

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

**г. Кострома
2019 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.....	18
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.....	40
III. Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Костромской области.....	42
IV. Мониторинг финансовых услуг.....	45
1. Мониторинг удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг	45
2. Мониторинг удовлетворенности финансовыми услугами представителей бизнес-сообщества Костромской области	51

Введение

Во исполнение требований Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р, департаментом экономического развития Костромской области был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг.

Мониторинг 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;
- 4) мониторинг деятельности финансовых рынков 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 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.

С целью максимального охвата всех муниципальных образований Костромской области количество опрашиваемых потребителей было определено:

- не менее 50 человек (для муниципальных районов);
- не менее 60 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 1511 человек. В рамках исследования было опрошено 64,6% женщин и 35,4% мужчин.

По показателю занятости респонденты распределены на семь групп.

Таблица 1.

Структура респондентов по социальному статусу (занятости)

Социальный статус	Удельный вес респондентов
Студенты, учащиеся	9,53%
Работающие по найму	44,41%
Предприниматели	9,13%
Самозанятые	6,75%
Пенсионеры	11,78%
Временно не работающие	9,2%
Безработные	9,2%

Большинство респондентов принадлежит к социальной группе работающих по найму– 44,41%; 11,78% являются пенсионерами; 9,53 % – студентами либо учащимися; по 9,2% – временно не работающими и безработными; 9,13% – предпринимателями; 6,75% – самозанятыми.

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	39,8%
От 10 до 20 тыс. рублей	46,3%
От 20 до 30 тыс. рублей	11,6%
От 30 до 45 тыс. рублей	1,9%
Свыше 45 тыс. рублей	0,4%

Для 46,3% респондентов доход на одного члена семьи в месяц находится в диапазоне от 10 до 20 тыс. рублей, для 39,7% данный показатель находится ниже отметки в 10 тыс. рублей. Доход свыше 20 тыс. рублей в месяц на человека характерен для менее чем 15% респондентов.

По итогам исследования выявлено, что большинство респондентов на протяжении 2018-2019 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 2018-2019 годы, %

Направление деятельности компании	Уровень цен в 2018 году			Уровень цен в 2019 году		
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен
Продукты питания	6,9	55,5	35,1	8,3	57,0	34,7
Одежда/обувь	6,1	52,1	39,3	9,0	49,8	41,2
Лекарственные препараты	12,8	50,6	34,1	12,2	52,4	35,4
Учреждения дошкольного образования	32,4	40,4	23,1	34,6	47,6	17,9
Учреждения детского отдыха и оздоровления	21,6	39,8	34,2	25,1	48,6	26,3
Учреждения дополнительного образования детей	28,5	39,4	28,5	32,6	44,9	22,5
Медицинские услуги	8,8	44,7	43,8	12,2	47,1	40,7
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	17,8	39,9	38,0	24,9	40,3	34,8
Услуги учреждений культуры	35,6	40,2	21,7	41,1	44,9	14,0

Пассажироперевозки по межмуниципальным маршрутам	20,5	44,3	32,6	29,5	46,6	23,9
Пассажироперевозки по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	24,9	48,8	26,3
Услуги социального обслуживания населения	30,3	43,0	22,9	35,7	47,3	17,0
Интернет	30,0	40,3	27,1	33,3	46,6	20,1
Сотовая связь	37,7	37,2	21,8	32,3	44,0	23,6
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	32,8	43,1	24,0
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	11,9	38,0	50,1
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	25,8	47,6	26,6
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	37,4	41,7	20,9
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	31,5	42,2	26,3
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	18,7	39,1	42,2
Электроснабжение	35,7	34,6	26,9	32,1	42,4	25,5
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	25,2	43,5	31,3
Водоснабжение	30,0	37,5	29,9	31,3	42,9	25,8
Газоснабжение	29,2	34,8	33,2	28,8	38,6	32,6

Значительная доля респондентов не удовлетворена уровнем цен на жилищное строительство (50,1%), туристические услуги (42,2%), одежду и обувь (41,2%), медицинские услуги (40,7%) и лекарственные препараты (35,1%).

К сферам, уровень цен на товары и услуги в которых наиболее устраивает граждан, можно отнести: услуги учреждений культуры (41,1%), учреждений социального обслуживания населения (35,7%), учреждений дошкольного образования (34,6%) и производство хлеба и хлебобулочных изделий (37,4%).

Примерно в равном соотношении распределились мнения респондентов относительно удовлетворенности уровнем цен на пассажироперевозки по муниципальным и межмуниципальным маршрутам, услуги сотовой связи, электро-, водо-, газо-, теплоснабжение.

Таблица 4.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности изменением уровня цен на товары, работы и услуги в динамике за 2018-2019 годы, %

Направление деятельности компании	Изменение уровня цен 2018 год			Изменение уровня цен 2019 год		
	Увели- чился	Умень- шился	Не из- менился	Увели- чился	Умень- шился	Не из- менился
Продукты питания	87,1	6,1	1,3	88,7	7,9	3,3
Одежда/обувь	82,8	9,3	2,3	85,7	11,8	2,4

Лекарственные препараты	81,9	8,0	2,9	86,6	10,4	3,0
Учреждения дошкольного образования	70,9	22,0	3,1	72,0	25,4	2,6
Учреждения детского отдыха и оздоровления	65,8	28,4	1,2	65,4	31,4	3,2
Учреждения дополнительного образования детей	65,5	27,1	1,4	67,3	28,8	3,9
Медицинские услуги	76,0	18,2	2,5	77,7	19,2	3,1
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	55,4	38,0	1,8	62,6	32,6	4,8
Услуги учреждений культуры	52,6	40,5	3,7	57,7	38,7	3,5
Пассажиropеpевозки по межуниципальным маршрутам	75,6	18,1	3,0	70,9	25,3	3,7
Пассажиropеpевозки по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	70,7	23,8	5,5
Услуги социального обслуживания населения	56,4	36,6	3,9	55,5	41,1	3,4
Интернет	67,3	27,1	2,1	73,6	22,5	3,9
Сотовая связь	70,1	27,5	1,4	78,6	18,8	2,6
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	76,7	19,7	3,6
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	71,8	23,7	4,6
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	70,8	25,2	4,0
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	79,5	17,0	3,4
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	73,0	22,7	4,2
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	66,4	28,3	5,3
Электроснабжение	81,1	13,9	0,8	80,7	17,0	2,3
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	79,0	17,2	3,8
Водоснабжение	78,5	15,4	1,8	78,4	17,9	3,8
Газоснабжение	74,8	18,6	2,2	77,9	18,4	3,6

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 85% отмечают рост цен на продукты питания (88,7%), на лекарственные препараты (86,6%), на одежду и обувь (85,7%). 80,7% респондентов отметили рост цен на услуги электроснабжения.

Свыше 75% респондентов отмечают рост цен за последние три года на тепло-, водо-, газоснабжение, производство хлеба и хлебобулочных изделий, медицинские услуги, услуги сотовой связи и ритуальные услуги.

Следует отметить, что число респондентов, считающих, что цены выросли, постепенно снижалось с 2016 по 2018 год по всем рассмотренным рынкам, в то время как по данным опроса за 2019 год увеличилось число опрошенных,

считающих, что цены увеличились практически по всем 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 (таблица 5).

Таблица 5.

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

Направление деятельности компании	Качество 2018 год			Качество 2019 год		
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен
Продукты питания	22,3	63,5	11,8	23,1	61,8	15,1
Одежда/обувь	17,4	55,3	24,4	19,1	59,5	21,4
Лекарственные препараты	31,8	49,0	16,2	30,5	52,4	17,0
Учреждения дошкольного образования	39,7	44,1	12,1	39,8	49,1	11,1
Учреждения детского отдыха и оздоровления	27,1	45,1	23,2	28,4	50,1	21,5
Учреждения дополнительного образования детей	35,2	41,1	18,6	39,3	45,8	14,9
Медицинские услуги	12,9	48,1	36,1	13,5	51,1	35,4
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	22,2	42,7	30,6	22,2	47,3	30,5
Услуги учреждений культуры	39,4	44,9	13,1	40,0	50,3	9,7
Пассажироперевозки по межмуниципальным маршрутам	24,7	50,2	22,5	31,8	50,4	17,8
Пассажироперевозки по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	28,6	51,1	20,3
Услуги социального обслуживания населения	31,4	48,7	15,8	35,1	52,7	12,1
Интернет	34,5	47,7	15,0	39,0	47,6	13,5
Сотовая связь	41,9	45,8	10,6	38,8	48,1	13,1
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	43,8	44,2	11,9
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	19,1	43,1	37,8
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	30,4	49,0	20,7
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	42,2	43,9	13,8
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	35,6	43,7	20,7
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	20,2	42,3	37,5
Электроснабжение	49,8	38,8	8,7	49,0	42,8	8,1
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	33,9	48,4	17,7

Водоснабжение	33,9	42,8	20,1	32,0	49,5	18,5
Газоснабжение	41,6	36,5	19,2	39,3	38,0	22,6

Наиболее в полной мере респонденты удовлетворены качеством услуг по электро- (49,0%) и газоснабжению (39,3%), ритуальным услугам (43,8%), производству хлеба и хлебобулочных изделий (42,2%), дошкольному образованию (39,8%), дополнительному образованию (39,3%). Высокая степень удовлетворенности именно этими видами услуг сохраняется на протяжении 3 лет.

Опрошенные потребители не всегда удовлетворены качеством продуктов питания (61,8%), одежды и обуви (59,5%), услугами социального обслуживания населения (52,7%), лекарственными препаратами (52,4%), медицинскими услугами (51,1%) и пассажироперевозками по муниципальным маршрутам (51,1%).

По результатам анализа, респонденты чаще всего не удовлетворены качеством жилищного строительства (37,8%), туристических услуг (37,5%), медицинских услуг (35,4%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (30,5%), газоснабжением (22,6%) и услуг детского отдыха и оздоровления (21,5%). В сравнении с 2018 годом общее количество неудовлетворенных вышеуказанными услугами снизилось в среднем на 1,38%, в то время как качеством услуг газоснабжения по итогам 2018 года были недовольны меньшее число респондентов, чем в 2019 году.

Таблица 6.

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

Направление деятельности компании	Изменение качества 2018 год			Изменение качества 2019 год		
	Увели- чился	Умень- шился	Не изме- нился	Увели- чился	Умень- шился	Не изме- нился
Продукты питания	22,2	51,5	21,2	14,3	62,1	23,7
Одежда/обувь	13,5	59,6	21,7	9,0	65,9	25,1
Лекарственные препараты	15,4	63,4	15,8	13,4	69,8	16,8
Учреждения дошкольного образования	17,6	65,4	10,2	12,9	75,2	11,9
Учреждения детского отдыха и оздоровления	11,9	70,2	10,7	12,3	76,4	11,3
Учреждения дополнительного образования детей	16,5	65,5	11,0	15,0	75,1	9,9
Медицинские услуги	8,1	54,3	32,0	10,6	60,1	29,3
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными	7,9	71,6	12,6	9,7	72,8	17,5

возможностями						
Услуги учреждений культуры	18,3	66,3	10,3	17,0	70,7	12,3
Пассажироперевозки по межмуниципальным маршрутам	12,7	59,6	22,1	10,9	72,2	17,0
Пассажироперевозки по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	8,7	73,4	17,9
Услуги социального обслуживания населения	11,1	70,9	11,9	13,1	75,2	11,8
Интернет	22,0	61,1	13,2	22,4	64,2	13,5
Сотовая связь	21,8	60,2	12,7	21,6	65,3	13,2
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	13,9	76,7	9,3
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	10,7	69,3	19,9
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	13,6	75,6	10,8
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	21,4	64,9	13,7
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	12,6	71,1	16,3
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	10,3	75,4	14,2
Электроснабжение	11,9	71,4	7,7	14,0	76,4	9,7
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	10,5	77,6	11,9
Водоснабжение	9,7	67,6	13,5	11,9	75,3	12,8
Газоснабжение	13,2	65,4	11,9	10,3	77,4	12,2

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 число потребителей считающих, что качество товаров и услуг ухудшилось за три года, превышает 60%. По таким услугам, как услуги учреждений дошкольного образования и дополнительного образования, услуги учреждений детского отдыха и оздоровления, услуги социального обслуживания населения, ритуальные услуги, перевозки пассажиров и багажа легковым такси, туристические услуги, а также электро-, тепло-, водо- и газоснабжение, число потребителей, считающих, что качество товаров и услуг ухудшилось за три года, превышает 75%. При этом их число в целом увеличилось в сравнении с прошлым годом в среднем на 6,88%.

Среди опрошенных, считающих, что качество товаров и услуг улучшилось за последние три года, большинство отмечают улучшение по таким направлениям деятельности, как интернет (22,4%), сотовая связь (21,6%), производство хлеба и хлебобулочных изделий (21,4%).

Согласно результатам мониторинга, количество организаций 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 2018 год				Численность организаций 2019 год			
	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Много	Достаточно	Мало	Нет совсем
Продукты питания	32,9	51,6	10,7	2,1	35,5	52,5	9,6	2,4
Одежда/обувь	10,0	39,8	43,2	4,4	14,9	39,8	39,2	6,1
Лекарственные препараты	19,7	59,2	17,0	1,7	20,1	56,1	17,9	5,9
Учреждения дошкольного образования	2,7	66,6	23,6	2,4	8,1	58,7	29,4	3,8
Учреждения детского отдыха и оздоровления	1,9	21,7	48,4	21,9	2,7	31,9	49,1	16,4
Учреждения дополнительного образования детей	1,9	41,4	42,0	9,0	3,8	44,0	43,9	8,2
Медицинские услуги	2,2	20,8	67,0	7,5	3,4	23,3	67,6	5,7
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	0,9	20,9	39,6	35,9	1,7	21,4	42,6	34,3
Услуги учреждений культуры	2,7	52,0	38,8	4,0	6,3	57,2	35,1	1,4
Пассажиropеpезoзкu по межуниципальным маршрутам	1,2	40,6	43,7	7,7	4,3	43,4	46,2	6,1
Пассажиropеpезoзкu по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	н/д	4,2	39,5	43,8	12,5
Услуги социального обслуживания населения	1,0	49,6	40,0	2,8	6,0	52,7	39,0	2,3
Интернет	6,7	65,8	18,5	3,2	10,5	66,2	20,7	2,6
Сотовая связь	13,4	72,3	9,1	1,2	14,8	71,4	12,8	1,1
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	н/д	8,2	62,2	23,9	5,7
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	н/д	2,3	24,3	40,2	33,1
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	н/д	8,1	48,4	30,2	13,3
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	н/д	5,6	58,3	28,5	7,5
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	н/д	3,6	38,1	36,2	22,1
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	н/д	3,5	28,3	33,2	35,0
Электроснабжение	4,5	80,3	9,6	3,0	4,5	76,4	17,1	2,0
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	н/д	4,0	62,0	26,4	7,6
Водоснабжение	1,7	70,3	21,3	4,1	4,0	66,5	27,2	2,3
Газоснабжение	1,5	58,7	25,6	10,1	3,3	54,1	25,3	17,3

Большинство опрошенных отметили достаточное количество организаций по таким сферам деятельности, как электроснабжение (76,4%), сотовая связь (71,4%), водоснабжение (66,5%), интернет (66,2%). Причем необходимо отметить, что по итогам 2018 года в данных сферах распределение ответов было на сопоставимом уровне. Опрошенные потребители считают, что количество

организаций, предоставляющих следующие услуги, значительно: продукты питания (35,5%), лекарственные препараты (20,1%), одежда и обувь (14,9%).

По таким сферам деятельности, как услуги учреждений детского отдыха и оздоровления (49,1%), услуги учреждений дополнительного образования (43,9%), оказание медицинских услуг (67,6%), услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (42,6%), пассажироперевозки по межмуниципальным (46,2%) и муниципальным (43,8%) маршрутам, большинство респондентов считают, что организаций данных сфер деятельности в Костромской области недостаточно. При этом данные значения в сравнении с 2018 годом повысились.

Таблица 8.

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

Направление деятельности компании	Изменение численности организаций 2018 год			Изменение численности организаций 2019 год		
	Увели- чился	Умень- шился	Не изме- нился	Увели- чился	Умень- шился	Не изме- нился
Продукты питания	61,5	27,6	8,4	54,2	34,8	11,0
Одежда/обувь	27,1	56,6	12,9	25,0	54,7	20,3
Лекарственные препараты	53,4	37,1	6,1	36,3	48,5	15,2
Учреждения дошкольного образования	11,3	73,8	11,4	9,9	76,8	13,2
Учреждения детского отдыха и оздоровления	6,8	78,0	12,3	7,5	80,4	12,1
Учреждения дополнительного образования детей	7,6	77,1	10,6	10,4	79,0	10,6
Медицинские услуги	7,6	59,2	30,3	10,2	59,2	30,6
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	6,1	76,0	13,1	9,9	76,4	13,7
Услуги учреждений культуры	9,7	75,9	11,5	10,7	77,8	11,5
Пассажироперевозки по межмуниципальным маршрутам	11,5	60,4	25,2	10,7	60,7	28,5
Пассажироперевозки по муниципальным маршрутам	н/д	н/д	н/д	8,3	65,9	25,7
Услуги социального обслуживания населения	6,1	78,7	11,8	9,9	78,7	11,5
Интернет	29,1	60,3	7,5	26,4	62,7	11,0
Сотовая связь	30,7	62,5	3,8	30,4	62,6	7,0
Ритуальные услуги	н/д	н/д	н/д	19,8	72,4	7,8
Жилищное строительство	н/д	н/д	н/д	14,1	67,9	18,0
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	н/д	н/д	н/д	21,1	65,2	13,7

Производство хлеба и хлебобулочных изделий	н/д	н/д	н/д	23,9	64,6	11,5
Производство молока и молочной продукции	н/д	н/д	н/д	13,4	66,1	20,5
Туристические услуги	н/д	н/д	н/д	11,6	75,4	13,0
Электроснабжение	8,5	83,6	4,6	7,0	87,7	5,4
Теплоснабжение	н/д	н/д	н/д	8,1	85,2	6,7
Водоснабжение	6,1	85,2	5,4	7,4	85,5	7,1
Газоснабжение	8,0	78,5	10,0	7,4	81,0	11,6

В 2019 году, по мнению опрошенных потребителей, за последние три года выросла численность организаций, выпускающих продукты питания (54,2%), лекарственные препараты (25,0%), одежду и обувь (36,3%). Численность иных организаций, выпускающих и предоставляющих указанные в таблице виды товаров и услуг, по мнению большинства респондентов, снизилась. Учитывая данные по итогам 2017 и 2018 годов, по которым также отмечался рост числа организаций по выпуску продуктов питания и лекарственных препаратов, 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 2019 год			Изменение возможности выбора 2019 год		
	Удовлетворен	Когда как	Не удовлетворен	Увеличился	Не изменился	Уменьшился
Продукты питания	47,9	42,8	9,3	55,4	37,6	7,0
Одежда/обувь	27,8	45,9	26,3	30,6	55,9	13,6
Лекарственные препараты	37,7	47,1	15,3	39,6	50,9	9,5
Учреждения дошкольного образования	39,2	42,0	18,8	15,1	78,2	6,6
Учреждения детского отдыха и оздоровления	29,2	45,4	25,4	12,2	77,2	10,6
Учреждения дополнительного образования детей	37,0	43,5	19,4	14,2	76,7	9,1
Медицинские услуги	13,4	44,9	41,7	13,7	60,3	25,9
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с	23,8	42,4	33,8	10,1	77,1	12,7

ограниченными возможностями						
Услуги учреждений культуры	39,5	47,3	13,2	14,6	73,1	12,3
Пассажиropеpевозки по межуниципальным маршрутам	30,1	45,8	24,1	11,5	65,8	22,7
Пассажиropеpевозки по муниципальным маршрутам	27,7	47,4	24,9	9,4	69,1	21,4
Услуги социального обслуживания населения	34,5	49,8	15,6	10,4	77,3	12,2
Интернет	44,4	41,3	14,3	27,7	64,9	7,3
Сотовая связь	51,6	36,7	11,7	29,8	62,6	7,6
Ритуальные услуги	42,8	40,0	17,2	17,1	74,3	8,6
Жилищное строительство	22,9	37,4	39,6	14,8	69,0	16,3
Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	33,4	44,7	22,0	16,0	71,6	12,4
Производство хлеба и хлебобулочных изделий	46,7	41,6	11,7	30,7	60,4	8,9
Производство молока и молочной продукции	40,4	40,9	18,7	17,8	70,5	11,6
Туристические услуги	21,5	41,9	36,6	12,8	72,6	14,6
Электроснабжение	46,7	39,5	13,8	7,7	86,2	6,1
Теплоснабжение	37,6	43,4	19,0	8,1	83,8	8,2
Водоснабжение	38,2	42,5	19,4	7,9	82,9	9,2
Газоснабжение	37,4	35,9	26,7	9,4	80,2	10,4

Большинство опрошенных респондентов удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг в сферах сотовой связи (51,6%), интернета (44,4%), электроснабжения (46,7%), производства хлеба и хлебобулочных изделий (46,7%), молока и молочной продукции (40,4%), а также продаже продуктов питания (47,9%). Неудовлетворены жители региона возможностью выбора медицинских услуг (41,7%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (33,8%), туристических услуг (36,6%) и жилищного строительства (39,6%).

По большинству сфер, представленных в таблице, потребители не всегда удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг, и в среднем это значение составило около 40-50%. К данным сферам относятся: услуги социального обслуживания населения (49,8%), приобретение одежды и обуви (45,9%) и лекарственных препаратов (47,1%), услуги учреждений культуры

(47,3%) и другие. В целом, ситуация с мнением потребителей по данному вопросу осталась на уровне 2018 года.

В 2019 году, по мнению опрошенных потребителей, отмечено, что за последние три года увеличилась возможность выбора продуктов питания и лекарственных препаратов: 55,4% и 39,6% респондентов соответственно отметили именно эти направления. По остальным видам товаров, работ и услуг, по мнению большинства опрошенных потребителей, возможность выбора осталась на том же уровне. Среднее значение составило 69,9%.

Таблица 10.

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

Наименование вида оказываемых услуг / товаров	Доля ответивших респондентов, %
Медицинские услуги	19,78
Одежда/обувь	11,27
Жилищное строительство	6,91
Учреждения детского отдыха и оздоровления	6,65
Продукты питания	6,43
Лекарственные препараты	6,11
Учреждения дополнительного образования	4,32
Газоснабжение	4,19

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.

Помимо этого, некоторыми респондентами предложены несколько рынков, на которых необходимо с их точки зрения развивать конкуренцию, которые отсутствуют в исходном перечне: дорожное строительство, рынок труда и рынок ремонта жилья.

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 и дополнительного образования, услуги учреждений культуры, газоснабжения. При этом необходимо отметить что подобная ситуация является стабильной на протяжении последних трех лет.

Ко второй группе относятся такие сферы, ценой, качеством и возможностью выбора которых потребители не всегда удовлетворены, а именно: продукты питания, одежда и обувь, лекарственные препараты.

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

- жилищное строительство;
- медицинские услуги;
- туристические услуги.

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.

С целью максимального охвата предпринимательского сообщества количество опрашиваемых предпринимателей было определено:

- не менее 20 человек (для муниципальных районов);
- не менее 30 человек (для городских округов).

Всего было опрошено 638 предпринимателей.

Основу бизнес-сообщества региона составляют субъекты малого и среднего предпринимательства, удельный вес которых в общей численности хозяйствующих субъектов составляет 82,4%.

Более половины опрошенных предпринимателей имеют численность сотрудников менее 15 человек (таблица 11). Численность сотрудников свыше 100 человек характерна лишь для 3,7% респондентов.

Таблица 11.

Структура респондентов по численности сотрудников

Численность сотрудников	Удельный вес респондентов
Менее 15 человек	64,9%
От 16 до 100 человек	31,4%
Более 100 человек	3,7%

Из 638 опрошенных представителей бизнес-сообщества 77,4% имеют годовой оборот бизнеса, не превышающий 120 млн. рублей (таблица 12). При том, что оборот свыше 2 млрд. рублей характерен для 2,5% респондентов.

Таблица 12.

Структура респондентов по размеру годового оборота бизнеса

Годовой оборот бизнеса	Удельный вес респондентов
До 120 млн. рублей	77,4%
От 120 до 800 млн. рублей	16,8%
От 800 до 2000 млн. рублей	3,3%
От 2000 млн. рублей	2,5%

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

Таблица 13.

Распределение респондентов по сроку осуществления деятельности

Период осуществления деятельности	Удельный вес респондентов
Менее 1 года	4,4%
От 1 года до 5 лет	22,7%
Более 5 лет	72,9%

В структуре респондентов по видам экономической деятельности преобладают розничная торговля, обработка древесины и производство изделий из дерева, сельское и лесное хозяйство, транспортные услуги и услуги связи, 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)	29,8
Обработка древесины и производство изделий из дерева	20,5
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16,0
Транспорт и связь	5,8
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	4,5
Строительство	3,1
Гостиницы и рестораны	2,8
Текстильное и швейное производство	2,5
Производство готовых металлических изделий	2,4
Предоставление коммунальных услуг	2,0
Прочие виды деятельности	10,6

Структура респондентов по основным географическим рынкам представлена в таблице 15.

Таблица 15.

Структура респондентов по географическим рынкам

Географический рынок	Удельный вес респондентов
Локальные рынки (рынки отдельных муниципальных образований)	38,2%
Рынок Костромской области	34,4%
Рынок Российской Федерации	24,6%
Рынки стран СНГ и дальнего зарубежья	2,8%

Из 638 респондентов 72,6% осуществляют свою деятельность на рынке Костромской области или рынках отдельных муниципальных образований (таблица 15). Немногим более 27% опрошенных предпринимателей представлены на национальном рынке, рынках 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 (таблицы 16, 17).

Таблица 16.

Распределение мнений респондентов по оценке уровня конкуренции, %

Вид экономической деятельности	Состояние конкуренции 2018 год			Состояние конкуренции 2019 год		
	Высокий уровень	Средний уровень	Отсут- ствует	Высокий уровень	Средний уровень	Отсут- ствует
Всего	48,9	40,4	10,8	46,0	47,4	6,6
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	23,3	63,3	13,3	37,4	57,0	5,6
Рыболовство, рыбоводство	50,0	50,0	0,0	33,3	33,4	33,3
Добыча полезных ископаемых	100,0	0,0	0,0	0	100	0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	52,9	44,1	2,9	38,7	58,1	3,2
Текстильное и швейное производство	57,9	36,8	5,3	62,5	31,3	6,2
Обработка древесины и производство изделий из дерева	53,8	41,3	5,0	60	39,2	0,8
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	25,0	50,0	25,0	66,7	0	33,3
Производство готовых металлических изделий	75,0	25,0	0,0	80	13,3	6,7
Производство машин и оборудования	83,3	16,7	0,0	70	30	0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	25,0	75,0	50	50	0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	10,0	20,0	70,0	14,3	57,1	28,6
Строительство	38,9	55,6	5,6	20	70	10
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	57,1	42,9	0	33,3	33,4	33,3
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	76,9	23,1	0	62,5	37,5	0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	61,6	34,9	3,4	45,8	52,1	2,1
Гостиницы и рестораны	56,5	26,1	17,4	35,3	52,9	11,8
Транспорт и связь	40,0	40,0	20,0	54,1	35,1	10,8
Финансовые услуги	0,0	100,0	0,0	28,6	14,3	57,1
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	22,2	66,7	11,1	25	62,5	12,5
Образование	0,0	100,0	0,0	0	100	0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	42,9	42,9	14,3	28,6	42,9	28,5
Предоставление коммунальных услуг	0,0	36,4	63,6	8,3	33,3	58,4

Большинство респондентов оценивают уровень конкуренции на своем отраслевом рынке как средний (47,4%) или высокий (46,0%). Причем количество респондентов, считающих, что уровень конкуренции высокий, снизилось по сравнению с 2018 годом на 2,9%, а число опрошенных, считающих, что уровень конкуренции средний, увеличилось на 7%.

Наибольшее число респондентов, считающих что уровень конкуренции на их отраслевом рынке высокий, осуществляют свою деятельность в сферах

производства готовых металлических изделий (80%), производство машин и оборудования (70%), целлюлозно-бумажном производстве (66,7%), текстильном и швейном производстве (62,5%), оптовой торговле (62,5%), а также обработке древесины и производстве изделий из дерева (60%).

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

Средний уровень конкуренции, по мнению большинства опрошенных предпринимателей (более 50%), присутствует в таких видах деятельности, как строительство, операции с недвижимым имуществом, производство пищевых продуктов, напитков и табака, производство и распределение электроэнергии, газа и воды.

Низкий уровень конкуренции, по мнению респондентов, присутствует в сферах финансовых услуг, а также предоставления коммунальных услуг. Причем число респондентов, считающих что конкуренция на их рынке отсутствует (по вышеуказанным рынкам), в целом немного повысилось в сравнении с предыдущим годом.

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 2018 год			Число конкурентов 2019 год		
	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось	Увеличилось	Уменьшилось	Не изменилось
Всего	50,2	44,6	5,2	49,06	43,57	7,37
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	41,7	53,3	5,0	34,58	54,21	11,21
Рыболовство, рыбоводство	100,0	0,0	0,0	33,33	66,67	0,00
Добыча полезных ископаемых	25,0	75,0	0,0	50,00	0,00	50,00
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	64,7	32,4	2,9	64,52	32,26	3,23

Текстильное и швейное производство	33,3	61,1	5,6	56,25	43,75	0,00
Обработка древесины и производство изделий из дерева	63,0	32,1	4,9	65,08	30,16	4,76
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	25,0	62,5	12,5	66,67	33,33	0,00
Производство готовых металлических изделий	61,5	38,5	0,0	46,67	46,67	6,67
Производство машин и оборудования	50,0	50,0	0,0	50,00	50,00	0,00
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	30,0	70,0	0,0	66,67	33,33	0,00
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	44,4	44,4	11,1	42,86	57,14	0,00
Строительство	42,9	42,9	14,3	30,00	65,00	5,00
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	69,2	23,1	7,7	33,33	66,67	0,00
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	59,2	34,0	6,8	50,00	50,00	0,00
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	29,2	70,8	0,0	47,09	43,39	9,52
Гостиницы и рестораны	35,7	57,1	7,1	38,89	61,11	0,00
Транспорт и связь	0,0	0,0	100,0	58,33	25,00	16,67
Финансовые услуги	22,2	77,8	0,0	57,14	42,86	0,00
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	50,0	50,0	0,0	37,50	62,50	0,00
Образование	57,1	42,9	0,0	0,00	100,00	0,00
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	100,0	0,0	71,43	14,29	14,29
Предоставление коммунальных услуг	60,0	33,1	6,9	8,33	91,67	0,00

Большинство респондентов считают, что за последние три года число конкурентов выросло (49,06%) в большинстве сфер экономической деятельности, снижение числа конкурентов отметили 43,57% опрошенных. Аналогичные показатели за 2016 год составили 61,9% и 7,6%, за 2017 год – 51,2% и 36,3%, за 2018 год – 50,2% и 44,6% соответственно. Таким образом, можно отметить, что количество участников рынка постепенно уменьшается.

Выросла конкуренция (более 60% ответов респондентов) в производстве пищевых продуктов, напитков и табака, обработке древесины и производстве изделий из дерева, целлюлозно-бумажном производстве, производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования.

Среди предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в сфере образования, все респонденты (100%) отметили снижение числа конкурентов. Снижение также отмечено в сфере предоставления коммунальных услуг, рыболовстве и рыбоводстве, торговле автотранспортными средствами и

мотоциклами, строительстве, гостиничном и ресторанном бизнесе, деятельности по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг.

В предыдущие годы мнения предпринимателей данной сферы были более дифференцированы.

По итогам опроса 2019 года, количество конкурентов осталось в среднем на том же уровне в сферах добычи полезных ископаемых (50%), транспорта и связи (16,7%), здравоохранения и предоставления социальных услуг (14,3%), сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства (11,2%).

Таблица 18.

Распределение мнений респондентов по увеличению числа конкурентов
в 2019 году, %

	Появление новых российских конкурентов	Изменение нормативно- правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей	Появление новых иностраных конкурентов	Другое
Всего	50,5	23,1	2,5	23,9
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	30,2	35,4	0,0	34,4
Рыболовство, рыбоводство	0,0	0,0	50,0	50,0
Добыча полезных ископаемых	100,0	0,0	0,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	60,7	14,3	0,0	25,0
Текстильное и швейное производство	50,0	5,0	10,0	35,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	68,1	11,5	5,3	15,0
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	100,0	0,0	0,0	0,0
Производство готовых металлических изделий	72,7	9,1	18,2	0,0
Производство машин и оборудования	62,5	0,0	12,5	25,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	33,3	0,0	0,0	66,7
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	75,0	0,0	0,0	25,0
Строительство	46,7	20,0	0,0	33,3
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	100,0	0,0	0,0	0,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	75,0	12,5	0,0	12,5
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	41,4	36,8	0,6	21,3
Гостиницы и рестораны	58,3	0,0	0,0	41,7
Транспорт и связь	65,2	13,0	0,0	21,7
Финансовые услуги	57,1	14,3	0,0	28,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	75,0	0,0	0,0	25,0
Образование	100,0	0,0	0,0	0,0

Здравоохранение и предоставление социальных услуг	42,9	28,6	0,0	28,6
Предоставление коммунальных услуг	28,6	14,3	0,0	57,1

Большинство представителей бизнес сообщества Костромской области отмечают, что основной причиной роста числа конкурентов является появление новых российских конкурентов (50,5%). Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, и появление новых иностранных конкурентов отмечены в качестве причин 25,6% предпринимателей. При этом треть респондентов считает, что изменение нормативно-правовой базы привели к увеличению конкурентов на рынках сельского хозяйства, розничной торговли и социальных услуг, в том числе здравоохранения.

По таким отраслям, как добыча полезных ископаемых, целлюлозно-бумажное производство, торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, а также образование, 100% опрошенных отметили основной причиной появление 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 2019 году, %

	Антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти	Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей	Уход российских конкурентов с рынка	Сделки слияния и поглощения	Уход иностранных конкурентов с рынка	Другое
Всего	3,3	38,8	12,9	2,7	2,1	40,2
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,4	46,1	9,0	1,1	3,4	37,1
Рыболовство, рыбоводство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Добыча полезных ископаемых	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	0,0	25,0	20,8	0,0	0,0	54,2
Текстильное и швейное производство	0,0	5,0	30,0	10,0	5,0	50,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	3,1	35,7	18,4	2,0	3,1	37,8
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Производство готовых металлических изделий	9,1	9,1	9,1	18,2	9,1	45,5

Производство машин и оборудования	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,0	66,7	0,0	0,0	0,0	33,3
Строительство	7,1	7,1	7,1	7,1	0,0	71,4
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	0,0	12,5	12,5	12,5	0,0	62,5
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	1,9	53,5	8,9	2,5	0,6	32,5
Гостиницы и рестораны	18,2	18,2	9,1	0,0	0,0	54,5
Транспорт и связь	9,1	18,2	18,2	0,0	0,0	54,5
Финансовые услуги	0,0	40,0	20,0	0,0	0,0	40,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Образование	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0
Предоставление коммунальных услуг	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	66,7

Основной причиной, которую выделяют предприниматели как причину снижения количества числа конкурентов, является изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (38,8%).

Особенно это отметили представители следующих отраслей экономики Костромской области:

- 1) образование (100%);
- 2) производство и распределение электроэнергии, газа и воды (66,7%);
- 3) розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) (53,5%);
- 4) торговля автотранспортными средствами и мотоциклами (50%);
- 5) здравоохранение и предоставление социальных услуг (50%);
- 6) транспорт и связь (54,5%);
- 7) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (46,1%).

По 100% представителей сфер производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования и целлюлозно-бумажного производства выделили основной причиной снижения числа конкурентов уход с рынка российских и иностранных конкурентов соответственно.

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, %

При увеличении производителем цены на товары/работы/услуги на 15%...	Оценка респондентов по итогам 2018 года, %	Оценка респондентов по итогам 2019 года, %
Объемы продаж не изменятся	19,2	25,4
Объемы продаж снизятся менее чем на 15%	24,1	28,3
Объемы продаж снизятся примерно на 15%	22,5	18,7
Объемы продаж снизятся более чем на 15%	30,4	24,2
Объемы продаж снизятся почти на 100%	3,85	3,4

В 28,3% 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 менее чем на 15%, что говорит о недостаточной эластичности спроса на данные виды продукции. При этом стоит отметить, что распределение мнений между единичным, не эластичным и совершенно не эластичным спросом не сильно дифференцировано.

В 3,4% случаев респонденты отмечали, что рост цены приведет к полному или почти полному переключению клиентов их бизнеса на продукцию других поставщиков, как и по итогам 2018 года.

Наиболее эластичный спрос отмечается в таких отраслях как производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования (66,7%), целлюлозно-бумажном производстве (33,3%) и производстве готовых металлических изделий (33,3%). Наиболее не эластичный спрос можно зафиксировать в сфере рыболовства и рыбоводства (66,7%), оптовой торговли (50%), гостиничном и ресторанном бизнесе (44,4%), текстильном и швейном производстве (43,75%).

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, %

	Оценка респондентов в 2018 году, %	Оценка респондентов в 2019 году, %
Низкая цена	27,6	29,5
Высокое качество производимой продукции	29,6	33,2
Доверительные отношения с клиентами / покупателями	10,9	8,3
Уникальность продукции	3,6	4,2
Материально-техническое обеспечение предприятия	6,1	5,0
Публикации информации о товаре / услуге в СМИ	1,8	1,2
Имидж предприятия	5,1	4,5
Техническая и экологическая безопасность	2,1	1,1
Уровень квалификации сотрудников	5,9	6,0
Развитость сбытовой (дилерской) сети	4,0	3,4
Другое	3,3	3,6

По мнению региональных предпринимателей, наиболее важным фактором по итогам 2019 года, который влияет на конкурентоспособность организации, является высокое качество производимой продукции (33,2%), при этом данный показатель вырос по сравнению с 2018 годом. Также важным фактором конкурентоспособности среди костромского бизнес-сообщества считается низкая цена (29,5%). Данные факторы второй год сохраняют наиболее значимые позиции и количество респондентов, выбирающих их в качестве таковых, увеличивается.

Высокое качество производимой продукции отмечено как важный фактор большинством представителей в таких сферах деятельности как добыча полезных ископаемых, производство пищевых продуктов, рыболовство и рыбоводство, текстильное и швейное производство и оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами).

Низкая цена отмечена основным фактором конкурентоспособности представителями следующих сфер: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, гостиничный и ресторанный бизнес.

Иные причины не являются существенными по мнению респондентов, однако представители бизнеса, занимающиеся оказанием образовательных услуг,

единогласно (100%) определили наиболее значимым фактором своей конкурентоспособности уровень квалификации сотрудников.

Таблица 22.

Распределение мнений респондентов по повышению действенности факторов конкурентоспособности, %

	Оценка респондентов в 2019 году, %
Снижение затрат на производство и реализацию товаров и услуг	41,5
Обучение персонала	11,1
Новые маркетинговые стратегии	12,4
Покупка машин и оборудования	21,7
Приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау	5,1
Регистрация собственного товарного знака	1,8
Другое	6,4

Основными способами повышения конкурентоспособности опрошенные респонденты считают снижение затрат на производство и реализацию товаров и услуг (41,5%) и покупку машин и оборудования (21,5%). Причем если данные способы являются наиболее популярными среди представителей микро-, малого и среднего бизнеса, то представители крупных предприятий одним из важных способов помимо снижения затрат на производство считают новые маркетинговые стратегии (26,7%).

К наименее действенным способам предприниматели отнесли регистрацию собственного товарного знака (1,8%) и приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау (5,4%). Таковыми их считают представители всех рассматриваемых сегментов бизнеса.

Таблица 23.

Распределение мнений респондентов по влиянию конкуренции на бизнес, %

	Оценка респондентов в 2019 году, %
Конкуренция является стимулом для развития и расширения бизнеса	33,9
Влияние конкуренции на развитие бизнеса неоднозначно: может быть полезна, может – нет	47,3
Конкуренция не оказывает положительного влияния на бизнес	18,8

В рамках проводимого анкетирования предпринимательское сообщество Костромской области высказало мнение относительно влияния конкуренции на бизнес. Так большинство опрошенных (47,3%) считают влияние конкуренции на бизнес неоднозначным, в зависимости от ряда факторов она может как приносить пользу, так и нет. Более 30% респондентов считают конкуренцию стимулом для развития и расширения бизнеса.

При этом большинство представителей микропредприятий (50,1%) и среднего бизнеса (64,0%) преимущественно выделяют именно неоднозначность влияния конкуренции, в то время как малые (48,4%) и крупные (50,0%) предприятия считают наличие конкуренции важным фактором, способствующим развитию бизнеса.

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

Для оценки наличия (отсутствия) административных барьеров респондентам было предложено оценить, насколько преодолимы административные барьеры (таблица 24).

Таблица 24.

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

		Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
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
2019 год	Есть непреодолимые административные барьеры	10,4	11,7	8,5	7,7	0,0
	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	26,2	27,4	23,7	34,6	6,7
	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	44,3	41,6	50,8	34,6	60,0
	Нет административных барьеров	19,1	19,3	16,9	23,1	33,3

По итогам 2019 года 44,3% предпринимателей считают, что при осуществлении их деятельности административные барьеры имеют место быть, но они преодолимы без существенных затрат.

19,1% респондентов считают, что административные барьеры отсутствуют. Причем необходимо отметить, что число предпринимателей так считающих снизилось по сравнению с 2018 годом, снижение отмечается по всем сегментам бизнеса.

Кроме того, на 1,5% снизилось количество респондентов, считающих что барьеры которые присутствуют, можно преодолеть только при осуществлении значительных затрат. Число отметивших непреодолимые барьеры сохранилось за год на неизменном уровне – так считает каждый десятый опрошенный предприниматель.

По итогам 2019 года тенденция в распределении мнений респондентов по различным вариантам ответов сохраняется и для микропредприятий и для малых предприятий, в то время как среди представителей среднего бизнеса выбрали варианты наличия административных барьеров, но с существенными либо несущественными затратами равное количество человек. 60% представителей крупного бизнеса преодолевают административные барьеры без существенных затрат, 33,3% отмечают полное отсутствие каких-либо административных барьеров.

Следует отметить что в 2019 году в сравнении с 2018 годом по всем сегментам бизнеса снизилось количество респондентов, считающих что административные барьеры отсутствуют.

Анализ административных барьеров по видам экономической деятельности показал, что их уровень дифференцирован (таблица 25).

Таблица 25.

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

Вид экономической деятельности	2018 год				2019 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	11,9	35,6	27,1	25,4	6,2	25,7	51,6	16,5
Рыболовство, рыбоводство	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0
Добыча полезных ископаемых	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	0,0	15,2	54,5	30,3	3,2	29,0	48,4	19,4
Текстильное и швейное производство	11,1	27,8	44,4	16,7	15,8	26,3	36,8	21,1
Обработка древесины и производство изделий из дерева	8,3	40,5	34,5	16,7	2,5	32,5	48,3	16,7
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	12,5	12,5	75,0	0,0	14,3	28,6	42,9	14,3
Производство готовых металлических изделий	0,0	23,1	46,2	30,8	5,8	17,7	41,2	35,3
Производство машин и оборудования	0,0	16,7	66,7	16,7	10,0	40,0	40,0	10,0
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,0	0,0	25,0	75,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	10,0	20,0	30,0	40,0	0,0	0,0	28,6	71,4
Строительство	11,1	16,7	44,4	27,8	15,8	0,0	52,6	31,6
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	0,0	37,5	37,5	25,0	0,0	0,0	66,7	33,3
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	23,1	23,1	30,8	23,1	12,5	25,0	37,5	25,0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	14,2	24,8	32,6	28,4	16,5	31,9	35,7	15,9
Гостиницы и рестораны	4,3	13,0	78,3	4,3	0,0	10,5	42,1	47,4
Транспорт и связь	16,7	16,7	33,3	33,3	17,7	29,4	29,4	23,5
Финансовые услуги	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	14,9	57,1	28,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	0,0	11,1	66,7	22,2	0,0	0,0	50,0	50,0
Образование	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Здравоохранение и предоставление	0,0	14,3	85,7	0,0	14,3	28,6	57,1	0,0

социальных услуг								
Предоставление коммунальных услуг	10,0	30,0	40,0	20,0	18,2	9,1	45,5	27,3

Для таких видов деятельности, как производство и распределение электроэнергии, газа и воды (71,4%), гостиницы и рестораны (47,4%), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (50,0%), характерно отсутствие административных барьеров. При этом необходимо отметить, что по большинству видов деятельности число респондентов считающих, что административные барьеры отсутствуют, выросло в сравнении с 2018 годом.

Непреодолимые административные барьеры не были отмечены значительным количеством опрошенных во всех сферах деятельности по итогам 2019 года, как и в предыдущие годы.

Среди респондентов, отметивших наличие административных барьеров, немногим больше оказалось предпринимателей, которые могут преодолеть данные барьеры незначительными затратами – 42,9%, против 28% преодолевающих затруднения со значительными затратами.

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

- 1) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (51,6%);
- 2) строительство (52,6%);
- 3) торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт (66,7%);
- 4) финансовые услуги (57,1%);
- 5) здравоохранение и предоставление социальных услуг (57,1%).

100% респонденты отмечают существенный уровень административных барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, добыче полезных ископаемых и производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования. Также 100% бизнесменов, осуществляющих деятельность на рынке образовательных услуг, преодолевают барьеры без существенных затрат.

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), оформление проектной документации (17,3% опрошенных), получение лицензии (17,2% опрошенных), предоставление земельных участков в аренду или собственность (12,7% опрошенных) и получение к электрическим сетям (10,2% опрошенных). (рисунок 1).

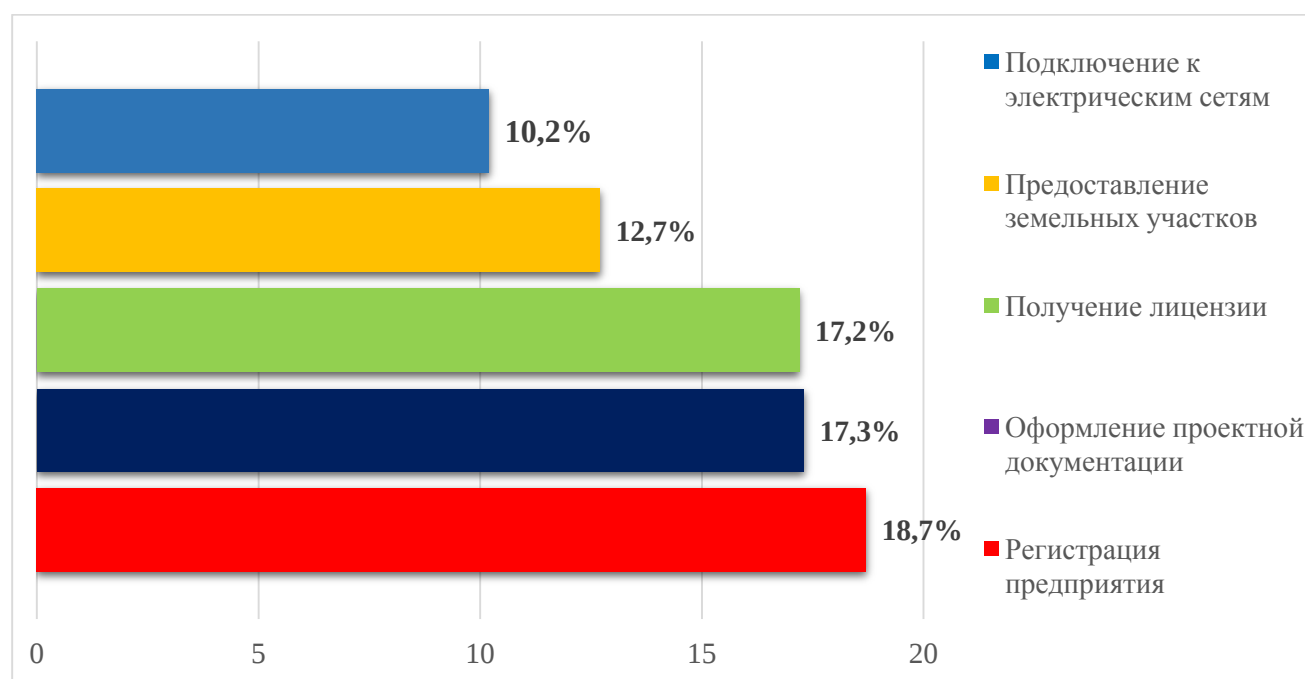


Рисунок 1. Основные административные барьеры, с которыми респонденты столкнулись при входе на рынок, по итогам 2019 года

Основной перечень барьеров не претерпел существенных изменений в сравнении с 2018 годом. По итогам отчетного 2019 года к существенным барьерам по итогам опроса можно дополнительно отнести подключение к электрическим сетям.

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 46,8% опрошенных), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (31,1% опрошенных), сложность / затянутость получения лицензии (6,5% опрошенных), сложность получения доступа к земельным участкам (2,9% опрошенных), 5,1% опрошенных респондентов отметили, что административные барьеры отсутствуют (рисунок 2).

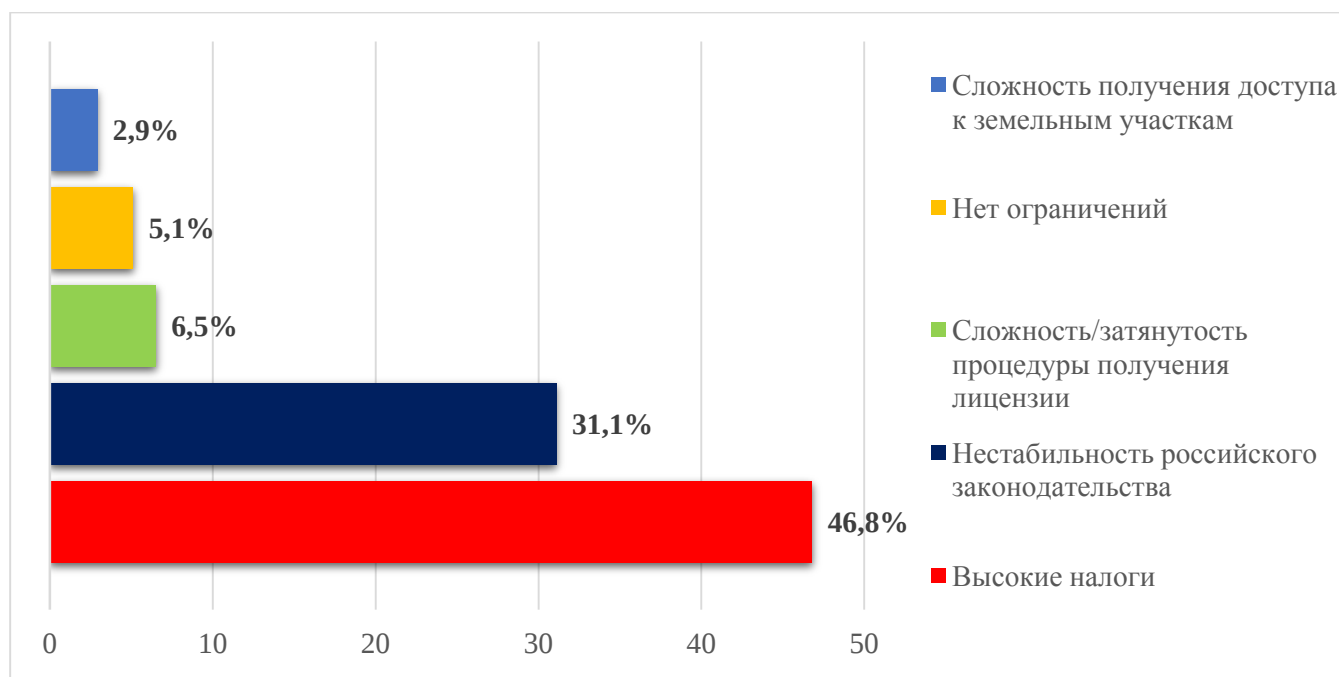


Рисунок 2. Основные административные барьеры, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности

Стоит отметить, что данные административные барьеры остаются наиболее актуальными для действующих предпринимателей с 2017 года, а количество респондентов, отметивших данные барьеры, осталось примерно на уровне 2018 года.

Для предприятий всех сегментов бизнеса основными барьерами, с которыми респонденты сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности, являются высокие налоги и нестабильность российского

законодательства, именно эти два ответа набрали наибольшие проценты утвердительных ответов.

По мнению 40,8% респондентов уровень и количество административных барьеров, в целом, не изменились; 22,4% считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, 18,1% – барьеры стало преодолевать сложнее, чем раньше (таблица 26). В сравнении с 2018 годом наблюдается тенденция к снижению числа респондентов, которые считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, и увеличению тех, кому преодолевать указанные барьеры стало сложнее.

Таблица 26.

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

	2018 год					2019 год				
	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия	Всего	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Административные барьеры были полностью устранены	5,3	4,4	7,2	5,9	11,1	1,9	2,0	1,6	0,0	5,9
Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше	32,0	33,6	32,4	20,6	11,1	22,4	20,5	24,9	34,8	23,5
Уровень и количество административных барьеров не изменились	33,1	31,5	36,0	35,3	44,4	40,8	45,1	33,5	30,4	29,4
Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше	15,2	17,4	8,1	20,6	0,0	18,1	18,0	18,4	17,4	17,6
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	3,4	3,7	2,7	2,9	0,0	2,8	1,5	6,5	0,0	0,0
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	11,2	9,3	13,5	14,7	33,3	14,0	12,9	15,1	17,4	23,5

Представители всех секторов бизнеса, за исключением средних предприятий, отмечают, что уровень и количество административных барьеров не изменились, как и по итогам 2018 года. Большинству представителей среднего бизнеса по итогам текущего года стало проще преодолевать административные

барьеры, чем раньше. В 2018 году подобным образом можно было охарактеризовать микропредприятия.

Анализ результатов по видам экономической деятельности показал, что большинство представителей бизнес-сообщества полагает, что уровень административных барьеров либо снизился, либо остался неизменным. В таблице 27 представлены удельные веса респондентов, придерживающихся данной позиции.

Таблица 27.

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

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов 2017 год	Удельный вес респондентов 2018 год	Удельный вес респондентов 2019 год
Рыболовство, рыбоводство	100,0	50,0	33,3
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	100,0	100,0	100,0
Образование	100,0	100,0	100,0
Производство машин и оборудования	100,0	100,0	90,0
Гостиницы и рестораны	88,9	91,3	77,8
Строительство	85,7	83,3	73,7
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	85,7	84,8	74,2
Текстильное и швейное производство	83,3	83,3	93,8
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	83,3	84,6	50,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	80,0	100,0	100,0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	79,6	82,5	70,2
Транспорт и связь	77,8	84,6	66,7
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	75,0	90,0	100,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	69,6	73,6	83,2
Производство готовых металлических изделий	69,2	84,6	75,0
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	65,0	71,7	85,0
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	50,0	71,4	66,7
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	50,0	71,4	100,0

К видам экономической деятельности, уровень административных барьеров в которых снизился или остался неизменным по итогам 2019 года, в наибольшей степени относятся: производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования (100%), образование (100%), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (100%), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (100%), торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт (100%), текстильное и швейное производство (93,8%), производство машин и оборудования (90%). Кроме того, именно представители данных сфер в 2018 году также отмечали снижение уровня административных барьеров на товарных рынках.

Стоит отметить, что представители большинства сфер деятельности 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 28.

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

	Всего 2017 год	Всего 2018 год	Всего 2019 год	Микро- предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	24,2	35,4	25,9	20,7	34,1	42,3	38,9
Органы власти ничего не предпринимают, что и требуется	8,1	14,4	9,7	11,4	8,1	0,0	0,0
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	19,1	12,6	11,9	13,9	8,6	7,7	5,6
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	5,9	3,6	3,1	2,9	3,2	7,7	0,0
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	41,4	30,4	47,0	48,7	43,8	42,3	50,0
Другое	1,3	3,6	2,3	2,4	2,2	0,0	5,6

Большинство респондентов предполагают, что органы власти в чем-то помогают, в чем-то мешают бизнесу своими действиями (47%). С отставанием почти в 20 процентных пунктов зафиксировано мнение респондентов о том, что органы власти помогают своими действиями (25,9%). Можно отметить, что в динамике за 3 года число респондентов, которым органы власти помогают своими действиями, выросло на 1,7%, а тех, кому мешают, – снизилось на 2,8% (в 2017 году – 5,9%, в 2019 году – 3,1%).

По мнению опрошенных предпринимателей, помощь оказывается скорее средним (42,3%) и крупным (38,9%) предприятиям. Малым и микропредприятиям органы власти преимущественно в чем-то помогают, в чем-то мешают (43,8% и 48,7% соответственно). Участие органов власти, по мнению респондентов, в наибольшей степени необходимо микропредприятиям (13,9%).

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 29).

Таблица 29.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти своими действиями либо помогают бизнесу, либо не вмешиваются (что и требуется) по итогам 2019 года, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	75,0
Рыболовство, рыбоводство	66,7
Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	50,0
Гостиницы и рестораны	44,4
Транспорт и связь	44,0

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

- 1) производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
- 2) рыболовство, рыбоводство;

3) оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами);

4) гостиницы и рестораны;

5) транспорт и связь.

Стоит отметить, что среди данных видов экономической деятельности, лидирующую позицию по сравнению с предыдущими двумя годами сохранило только производство и распределение электроэнергии, газа и воды (ранее к их числу относились образование, оптовая торговля и предоставление коммунальных услуг, строительство, добыча полезных ископаемых), но такие виды, как оптовая торговля, рыболовство и рыбоводство, гостиничный и ресторанный бизнес, сферы транспорта и связи, дополнили перечень лидеров.

Представители второй группы предполагают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают (таблица 30).

Таблица 30.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают в 2019 году, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Добыча полезных ископаемых	100,0
Образование	100,0
Текстильное и швейное производство	70,6
Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	66,7
Предоставление коммунальных услуг	58,3
Обработка древесины и производство изделий из дерева	58,1
Финансовые услуги	57,1
Производство готовых металлических изделий	56,3

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти своими действиями в чем-то помогают, в чем-то мешают бизнесу, относят добычу полезных ископаемых, образование, текстильное и швейное производство, торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт, предоставление коммунальных услуг,

финансовые услуги, обработку древесины и производство готовых металлических изделий.

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

В целом число предпринимателей, считающих, что органы власти в чем-то помогают бизнесу, в чем-то мешают, в 2019 году увеличилось, по сравнению с 2018 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 31).

Таблица 31.

Виды экономической деятельности, представители которых считают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не предпринимают никаких действий, когда это необходимо в 2019 году, %

Вид экономической деятельности	Удельный вес респондентов
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	50,0
Строительство	26,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	25,0
Производство машин и оборудования	20,0
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	19,4

К видам экономической деятельности, представители которых предполагают, что органы власти либо мешают бизнесу, либо не помогают, когда это необходимо, в большей степени относятся производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, строительство, операции с недвижимым имуществом, производство машин и оборудования, а также производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака. Причем производство пищевых продуктов уже была отнесена к этой группе в 2017 году.

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 1,2%, а в сравнении с 2017 годом на 10%.

4. Оценка представителями бизнес-сообщества деятельности естественных монополий

Помимо оценки деятельности органов власти, представителям бизнеса было предложено охарактеризовать деятельность естественных монополий. Оценивались следующие характеристики:

- 1) сроки получения услуг естественных монополий (таблица 32);
- 2) сложность получения услуг естественных монополий (таблица 33);
- 3) стоимость подключения (таблица 34).

Таблица 32.

Уровень оценки респондентами сроков получения услуг естественных монополий, %

	2018 год					2019 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Быстро	24,3	18,4	31,6	27,3	37,7	13,7	12,6	20,7	12,3	25,7
Скорее быстро	38,8	27,1	35,5	32,5	34,5	49,7	23,6	49,6	34,9	43,8
Скорее медленно	28,1	27,8	26,8	28,6	21,9	26,7	30,4	23,1	37,8	26,1
Медленно	8,8	26,7	6,2	11,5	5,9	9,9	33,4	6,7	15,1	4,4

По оценкам респондентов, наиболее быстро можно получить услуги телефонной связи (быстро и скорее быстро – 69,5%) и электроснабжения (быстро и скорее быстро – 70,3%), как и по итогам 2018 года. Необходимо отметить, что наблюдается отрицательная динамика в количестве респондентов, получивших услуги водоснабжения/водоотведения и газоснабжения быстро – около 8% по каждой из услуг.

Наиболее длительный срок, как и по итогам 2018 года, требуется для получения услуг газоснабжения. Ответы «медленно» и «скорее медленно» в 2019 году дали 63,8% респондентов (в 2018 году – 54,5%).

Таблица 33.

Уровень оценки респондентами сложности получения услуг естественных монополий, %

	2018 год					2019 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	15,3	16,4	11,3	20,3	24,3	17,1	11,1	13,8	12,8	23,2
Скорее низкая	35,4	28,0	39,0	34,3	35,5	43,8	27,9	36,4	37,3	40,0
Скорее высокая	40,7	37,2	39,2	34,1	32,8	31,8	33,1	36,4	36,5	29,4
Высокая	8,7	8,4	10,6	11,3	7,4	7,3	27,9	13,5	13,5	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 – 63,2% респондентов), несколько сложнее – услуги водоснабжения/водоотведения (сложность низкая или скорее низкая – 60,9% респондентов), электроснабжения (сложность низкая или скорее низкая – 50,2% респондентов).

Наиболее высокая сложность получения услуг наблюдается в области газоснабжения (сложность высокая или скорее высокая – 61% респондентов).

Таблица 34.

Уровень оценки респондентами стоимости получения услуг естественных монополий, %

	2018 год					2019 год				
	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь	Водоснабжение/ водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Низкая	9,9	4,7	6,8	5,4	14,5	4,0	3,2	2,1	3,2	4,9
Скорее низкая	15,0	10,2	12,2	17,8	20,8	16,3	5,9	14,3	6,8	32,1
Скорее высокая	44,3	45,0	44,7	35,8	38,7	55,8	41,2	55,4	59,3	41,1
Высокая	30,8	40,1	36,2	41,0	25,9	23,9	49,7	28,2	30,7	21,8

Большинство респондентов отмечают достаточно высокую стоимость получения услуг естественных монополий:

- 1) газоснабжения (высокая или скорее высокая – 90,9% респондентов);
- 2) электроснабжения (высокая или скорее высокая – 83,6% респондентов);
- 3) теплоснабжения (высокая или скорее высокая – 90% респондентов);
- 4) водоснабжения и водоотведения (высокая или скорее высокая – 79,7% респондентов);
- 5) телефонной связи (высокая или скорее высокая – 62,9% респондентов).

Таким образом можно наблюдать тенденцию увеличения количества респондентов, считающих что стоимость услуг естественных монополий высокой.

**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 (48,9%) оценило уровень доступности, понятности и удобство получения информации о состоянии конкурентной среды как средний (рисунок 3).

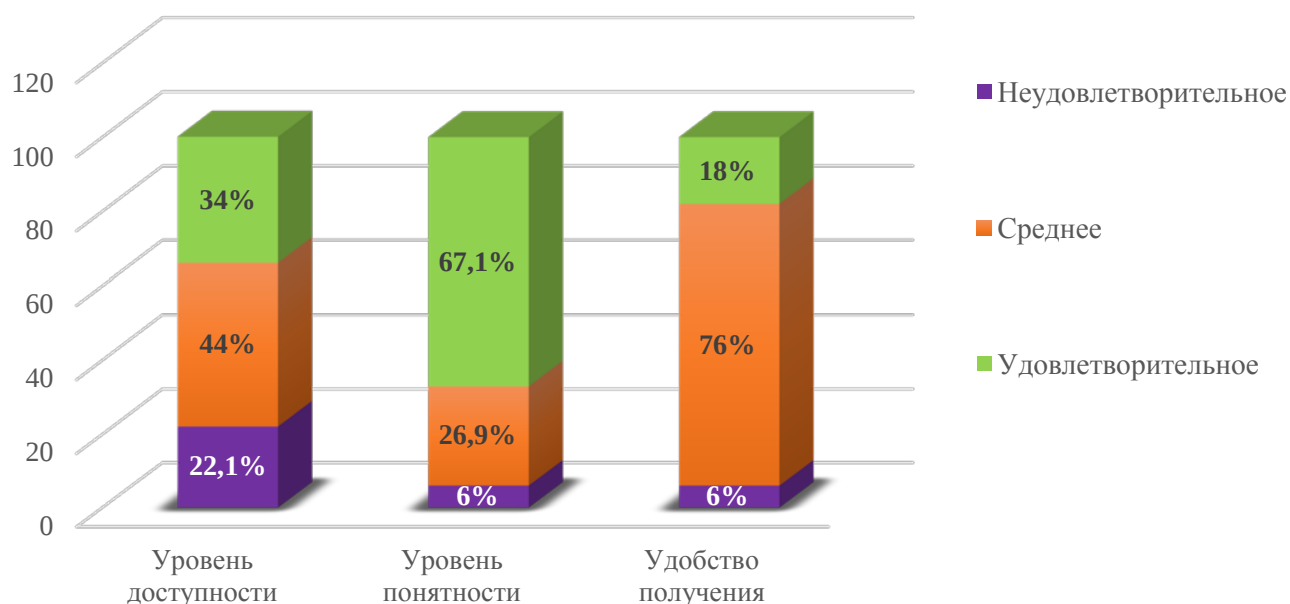


Рисунок 3. Результаты оценки потребителями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Положительная тенденция увеличения числа потребителей, оценивающих качество официальной информации как высокое, продолжилась и в 2019 году. В 2016 году данный показатель составлял 26,9%, в 2017 году – 32,4%, в 2018 году – 35,7%, в 2019 – 39,7%.

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

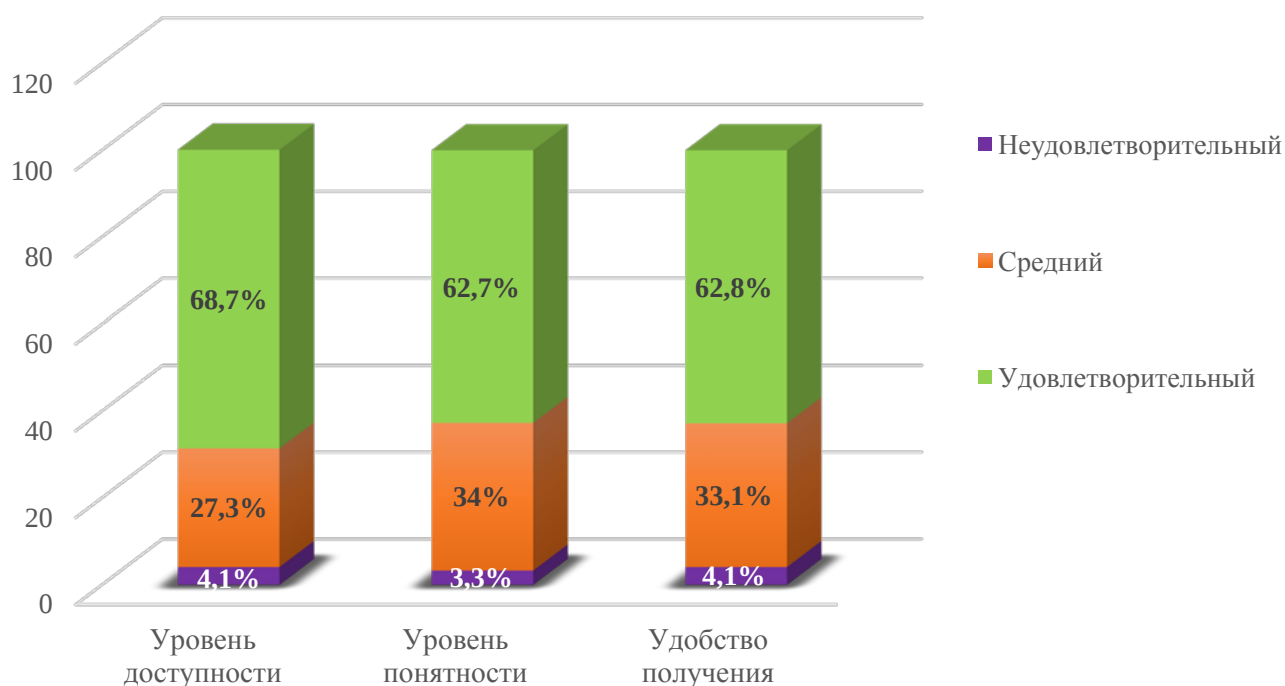


Рисунок 4. Результаты оценки предпринимателями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды

Уровнем доступности информации удовлетворены 68,7% респондентов, 27,3% оценивают уровень доступности официальной информации как средний. В 2016 - 2018 годах удовлетворено было меньшее число респондентов. В 2018 году высокий уровень отмечали 63,1% опрошенных, а средний – 30,4%.

Уровнем понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды удовлетворены 62,7% респондентов, 34% оценили уровень понятности как средний. По итогам 2018 года высокий уровень понятности отметили 61,6%, средний – 31,9, по итогам 2017 года – 57,7% респондентов отметили высокий уровень понятности, 36,1% – средний, а в 2016 году 40,6% респондентов отметили высокий уровень понятности, 44,8% – средний. Наблюдается тенденция к ежегодному повышению уровня понятности официальной информации для предпринимателей о состоянии конкурентной среды.

Удовлетворены удобством получения информации 62,8% опрошенных представителей бизнеса, 33,1% определили уровень удобства получения информации как средний. По данному показателю также зафиксированы положительные изменения в части способов получения информации

представителями бизнеса и потребителями товаров, работ и услуг: в 2018 году – 61,6% отметили высокий уровень удобства получения, в 2017 году – 54,6%, в 2016 году – 39,4%.

В целом неудовлетворенность уровнем доступности, понятности и удобством получения информации о состоянии конкурентной среды не превышает 4,1% (в 2016 году – не более 15,4%, в 2017 – 9,3%, в 2018 – 8,6%).

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.

IV. Мониторинг финансовых услуг

1. Мониторинг удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг

С целью выявления мнения населения Костромской области о развитости рынка финансовых услуг и развитии финансового рынка региона в целом, департаментом экономического развития Костромской области совместно с органами местного самоуправления муниципальных образований Костромской области проведено анкетирование среди жителей региона.

С целью максимального охвата всех муниципальных образований Костромской области в рамках анкетирования было опрошено более 1500 человек, различного социального статуса.

Одним из вопросов, рассматриваемым в рамках опроса потребительского сообщества являлся вопрос о структуре финансовых организаций, представленных в том или ином муниципальном образовании (таблица 35).

**Структура финансовых организаций Костромской области по мнению
различных социальных групп населения, %**

	Всего	Учащийся/студент	Работающие по найму	Предприниматель	Самозанятый	Пенсионеры	Временно не работающий	Безработный
Банки	57,0	63,0	59,3	47,8	55,1	59,3	54,8	51,0
Микрофинансовые организации, кредитные потребительские кооперативы и сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	23,1	17,5	21,3	31,5	23,7	16,7	28,0	30,5
Страховые компании	19,2	18,8	18,9	20,2	17,8	23,4	17,3	17,2
Инвестиционные компании	0,7	0,6	0,4	0,6	3,4	0,5	0,0	1,3

По мнению 57% потребителей наибольшую долю в структуре финансовых организаций Костромской области представляют банки, 23,1% – микрофинансовые организации и кредитные потребительские кооперативы.

Чуть менее 20% финансового рынка, по мнению населения, занимают страховые компании и 0,7% инвестиционные компании.

Притом, что практически распределение мнений всех социальных групп населения совпадает по структуре с общими значениями, то по мнению учащихся/студентов и пенсионеров число страховых компаний превышает количество микрофинансовых.

В рамках опроса выяснена удовлетворенность качеством и доступностью финансовых услуг (таблица 36).

Удовлетворенность качеством и доступностью финансовых услуг,
оказываемых в Костромской области по мнению различных социальных групп
населения, %

	Всего	Учащийся/студент	Работающие по найму	Предприниматель	Самозанятый	Пенсионеры	Временно не работающий	Безработный
Да, полностью удовлетворен	31,9	47,9	27,4	39,9	35,4	33,3	27,3	27,3
Удовлетворен только качеством финансовых услуг	15,4	11,1	15,5	8,5	15,6	17,7	20,1	18,7
Удовлетворен только доступностью финансовых услуг	22,7	17,4	24,9	23,5	27,1	21,0	21,6	17,3
Не удовлетворен	30,1	23,6	32,2	28,1	21,9	28,0	30,9	36,7

По мнению 31,9% респондентов удовлетворенность как качеством финансовых услуг, так и их доступностью находится на высоком уровне, в то же время 30,1% респондентов не удовлетворены данными параметрами. Данный факт свидетельствует о «полярности» степени удовлетворенности услугами регионального финансового сектора.

Количество опрошенных, удовлетворенных только доступностью финансовых услуг (22,7%), превышает количество удовлетворенных качеством данных услуг на 7,3%.

Среди работающих по найму, временно не работающих и безработных наблюдается большая доля неудовлетворенных качеством и доступностью финансовых услуг (32,2%, 30,9% и 36,7% соответственно), чем удовлетворенных.

Также респондентам было предложено отметить основные проблемы, с которыми они сталкиваются при посещении банков в своих муниципальных образованиях (таблица 37).

Основные проблемы отделений банков в Костромской области по мнению
различных социальных групп населения, %

	Всего	Учащийся/студент	Работающие по найму	Предприниматель	Самозанятый	Пенсионеры	Временно не работающий	Безработный
Удаленность	19,6	23,4	16,8	11,7	17,6	26,1	23,6	25,9
Компетентность сотрудников	8,5	7,8	8,3	6,9	9,3	4,9	9,6	14,6
Режим работы	20,6	24,7	21,3	21,4	29,6	14,7	20,4	13,3
Узкий спектр предоставляемых услуг	20,6	15,6	23,8	22,8	21,3	17,9	18,5	13,9
Низкая скорость обслуживания	14,1	18,2	12,9	13,8	6,5	17,9	17,2	13,9
Продукты банков	16,5	10,4	16,8	23,4	15,7	18,5	10,8	18,4

По мнению 41,2% респондентов основными моментами, которые не устраивают посетителей отделений банков, являются режим работы и узкий спектр предоставляемых услуг. 19,6% опрошенных отмечают удаленность банковских отделений, 16,5% – продукты банков, 14,1% – скорость обслуживания и 8,5% – компетентность сотрудников. Причем пенсионеров, временно не работающих и безработных в большей мере, не устраивает удаленность отделений банков, а предпринимателей – продукты банков (мониторинг финансовых услуг с точки зрения предпринимательского сообщества представлен далее).

Респондентам предложено оценить финансовые услуги, в которых проще либо сложнее разобраться потребителю (таблица 38).

Сложность финансовых услуг по мнению различных социальных групп населения, %

	Всего	Учащийся/студент	Работающие по найму	Предприниматель	Самозанятый	Пенсионеры	Временно не работающий	Безработный
Инвестиционные продукты	34,5	34,0	35,9	35,5	29,8	31,1	40,5	29,9
Кредиты	21,6	24,5	19,1	19,4	24,6	24,3	21,5	27,4
Микрозаймы	11,1	14,5	9,2	8,4	15,8	9,7	11,4	17,2
Вклады, депозиты	9,1	6,9	9,6	10,3	8,8	8,3	10,1	8,3
Страхование	10,1	10,1	11,8	9,7	13,2	6,8	7,6	7,0
Банковские карты	4,9	5,7	4,5	5,8	1,8	10,7	2,5	2,5
Другое	8,6	4,4	10,0	11,0	6,1	9,2	6,3	7,6

К наиболее сложным финансовым услугам, предоставляемым в Костромской области, по мнению 34,5% респондентов относятся инвестиционные продукты, по мнению 21,6% респондентов – кредиты и 11,1% респондентов отнесли микрозаймы. К услугам, в которых населению разобратся проще, 4,9% опрошенных отнесли банковские карты, 9,1% опрошенных – вклады и депозиты и 8,6% опрошенных отметили другие финансовые услуги, предоставляемые банками. Необходимо отметить что если инвестиционные продукты банков и кредиты являются сложными для понимания всеми социальными группами опрошенных граждан, то банковские карты являются самыми простыми для всех групп кроме пенсионеров, они отнесли эту услугу к одной из сложных.

И заключительным вопросом для потребителей финансовых услуг был вопрос о возможности и готовности использования различных способов оплаты некоторых услуг, на примере коммунальных (таблица 39).

Способы оплаты услуг по мнению различных социальных групп населения,
на примере оплаты коммунальных услуг, %

	Всего	Учащийся/студент	Работающие по найму	Предприниматель	Самозанятый	Пенсионеры	Временно не работающий	Безработный
Через кассу в отделении банка	20,3	10,8	17,4	16,3	24,0	27,7	29,6	26,0
Через терминал/банкомат	17,6	25,7	15,8	16,3	18,3	11,5	25,7	18,5
Через отделение Почты России	18,2	6,8	15,5	9,5	17,3	38,7	16,4	27,4
С помощью мобильного банка	30,1	46,6	34,0	39,5	34,6	9,4	21,7	17,8
С помощью интернет-банка	12,7	9,5	16,4	18,4	5,8	9,4	6,6	8,2
Через салон сотовой связи	0,4	0,7	0,3	0,0	0,0	1,0	0,0	0,7
Другое	0,7	0,0	0,7	0,0	0,0	2,1	0,0	1,4

Потребителям было предложено выбрать способ, которым они бы стали оплачивать коммунальные услуги. 30,1% респондентов выбрали возможность оплаты с помощью мобильного банка, 20,3% респондентов воспользуются кассой в отделении банка, а 18,2% отправятся оплачивать в отделение Почты России. 17,6% опрошенных смогут оплатить коммунальные услуги через банкоматы или терминалы и 12,7% воспользуются услугами интернет-банка.

Стоит отметить, что представители молодого поколения (учащиеся/студенты) при оплате счетов скорее выберут современные способы оплаты – мобильный банк (46,6%) и терминалы / банкоматы (25,7%). Тенденции выбора способов оплаты представителями среднего поколения (представителей предпринимательства и работающих по найму) находятся на уровне общерегиональных. Необходимо отметить, что представители старшего поколения (пенсионеры) выберут способы оплаты коммунальных услуг с помощью специалистов либо через отделение Почты России (38,7%) либо через кассу в отделении банка (27,7%).

2. Мониторинг удовлетворенности финансовыми услугами представителей бизнес сообщества Костромской области

Для определения удовлетворенности предпринимательского сообщества качеством и количеством предоставляемых в Костромской области финансовых услуг, в рамках проведенного опроса были заданы вопросы, касающиеся данной тематики. В опросе по удовлетворенности финансовыми услугами предпринимательского сообщества приняли участие более 630 респондентов.

Предприниматели Костромской области высказали свое мнение относительно количества организаций, предоставляющих финансовые услуги для бизнеса (таблица 40).

Таблица 40

Количество организаций, предоставляющих финансовые услуги в
Костромской области, %

	Всего	Микропред приятия	Малые предприят ия	Средние предприят ия	Крупные предприят ия
Да, есть большой выбор в какую организацию можно обратиться	26,1	25,0	28,3	24,0	33,3
Достаточно, выбор есть, но не слишком большой	43,8	44,4	39,1	68,0	44,4
Мало, необходимы еще	25,2	25,5	27,2	8,0	22,2
Нет совсем	4,9	5,1	5,4	0,0	0,0

В целом по мнению 69,9% предпринимателей, опрошенных в результате анкетирования, выбор финансовых организаций в регионе достаточный, либо большой, что говорит об удовлетворительной наполняемости рынка финансовых услуг. 25,2% респондентов считают необходимым открытие дополнительных финансовых организаций ввиду их недостаточного количества.

Подобная тенденция характерна для предприятий, относящихся к различным сегментам бизнеса.

Также представителям регионального бизнес сообщества предложено оценить работу финансовых организаций Костромской области (таблица 41).

Оценка деятельности финансовых организаций, осуществляющих
деятельность в Костромской области, %

	Всего	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Очень хорошо	4,2	3,8	3,7	8,7	11,1
Хорошо	40,8	35,4	48,7	65,2	50,0
Удовлетворительно	47,0	51,5	41,2	21,7	38,9
Неудовлетворительно	8,0	9,3	6,4	4,4	0,0

В целом 55% предпринимателей не считают деятельность финансовых организаций региона «хорошей» (варианты ответа «удовлетворительно» и «неудовлетворительно»), а 45% считают, что финансовые организации осуществляют свою деятельность «хорошо» либо «очень хорошо».

Похожее мнение о деятельности финансовых организаций высказали представители микропредприятий: 60,8% – не удовлетворены (варианты ответа «удовлетворительно» и «неудовлетворительно»), 39,2% – удовлетворены (варианты ответа «хорошо» и «очень хорошо»).

По мнению представителей малого, среднего и крупного бизнеса ситуация отличается от общерегиональной. Представители данных сегментов бизнеса сочли работу финансовых организаций успешной (варианты ответа «хорошо» и «очень хорошо») на 52,4%, 73,9% и 61,1% соответственно.

Кроме того, необходимо отметить, что при анализе удовлетворенности предпринимателей деятельностью финансовых организаций в разрезе видов деятельности отмечено следующее: 100% организаций, осуществляющих деятельность в сфере добычи полезных ископаемых оценивают работу финансовых организаций как удовлетворительную, а 100% организаций, осуществляющих деятельность на рынках образования и производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования, – как хорошую.

Немаловажным аспектом является и то, какими именно услугами финансовых организаций наиболее часто пользуются предприниматели нашего региона (таблица 42).

Таблица 42

Оценка деятельности финансовых организаций, осуществляющих
деятельность в Костромской области, %

	Всего	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Расчетно-кассовые услуги	35,9	37,7	36,8	19,3	22,0
Онлайн-кассы	17,4	20,3	13,2	14,0	4,9
Кредитование бизнеса	10,0	9,0	11,3	10,5	14,6
Дистанционное банковское обслуживание	14,4	12,9	17,5	10,5	19,5
Зарплатный проект	10,3	8,1	11,9	15,8	26,8
Лизинг	3,1	3,2	2,6	5,3	2,4
Факторинг	0,2	0,2	0,0	1,8	0,0
Эквайринг	1,7	1,7	1,7	3,5	0,0
Страхование	6,3	6,5	5,0	10,5	7,3
Брокерские услуги	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Инкассация	0,4	0,2	0,0	3,5	2,4
Валютные операции	0,5	0,3	0,0	5,3	0,0

К наиболее используемым услугам финансовых организаций которыми пользуются предприниматели Костромской области относятся: расчетно-кассовые услуги (35,9%), онлайн-кассы (17,4%), дистанционное банковское обслуживание (14,4%), зарплатные проекты (10,3%) и кредитование бизнеса (10,0%).

Данный перечень услуг используется в большей степени предприятиями всех сегментов бизнеса, но для каждого конкретного сегмента бизнеса имеются наиболее приоритетные финансовые услуги. Так, например, для микропредприятий наиболее важными финансовыми услугами являются расчетно-кассовые услуги и онлайн-кассы (37,7% и 20,3% соответственно), для малых предприятий – расчетно-кассовые услуги и дистанционное банковское обслуживание (36,8% и 17,5% соответственно), для средних предприятий – расчетно-кассовое обслуживание и зарплатные проекты (19,3% и 15,8%

соответственно) и для крупных предприятий в приоритете зарплатные проекты (26,8%) и расчетно-кассовые услуги (22,0%).

Помимо этого, мы спросили у предпринимателей возникали ли у них какие-либо проблемы при получении вышеуказанных услуг (таблица 43).

Таблица 43

Проблемы при получении финансовых услуг в регионе, %

	Всего	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Да, возникали, и я не смог их решить	7,6	7,1	9,4	8,3	0,0
Да, возникали, и я смог их преодолеть с большими трудностями	18,2	18,5	18,8	12,5	11,8
Да, возникали, и я их с легкостью преодолел	23,1	20,5	29,3	20,8	23,5
Нет, не возникало	51,1	53,9	42,5	58,3	64,7

Свыше 50% представителей бизнеса ответили, что у них не возникало никаких проблем при получении финансовых услуг, 23,1% предпринимателей столкнулись с некоторыми проблемами, но смогли их преодолеть без усилий. 18,2% респондентов смогли преодолеть проблемы при получении финансовых услуг с большими трудностями и лишь чуть более 7% опрошенных не смогли преодолеть проблемы.

При ответе на данный вопрос представители всех сегментов бизнеса преимущественно ответили подобным образом. Наибольших процент среди предпринимателей, у которых не возникло проблем, – крупный бизнес (64,7%).

И завершающим вопросом был вопрос о необходимости получения дополнительных финансовых услуг (таблица 44), по результатам которого можно оценить необходимость развития каких именно услуг требуется первостепенно.

Таблица 44

Финансовые услуги, которые необходимы предпринимателям Костромской области в дополнение к уже оказываемым, %

	Всего	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
--	-------	------------------	-------------------	---------------------	---------------------

Расчетно-кассовые услуги	15,2	13,0	22,2	9,1	0,0
Онлайн-кассы	10,6	10,1	13,0	4,5	5,0
Кредитование бизнеса	22,7	23,8	18,4	40,9	20,0
Дистанционное банковское обслуживание	14,2	16,1	11,4	9,1	10,0
Зарплатный проект	6,4	5,7	8,1	0,0	10,0
Лизинг	10,9	12,4	7,6	9,1	15,0
Факторинг	2,4	2,6	1,6	4,5	5,0
Эквайринг	4,2	3,6	3,8	18,2	5,0
Страхование	7,2	7,8	6,5	0,0	10,0
Брокерские услуги	0,2	0,0	0,0	4,5	0,0
Инкассация	1,6	2,1	1,1	0,0	0,0
Валютные операции	1,3	0,0	2,2	0,0	20,0
Другое	3,1	2,8	4,3	0,0	0,0

К наиболее необходимым финансовым услугам для бизнеса Костромской области можно отнести кредитование бизнеса (22,7%), расчетно-кассовые услуги (15,2%), дистанционное банковское обслуживание (14,2%), услуги лизинга (10,9%), онлайн-кассы (10,6%) и услуги страхования (7,2%).

Для микропредприятий основной перечень необходимых финансовых услуг совпадает с общерегиональным, как и для представителей малого бизнеса. Для среднего бизнеса наиболее необходимыми услугами являются услуги кредитования (40,9%), эквайринг (18,2%), а также лизинг (9,1%) и дистанционное банковское обслуживание (9,1%). Мнение представителей крупного бизнеса менее дифференцировано и к тем финансовым услугам, которыми они бы хотели воспользоваться, относятся кредитование бизнеса (20,0%), валютные операции (20,0%) и лизинговые услуги (15,0%).