

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

**г. Кострома
2018 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	16
1. Характеристика конкурентной среды на товарных рынках Костромской области.....	19
2. Характеристика уровня административных барьеров и степени их преодолемости на товарных рынках Костромской области.....	28
3. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности органов власти.....	36
4. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности естественных монополий.....	39
III. Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области.....	42

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 Правительстве Российской Федерации 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 государственной 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 и органы местного самоуправления в соответствии с заключенными соглашениями о внедрении Стандарта развития конкуренции.

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 40 человек (для муниципальных районов);
- не менее 50 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.

В анкетировании приняли участие 1256 человек. В рамках исследования было опрошено 67% женщин и 33% мужчин.

По показателю занятости респонденты распределены на четыре группы.

Таблица 1.

Структура респондентов по социальному статусу (занятости)

Социальный статус	Удельный вес респондентов
Занятые лица трудоспособного возраста	54,3%
Пенсионеры (в т.ч. работающие)	21,34%
Студенты, учащиеся	9,79%
Временно не работающие	14,57%

Большинство респондентов принадлежит к социальной группе работающих – 54,3%; 21,34 % являются пенсионерами; 9,79 % – студентами; 14,57 % – 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	Удельный вес респондентов
До 10 тыс. рублей	42,1%
От 10 до 20 тыс. рублей	49,8%
От 20 до 30 тыс. рублей	6,4%
От 30 до 45 тыс. рублей	1,5%
Свыше 45 тыс. рублей	0,2%

Для 49,8% респондентов доход на одного члена семьи в месяц находится в диапазоне от 10 до 20 тыс. рублей, для 42,1% 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 на протяжении 2016-2018 годов не удовлетворены уровнем цен и по итогам 2018 года отмечают их рост (таблица 3).

Таблица 3.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности уровнем цен на товары, работы и услуги в динамике за 2016-2018 годы, %

Направление деятельности компании	Уровень цен в 2016 году			Уровень цен в 2017 году			Уровень цен в 2018 году		
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен
Продукты питания	4,2	37,8	54,5	6,1	45,1	43,1	6,9	55,5	35,1
Одежда/обувь	2,9	35,6	57,8	6,4	42,3	44,9	6,1	52,1	39,3
Мебель	4,7	35,5	56,3	6,8	44,1	43,0	11,5	48,2	37,3
Бытовая техника	5,1	38,9	52,4	9,0	43,7	41,4	11,9	50,2	35,0
Лекарственные препараты	11,5	34,9	50,0	10,6	47,7	36,2	12,8	50,6	34,1
Учреждения дошкольного образования	32,5	32,7	30,2	32,8	36,4	24,9	32,4	40,4	23,1
Учреждения детского отдыха и оздоровления	16,9	35,6	41,9	19,4	39,0	33,7	21,6	39,8	34,2
Учреждения дополнительного образования детей	26,2	32,9	35,8	26,5	38,5	28,3	28,5	39,4	28,5
Медицинские услуги	12,3	28,9	54,9	9,8	39,2	45,1	8,8	44,7	43,8
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	11,7	28,5	49,5	14,9	35,0	42,1	17,8	39,9	38,0
Услуги учреждений культуры	33,8	38,1	23,4	35,3	39,6	19,1	35,6	40,2	21,7
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	24,3	33,1	38,6	20,1	42,7	31,9	20,5	44,3	32,6
Услуги социального	31,1	39,1	25,8	30,3	42,4	20,9	30,3	43,0	22,9

обслуживания населения									
Интернет	43,1	31,1	22,1	36,3	38,6	18,4	30,0	40,3	27,1
Сотовая связь	48,9	31,7	15,6	39,0	37,2	16,8	37,7	37,2	21,8
Электроснабжение	47,0	23,6	25,7	40,7	28,2	24,8	35,7	34,6	26,9
Водоснабжение	36,5	23,9	33,1	31,4	32,5	29,6	30,0	37,5	29,9
Газоснабжение	38,1	21,5	35,7	33,0	28,7	31,6	29,2	34,8	33,2

Многие респонденты не удовлетворены уровнем цен на медицинские услуги (43,8%), одежду и обувь (39,3%), услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (38,0%), мебель (37,3%), продукты питания (35,1%).

В сравнении с 2016 годом можно отметить снижение количества опрошенных, не удовлетворенных уровнем цен на эти товары и услуги, в среднем на 15-19%.

Примерно в равном соотношении распределились мнения респондентов относительно удовлетворенности уровнем цен на услуги сети интернет, электро-, водо-, газоснабжение.

Выявлена достаточно высокая степень удовлетворения уровнем цен на сотовую связь (37,7%), электроснабжение (35,7%), услуги учреждений культуры (35,6%), интернет (36,3%), услуги учреждений дошкольного образования (32,4%) и услуги социального обслуживания населения (30,3%).

Таблица 4.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности изменением уровня цен на товары, работы и услуги в динамике за 2016-2018 годы, %

Направление деятельности компании	Изменение уровня цен 2016 год			Изменение уровня цен 2017 год			Изменение уровня цен 2018 год		
	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился
Продукты питания	90,6	1,0	3,0	90,5	2,4	1,5	87,1	6,1	1,3
Одежда/обувь	89,8	0,9	3,9	87,7	3,8	2,2	82,8	9,3	2,3
Мебель	88,2	0,8	4,5	85,8	5,5	2,4	82,6	11,4	2,5
Бытовая техника	90,0	0,4	4,2	86,1	4,7	2,8	81,7	10,1	2,0
Лекарственные препараты	90,1	0,7	3,8	87,2	4,0	2,5	81,9	8,0	2,9
Учреждения дошкольного образования	76,8	1,5	15,3	72,8	15,7	4,9	70,9	22,0	3,1
Учреждения детского отдыха и оздоровления	71,7	1,0	19,8	68,7	18,8	5,1	65,8	28,4	1,2

Учреждения дополнительного образования детей	68,2	0,7	23,5	63,1	24,0	4,9	65,5	27,1	1,4
Медицинские услуги	80,0	1,6	12,2	78,2	11,9	3,5	76,0	18,2	2,5
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	58,3	1,4	32,4	54,2	32,4	6,0	55,4	38,0	1,8
Услуги учреждений культуры	59,9	1,1	33,0	54,8	34,0	4,8	52,6	40,5	3,7
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	78,6	2,7	13,5	71,4	16,4	4,7	75,6	18,1	3,0
Услуги социального обслуживания населения	66,6	1,5	25,2	58,4	29,8	4,7	56,4	36,6	3,9
Интернет	72,9	1,0	20,3	70,1	21,1	2,6	67,3	27,1	2,1
Сотовая связь	70,5	1,8	21,9	70,0	20,7	2,3	70,1	27,5	1,4
Электроснабжение	83,0	0,5	10,7	81,9	9,8	2,0	81,1	13,9	0,8
Водоснабжение	81,3	0,7	12,2	81,1	10,7	1,9	78,5	15,4	1,8
Газоснабжение	79,7	0,6	13,9	77,8	12,2	3,5	74,8	18,6	2,2

Если говорить о степени удовлетворенности изменением уровня цен значительная часть респондентов отмечают рост цен на всех исследуемых рынках за последние три года, в том числе более 80% отмечают рост цен на продукты питания (87,1%), на одежду и обувь (82,8%), на мебель (82,6%), на лекарственные препараты (81,9%), на бытовую технику (81,7%),.

Свыше 70% респондентов отмечают рост цен на водоснабжение, медицинские услуги, электроснабжение, газоснабжение, услуги общественного наземного транспорта (межмуниципальные маршруты), дошкольного образования, сотовой связи.

Следует отметить, что число респондентов, считающих, что цены выросли, постепенно снижается с 2016 года по всем рассмотренным рынкам. В то же время по таким рынкам, как предоставление услуг учреждениями культуры, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, услуг социального обслуживания населения, а также детского отдыха и оздоровления увеличивается число тех, кто считает, что цены на предоставляемые услуги снижаются, что косвенно свидетельствует о благоприятной ценовой ситуации в указанных сферах.

Значительная часть респондентов не всегда удовлетворены качеством приобретаемых товаров, работ и услуг и полагают, что их качество за последние три года не изменилось (таблица 5).

Таблица 5.

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

Направление деятельности компании	Качество 2016 год			Качество 2017 год			Качество 2018 год		
	Удовле- творен	Когда как	Не удовле- творен	Удовле- творен	Когда как	Не удовле- творен	Удовле- творен	Когда как	Не удовле- творен
Продукты питания	20,9	55,9	20,6	18,9	61,8	13,9	22,3	63,5	11,8
Одежда/обувь	13,6	50,5	32,8	12,6	60,8	20,0	17,4	55,3	24,4
Мебель	13,9	51,7	31,6	17,5	56,1	20,0	22,6	53,3	20,0
Бытовая техника	15,7	56,2	24,8	19,9	56,6	16,7	24,0	54,5	18,2
Лекарственные препараты	29,3	49,7	19,1	32,0	49,9	11,6	31,8	49,0	16,2
Учреждения дошкольного образования	41,8	39,0	14,6	39,0	44,1	9,7	39,7	44,1	12,1
Учреждения детского отдыха и оздоровления	26,3	42,0	26,7	25,7	46,0	20,7	27,1	45,1	23,2
Учреждения дополнительного образования детей	32,1	39,7	23,7	33,5	40,4	18,4	35,2	41,1	18,6
Медицинские услуги	14,7	38,2	43,2	9,9	50,1	33,9	12,9	48,1	36,1
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	16,1	34,9	39,6	17,6	42,8	31,7	22,2	42,7	30,6
Услуги учреждений культуры	36,2	44,3	16,5	35,8	44,1	13,5	39,4	44,9	13,1
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	23,6	43,2	30,2	22,1	48,4	22,0	24,7	50,2	22,5
Услуги социального обслуживания населения	29,5	49,7	17,1	30,8	48,6	13,9	31,4	48,7	15,8
Интернет	41,4	40,2	15,6	33,7	47,9	12,2	34,5	47,7	15,0
Сотовая связь	48,0	40,6	8,8	37,0	47,9	8,9	41,9	45,8	10,6
Электроснабжение	58,2	30,5	8,0	50,5	36,8	6,2	49,8	38,8	8,7
Водоснабжение	35,8	36,4	25,0	36,0	40,6	16,7	33,9	42,8	20,1
Газоснабжение	47,5	27,7	21,7	44,1	34,5	15,1	41,6	36,5	19,2

Наиболее в полной мере респонденты удовлетворены качеством услуг по электро – (49,8%) и газоснабжению (41,6%), сотовой связи (41,9%), дошкольному

образованию (39,7%), учреждений культуры (39,4%). Высокая степень удовлетворенности именно этими видами услуг сохраняется на протяжении 3 лет. Несмотря на это, количество удовлетворенных данными услугами снизилось по сравнению с 2016 годом в среднем на 5,6%.

Опрошенные потребители не всегда удовлетворены качеством продуктов питания (63,5%), одежды и обуви (55,3%), мебели (53,3%), бытовой техники (54,5%), услуг общественного наземного транспорта по межмуниципальным маршрутам (50,2%).

По результатам анализа, респонденты чаще всего не удовлетворены качеством медицинских услуг (36,1%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (30,6%), одежды и обуви (24,4%), мебели (20,0%), услуг детского отдыха и оздоровления (23,2%), услугами общественного наземного транспорта (22,5%). В сравнении с 2016 годом общее количество неудовлетворенных вышеуказанными услугам снизилось в среднем на 7,14%, в то время как качеством одежды и обуви, медицинских услуг и услуг детского отдыха и оздоровления в 2017 году были недовольны меньшее число респондентов, чем в 2018 году.

Таблица 6.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности изменением качества товаров, работ и услуг, %

Направление деятельности компании	Изменение качества 2016 год			Изменение качества 2017 год			Изменение качества 2018 год		
	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился
Продукты питания	13,3	34,3	48,1	19,5	49,7	26,3	22,2	51,5	21,2
Одежда/обувь	10,4	36,6	50,1	14,5	50,3	28,9	13,5	59,6	21,7
Мебель	14,2	26,2	55,8	14,5	54,9	24,2	13,5	62,3	18,6
Бытовая техника	14,6	25,5	57,2	14,7	54,3	25,1	13,1	63,6	17,4
Лекарственные препараты	14,3	24,7	58,3	16,1	56,3	21,3	15,4	63,4	15,8
Учреждения дошкольного образования	16,7	17,0	62,7	16,5	61,1	16,3	17,6	65,4	10,2
Учреждения детского отдыха и оздоровления	11,0	17,8	67,2	12,8	62,9	17,8	11,9	70,2	10,7
Учреждения дополнительного образования детей	15,6	14,5	66,1	14,9	61,0	17,5	16,5	65,5	11,0

Медицинские услуги	10,9	32,8	53,5	11,8	49,4	32,6	8,1	54,3	32,0
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	7,2	13,9	70,5	8,4	65,1	19,0	7,9	71,6	12,6
Услуги учреждений культуры	15,2	14,3	67,2	15,5	60,9	17,2	18,3	66,3	10,3
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	12,1	22,8	61,8	13,1	57,8	22,5	12,7	59,6	22,1
Услуги социального обслуживания населения	10,8	15,2	66,3	12,2	65,1	16,2	11,1	70,9	11,9
Интернет	31,1	10,0	52,2	26,6	52,2	15,8	22,0	61,1	13,2
Сотовая связь	29,8	8,5	54,8	23,2	54,9	15,7	21,8	60,2	12,7
Электроснабжение	14,1	8,2	71,2	13,1	67,9	13,6	11,9	71,4	7,7
Водоснабжение	12,1	14,9	66,3	15,1	60,4	18,2	9,7	67,6	13,5
Газоснабжение	12,6	9,0	71,0	14,3	62,0	17,5	13,2	65,4	11,9

Если говорить о степени удовлетворенности изменением качества товаров, работ и услуг, то большинство респондентов полагают, что качество товаров, работ и услуг за последние три года ухудшилось. По всем видам деятельности, кроме качества продуктов питания, одежды и обуви, медицинских услуг и услуг общественного наземного транспорта по межмуниципальным маршрутам, число потребителей считающих, что качество товаров и услуг ухудшилось за три года, превышает 60%. По указанным категориям товаров и услуг это число превышает 50%. По таким услугам как электроснабжение, услуги детского отдыха и оздоровления, услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья и услуги социального обслуживания населения, число потребителей, считающих, что качество товаров и услуг ухудшилось за три года, превышает 70%. При этом их число в целом увеличилось в сравнении с прошлым годом.

Среди опрошенных, считающих, что качество товаров и услуг улучшилось за последние три года, большинство отмечают улучшение по таким направлениям деятельности, как продукты питания (22,2%), интернет (22,0%), сотовая связь (21,8%), услуги учреждений культуры (18,3%).

Согласно результатам мониторинга, количество организаций, предоставляющих населению региона товары, работы и услуги, в сравнении с предыдущими годами не значительно изменилось и остается либо малым, либо достаточным для удовлетворения потребностей (таблица 7).

Таблица 7.

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

Направление деятельности компании	Численность организаций 2016 год				Численность организаций 2017 год				Численность организаций 2018 год			
	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем
Продукты питания	27,1	60,4	9,4	0,5	26,5	55,5	12,1	0,6	32,9	51,6	10,7	2,1
Одежда/обувь	8,2	40,0	44,1	5,2	7,1	35,8	44,2	5,5	10,0	39,8	43,2	4,4
Мебель	5,7	37,3	38,5	13,5	5,5	39,1	37,0	12,0	5,9	40,5	40,0	11,1
Бытовая техника	5,7	42,6	39,3	9,6	6,0	40,0	39,3	8,0	7,3	42,4	41,0	6,5
Лекарственные препараты	13,5	64,8	16,8	2,2	13,4	62,3	14,8	3,3	19,7	59,2	17,0	1,7
Учреждения дошкольного образования	3,6	63,5	28,3	1,7	2,9	61,9	27,5	1,8	2,7	66,6	23,6	2,4
Учреждения детского отдыха и оздоровления	2,0	24,0	52,1	18,9	2,1	26,8	45,7	19,7	1,9	21,7	48,4	21,9
Учреждения дополнительного образования детей	2,1	30,1	52,6	11,5	1,8	31,9	52,4	8,1	1,9	41,4	42,0	9,0
Медицинские услуги	2,0	30,4	62,7	3,0	1,8	21,9	65,2	5,2	2,2	20,8	67,0	7,5
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	1,0	15,4	43,4	36,7	0,9	17,1	42,5	33,4	0,9	20,9	39,6	35,9
Услуги учреждений культуры	2,2	49,6	42,2	2,2	1,7	46,6	41,2	4,0	2,7	52,0	38,8	4,0
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	2,2	39,0	44,2	12,1	2,5	36,3	46,6	8,6	1,2	40,6	43,7	7,7
Услуги социального обслуживания населения	1,2	48,1	45,2	2,5	0,4	49,2	40,4	3,6	1,0	49,6	40,0	2,8
Интернет	6,2	68,4	17,8	3,4	5,0	65,7	21,0	2,2	6,7	65,8	18,5	3,2
Сотовая связь	10,8	75,2	9,8	1,5	8,2	72,9	11,8	0,5	13,4	72,3	9,1	1,2
Электроснабжение	6,9	82,3	7,8	0,4	2,3	80,8	9,8	0,5	4,5	80,3	9,6	3,0
Водоснабжение	3,0	68,3	23,1	2,6	1,8	68,1	20,4	3,0	1,7	70,3	21,3	4,1
Газоснабжение	2,2	61,0	19,4	14,7	1,5	57,0	23,6	11,8	1,5	58,7	25,6	10,1

Большинство опрошенных отметили достаточное количество организаций по таким сферам деятельности, как сотовая связь (72,3%), интернет (65,8%), электроснабжение (80,3%), водоснабжение (70,3%), услуги учреждений

дошкольного образования (66,6%). Причем необходимо отметить, что по итогам 2017 года в данных сферах распределение ответов было на сопоставимом уровне. По услугам учреждений дошкольного образования и водоснабжения в сравнении с 2016 годом процент респондентов, считающих, что количество организаций данных сфер достаточное, увеличился в среднем на 3%, в то время как по остальным из вышеуказанных сфер деятельности он снизился.

По таким сферам деятельности, как продажа одежды/обуви (43,2%), оказание услуг детского отдыха и оздоровления (48,4%), оказание медицинских услуг (67,0%) и услуги общественного наземного транспорта по межмуниципальным маршрутам (43,7%) большинство респондентов считают, что организаций данных сфер деятельности в Костромской области недостаточно. Причем данные значения в сравнении с 2016 и 2017 годами преимущественно остались на том же уровне.

Таблица 8.

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

Направление деятельности компании	Изменение численности организаций 2016 год			Изменение численности организаций 2017 год			Изменение численности организаций 2018 год		
	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился	Увеличился	Уменьшился	Не изменился
Продукты питания	65,7	8,1	23,5	60,2	25,0	8,7	61,5	27,6	8,4
Одежда/обувь	31,2	20,9	45,5	30,2	45,1	17,7	27,1	56,6	12,9
Мебель	29,4	16,5	51,6	29,7	48,5	15,7	22,1	57,2	16,2
Бытовая техника	26,6	15,3	55,3	25,7	48,9	18,4	20,2	63,2	13,5
Лекарственные препараты	46,0	7,0	44,3	49,2	34,7	9,4	53,4	37,1	6,1
Учреждения дошкольного образования	20,2	9,4	67,5	13,8	65,6	15,5	11,3	73,8	11,4
Учреждения детского отдыха и оздоровления	8,7	9,2	79,6	7,5	67,8	19,1	6,8	78,0	12,3
Учреждения дополнительного образования детей	10,9	6,7	79,3	10,3	66,2	17,0	7,6	77,1	10,6
Медицинские услуги	16,1	21,6	59,7	11,4	53,1	29,0	7,6	59,2	30,3
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	5,2	6,2	80,8	5,3	68,2	19,0	6,1	76,0	13,1

Услуги учреждений культуры	8,2	9,1	79,8	7,7	68,5	17,4	9,7	75,9	11,5
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	8,0	21,7	67,6	8,6	54,8	31,0	11,5	60,4	25,2
Услуги социального обслуживания населения	8,0	8,2	81,0	5,2	71,0	16,7	6,1	78,7	11,8
Интернет	40,7	2,5	54,3	31,1	52,6	10,2	29,1	60,3	7,5
Сотовая связь	38,6	1,5	57,4	27,5	57,0	9,2	30,7	62,5	3,8
Электроснабжение	8,2	1,7	87,6	5,5	71,7	15,2	8,5	83,6	4,6
Водоснабжение	8,2	3,6	85,4	5,2	70,8	16,6	6,1	85,2	5,4
Газоснабжение	10,7	4,4	82,3	9,2	65,4	18,9	8,0	78,5	10,0

В 2018 году, 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, снизилась. Учитывая данные по итогам 2017 года, по которым также отмечался рост числа организаций, предоставляющих продукты питания и лекарственные препараты, можно зафиксировать общее увеличение числа респондентов, считающих, что уменьшилось число организаций по остальным видам деятельности, представленным в таблице.

Многие респонденты не всегда удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг (таблица 9).

Таблица 9.

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

Направление деятельности компании	Возможность выбора 2018 год			Изменение возможности выбора 2018 год		
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Увеличился	Уменьшился	Не изменился
Продукты питания	40,4	46,8	9,9	57,3	34,9	4,9
Одежда/обувь	22,8	49,4	25,0	29,9	54,6	11,9
Мебель	25,6	46,5	24,5	28,8	56,5	11,2
Бытовая техника	23,6	50,2	22,9	27,8	55,3	12,5
Лекарственные препараты	38,7	46,4	10,7	48,3	41,3	6,3
Учреждения дошкольного образования	39,8	43,3	13,9	15,6	74,1	6,4
Учреждения детского отдыха и оздоровления	25,9	42,2	26,7	12,4	75,5	7,6

Учреждения дополнительного образования детей	32,4	42,6	21,0	13,4	73,9	8,1
Медицинские услуги	13,7	46,3	37,4	14,1	57,2	24,8
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	21,3	43,7	29,4	12,2	72,1	8,8
Услуги учреждений культуры	37,4	45,8	14,2	15,6	75,5	6,2
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	24,2	48,1	24,4	16,8	61,9	18,1
Услуги социального обслуживания населения	31,4	49,0	16,4	12,0	76,0	8,2
Интернет	41,2	41,1	15,3	26,5	62,8	7,4
Сотовая связь	51,6	37,5	8,4	26,8	62,4	7,5
Электроснабжение	51,4	35,9	9,2	10,5	79,9	6,3
Водоснабжение	39,0	40,2	18,1	8,9	80,3	7,2
Газоснабжение	42,9	35,7	18,8	13,5	74,1	9,0

Большинство опрошенных респондентов удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг в сферах сотовой связи (51,6%), интернета (41,2%), электроснабжения (51,4%) и газоснабжения (42,9%), а также продаже продуктов питания (40,4%). Неудовлетворены жители региона возможностью выбора медицинских услуг (37,4%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (29,4%) и услуг учреждений детского отдыха и оздоровления (26,7%).

По большинству сфер, представленных в таблице, потребители не всегда удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг, и в среднем это значение составило около 45-50%. К этим сферам относятся: услуги социального обслуживания населения (49,0%), приобретение мебели (46,5%) и бытовой техники (50,2%), услуги общественного наземного транспорта по межмуниципальным маршрутам (48,1%) и другие.

В 2018 году, по мнению опрошенных потребителей, отмечено, что за последние три года увеличилась возможность выбора продуктов питания и лекарственных препаратов: 57,3% и 48,3% респондентов соответственно отметили именно эти направления. По остальным видам товаров, работ и услуг, по мнению

опрошенных потребителей, возможность выбора уменьшилась. Среднее значение составило 68%.

Таблица 10.

Распределение мнений респондентов по перечню рынков, на которых необходимо развивать конкуренцию

Наименование вида оказываемых услуг / товаров	Доля ответивших респондентов
Медицинские услуги	40,05
Одежда/обувь	21,58
Учреждения детского отдыха и оздоровления	18,23
Продукты питания	15,76
Лекарственные препараты	14,17
Бытовая техника	12,98
Водоснабжение	11,86
Общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты)	11,62
Учреждения дошкольного образования	10,59

Кроме того, жителям региона было предложено высказать свое мнение в отношении рынков, на которых необходимо развивать конкуренцию в муниципальных образованиях (необходимо было выбрать не более 3 рынков).

Преимущественно, по их мнению, необходимо развивать конкуренцию на рынке медицинских услуг, а также в сфере продажи одежды и обуви. Иные рынки, на которых, по мнению респондентов также необходимо развивать конкуренцию, представлены в таблице 10.

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, услуги учреждений культуры, интернета, сотовой связи, электроснабжения, газоснабжения. При этом необходимо отметить что подобная ситуация является стабильной на протяжении последних трех лет.

Ко второй группе относятся продукты питания, бытовая техника, услуги социального обслуживания населения, а также общественного наземного

транспорта, 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:

- одежда и обувь;
- медицинские услуги;
- услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями;
- услуги учреждений детского отдыха и оздоровления.

Респонденты отметили рост цен на ряд товаров, работ и услуг; в то время как качество и возможность выбора продукции, по их мнению, снизились по ряду отраслей.

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 15 человек (для муниципальных районов);
- не менее 25 человек (для городских округов).

Всего было опрошено 517 предпринимателей.

Основу бизнес-сообщества региона составляют субъекты малого и среднего предпринимательства, удельный вес которых в общей численности хозяйствующих субъектов составляет 80,6%.

Более половины опрошенных предпринимателей имеют численность сотрудников менее 15 человек (таблица 11). Численность сотрудников свыше 100 человек характерна для 13% респондентов.

Таблица 11.

Структура респондентов по численности сотрудников

Численность сотрудников	Удельный вес респондентов
Менее 15 человек	54,2%
От 16 до 100 человек	32,1%
Более 100 человек	13,7%

Из 517 опрошенных представителей бизнес-сообщества 76,8% имеют годовой оборот бизнеса, не превышающий 120 млн. рублей (таблица 12). При том, что оборот свыше 2 млрд. рублей характерен для 2,7% респондентов.

Таблица 12.

Структура респондентов по размеру годового оборота бизнеса

Годовой оборот бизнеса	Удельный вес респондентов
До 120 млн. рублей	76,8 %
От 120 до 800 млн. рублей	14,1 %
От 800 до 2000 млн. рублей	6,4 %
От 2000 млн. рублей	2,7%

Более 70% респондентов осуществляют деятельность свыше 5 лет (таблица 13). 4,2% предпринимателей осуществляют деятельность менее 1 года.

Таблица 13.

Распределение респондентов по сроку осуществления деятельности

Период осуществления деятельности	Удельный вес респондентов
Менее 1 года	4,2%
От 1 года до 5 лет	21,9%
Более 5 лет	73,9%

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, а также предоставление коммунальных услуг и услуг в гостиничном и ресторанном бизнесе (таблица 14).

Таблица 14.

Структура респондентов по видам экономической деятельности

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	28,2%
Обработка древесины и производство изделий из дерева	16,5%
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	11,4%
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	6,6%
Гостиницы и рестораны	4,6%
Текстильное и швейное производство	3,7%

Строительство	3,7%
Транспорт и связь	2,9%
Производство готовых металлических изделий	2,3%
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	2,1%
Предоставление коммунальных услуг	2,1%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	1,7%
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	1,6%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1,6%
Производство машин и оборудования	1,4%
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	1,4%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,2%
Прочие виды деятельности	7%

Структура респондентов по основным географическим рынкам представлена в таблице 15.

Таблица 15.

Структура респондентов по размерам рынка

Географический рынок	Удельный вес респондентов
Локальные рынки (рынки отдельных муниципальных образований)	39,4%
Рынок Костромской области	28,9%
Рынок Российской Федерации	28,9%
Рынки стран СНГ и дальнего зарубежья	2,8%

Из 517 респондентов 68,3% осуществляют свою деятельность на рынке Костромской области или рынках отдельных муниципальных образований (таблица 15). Немногим более 30% 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 16, 17).

Таблица 16.

Распределение мнений респондентов по оценке уровня конкуренции, %

Вид экономической деятельности	Состояние конкуренции 2016 год			Состояние конкуренции 2017 год			Состояние конкуренции 2018 год		
	Высокий уровень	Средний уровень	Отсутствует	Высокий уровень	Средний уровень	Отсутствует	Высокий уровень	Средний уровень	Отсутствует
Всего	47,3	46,7	6,0	47,5	43,8	8,6	48,9	40,4	10,8
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	26,4	67,9	5,7	24,6	68,9	6,6	23,3	63,3	13,3
Рыболовство, рыбоводство	50,0	50,0	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Добыча полезных ископаемых	33,3	66,7	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	48,0	48,0	4,0	46,7	46,7	6,7	52,9	44,1	2,9
Текстильное и швейное производство	41,7	50,0	8,3	58,3	41,7	0,0	57,9	36,8	5,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	54,9	45,1	0,0	65,5	34,5	0,0	53,8	41,3	5,0
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	75,0	25,0	50,0	50,0	0,0	25,0	50,0	25,0
Производство готовых металлических изделий	57,1	35,7	7,1	61,5	38,5	0,0	75,0	25,0	0,0
Производство машин и оборудования	50,0	50,0	0,0	66,7	33,3	0,0	83,3	16,7	0,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	25,0	75,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	11,1	33,3	55,6	0,0	12,5	87,5	10,0	20,0	70,0
Строительство	50,0	50,0	0,0	57,1	42,9	0,0	38,9	55,6	5,6
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	40,0	60,0	0,0	50,0	50,0	0,0	57,1	42,9	0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными	71,4	14,3	14,3	33,3	16,7	50,0	76,9	23,1	0

средствами и мотоциклами)									
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	58,1	39,3	2,6	54,0	43,0	3,0	61,6	34,9	3,4
Гостиницы и рестораны	50,0	50,0	0,0	33,3	55,6	11,1	56,5	26,1	17,4
Транспорт и связь	40,0	50,0	10,0	44,4	44,4	11,1	40,0	40,0	20,0
Финансовые услуги	50,0	0,0	50,0	0,0	50,0	50,0	0,0	100,0	0,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	83,3	0,0	16,7	60,0	40,0	0,0	22,2	66,7	11,1
Образование	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	33,3	55,6	11,1	16,7	66,7	16,7	42,9	42,9	14,3
Предоставление коммунальных услуг	18,2	54,5	27,3	0,0	27,3	72,7	0,0	36,4	63,6

Большинство респондентов оценивают уровень конкуренции на своем отраслевом рынке как высокий (48,9%) или средний (40,4%). Причем если количество респондентов, считающих, что уровень конкуренции высокий, выросло по сравнению с 2016 и 2017 годами, число опрошенных, считающих что уровень конкуренции средний, снизилось в сравнении с 2016 годом более чем на 6%.

Абсолютно все респонденты (100%), осуществляющие свою деятельность в сфере добычи полезных ископаемых, сошлись во мнении, что уровень конкуренции на их отраслевом рынке высокий, при этом данная ситуация остается стабильной в сравнении с 2017 годом.

Высокий уровень конкуренции, по мнению большинства опрошенных предпринимателей (более 50%), присутствует в таких видах деятельности, как производство пищевых продуктов, напитков и табака, текстильное и швейное производство, обработка древесины и производство изделий из дерева, производство готовых металлических изделий, производство машин и оборудования, торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, оптовая и розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), гостиничный и ресторанный бизнес.

Низкий уровень конкуренции, по мнению респондентов, присутствует в сферах производства и распределения электроэнергии, газа и воды, а также

предоставления коммунальных услуг. Причем число респондентов, считающих что конкуренция на их рынке отсутствует (по вышеуказанным рынкам) снизилось в сравнении с предыдущим годом.

В то же время, ряд организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования, считают, что конкуренция на данном рынке отсутствует.

Состояние конкуренции в прочих видах экономической деятельности находится на среднем уровне.

Таблица 17.

Распределение мнений респондентов по изменению числа конкурентов, %

Вид экономической деятельности	Число конкурентов 2016 год			Число конкурентов 2017 год			Число конкурентов 2018 год		
	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось
Всего	61,9	7,6	30,5	51,2	36,3	12,4	50,2	44,6	5,2
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	37,7	11,3	50,9	42,6	36,1	21,3	41,7	53,3	5,0
Рыболовство, рыбоводство	50,0	0,0	50,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Добыча полезных ископаемых	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	25,0	75,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	60,0	4,0	36,0	46,7	26,7	26,7	64,7	32,4	2,9
Текстильное и швейное производство	75,0	0,0	25,0	41,7	58,3	0,0	33,3	61,1	5,6
Обработка древесины и производство изделий из дерева	64,7	11,8	23,5	60,0	36,4	3,6	63,0	32,1	4,9
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	0,0	100,0	0,0	50,0	50,0	25,0	62,5	12,5
Производство готовых металлических изделий	57,1	14,3	28,6	53,8	30,8	15,4	61,5	38,5	0,0
Производство машин и оборудования	75,0	0,0	25,0	75,0	8,3	16,7	50,0	50,0	0,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	30,0	70,0	0,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	22,2	0,0	77,8	12,5	62,5	25,0	44,4	44,4	11,1

Строительство	75,0	0,0	25,0	71,4	14,3	14,3	42,9	42,9	14,3
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	80,0	0,0	20,0	50,0	0,0	50,0	69,2	23,1	7,7
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	85,7	0,0	14,3	66,7	33,3	0,0	59,2	34,0	6,8
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	73,7	6,8	19,5	76,0	20,0	4,0	29,2	70,8	0,0
Гостиницы и рестораны	62,5	0,0	37,5	33,3	55,6	11,1	35,7	57,1	7,1
Транспорт и связь	70,0	20,0	10,0	47,1	35,3	17,6	0,0	0,0	100,0
Финансовые услуги	50,0	0,0	50,0	0,0	100,0	0,0	22,2	77,8	0,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	83,3	0,0	16,7	80,0	20,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Образование	0,0	50,0	50,0	100,0	0,0	0,0	57,1	42,9	0,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	55,6	22,2	22,2	33,3	50,0	16,7	0,0	100,0	0,0
Предоставление коммунальных услуг	36,4	0,0	63,6	9,1	81,8	9,1	60,0	33,1	6,9

Большинство респондентов считают, что за последние три года число конкурентов выросло (50,2%) в большинстве сфер экономической деятельности, снижение числа конкурентов отметили 44,6% опрошенных. Аналогичные показатели за 2016 год составили 61,9% и 7,6%, за 2017 год – 51,2% и 36,3% соответственно. Таким образом, можно отметить, что количество участников рынка постепенно уменьшается.

100% опрошенных сошлись во мнении, что число конкурентов выросло только лишь в сфере рыболовства и рыбоводства, в то время как в предыдущие два года сфер с подобным показателем было больше.

Выросла конкуренция (более 60% ответов респондентов) в производстве пищевых продуктов, напитков и табака, обработке древесины и производстве изделий из дерева, в производстве готовых металлических изделий, торговле автотранспортными средствами и мотоциклами и в предоставлении коммунальных услуг.

Среди предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в сфере здравоохранения и предоставления социальных услуг, все респонденты (100%)

отметили снижение числа конкурентов. В предыдущие годы мнения предпринимателей данной сферы были более дифференцированы.

По итогам опроса 2018 года, количество конкурентов преимущественно снизилось в сферах добычи полезных ископаемых (75%), производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования (70%), розничной торговли (70,8%) и финансовых услуг (77,8%) (в целом порядка 70-75% ответивших респондентов).

Таблица 18.

Распределение мнений респондентов по увеличению числа конкурентов
в 2018 году, %

	Появление новых российских конкурентов	Изменения нормативно- правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей	Появление новых иностраных конкурентов	Другое
Всего	52,9	12,6	3,5	31
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	50	27,8	0	22,2
Рыболовство, рыбоводство	50	0	50	0
Добыча полезных ископаемых	100	0	0	0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	58,1	6,5	3,2	32,3
Текстильное и швейное производство	55,6	0	11,1	33,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	51,3	6,6	7,9	34,2
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	37,5	0	0	62,5
Производство готовых металлических изделий	69,2	7,7	0	23,1
Производство машин и оборудования	50	0	33,3	16,7
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	50	50	0	0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	50	0	0	50
Строительство	68,8	0	6,3	25
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	71,4	0	0	28,6
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	76,9	0	0	23,1
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	53,7	16,9	0,7	28,7
Гостиницы и рестораны	40,9	18,2	0	40,9
Транспорт и связь	36,4	18,2	0	45,5
Финансовые услуги	100	0	0	0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	16,7	0	0	83,3
Образование	50	0	0	50
Здравоохранение и предоставление социальных	66,7	16,7	0	16,7

услуг				
Предоставление коммунальных услуг	16,7	33,3	0	50

Большинство представителей бизнес сообщества Костромской области отмечают, что основной причиной роста числа конкурентов является появление новых российских конкурентов (52,9%). Изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей и появление новых иностранных конкурентов отмечены в качестве причин 16% предпринимателей. При этом треть респондентов считает, что изменения нормативно-правовой базы привели к увеличению конкурентов на рынке ЖКХ. Также треть представителей бизнес-сообщества, осуществляющих деятельность в сфере производства машин и оборудования в качестве основной причины по увеличению числа конкурентов на рынке, отметили появление новых конкурирующих иностранных фирм.

По таким отраслям, как добыча полезных ископаемых и предоставление финансовых услуг 100% опрошенных отметили основной причиной появления новых российских конкурентов. О появлении новых иностранных конкурентов заявили также представители сферы рыболовства и рыбоводства (50%).

Таблица 19.

Распределение мнений респондентов по уменьшению числа конкурентов
в 2018 году, %

	Антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти	Изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей	Уход российских конкурентов с рынка	Сделки слияния и поглощения	Уход иностранных конкурентов с рынка	Другое
Всего	4,1	23,7	13,4	5,1	5,4	48,3
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	4,0	24,0	20,0	12,0	6,0	34,0
Рыболовство, рыбоводство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Добыча полезных ископаемых	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0	33,3
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	4,0	8,0	12,0	8,0	12,0	56,0
Текстильное и швейное производство	0,0	6,3	18,8	6,3	12,5	56,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	4,9	27,9	9,8	1,6	3,3	52,5
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	14,3	14,3	0,0	0,0	71,4
Производство готовых	0,0	36,4	0,0	9,1	18,2	36,4

металлических изделий						
Производство машин и оборудования	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,0	28,6	0,0	0,0	14,3	57,1
Строительство	6,3	18,8	18,8	6,3	6,3	43,8
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	0,0	33,3	16,7	0,0	0,0	50,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	0,0	25,0	0,0	8,3	8,3	58,3
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	7,6	22,9	14,4	2,5	3,4	49,2
Гостиницы и рестораны	0,0	52,9	5,9	0,0	0,0	41,2
Транспорт и связь	0,0	54,5	0,0	9,1	0,0	36,4
Финансовые услуги	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	80,0
Образование	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	20,0	20,0	20,0	0,0	40,0
Предоставление коммунальных услуг	0,0	16,7	16,7	16,7	0,0	50,0

Основной причиной, которую выделяют предприниматели как причину снижения количества числа конкурентов, является изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (23,7%).

Особенно это отметили представители следующих отраслей экономики Костромской области:

- 1) транспорт и связь (54,5%);
- 2) гостиницы и рестораны (52,9%);
- 3) производство готовых металлических изделий (36,4%);
- 4) торговля автотранспортными средствами и мотоциклами (33,3%);
- 5) производство и распределение электроэнергии, газа и воды (28,6%).

66,7% представителей сферы добычи полезных ископаемых выделили основной причиной снижения числа конкурентов уход с рынка российских конкурентов.

На повышение и понижение конкуренции влияет изменение эластичности спроса на товары/работы/услуги, представленные на рынке (таблица 20).

Таблица 20.

Эластичность спроса на товары, работы и услуги Костромской области
в 2018 году, %

При увеличении производителем цены на товары/работы/услуги на 15%...	Оценка респондентов, %
Объемы продаж не изменятся	19,2
Объемы продаж снизятся менее чем на 15%	24,1
Объемы продаж снизятся примерно на 15%	22,5
Объемы продаж снизятся более чем на 15%	30,4
Объемы продаж снизятся почти на 100%	3,85

В 30,4% случаев предприниматели указывают на то, что при прочих равных условиях на рынке, рост цены на продукцию представляемого ими бизнеса на 15% приведет к снижению продаж более чем на 15%, что говорит об эластичности спроса на данные виды продукции. Причем стоит отметить, что распределение мнений между единичным, не эластичным и совершенно не эластичным спросом не сильно дифференцировано.

В 3,85% случаев респонденты отмечали, что рост цены приведет к полному или почти полному переключению клиентов их бизнеса на продукцию других поставщиков.

Наиболее эластичный спрос отмечается в таких отраслях как производство машин и оборудования (66,7%) и торговле автотранспортными средствами и мотоциклами (42,9%). Наиболее не эластичный спрос можно зафиксировать в сфере проведения операций с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг (55,6%), а также в строительстве (38,9%).

Кроме того, представителям бизнеса было предложено оценить факторы конкурентоспособности, которые являются, по их мнению, наиболее важными (таблица 21).

Таблица 21.

Распределение мнений респондентов по факторам конкурентоспособности
в 2018 году, %

	Оценка респондентов, %
Низкая цена	27,6
Высокое качество производимой продукции	29,6
Доверительные отношения с клиентами / покупателями	10,9
Уникальность продукции	3,6
Материально-техническое обеспечение предприятия	6,1
Публикации информации о товаре / услуге в СМИ	1,8
Имидж предприятия	5,1
Техническая и экологическая безопасность	2,1
Уровень квалификации сотрудников	5,9
Развитость сбытовой (дилерской) сети	4,0
Другое	3,3

По мнению региональных предпринимателей, наиболее важным фактором, который влияет на конкурентоспособность организации, является высокое качество производимой продукции (29,6%). Также важным фактором конкурентоспособности среди костромского бизнес-сообщества считается низкая цена (27,6%).

Высокое качество производимой продукции отмечено как важный фактор большинством представителей более чем половины сфер деятельности. В сфере добычи полезных ископаемых все 100% респондентов отмечают этот фактор как самый значимый.

Низкая цена отмечена основным фактором конкурентоспособности представителями следующих сфер: производство готовых металлических изделий, строительство, розничная торговля, деятельность гостиниц и ресторанов, услуги транспорта и связи, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг.

Иные причины не являются существенными по мнению респондентов, однако представители бизнеса, занимающиеся оказанием финансовых услуг, единогласно (100%) определили наиболее значимым фактором своей конкурентоспособности доверительные отношения с клиентами.

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 22).

Таблица 22.

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

		Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
2017 год	Есть непреодолимые административные барьеры	11,8	11,9	14,1	0,0	10,0
	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	36,0	36,8	32,1	35,3	50,0
	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	40,7	37,5	46,2	58,8	40,0
	Нет административных барьеров	11,5	13,8	7,7	5,9	0,0
2018 год	Есть непреодолимые административные барьеры	9,4	8,6	11,8	12,1	0,0
	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	27,7	29,5	21,8	33,3	11,1
	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	39,6	39,3	45,5	24,2	33,3
	Нет административных барьеров	23,4	22,6	20,9	30,3	55,6

По итогам 2018 года 39,6% предпринимателей считают, что при осуществлении их деятельности административные барьеры имеют место быть, но они преодолимы без существенных затрат.

23,4% респондентов считают, что административные барьеры отсутствуют. Причем необходимо отметить, что число предпринимателей так считающих увеличилось по сравнению с 2017 годом более чем в 2 раза, что говорит о положительной динамике.

Кроме того на 8,3% снизилось количество респондентов, считающих что барьеры которые присутствуют, можно преодолеть только при осуществлении значительных затрат и на 2,4% - что присутствуют непреодолимые барьеры.

По итогам 2018 года для 39,3% микро- и 45,5% малых предприятий существуют административные барьеры, которые возможно преодолеть без

значительных затрат, причем данные значения стабильны в сравнении с 2017 годом.

Для 33,3% средних предприятий по итогам 2018 года барьеры можно преодолеть при осуществлении значительных затрат, что на 2% меньше, чем по итогам предыдущего года. В то время как практически на 25% возросло количество представителей среднего бизнеса, считающих, что административные барьеры на их рынке отсутствуют.

Наиболее положительная динамика отмечена в деятельности крупных предприятий. Число предприятий, которые считают, что при осуществлении их деятельности есть какие-либо административные барьеры, снизилось в сравнении с предыдущим годом на 55,6%, именно такое количество опрошенных считают, что административные барьеры полностью устранены.

Анализ административных барьеров по видам экономической деятельности показал, что их уровень дифференцирован (таблица 23).

Таблица 23.

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

Вид экономической деятельности	2017 год				2018 год			
	Есть непреодолимые административные барьеры	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	Нет административных барьеров	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	16,4	44,3	31,1	8,2	11,9	35,6	27,1	25,4
Рыболовство, рыбоводство	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
Добыча полезных ископаемых	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	6,7	20,0	46,7	26,7	0,0	15,2	54,5	30,3
Текстильное и швейное производство	16,7	8,3	66,7	8,3	11,1	27,8	44,4	16,7
Обработка древесины и производство изделий из дерева	9,3	37,0	48,1	5,6	8,3	40,5	34,5	16,7
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	0,0	100,0	0,0	12,5	12,5	75,0	0,0

Производство готовых металлических изделий	14,3	35,7	50,0	0,0	0,0	23,1	46,2	30,8
Производство машин и оборудования	10,0	20,0	50,0	20,0	0,0	16,7	66,7	16,7
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	25,0	75,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,0	75,0	25,0	0,0	10,0	20,0	30,0	40,0
Строительство	14,3	42,9	42,9	0,0	11,1	16,7	44,4	27,8
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	37,5	37,5	25,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	33,3	0,0	33,3	33,3	23,1	23,1	30,8	23,1
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	14,0	42,0	30,0	14,0	14,2	24,8	32,6	28,4
Гостиницы и рестораны	0,0	37,5	50,0	12,5	4,3	13,0	78,3	4,3
Транспорт и связь	23,5	17,6	41,2	17,6	16,7	16,7	33,3	33,3
Финансовые услуги	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	0,0	20,0	40,0	40,0	0,0	11,1	66,7	22,2
Образование	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	16,7	33,3	50,0	0,0	14,3	85,7	0,0
Предоставление коммунальных услуг	11,1	33,3	44,4	11,1	10,0	30,0	40,0	20,0

Для таких видов деятельности, как производство электрооборудования (75%), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (40%), транспорт и связь (33,3%), производство готовых металлических изделий (30,8%), производство пищевых продуктов, напитков и табака (30,3%), характерно отсутствие административных барьеров. При этом необходимо отметить, что по большинству видов деятельности число респондентов считающих, что административные барьеры отсутствуют, выросло в сравнении с 2017 годом.

Непреодолимые административные барьеры не были отмечены большим количеством опрошенных во всех сферах деятельности по итогам 2018 года, как и в предыдущие годы.

Примерно поровну разделились мнения в отношении наличия административных барьеров, которые можно преодолеть либо со значительными, либо с незначительными затратами, и составили около 33,5%. Данный показатель не существенно изменился в сравнении с 2016-2017 годами.

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

- 1) целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность (75,0%);
- 2) производство машин и оборудования (66,7%);
- 3) гостиницы и рестораны (78,3%);
- 4) операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (66,7%);
- 5) здравоохранение и предоставление социальных услуг (85,7%).

Респонденты отмечают существенный уровень административных барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, в рыболовстве и рыбоводстве, добыче полезных ископаемых, финансовых услугах, образовании.

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.

По результатам опроса, к числу основных административных барьеров, с которыми респонденты столкнулись при входе на рынок, можно отнести регистрацию предприятия (указали 18,7% опрошенных), получение лицензии (17,6% опрошенных), оформление проектной документации (16,3% опрошенных), предоставление земельных участков в аренду или собственность (10,6% опрошенных) и регистрация прав собственности, кроме права на земельный участок (10,2% опрошенных). (рисунок 1).

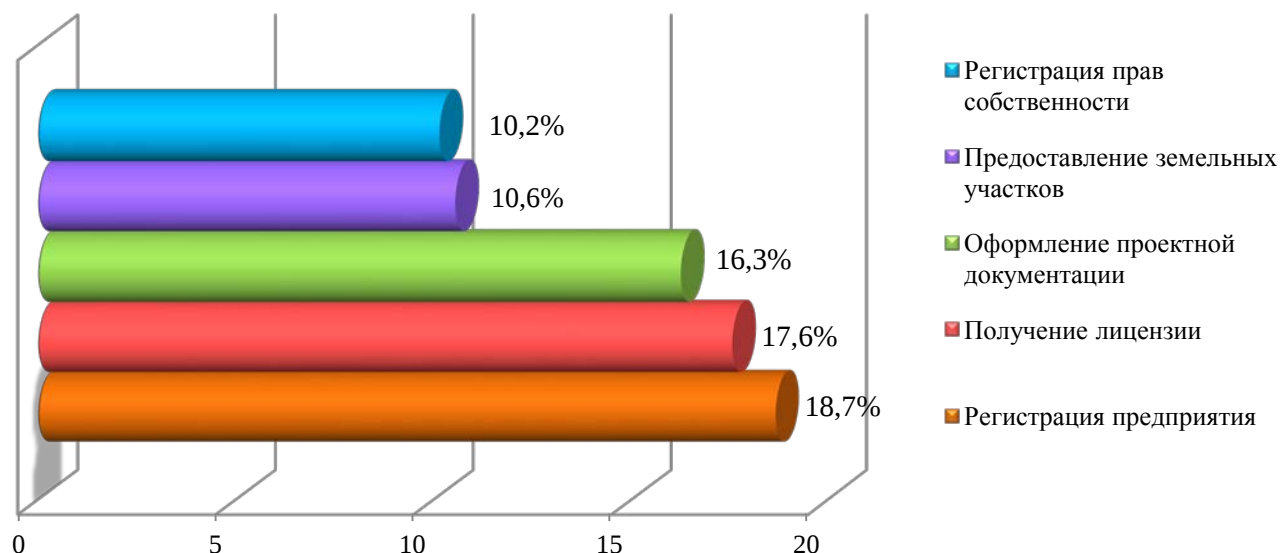


Рисунок 1. Основные административные барьеры, с которыми респонденты столкнулись при входе на рынок, по итогам 2018 года

При рассмотрении мнений предприятий с точки зрения сегментов бизнеса, респонденты выбрали барьеры из того же перечня.

В перечень основных административных барьеров, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности, респонденты включили высокие налоги (указали 45% опрошенных), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (30,7% опрошенных), сложность / затянутость получения лицензии (5,6% опрошенных), сложность получения доступа к земельным участкам (4,3% опрошенных), 4,6% опрошенных респондентов отметили, что административные барьеры отсутствуют (рисунок 2).

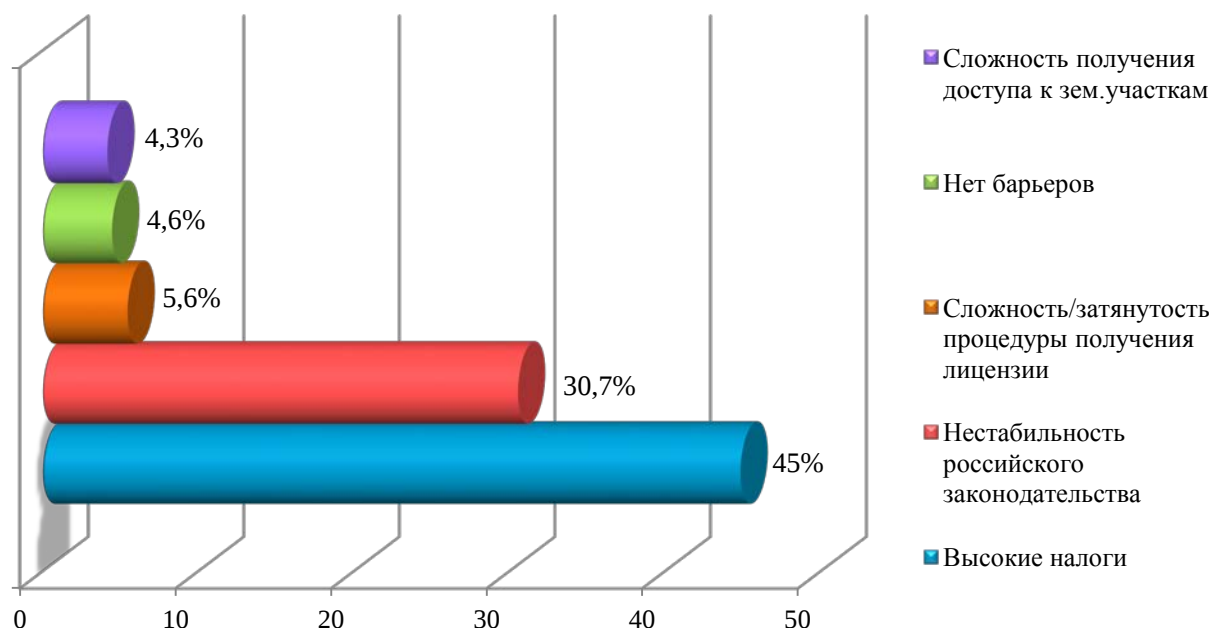


Рисунок 2. Основные административные барьеры, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности

Стоит отметить, что количество респондентов отметивших данные барьеры снизилось по сравнению с предыдущим годом в среднем на 15%.

Микро- и средние предприятия в перечень основных барьеров, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности, также включают необходимость установления партнерских отношений с органами власти, в то время как крупные отмечают как одну из основных проблем сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках государственных закупок.

По мнению 33,1% респондентов уровень и количество административных барьеров, в целом, не изменились; 32% считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, 15,2% - барьеры стало преодолевать сложнее, чем раньше (таблица 24). Продолжается тенденция к увеличению числа респондентов, которые считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, и уменьшению тех, кому преодолевать указанные барьеры стало сложнее.

Таблица 24.

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

	2017 год					2018 год				
	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Административные барьеры были полностью устранены	1,4	1,5	0,0	0,0	10,0	5,3	4,4	7,2	5,9	11,1
Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше	27,9	26,4	30,8	33,3	20,0	32,0	33,6	32,4	20,6	11,1
Уровень и количество административных барьеров не изменились	39,9	37,5	47,4	38,9	40,0	33,1	31,5	36,0	35,3	44,4
Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше	19,9	23,4	10,3	16,7	10,0	15,2	17,4	8,1	20,6	0,0
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	2,7	2,3	1,3	5,6	20,0	3,4	3,7	2,7	2,9	0,0
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	8,2	8,8	10,3	5,6	0,0	11,2	9,3	13,5	14,7	33,3

Представители всех секторов бизнеса, за исключением микропредприятий, отмечают, что уровень и количество административных барьеров не изменились, как и по итогам 2017 года. Большинству представителей микропредприятий по итогам текущего года стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше.

Анализ результатов по видам экономической деятельности показал, что большинство представителей бизнес-сообщества полагает, что уровень административных барьеров либо снизился, либо остался неизменным. В таблице 25 представлены удельные веса респондентов, придерживающихся данной позиции.

Таблица 25.

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

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов 2016 год	Удельный вес респондентов 2017 год	Удельный вес респондентов 2018 год
Рыболовство, рыбоводство	100,0	100,0	50,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	100,0	100,0	100,0
Образование	100,0	100,0	100,0
Производство машин и оборудования	71,4	100,0	100,0
Гостиницы и рестораны	62,5	88,9	91,3
Строительство	100,0	85,7	83,3
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	83,3	85,7	84,8
Текстильное и швейное производство	58,4	83,3	83,3
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	55,5	83,3	84,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	66,6	80,0	100,0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	64,0	79,6	82,5
Транспорт и связь	66,6	77,8	84,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	85,7	75,0	90,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	70,6	69,6	73,6
Производство готовых металлических изделий	61,5	69,2	84,6
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	67,3	65,0	71,7
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	75,0	50,0	71,4
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	60,0	50,0	71,4

К видам экономической деятельности, уровень административных барьеров в которых снизился или остался неизменным по итогам 2018 года, в наибольшей степени относятся: производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования (100%), образование (100%), производство машин и оборудования (100%), гостиницы и рестораны (91,3%), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (90%).

Стоит отметить, что по большинству сфер деятельности предприниматели оценивают снижение уровня административных барьеров свыше 70-80%.

3. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности органов власти

В ходе анкетирования респондентам был задан вопрос об оценке ими деятельности органов власти (таблица 26).

Таблица 26.

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

	Всего 2016 год	Всего 2017 год	Всего 2018 год	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	26,9	24,2	35,4	36,5	27,3	47,1	50,0
Органы власти ничего не предпринимают, что и требуется	9,9	8,1	14,4	13,7	17,3	11,8	12,5
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	13,6	19,1	12,6	12,6	14,5	8,8	0,0
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	6,7	5,9	3,6	4,4	2,7	0,0	0,0
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	40,3	41,4	30,4	27,8	37,3	32,4	37,5
Другое	2,7	1,3	3,6	5,0	0,9	0,0	0,0

Большинство респондентов предполагают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями (35,4%) либо в чем-то помогают, в чем-то мешают (30,4%). Можно отметить, что в динамике за 3 года число респондентов, которым органы власти помогают своими действиями, выросло на 8,5%, а тех, кому мешают, снизилось на 3,1% (в 2016 году – 6,7%, в 2018 году- 3,6%).

По мнению опрошенных предпринимателей, помощь оказывается скорее микро- (36,5%), средним (47,1%) и крупным (50,0%) предприятиям. Малым предприятиям органы власти преимущественно в чем-то помогают, в чем-то мешают (37,3%). Участие органов власти, по мнению респондентов, в наибольшей степени необходимо малым предприятиям (14,5%).

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

Представители первой группы полагают, что органы власти преимущественно помогают бизнесу своими действиями, либо не вмешиваются, что и требуется (таблица 27).

Таблица 27.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти своими действиями либо помогают бизнесу, либо не вмешиваются (что и требуется) по итогам 2018 года, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	90,0
Текстильное и швейное производство	83,3
Строительство	77,8
Добыча полезных ископаемых	75,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	75,0

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

- 1) производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
- 2) текстильное и швейное производство;
- 3) строительство;
- 4) добыча полезных ископаемых
- 5) производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования.

Стоит отметить, что среди данных видов экономической деятельности, лидирующие позиции по сравнению с предыдущими двумя годами сменились (ранее к их числу относились образование, оптовая торговля и предоставление коммунальных услуг), но такие виды, как добыча полезных ископаемых и производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, остались среди лидеров.

Представители второй группы предполагают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают (таблица 28).

Таблица 28.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают в 2018 году, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Производство машин и оборудования	50,0
Рыболовство, рыбоводство	50,0
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	50,0
Производство готовых металлических изделий	38,5
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	37,5
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	37,5
Транспорт и связь	35,7
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	35,0

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти своими действиями в чем-то помогают, в чем-то мешают бизнесу, относят производство машин и оборудования, рыболовство, рыбоводство, торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт, производство готовых металлических изделий, целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность, операции с недвижимым имуществом, транспорт и связь, а также розничная торговля.

Стоит отметить, что среди данных видов экономической деятельности, позиции в данном перечне уже второй год сохраняет торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, производство готовых металлических изделий.

В целом число предпринимателей, считающих, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают, в 2018 году снизилось, по сравнению с 2017 годом.

Для целей развития конкуренции в целях объективности проведенного анализа 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 29).

Таблица 29.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не предпринимают никаких действий, когда это необходимо в 2018 году, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Образование	50,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	33,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	22,4
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	21,2
Гостиницы и рестораны	16,7

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не помогают, когда это необходимо, в большей степени относятся образование, оптовая торговля, обработка древесины и производство изделий из дерева, производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, гостиницы и рестораны.

Причем оптовая торговля уже была отнесена к этой группе в 2017 году. В то время как 100% предпринимателей сферы образования по итогам 2017 года считали, что органы власти своими действиями либо помогают бизнесу, либо не вмешиваются (что и требуется).

Кроме того, следует отметить, что в целом доля предпринимателей, считающих, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не предпринимают никаких действий, снизилась по сравнению с предыдущим годом на 12,51%.

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 30);

- 2) сложность получения услуг естественных монополий (таблица 31);
- 3) стоимость подключения (таблица 32).

Таблица 30.

Уровень оценки респондентами сроков получения услуг естественных монополий, %

	2017 год					2018 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Быстро	18,0	15,8	19,0	14,2	26,9	24,3	18,4	31,6	27,3	37,7
Скорее быстро	28,2	23,3	38,0	35,0	49,3	38,8	27,1	35,5	32,5	34,5
Скорее медленно	39,1	27,9	26,4	32,7	16,9	28,1	27,8	26,8	28,6	21,9
Медленно	14,8	32,9	16,6	18,1	6,9	8,8	26,7	6,2	11,5	5,9

По оценкам респондентов, наиболее быстро можно получить услуги телефонной связи (быстро и скорее быстро – 72,2%), как и по итогам 2017 года. Также достаточно быстро можно получить услуги электроснабжения (быстро и очень быстро – 67,1% респондентов). Необходимо отметить, что наблюдается положительная динамика в количестве респондентов, получивших услуги естественных монополий быстро - около 8-10% по каждому виду услуги.

Наиболее длительный срок требуется для получения услуг газоснабжения. Ответы «медленно» и «скорее медленно» дали 54,5% респондентов.

Таблица 31.

Уровень оценки респондентами сложности получения услуг естественных монополий, %

	2017 год					2018 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	17,4	18,1	9,7	16,0	21,5	15,3	16,4	11,3	20,3	24,3
Скорее низкая	37,0	29,6	27,9	30,4	41,7	35,4	28,0	39,0	34,3	35,5
Скорее высокая	33,8	28,4	42,4	40,5	30,2	40,7	37,2	39,2	34,1	32,8

Высокая	11,7	23,9	20,0	13,2	6,6	8,7	8,4	10,6	11,3	7,4
---------	------	------	------	------	-----	-----	-----	------	------	-----

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 – 59,8% респондентов), несколько сложнее - услуги газоснабжения (сложность низкая или скорее низкая – 54,6% респондентов), водоснабжения и водоотведения (сложность низкая или скорее низкая – 50,7% респондентов).

Наиболее высокая сложность получения услуг наблюдается в области электроснабжения (сложность высокая или скорее высокая – 49,8% респондентов), водоснабжения / водоотведения (сложность высокая или скорее высокая – 49,4% респондентов).

Таблица 32.

Уровень оценки респондентами стоимости получения услуг естественных монополий, %

	2017 год					2018 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	5,9	3,8	2,0	3,1	9,9	9,9	4,7	6,8	5,4	14,5
Скорее низкая	17,1	11,0	12,5	13,7	30,1	15,0	10,2	12,2	17,8	20,8
Скорее высокая	42,9	38,4	42,0	43,0	36,0	44,3	45,0	44,7	35,8	38,7
Высокая	34,1	46,8	43,4	40,2	24,0	30,8	40,1	36,2	41,0	25,9

Большинство респондентов отмечают достаточно высокую стоимость получения услуг естественных монополий:

- 1) газоснабжения (высокая или скорее высокая - 85,1% респондентов);
- 2) электроснабжения (высокая или скорее высокая – 80,7% респондентов);
- 3) теплоснабжения (высокая или скорее высокая – 76,8% респондентов);

4) водоснабжения и водоотведения (высокая или скорее высокая – 75,1% респондентов);

5) телефонной связи (высокая или скорее высокая – 64,6% 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 (45,6-50,3%) оценило уровень доступности, понятности и удобство получения информации о состоянии конкурентной среды как средний (рисунок 3).

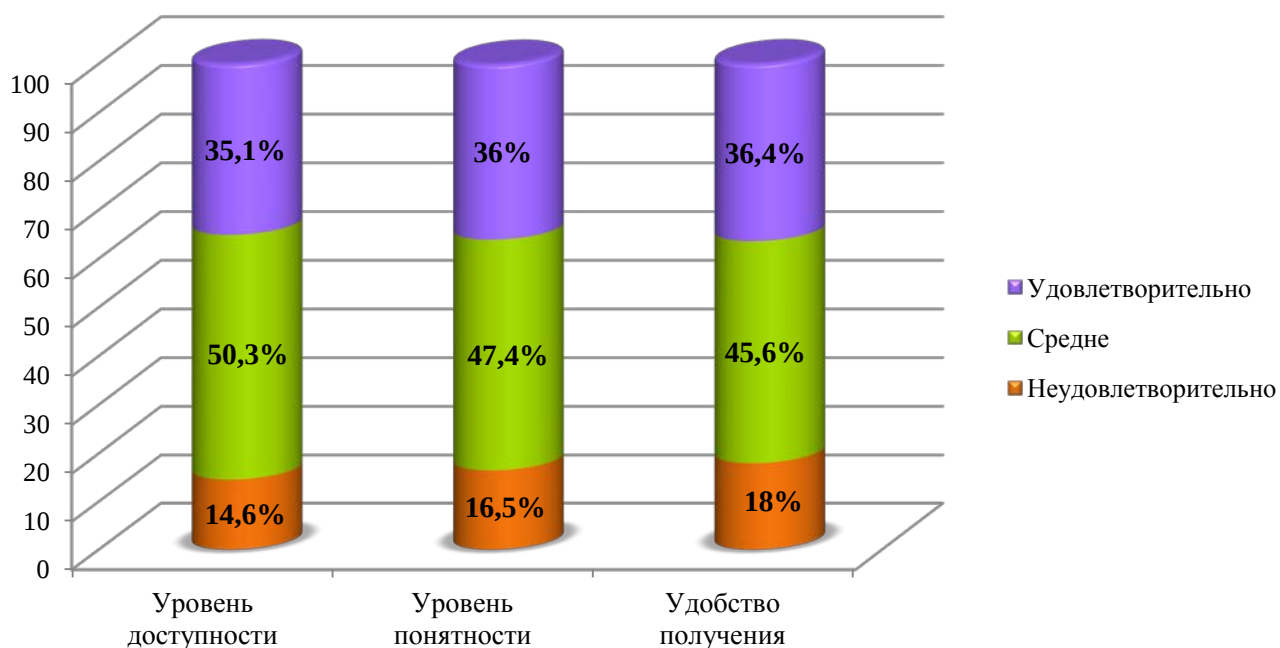


Рисунок 3. Результаты оценки потребителями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Положительная тенденция увеличения числа потребителей, оценивающих качество официальной информации как высокое, продолжилась и в 2018 году. В 2016 году данный показатель составлял 25,8-28,0%, в 2017 году -30,8-34,0%, в 2018 году – 35,1-36,4%.

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

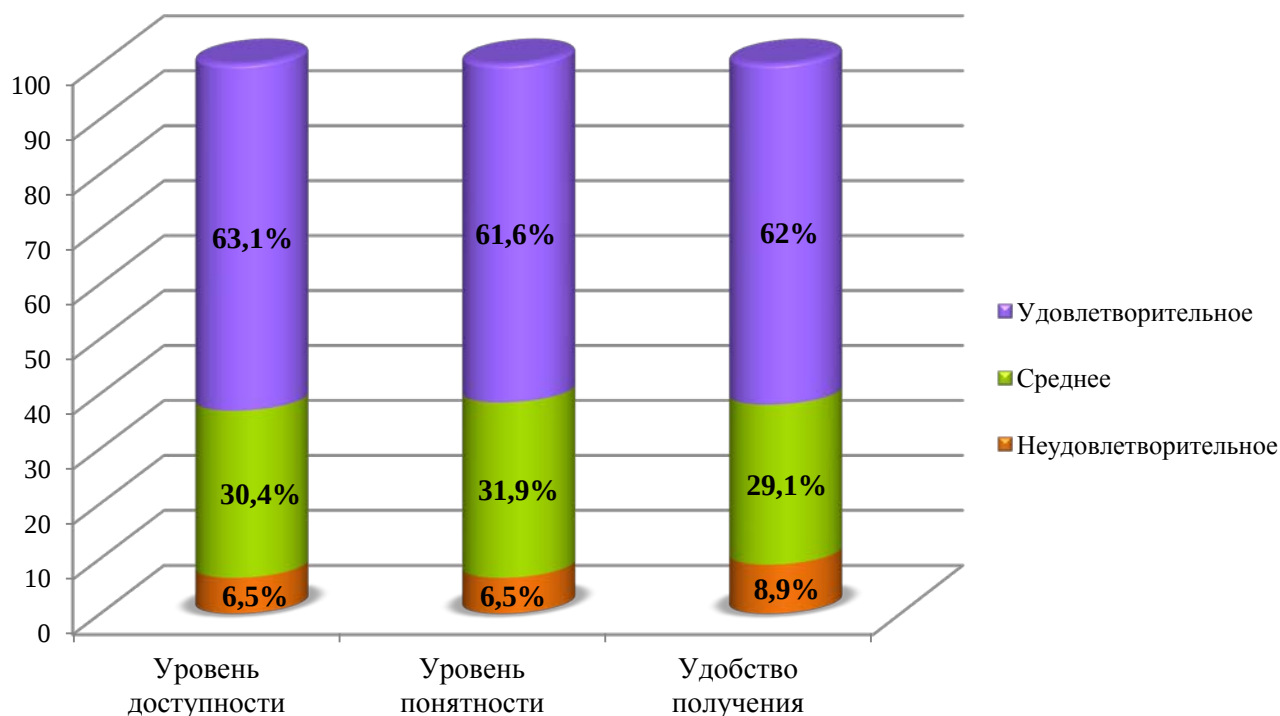


Рисунок 4. Результаты оценки предпринимателями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Уровнем доступности информации удовлетворены 63,1% респондентов, 30,4% оценивают уровень доступности официальной информации как средний. В 2016 и 2017 годах удовлетворено было меньшее число респондентов – 40,8% и 58,8% соответственно. Средний уровень отмечали 46,9% опрошенных в 2016 году и 33,6% в 2017 году.

Уровнем понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды удовлетворены 61,6% респондентов, 31,9% оценили уровень понятности как средний. По итогам 2016 года 40,6% респондентов отметили высокий уровень

понятности, 44,8% - средний, а по итогам 2017 года – 57,7% респондентов отметили высокий уровень понятности, 36,1% - средний.

Удовлетворены удобством получения информации 61,6% опрошенных представителей бизнеса, 31,9% определили уровень удобства получения информации как средний. В 2017 году респондентов, удовлетворенных удобством получения, было 54,6%, средний уровень удовлетворенности отметили 35,5%, в то время как в 2016 году эти значения составили 39,4% и 45,2% соответственно, что свидетельствует о положительной динамике в части способов получения информации представителями бизнеса и потребителями товаров, работ и услуг.

В целом неудовлетворенность уровнем доступности, понятности и удобством получения информации о состоянии конкурентной среды не превышает 8,6% (в 2016 году – не более 15,4%, в 2017 – 9,3%).

Таким образом, можно отметить, что оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды представителями бизнеса улучшилась в сравнении с предыдущим годом.

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