего было опрошено 378 предпринимателей. Выборка произведена на основании данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Костромской области и Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства.

Основу бизнес-сообщества региона составляют субъекты малого и среднего предпринимательства, удельный вес которых в общей численности хозяйствующих субъектов превышает 75,0%.

Более 50,0% опрошенных предпринимателей имеют численность сотрудников менее 15 человек (таблица 7). Численность сотрудников свыше 100 человек характерна для 8,7% респондентов.

Таблица 7.

Структура респондентов по численности сотрудников

Численность сотрудников	Удельный вес респондентов
Менее 15 человек	56,3%
От 16 до 100 человек	34,9%
Более 100 человек	8,7%

Из 378 опрошенных представителей бизнес-сообщества около 75,0% имеют годовой оборот бизнеса, не превышающий 120 млн. рублей (таблица 8).

Таблица 8.

Структура респондентов по размеру годового оборота бизнеса

Годовой оборот бизнеса	Удельный вес респондентов
До 120 млн. рублей	74,9%
От 120 до 800 млн. рублей	18,3%
От 800 до 2000 млн. рублей	4,8%
От 2000 млн. рублей	2,6%

Более 70,0% респондентов осуществляют деятельность свыше 5 лет (таблица 9). 6,0% предпринимателей осуществляют деятельность менее 1 года.

Таблица 9.

Распределение респондентов по сроку осуществления деятельности

Период осуществления деятельности	Удельный вес респондентов
Менее 1 года	6,0%
От 1 года до 5 лет	21,3%
Более 5 лет	72,8%

В структуре респондентов по видам экономической деятельности преобладают розничная торговля, сельское и лесное хозяйство, обработка древесины и производство изделий из дерева, производство пищевых продуктов, текстильное и швейное производство (таблица 10).

Таблица 10.

Структура респондентов по видам экономической деятельности

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	31,6%
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	14,4%
Обработка древесины и производство изделий из дерева	13,6%
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	6,8%
Текстильное и швейное производство	4,1%
Производство готовых металлических изделий	3,3%
Производство машин и оборудования	3,0%
Предоставление коммунальных услуг	3,0%
Транспорт и связь	2,7%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,4%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,4%
Строительство	2,2%
Гостиницы и рестораны	2,2%
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	1,9%
Прочие виды экономической деятельности	6,4%

Структура респондентов по основным географическим рынкам представлена в таблице 11.

Таблица 11.

Структура респондентов по размерам рынка

Географический рынок	Удельный вес респондентов
Локальные рынки (рынки отдельных муниципальных образований)	34,4%
Рынок Костромской области	34,9%
Рынок Российской Федерации	28,6%
Рынки стран СНГ и дальнего зарубежья	2,4%

Из 378 респондентов около 70,0% осуществляют свою деятельность на рынке Костромской области или рынках отдельных муниципальных образований (таблица 11). Немногим более 30,0% респондентов выходят на рынок Российской Федерации, рынки стран СНГ и дальнего зарубежья.

1. Характеристика конкурентной среды на товарных рынках Костромской области

В ходе опроса представителям бизнес-сообщества было предложено оценить состояние конкуренции на рынке и изменение числа конкурентов за последние три года (таблица 12).

Таблица 12.

Распределение респондентов по оценке уровня конкуренции и изменения числа конкурентов, %

Вид экономической деятельности	Состояние конкуренции			Число конкурентов		
	Высокий уровень	Средний уровень	Конкуренция отсутствует	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось
Всего	47,3	46,7	6,0	61,9	7,6	30,5
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	26,4	67,9	5,7	37,7	11,3	50,9
Рыболовство, рыбоводство	50,0	50,0	0,0	50,0	0,0	50,0
Добыча полезных ископаемых	33,3	66,7	0,0	100,0	0,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	48,0	48,0	4,0	60,0	4,0	36,0
Текстильное и швейное производство	41,7	50,0	8,3	75,0	0,0	25,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	54,9	45,1	0,0	64,7	11,8	23,5
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	75,0	25,0	0,0	0,0	100,0
Производство готовых металлических изделий	57,1	35,7	7,1	57,1	14,3	28,6
Производство машин и оборудования	50,0	50,0	0,0	75,0	0,0	25,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	11,1	33,3	55,6	22,2	0,0	77,8
Строительство	50,0	50,0	0,0	75,0	0,0	25,0
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	40,0	60,0	0,0	80,0	0,0	20,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	71,4	14,3	14,3	85,7	0,0	14,3
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	58,1	39,3	2,6	73,7	6,8	19,5

Продолжение таблицы 12.

Гостиницы и рестораны	50,0	50,0	0,0	62,5	0,0	37,5
Транспорт и связь	40,0	50,0	10,0	70,0	20,0	10,0
Финансовые услуги	50,0	0,0	50,0	50,0	0,0	50,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	83,3	0,0	16,7	83,3	0,0	16,7
Образование	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	33,3	55,6	11,1	55,6	22,2	22,2
Предоставление коммунальных услуг	18,2	54,5	27,3	36,4	0,0	63,6

Большинство респондентов оценивают уровень конкуренции на своем отраслевом рынке как средний (46,7%) или высокий (47,3%).

Высокий уровень конкуренции, по мнению большинства опрошенных предпринимателей (более 50%), присутствует в таких видах деятельности, как обработка древесины и производство изделий из дерева, производство готовых металлических изделий, розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг.

Низкий уровень конкуренции, по мнению респондентов, присутствует в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования, в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды. Состояние конкуренции в прочих видах экономической деятельности находится на среднем уровне.

Большинство респондентов считают, что за последние три года число конкурентов выросло (61,9%) во многих видах экономической деятельности или не изменилось (30,5%). Аналогичные показатели за 2015 год составили 57,5% и 38,1% соответственно.

Выросла конкуренция в производстве пищевых продуктов, в текстильном и швейном производстве, в обработке древесины и производстве изделий из дерева, в производстве готовых металлических изделий, в производстве машин и оборудования, в строительстве, в торговле, в транспорте и связи, в операциях с недвижимостью и других видах деятельности.

Количество конкурентов преимущественно не изменилось в сельском и лесном хозяйстве, в целлюлозно-бумажном производстве, издательской и полиграфической деятельности, в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования, в производстве электроэнергии, газа и воды и в предоставлении коммунальных услуг.

2. Характеристика уровня административных барьеров и степени их преодолимости на товарных рынках Костромской области

Для оценки наличия (отсутствия) административных барьеров респондентам было предложено оценить, насколько преодолимы административные барьеры (таблица 13).

Таблица 13.

Распределение респондентов по оценке уровня административных барьеров и степени их преодолимости (по секторам), %

	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Есть непреодолимые административные барьеры	9,0	8,6	9,9	18,8	0,0
Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	36,4	37,8	35,2	25,0	27,3
Административные барьеры есть, но они преодолимые без существенных затрат	37,8	38,1	38,0	25,0	45,5
Нет административных барьеров	16,8	15,5	16,9	31,3	27,3

16,8% респондентов полагают, что административных барьеров при ведении предпринимательской деятельности нет. Причем, доли средних и крупных предприятий, придерживающихся данной позиции, значительно выше и составляют 31,3% и 27,3% соответственно.

Большинство респондентов полагают, что административные барьеры присутствуют, но их можно преодолеть при осуществлении значительных (36,4% опрошенных) или незначительных (37,8% опрошенных) затрат.

Для крупных предприятий нет непреодолимых административных барьеров; многие административные барьеры могут быть преодолены ими без существенных затрат.

Анализ административных барьеров по видам экономической деятельности показал, что их уровень дифференцирован (таблица 14).

Таблица 14.

Распределение респондентов по оценке уровня административных барьеров и степени их преодолимости (по видам экономической деятельности), %

Вид экономической деятельности	Есть непреодолимые административные барьеры	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	Нет административных барьеров
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	17,0	39,6	22,6	20,8
Рыболовство, рыбоводство	0,0	50,0	50,0	0,0
Добыча полезных ископаемых	0,0	33,3	66,7	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	12,0	28,0	40,0	20,0
Текстильное и швейное производство	0,0	55,6	22,2	22,2
Обработка древесины и производство изделий из дерева	4,1	46,9	34,7	14,3
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	33,3	66,7	0,0
Производство готовых металлических изделий	18,2	27,3	45,5	9,1
Производство машин и оборудования	0,0	66,7	33,3	0,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,0	55,6	44,4	0,0
Строительство	0,0	0,0	80,0	20,0
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	0,0	20,0	20,0	60,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	0,0	0,0	33,3	66,7
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	7,2	36,0	42,3	14,4
Гостиницы и рестораны	25,0	37,5	25,0	12,5
Транспорт и связь	37,5	0,0	37,5	25,0
Финансовые услуги	0,0	0,0	0,0	100,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	20,0	20,0	40,0	20,0
Образование	0,0	0,0	100,0	0,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	25,0	25,0	25,0	25,0
Предоставление коммунальных услуг	0,0	40,0	20,0	40,0

Для таких видов деятельности, как торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт; оптовая торговля и финансовые услуги в большинстве случаев характерно отсутствие административных барьеров.

Преобладание административных барьеров, преодолимых без существенных затрат характерно для следующих видов экономической деятельности:

- 1) добыча полезных ископаемых (66,7% респондентов);
- 2) производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака;
- 3) целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность (66,7%);
- 4) производство готовых металлических изделий;
- 5) производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования (100,0% респондентов);
- 6) строительство (80,0% респондентов);
- 7) розничная торговля;
- 8) операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг;
- 9) образование (100,0% респондентов).

Респонденты отмечают существенный уровень административных барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве; текстильном и швейном производстве; обработке древесины и производстве изделий из дерева; производстве машин и оборудования.

Наличие значительной доли непреодолимых административных барьеров отмечают респонденты следующих видов экономической деятельности:

- 1) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (17,0% респондентов);
- 2) производство готовых металлических изделий (18,2% респондентов);
- 3) гостиницы и рестораны (25,0% респондентов);
- 4) транспорт и связь (37,5% респондентов);
- 5) операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (20,0% респондентов);
- 6) здравоохранение и предоставление социальных услуг (25,0% респондентов).

Для выявления наиболее существенных административных барьеров респондентам было предложено выбрать из предложенных списков от одного до

трех административных барьеров, с которыми они столкнулись при входе на рынок и от одного до трех административных барьеров, которые являются наиболее существенными при осуществлении предпринимательской деятельности.

В перечень основных административных барьеров, с которыми респонденты столкнулись при входе на рынок, входят регистрация предприятия (указали 20% опрошенных), предоставление земельных участков в аренду или в собственность (19% опрошенных), получение лицензии (19% опрошенных), оформление проектной документации (14% опрошенных), регистрация прав собственности (11% опрошенных), подключение к электрическим сетям (рисунок 1).



Рисунок 1. Основные административные барьеры, с которыми столкнулись респонденты при входе на рынок

Средние и крупные предприятия в перечень основных барьеров, с которыми приходится столкнуться при входе на рынок, также включают перевод жилых помещений в нежилые, подключение к водоснабжению, сертификацию.

В перечень основных административных барьеров, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности, респонденты включили высокие налоги (указали 63% опрошенных), нестабильность российского законодательства (51% опрошенных),

сложность получения доступа к земельным участкам (12% опрошенных), сложность/затянутость процедуры получения лицензии (11% опрошенных) (рисунок 2).

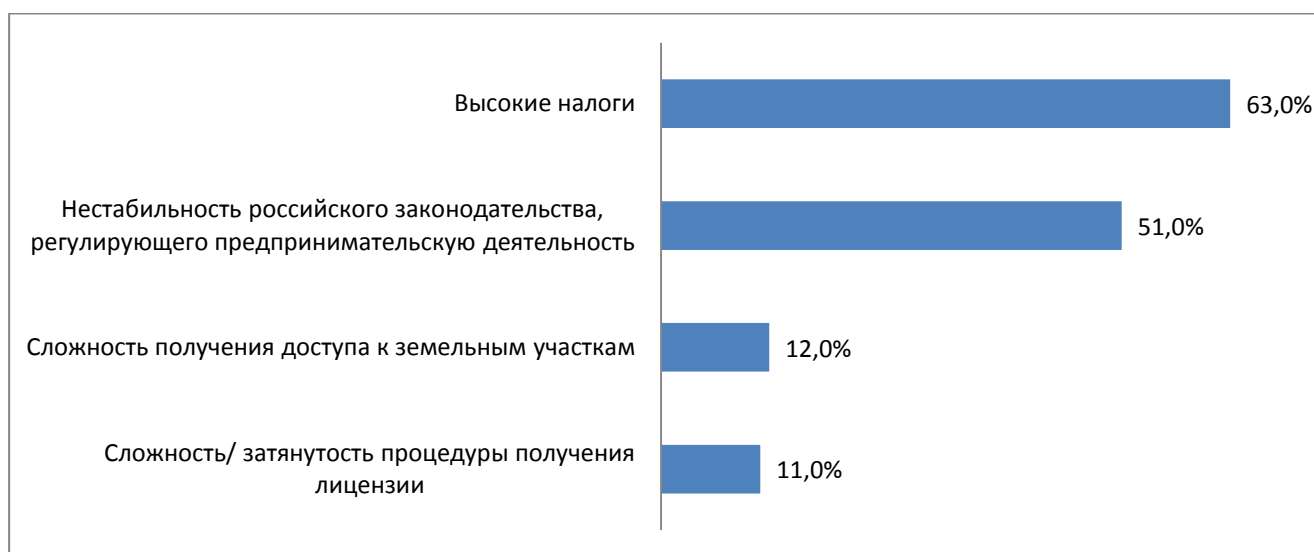


Рисунок 2. Основные административные барьеры, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности

По сравнению с результатами мониторинга в 2015 году перечень основных барьеров при ведении предпринимательской деятельности не изменился.

За последние три года, по мнению 40,2% респондентов уровень и количество административных барьеров, в целом, не изменились; 26,2% считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, 20,9% - барьеры стало преодолевать сложнее, чем раньше (таблица 15).

Таблица 15.

Распределение респондентов по оценке изменений уровня административных барьеров (по секторам), %

	Всего	Микро-предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Административные барьеры были полностью устранены	1,9	1,8	0,0	11,1	0,0
Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше	26,2	27,2	18,8	27,8	40,0
Уровень и количество административных барьеров не изменились	40,2	38,5	55,1	22,2	20,0
Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше	20,9	21,2	17,4	33,3	10,0
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	0,8	1,1	0,0	0,0	0,0
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	9,8	11,0	5,8	0,0	30,0

Представители микропредприятий, малых и средних предприятий придерживаются позиции, что уровень и количество административных барьеров в значительной степени не изменились; преодоление ряда барьеров стало проще, ряда барьеров - сложнее. Крупным предприятиям стало проще преодолевать административные барьеры.

Анализ результатов по видам экономической деятельности показал, что большинство представителей бизнес-сообщества полагает, что уровень административных барьеров либо снизился, либо остался неизменным. В таблице 16 представлены удельные веса респондентов, придерживающихся данной позиции.

Таблица 16.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что уровень административных барьеров либо снизился, либо не изменился, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Рыболовство, рыбоводство	100,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	100,0
Строительство	100,0
Образование	100,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	85,7
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	83,3
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	75,0
Производство машин и оборудования	71,4
Обработка древесины и производство изделий из дерева	70,6
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	67,3
Транспорт и связь	66,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	66,6
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	64,0
Гостиницы и рестораны	62,5
Производство готовых металлических изделий	61,5
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	60,0
Текстильное и швейное производство	58,4
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	55,5

К видам экономической деятельности, уровень административных барьеров в которых снизился или остался неизменным, в наибольшей степени относятся:

строительство; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; рыболовство, рыбоводство; образование.

3. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности органов власти

В ходе анкетирования респондентам был задан вопрос об оценке ими деятельности органов власти (таблица 17).

Таблица 17.

Распределение респондентов по уровню оценки ими деятельности органов власти (по секторам), %

	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	26,9	22,8	39,4	41,2	36,4
Органы власти ничего не предпринимают, что и требуется	9,9	11,0	6,1	5,9	9,1
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	13,6	13,5	12,1	23,5	9,1
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	6,7	7,8	3,0	0,0	9,1
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	40,3	43,1	33,3	23,5	36,4
Другое	2,7	1,8	6,1	5,9	0,0

Большинство респондентов предполагают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями (26,9%) либо в чем-то помогают, в чем-то мешают (40,3%). По мнению опрошенных предпринимателей, помощь достается скорее малым (39,4%), средним (41,2%) и крупным (36,4%) предприятиям. Микропредприятиям органы власти преимущественно в чем-то помогают, в чем-то мешают (43,1%).

Удельный вес респондентов, предполагающих, что органы власти только мешают своими действиями, минимален - 6,7%. Участие органов власти в наибольшей степени необходимо средним предприятиям (23,5%).

Анализ результатов анкетирования по видам экономической деятельности показал, что среди респондентов можно выделить две большие группы.

Представители первой группы полагают, что органы власти преимущественно помогают бизнесу своими действиями, либо не вмешиваются, что и требуется (таблица 18).

Таблица 18.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти своими действиями либо помогают бизнесу, либо не вмешиваются (что и требуется), %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Рыболовство, рыбоводство	100,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	100,0
Образование	100,0
Гостиницы и рестораны	75,0
Добыча полезных ископаемых	66,7
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	66,7
Транспорт и связь	60,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	54,2

К видам экономической деятельности, которые оценивают деятельность органов власти только в положительном ключе, относятся:

- 1) производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования;
- 2) рыболовство, рыбоводство;
- 3) образование.

Представители второй группы предполагают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают (таблица 19).

Таблица 19.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	57,1
Текстильное и швейное производство	50,0
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	50,0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	47,9

Продолжение таблицы 19.

Обработка древесины и производство изделий из дерева	44,0
Производство готовых металлических изделий	42,9
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	40,7

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти своими действиями в чем-то помогают, в чем-то мешают бизнесу, относят оптовую и розничную торговлю, текстильное и швейное производство, целлюлозно-бумажное производство, обработка древесины и производство изделий из дерева, производство готовых металлических изделий, сельское хозяйство.

Для целей развития конкуренции целесообразно выделить виды экономической деятельности, в которых присутствует достаточно высокий удельный вес респондентов, полагающих, что органы власти либо мешают, либо не предпринимают никаких действий, когда это необходимо (таблица 20).

Таблица 20.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не предпринимают никаких действий, когда это необходимо, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	37,5
Добыча полезных ископаемых	33,3
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	33,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	33,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	26,0
Текстильное и швейное производство	25,0
Производство машин и оборудования	25,0
Строительство	25,0
Производство готовых металлических изделий	21,4
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	21,4

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не помогают, когда это необходимо, в большей степени относятся здравоохранение и предоставление социальных услуг, добыча полезных ископаемых, торговля автотранспортными

средствами, их обслуживание и ремонт, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг.

4. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности естественных монополий

Кроме оценки деятельности органов власти, представителям бизнеса было предложено охарактеризовать деятельность естественных монополий.

Оценивались следующие характеристики:

- 1) сроки получения услуг естественных монополий (таблица 21);
- 2) сложность получения услуг естественных монополий (таблица 22);
- 3) стоимость подключения (таблица 23).

Таблица 21.

Уровень оценки респондентами сроков получения услуг естественных монополий, %

	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Быстро	14,4	12,5	18,9	14,1	27,7
Скорее быстро	31,5	21,3	40,1	32,7	40,8
Скорее медленно	34,9	27,4	22,7	33,0	18,8
Медленно	19,3	38,9	18,3	20,2	12,8

По оценкам респондентов, наиболее быстро можно получить услуги телефонной связи (быстро и скорее быстро - 68,5% соответственно). Достаточно быстро можно получить услуги электроснабжения (быстро и очень быстро - 59,0% респондентов).

Разделились мнения респондентов относительно сроков получения услуг теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения - их можно получить как быстро, так и медленно.

Наиболее длительный срок требуется для получения услуг газоснабжения. Ответы «медленно» и «скорее медленно» дали 66,3% респондентов.

Таблица 22.

Уровень оценки респондентами сложности получения услуг естественных монополий, %

	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	17,7	16,3	12,4	16,1	19,6
Скорее низкая	34,2	29,8	33,2	34,9	39,3
Скорее высокая	34,5	25,6	36,0	32,9	27,7
Высокая	13,7	28,4	18,4	16,1	13,4

Уровень сложности получения услуг оценивается примерно в равном соотношении по видам естественных монополий.

По мнению респондентов, наиболее просто получить услуги телефонной связи (сложность низкая или скорее низкая - 58,9% респондентов), несколько сложнее - услуги теплоснабжения (сложность низкая или скорее низкая - 51,0% респондентов), водоснабжения и водоотведения (сложность низкая или скорее низкая - 51,9% респондентов).

Наиболее высокая сложность получения услуг наблюдается в области электроснабжения и газоснабжения (сложность высокая или скорее высокая - 54,4% и 54,0% респондентов соответственно).

Таблица 23.

Уровень оценки респондентами стоимости получения услуг естественных монополий, %

	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	8,4	3,8	3,2	4,6	8,2
Скорее низкая	14,4	11,1	11,4	10,6	30,8
Скорее высокая	38,4	28,1	39,6	37,6	33,2
Высокая	38,8	56,9	45,7	47,2	27,8

Большинство респондентов отмечают достаточно высокую стоимость получения услуг естественных монополий:

- 1) электроснабжения (высокая или скорее высокая - 85,3% респондентов);
- 2) газоснабжения (высокая или скорее высокая - 85,1% респондентов);

- 3) теплоснабжения (высокая или скорее высокая - 84,8% респондентов);
- 4) водоснабжения и водоотведения (высокая или скорее высокая - 77,2% респондентов);
- 5) телефонной связи (высокая или скорее высокая - 61,0% респондентов).

III. Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области

В ходе проведения анкетирования потребителям и представителям бизнеса было предложено оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды по трем показателям:

- 1) уровень доступности;
- 2) уровень понятности;
- 3) удобство получения.

По результатам анкетирования большинство потребителей (54,6-55,5%) оценило уровень доступности, понятности и удобство получения информации о состоянии конкурентной среды как средний (рисунок 3).

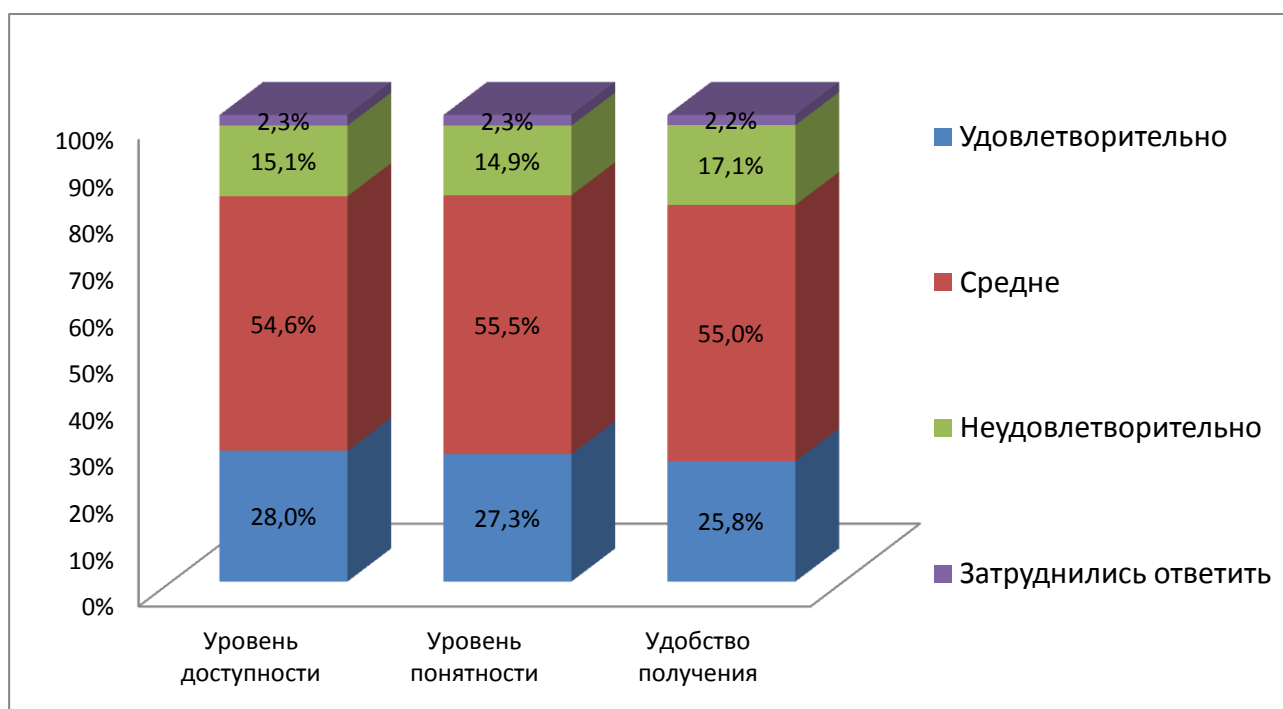


Рисунок 3. Результаты оценки потребителями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Удовлетворительны уровнем доступности и понятности информации 28,0% и 27,4% респондентов соответственно; не удовлетворены - 15,1% и 14,9%.

Несколько хуже обстоит ситуация с удобством получения официальной информации о состоянии конкурентной среды: 25,8% респондентов удовлетворены ее качеством, не удовлетворены - 17,1%.

Иначе оценивают качество официальной информации о состоянии конкурентной среды представители бизнеса (рисунок 4).

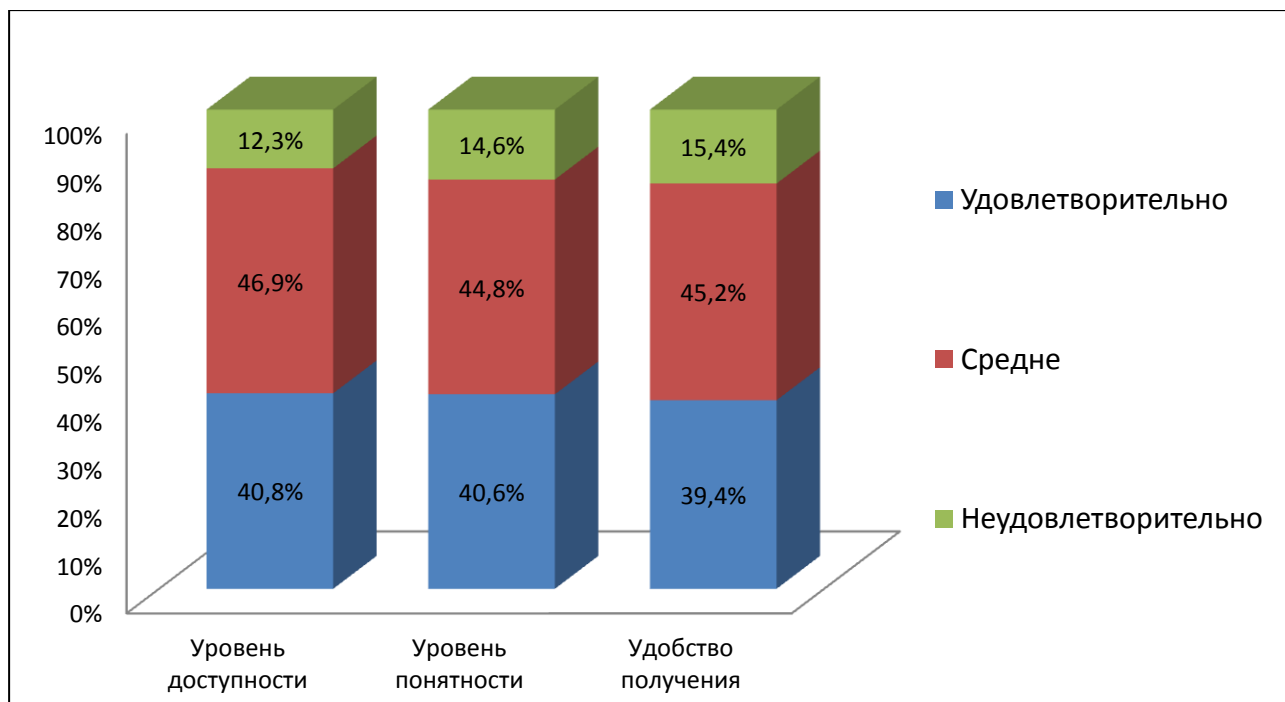


Рисунок 4. Результаты оценки предпринимателями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Уровнем доступности информации удовлетворены 40,8% респондентов, 46,9% оценивают уровень доступности официальной информации как средний.

Уровнем понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды удовлетворены 40,6% респондентов, 44,8% оценили уровень понятности как средний.

Удовлетворены удобством получения информации 39,4% опрошенных представителей бизнеса, 45,2% определили уровень удобства получения информации как средний.

Неудовлетворенность уровнем доступности, понятности и удобством получения информации о состоянии конкурентной среды не превышает 15,4%.

Таким образом, как у представителей бизнеса, так и у потребителей уровень неудовлетворенности качеством официальной информации находится на достаточно низком уровне. По оценкам респондентов, представителям бизнеса значительно проще получить информацию о состоянии конкурентной среды, нежели рядовым потребителям.