



Аппарат Правительства НО
№001-10325/13-25-0
от 12.11.2014

ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

РУКОВОДИТЕЛЬ

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-5, 123995
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru http://www.fas.gov.ru

Губернатору
Нижегородской области
В.П. Шанцеву

Кремль, корпус 1,
г. Нижний Новгород, 603082

31.10.2014 № ИА/44545/14
На № _____ от _____

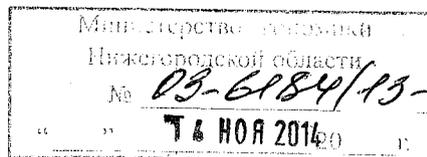
О содействии при внедрении
Стандарта развития конкуренции
в субъектах Российской Федерации

Уважаемый Валерий Павлинович!

Во исполнение поручения Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации И.И. Шувалова от 02.04.2014 № ИШ-П13-2189 по оказанию содействия пилотным регионам по внедрению регионального стандарта развития конкуренции Федеральная антимонопольная служба разработала и направляет для практического использования следующие методические материалы:

1. Рекомендации ФАС России органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации по внедрению Требования «Проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона» Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации;
2. Рекомендации по минимизации (определению, снижению, устранению) барьеров предпринимательской деятельности на приоритетных и социально значимых рынках субъекта Российской Федерации;
3. Примерный план ежегодного регионального доклада «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации» (далее – Примерный план).

В Примерном плане достаточно подробно отражены аспекты и показатели, прямо или косвенно отражающие состояние конкурентной среды в субъекте Российской Федерации. Вместе с тем, при разработке регионального доклада не является обязательным выдерживать структуру доклада и его содержание в



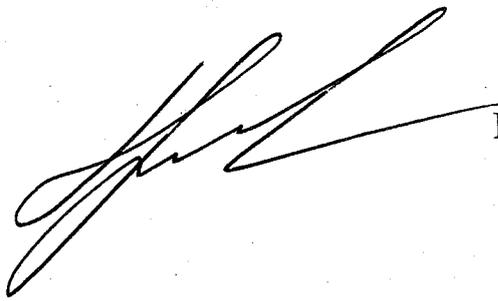
полном соответствии с предлагаемым Примерным планом. Данные, получение которых для использования в докладе связано со значительными дополнительными затратами, могут не отражаться в региональном докладе. В то же время в региональном докладе могут быть использованы иные данные, которые субъект Российской Федерации считает необходимым в нем представить.

Ответственным за методическую и аналитическую поддержку организации и проведения мониторинга и оценки состояния конкурентной среды и инкорпорирование материалов региональных докладов о состоянии конкуренции в Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации является Аналитическое управление ФАС России. Контактные лица: Шипунов Владимир Александрович, заместитель начальника управления, тел. (499) 755 23 23 доб 088 118, электронная почта: shipunov@fas.gov.ru; Золотухина Ирина Александровна, заместитель начальника отдела анализа рынков, реестров и НИОКР, тел. (499) 755 23 23 доб 088 828, электронная почта: zolotuhina@fas.gov.ru.

Организационное содействие внедрению Стандарта осуществляет также Контрольно-финансовое управление ФАС России, контактное лицо – Рыбаченко Елена Александровна, заместитель начальника управления, тел. (499) 755 23 23 доб. 088 368, электронная почта: contr@fas.gov.ru.

В целях оптимального взаимодействия при внедрении Стандарта прошу сообщить о должностных лицах органов государственной власти Нижегородской области, ответственных за внедрение Стандарта в регионе, и их контактные данные.

Приложение: на 18 л. в 1 экз.



И.Ю. Артемьев

Шипунов В.А.
(499) 755 23 23 доб. 088 118

**Рекомендации ФАС России органам исполнительной власти субъектов
Российской Федерации по внедрению Требования «Проведение
мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках
товаров и услуг региона» Стандарта развития конкуренции
в субъектах Российской Федерации**

Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации (далее – Стандарт) разработан во исполнение плана мероприятий «дорожной карты» «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики», утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.12.2012 № 2579-р. Стандарт утвержден Первым заместителем Председателя Правительства Российской Федерации И.И. Шуваловым ИШ-П13-2189 от 02.04.2014.

Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона, организация проведения которого возложена в соответствии с требованием 5 Стандарта на уполномоченный орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в регионе (далее – Уполномоченный орган), включает в себя:

- мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности;
- мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на товарных рынках региона и состоянием ценовой конкуренции;
- мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой Уполномоченным органом;
- мониторинг деятельности субъектов естественных монополий локального и регионального уровня.

Данные мониторинга используются:

- при разработке регионального доклада «Состояние и развитие конкурентной среды в субъекте Российской Федерации» (далее – региональный доклад);
- при подготовке доклада в Минэкономразвития России о мерах по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности, реализованных в субъекте Российской Федерации (распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.04.2014 № 570-р);
- при подготовке докладов в уполномоченный федеральный орган власти по оценке деятельности высших должностных лиц субъекта Российской Федерации с точки зрения внедрения Стандарта и развития конкуренции (проект соответствующего указа разработан).

Результаты мониторинга также рекомендуется использовать:

- при формировании и корректировке Перечня приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации (далее – Перечень);

- при разработке и реализации плана мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в регионе (далее – региональная «дорожная карта»).

При осуществлении мониторинга, подготовке регионального доклада и материалов для включения в Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации¹ рекомендуется придерживаться следующих временных рамок:

- мониторинг проводится в течение всего отчетного года;

- оценка состояния конкурентной среды в субъекте Российской Федерации проводится по итогам календарного года;

- региональный доклад размещается в сети Интернет не позднее 1 апреля года, следующего за отчетным периодом);

- материалы в Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации рекомендуется представлять в ФАС России в срок до 10 марта года, следующего за отчетным периодом.

Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности рекомендуется проводить, принимая во внимание следующее.

1. Получение объективных исходных данных, используемых для оценки состояния конкурентной среды, рекомендуется обеспечивать с использованием следующих источников: данные государственного статистического наблюдения, данные ФНС России, в том числе, получаемые по дополнительным запросам, иные данные, которыми располагают территориальные органы федеральных органов исполнительной власти, региональные и муниципальные органы власти.

2. Оценка состояния конкуренции в субъекте Российской Федерации может осуществляться посредством анализа показателей, прямо или косвенно характеризующих состояние конкурентной среды.

В частности, могут быть использованы такие показатели как:

- количество хозяйствующих субъектов на товарных рынках региона в динамике за последние 5 лет (в абсолютном выражении и, в целях межрегионального сравнения, на 1000 чел. населения, с использованием данных Росстата или ФНС России);

- количество новых предприятий, зарегистрированных на территории региона за последние 5 лет, в том числе в расчете на 1000 чел. населения (с использованием данных Росстата или ФНС России);

¹ Доклад разрабатывается в соответствии с пунктом 10 части 2 статьи 23 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и поручениями Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации И.И. Шувалова от 30.04.2013 № ИШ-П13-3004 и от 02.04.2014 № ИШ-П13-2189.

- количество государственных и муниципальных предприятий² (всего и по отраслям) в динамике за последние 5 лет (данные Росстата);
- объем субсидирования государственных и муниципальных предприятий в динамике за последние 5 лет;
- количество организаций, действующих на рынках региона, с суммарной долей добавленной стоимости в ВРП 10 %, 20 %, 30 %, 40%, 50 %, (данные Росстата).

В целях осуществления мониторинга оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках субъекта Российской Федерации субъектами предпринимательской деятельности представляется целесообразным использовать опросы, проводимые Росстатом (формы ДАС, 1-ДАП и др.), общественными объединениями (организациями) предпринимателей (ОПОРА России, Деловая Россия и т.д.), иными органами и организациями, в том числе органами власти субъекта Российской Федерации. Пример анкеты³ приведен в приложении 1.

Необходимо иметь в виду, что в составе данных международных рейтингов (рейтинг Всемирного экономического форума, рейтинг Всемирного банка «Doing Business in Russia» и др.) могут присутствовать, помимо данных по Российской Федерации в целом, и показатели для ряда крупных субъектов Российской Федерации или их региональных центров, которые также могут быть использованы в целях оценки состояния конкуренции в регионе.

Одной из определяющих характеристик состояния конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации является достижение целевых показателей региональной «дорожной карты».

По каждому рынку, вошедшему в Перечень, рекомендуется, в том числе, определять (непосредственно органами государственной власти субъекта Российской Федерации или привлеченными экспертами):

- наличие хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке;
- долю государственных и муниципальных предприятий на рынке;
- сегменты рынка, на которых в силу нормативных требований или объективных причин могут осуществлять деятельность только государственные и (или) муниципальные организации;
- административные, экономические и иные барьеры, затрудняющие предпринимательскую деятельность на рынке;
- оценки масштабов «теневой» доли рынка (по данным экспертов, при наличии);
- характеристику состояния конкуренции на товарном рынке в регионе (рынок с развитой конкуренцией, недостаточно развитой конкуренцией, неразвитой конкуренцией).

² Государственные унитарные предприятия, муниципальные унитарные предприятия, хозяйственные общества, в уставном капитале которых более 50 % акций (долей) находится в государственной (муниципальной) собственности.

³ Разработчик Нижегородский Государственный Университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра экономической социологии факультета социальных наук.

В ходе проведения мониторинга целесообразно проводить предварительное обсуждение, как исходных данных, так и результатов оценки конкурентной среды на товарных рынках региона с привлечением общественных организаций, экспертных советов, научной общественности.

В случае необходимости и возможности характеристика состояния конкуренции на товарных рынках определяется по муниципальным образованиям (например, в отдаленных районах с низкой плотностью населения рынки характеризуются высоким уровнем локализации, обусловленной большой протяженностью территории, недостаточным развитием транспортной инфраструктуры и т.д.).

По результатам вышеуказанных действий могут выявляться проблемы развития конкуренции на рынке и вырабатываются предложения по их решению.

3. Состояние конкуренции на товарных рынках региона, уровня (наличия) административных барьеров может оцениваться, в том числе, по наличию жалоб в надзорные органы по данной проблематике и динамике их поступления в сравнении с предыдущим отчетным периодом.

4. При проведении мониторинга используется информация о правоприменительной практике территориальных органов ФАС России в отношении региональных и муниципальных органов власти и подведомственных им организаций в части доли (процентов), оспоренных в судах решений, вступивших в законную силу в отраслевом разрезе и с разбивкой по направлениям деятельности.

5. В целях получения репрезентативных данных, характеризующих состояние конкурентной среды в субъекте Российской Федерации в целом и в отдельных отраслях, рекомендуется заключать соглашения о взаимодействии и информационном обмене с территориальными органами федеральных органов исполнительной власти (включая Росстат и ФНС России) и общественными объединениями предпринимателей и потребителей.

Вместе с тем при подготовке запроса информации в территориальные органы ФАС России следует учитывать, что указанные органы исследуют ограниченное количество рынков, необходимое для выполнения ими контрольно-надзорных функций в соответствии с законодательством. В связи с этим антимонопольные органы могут предоставить органам власти региона информацию только по тем рынкам, анализ которых проводился по поручениям федеральных органов власти, либо по рынкам, которые исследовались в рамках рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения антимонопольного законодательства, либо в рамках государственного контроля экономической концентрации.

6. При осуществлении мониторинга целесообразно отмечать примеры положительных действий региональных органов власти по улучшению состояния конкурентной среды (в том числе, примеры из аналитических материалов ФАС России «Белые и черные книги» проконкурентных и антиконкурентных региональных практик, которые размещены на официальном сайте ФАС России в сети Интернет).

7. Оценку состояния конкуренции рекомендуется проводить с учетом следующего:

- проведение мониторинга состояния конкуренции на товарных рынках определенной сферы деятельности рекомендуется возлагать на отраслевые структурные подразделения органов исполнительной власти региона. При необходимости к этой работе могут быть привлечены органы местного самоуправления;

- рынки, входящие в Перечень, на которых осуществляется мониторинг, рекомендуется сегментировать по видам товаров (работ и услуг).

Подразделы мониторинга:

- *мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на товарных рынках региона и состоянием ценовой конкуренции;*

- *мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой Уполномоченным органом,*

целесообразно осуществлять на основе опросов потребителей и по наличию жалоб в надзорные органы. Пример анкеты опроса потребителей⁴ приведен в приложении 2.

Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий локального и регионального уровня осуществляется после выполнения Требования 6 «Создание и реализация механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий» Стандарта, на основании информации по результатам общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий.

⁴ Разработчик Нижегородский Государственный Университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра экономической социологии факультета социальных наук



**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО**

Кафедра экономической социологии факультета социальных наук

Просим Вас ответить на вопросы, касающиеся Вашего отношения к развитию конкуренции и прав потребителей в Вашем районе. Для заполнения анкеты достаточно обвести кружком номер того варианта ответа, который в наибольшей степени соответствует Вашему мнению. Анкета анонимная, подписывать ее не надо. Заранее благодарим Вас за участие в работе

1. КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ

	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
1. В России	1	2	3	4	5
2. В Нижегородской области	1	2	3	4	5
3. В вашем районе	1	2	3	4	5
4. В вашей семье	1	2	3	4	5

2. НАСКОЛЬКО ШИРОК В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ ВЫБОР КОМПАНИЙ, ПРОДАЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ?

3. НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВОЛЬНЫ ПОЛОЖЕНИЕМ ДЕЛ СО СЛЕДУЮЩИМИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ?

1 Не довольны 2 Когда как 3 Довольны

	Избыточно МНОГО	Достаточно	Мало	Нет совсем		Уровень цен			Качество			Стабильность товарности/услуги			Возможность выбрать, найти то, что		
						1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1.	1	2	3	4	Продукты питания												
2.	1	2	3	4	Одежда и обувь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3.	1	2	3	4	Мебель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
4.	1	2	3	4	Бытовая техника	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
5.	1	2	3	4	Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
6.	1	2	3	4	Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
7.	1	2	3	4	Общественный транспорт	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
8.	1	2	3	4	бензин и дизель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
9.	1	2	3	4	Лекарственные препараты	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
10.	1	2	3	4	Стоматология	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
11.	1	2	3	4	Медицинские услуги	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
12.	1	2	3	4	Услуги учреждений дошкольного образования	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
13.	1	2	3	4	Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
14.	1	2	3	4	Услуги по управлению многоквартирными домами	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
15.	1	2	3	4	Сотовая связь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
16.	1	2	3	4	Интернет	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
17.	1	2	3	4	Водопровод	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
18.	1	2	3	4	Электроснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
19.	1	2	3	4	Теплоснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
20.	1	2	3	4	Газоснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3

4. КАКИЕ НОВЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ ВАМ ХОТЕЛОСЬ БЫ ВИДЕТЬ В ВАШЕМ НАСЕЛЕННОМ ПУНКТЕ (РАЙОНЕ)?

5. РЫНКИ КАКИХ ТОВАРОВ В ВАШЕМ РАЙОНЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ДОЛЖНЫ КОНТРОЛИРОВАТЬСЯ ГОСОРГАНАМИ?

6. КАК ВЫ КАК ОЦЕНИВАЕТЕ ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ВАШЕМ РАЙОНЕ?

1. Очень низко 2 Низко 3. Удовлетворительно 4. Хорошо 5. Отлично

7. ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ КАК ПОТРЕБИТЕЛЮ ЗАЩИЩАТЬ СВОИ ПРАВА?	1. Да	8. КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ УСПЕШНОСТЬ ВАШИХ ДЕЙСТВИЙ?	1. Вам не удалось отстоять свои права	4. Частично удалось
	2. Нет		2. Вопрос завис на рассмотрении	5. Полностью удалось
			3. Затрудняюсь оценить	

9. КАК ВЫ КАК ОЦЕНИВАЕТЕ УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ВАШЕМ РАЙОНЕ?

1. Очень низко 2 Низко 3. Удовлетворительно 4. Хорошо 5. Отлично

10. ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ ИЛИ ВАШИМ ЗНАКОМЫМ И БЛИЗКИМ ЗАЩИЩАТЬ СВОИ ПРАВА КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ?	1. Да	11. ЕСЛИ ДА, ТО, КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ УСПЕШНОСТЬ ЭТИХ ДЕЙСТВИЙ?	1. Не удалось отстоять свои права	4. Частично удалось
	2.		2. Вопрос завис на рассмотрении	5. Полностью удалось
	3. Нет		3. Затрудняюсь оценить	

12. НА ЧТО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ДОЛЖНА БЫТЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НАПРАВЛЕНА РАБОТА ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ РАЙОНЕ? (укажите 3 основных направления)

1. Создание условий для того, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше
2. Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе
3. Контроль над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке
4. Контроль над ростом цен
5. Контроль над качеством продукции
6. Контроль над тем, чтобы фирмы соревновались честно
7. Обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность
8. Помощь начинающим предпринимателям
9. Привлечение инвесторов
10. Создание новых рабочих мест
11. Поддержка новых направлений развития экономики города и района
12. Контроль над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт
13. Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий
14. Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок
15. Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции
16. Юридическая защита предпринимателей
17. Другое _____

13. ХОТЕЛИ БЫ ВЫ ИМЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О РАЗВИТИИ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ ГОРОДЕ/РАЙОНЕ?	5. Да, мне это очень интересно
	4. Скорее да, может пригодиться
	3. В зависимости от ситуации
	2. Скорее нет
	1. Нет мне это однозначно не интересно
14. КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ЭТОЙ ИНФОРМАЦИИ СЕЙЧАС?	1. Информации о состоянии конкуренции нет совсем
	2. Ее получить очень трудно
	3. Затрудняюсь ответить
	4. Можно получить, если приложить усилия
	5. Информация о конкуренции общедоступна

15. ОТКУДА ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО ПОЛУЧАЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ О РАЗВИТИИ КОНКУРЕНЦИИ В РАЙОНЕ И ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ? (укажите все источники, которыми пользуетесь)

Непосредственно от государственных органов, контролирующих эти процессы

1. Районный отдел (департамент, управление) по развитию предпринимательства
2. Комитет по управлению муниципальным имуществом
3. Общественная приемная Президента РФ
4. Общественная приемная Губернатора Нижегородской области
5. Районные комитеты по защите прав потребителей
6. Учебные заведения района

Непосредственно от общественных организаций, контролирующих эти процессы

7. Нижегородская региональная общественная организация по защите прав потребителей
8. Правовой центр защиты потребителей
9. ОПОРА России
10. Деловая Россия
11. Общественная палата Нижегородской области

Из различных источников

- | | |
|----------------------------|---|
| 12. Центральные газеты | 18. Официальные сайты организаций, регулирующих развитие конкуренции |
| 13. Местных газет | 19. Интернет-страницы официальных организаций в социальных сетях |
| 14. Центральные ТВ каналов | 20. Социальные сети интернет |
| 15. Местных ТВ каналов | 21. Горячие линии с организациями, регулирующими развитие конкуренции |
| 16. Радио | 22. Другое |
| 17. Друзья и знакомые | |

16. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НАСКОЛЬКО ЛЕГКО ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ?

1. Очень сложно
2. Сложно
3. Затрудняюсь оценить
4. Скорее легко
5. Легко

17. ЧТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ МЕШАЕТ ОТКРЫТИЮ СВОЕГО ДЕЛА В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ?

18. КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, В ВАШЕМ ГОРОДЕ/РАЙОНЕ СКЛАДЫВАЕТСЯ ОБСТАНОВКА ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА?	Плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить
Наличие информации о состоянии рынков города/района	1	2	3	4	5	0
Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	1	2	3	4	5	0
Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	1	2	3	4	5	0
Возможность получения кредитов	1	2	3	4	5	0
Получение разрешения на открытие бизнеса	1	2	3	4	5	0
Возможности аренды помещений	1	2	3	4	5	0
Взаимодействие бизнеса с органами власти	1	2	3	4	5	0
Объем требований и отчетности для налоговых служб	1	2	3	4	5	0
Доступность государственных и муниципальных услуг	1	2	3	4	5	0
10. Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	1	2	3	4	5	0
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	1	2	3	4	5	0
12. Преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе	1	2	3	4	5	0

19. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НАСКОЛЬКО ЛЕГКО ВЕСТИ СВОЕ ДЕЛО В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ?

1. Очень сложно 2. Сложно 3. Затрудняюсь оценить 4. Скорее легко 5. Легко

20. ЧТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ МЕШАЕТ ВЫЖИВАНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ?

21. ЗА ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ, ВСТРЕЧАЛИ ЛИ ВЫ ИНФОРМАЦИЮ О ТОМ, ГДЕ МОЖНО ПРОЙТИ ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА? – Да, встречали; 2. – Нет, не встречали; 3. Затрудняюсь сказать

22. КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ РАБОТУ СЛЕДУЮЩИХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОРГАНИЗАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ НАСЕЛЕННОМ ПУНКТЕ/ РАЙОНЕ ОБЛАСТИ?

4. Удовлетворительно 3. Средне 2. Не удовлетворительно 1. Ничего не знаю о работе этой организации

1. Президент России (В.Путин)	1	2	3	4	10. Правовой центр защиты потребителей	1	2	3	4
2. Общественная приемная Президента РФ	1	2	3	4	11. ОПОРА России	1	2	3	4
3. Губернатор Нижегородской области	1	2	3	4	12. Деловая Россия	1	2	3	4
4. Общественная приемная Губернатора НО	1	2	3	4	13. Общественная палата Нижегород. области	1	2	3	4
5. Федеральная антимонопольная служба по Нижегородской области	1	2	3	4	14. Нижегород. региональная общественная организация по защите прав потребителей	1	2	3	4
6. Глава МСУ Вашего района, председатель Земского собрания	1	2	3	4	15. Районные комитеты по защите прав потребителей	1	2	3	4
7. Глава администрации района	1	2	3	4	16. Учебные заведения района	1	2	3	4
8. Комитет по управлению муниципальным имуществом	1	2	3	4	17. Районный отдел (департамент) по развитию предпринимательства	1	2	3	4
9. Администрация района	1	2	3	4	18. Ваш Сельсовет	1	2	3	4

23. ЕСТЬ ЛИ СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО: (возможно несколько вариантов ответа)

4. У вас 3. У членов семьи 2. У кого-то из друзей, знакомых 1. Нет ни у меня, не в ближайшем окружении **(переход 26)**

24. ЕСТЬ ЛИ ЕСТЬ, ТО КАК ОНО ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. ОАО – Открытое акционерное общество | 4. Индивидуальный предприниматель |
| 2. ООО – Общество с ограниченной ответственностью | 5. Пока не зарегистрировано |
| 3. ЗАО Закрытое акционерное общество | 6. Другое _____ |

25. ЧТО ПРОИЗВОДИТСЯ ИЛИ КАКИЕ УСЛУГИ ОКАЗЫВАЮТСЯ?

26. КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ИДЕЕ ОТКРЫТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА?

1. Никогда не буду этим заниматься
2. Могу что-то поделаться по мелочам без регистрации

3. Могу заняться бизнесом, если потеряю работу
 4. Могу заняться новым собственным бизнесом, если это будет выгодно

27. КАКИМ ВИДОМ БИЗНЕСА ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗАНИМАТЬСЯ? _____

В ЗАКЛЮЧЕНИЕ НЕСКОЛЬКО СЛОВ О СЕБЕ

28. ПОЛ 1. М 2. Ж

29. ВОЗРАСТ _____

30. ОБРАЗОВАНИЕ:

1. Неполное среднее	3. Среднее специальное	4. Неоконченное высшее
2. Среднее общее		5. Высшее

31. РОД ЗАНЯТИЙ:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1. Работаю (на предприятии, в учреждении, у физических лиц) | 6. Учусь в колледже, техникуме, ПТУ |
| 2. В декретном отпуске, в отпуске по уходу за ребенком | 7. Работающий пенсионер |
| 3. Работающий студент вуза, аспирант | 8. Неработающий пенсионер |
| 4. Студент вуза, аспирант | 1. Безработный (ищу работу) |
| 5. Занимаюсь предпринимательством, индивидуальной трудовой деятельностью (самозанятый, в т.ч. в подсобном хозяйстве) | 2. Безработный (не ищу работу) |
| | 3. Другое занятие (какое?) |

32. НА ПРЕДПРИЯТИИ КАКОГО ТИПА ВЫ РАБОТАЕТЕ?

- | | |
|--|---|
| 1. Государственное, муниципальное предприятие/ учреждение (бюджетная организация, включая воинскую часть, полицию) | 5. Работа по найму у физических лиц или семьи |
| 2. Акционерное общество без участия государства, частное, кооперативное предприятие, включая семейное | 6. Акционерное общество (предприятие) с участием государства |
| 3. Совместное, иностранное предприятие (организация) | 7. Индивидуальное предпринимательство, торговля (включая уличную), услуги |
| 4. Некоммерческая организация, фонд, творческий союз и т.д. | 8. Личное подсобное хозяйство (ЛПХ) |
| | 9. Другое |

33. СФЕРА ВАШЕЙ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- | | |
|---|--|
| 1. Промышленность, строительство | 7. Транспорт |
| 2. Оптовая и розничная торговля, общественное питание | 8. Телекоммуникации и связь |
| 3. Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание | 9. Сельское и лесное хозяйство |
| 4. здравоохранение, социальное обеспечение | 10. Образование, наука, культура и искусство |
| 5. Прочие услуги (юридические, информационные, рекламные, туристические и др. услуги) | 11. Гос. и муниципальное управление |
| 6. Силловые структуры (армия, полиция и т.д.) | 12. Финансы, кредит, страхование |
| | 13. Другое (укажите) |

34. КЕМ ВЫ РАБОТАЕТЕ?

- | | |
|---|--|
| 1. Неквалифицированный или малоквалифицированный рабочий (1-3 разряд), младший обслуживающий персонал | 5. Руководитель низшего или среднего звена |
| 2. Квалифицированный рабочий (4 разряд и более) | 6. Руководитель высшего звена |
| 3. Служащий без высшего образования | 7. Предприниматель, включая фермера |
| 4. ИТР или служащий с высшим образованием | 8. Самозанятый (в т.ч. в ЛПХ) |
| | 9. Другое (укажите) |

35. ГДЕ НАХОДИТСЯ ВАШЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО?

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. В вашем населенном пункте | 3. В другом районе |
| 2. В другом населенном пункте района | 4. В Н. Новгороде |
| | 5. В другом областном центре, Москве |

36. ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД ВЫ: (можно дать несколько вариантов ответа)

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Потеряли работу | 4. Были понижены в должности |
| 2. Нашли работу | 5. Прошли повышение квалификации, переобучение |
| 3. Получили повышение | 6. Ничего не изменилось |

37. Имя респондента _____ 38. Телефон _____

39. Точка опроса (улица, № дома) _____



Просим Вас принять участие в мониторинге состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в Нижнем Новгороде.

Благодарим Вас за участие в работе.

1. Общая оценка экономической ситуации в районе	<ul style="list-style-type: none">• Как бы Вы охарактеризовали экономическую ситуацию в Нижнем Новгороде?• Какие факторы оказывают на экономическую ситуацию наибольшее позитивное и негативное влияние?
2. Бизнес-климат	<ul style="list-style-type: none">• Как бы вы в целом оценили уровень сложности начала нового бизнеса в районе, городе? В чем состоят основные трудности?• За последнее время стало легче или труднее начать новый бизнес? Что изменилось к лучшему, а что к худшему?• По вашей оценке, много ли новых людей, без опыта предпринимательства, сейчас открывает свое дело?
3. Состояние и динамика отдельных рынков	<ul style="list-style-type: none">• Какие рынки в городе демонстрировали наибольший рост за последние 2-3 года?• Какие рынки сильнее всего сокращались?• Каков ваш прогноз динамики рынков на ближайшую перспективу?• Есть ли перспектива для возникновения новых рынков или существенного расширения имеющихся?
4. Состояние спроса	<ul style="list-style-type: none">• Потребительский спрос за последние 2-3 года возрастал или уменьшался?• Как изменялся спрос по отдельным рынкам? На что люди стали тратить больше, а на что меньше?
5. Какие индикаторы целесообразно использовать для оценки уровня развития конкуренции на уровне города	<ul style="list-style-type: none">• Конкретный перечень• Периодичностью сбора• Соотношение статистики и социологии
6. Состояние конкуренции	<ul style="list-style-type: none">• За последние 2-3 года на ваш взгляд, конкуренция в городе стала более или менее острой?• На каких рынках конкуренция обострилась, а на каких стала менее острой?• Как это отразилось на рядовых покупателях?• Как изменилось качество товаров и их цены?
7. Методы регулирования	<ul style="list-style-type: none">• Какие основные методы конкуренции используются предпринимателями района? Изменились ли эти методы за последние 2-3 года?• Есть ли случаи использования внеэкономических методов конкуренции? Для каких сфер бизнеса они более характерны?• На ваш взгляд, нужно ли способствовать развитию конкуренции в районе? Кто должен этим заниматься? Какие мероприятия по развитию конкуренции необходимы в первую очередь
8. Какие рынки Нижнего Новгорода Вы считаете наиболее социально-значимыми	<ul style="list-style-type: none">• Перечень рынков• Почему именно эти• Нуждаются ли они в регулировании
9. Как Вы оцениваете поведение естественных монополистов на рынке Нижнего Новгорода	<ul style="list-style-type: none">• Кого относят к естественным монополистам• Как к ним относятся• Нуждается ли их деятельность в контроле и каком?
10. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства	<ul style="list-style-type: none">• Как бы вы охарактеризовали отношение государственных и муниципальных органов к малому и среднему бизнесу на протяжении последних лет?• Есть ли сферы, в которых влияние властей на бизнес представляется вам избыточным? В каких сферах оно недостаточно?• Можно ли говорить о фактах административного давления на бизнес? В чем это проявляется?• В чем проявляется государственная поддержка предпринимательства?• Легко ли предпринимателям найти контакт с представителями власти, донести до них свою точку зрения и быть услышанными?• Какие меры, конкретные шаги по воздействию на бизнес-среду представляются вам необходимыми?
11. Информированность	<ul style="list-style-type: none">• Из каких источников вы в основном получаете информацию о состоянии рынка в Нижнем Новгороде? Насколько, по-вашему, достоверна эта информация?• Есть ли у предпринимателей района, города заинтересованность в таком источнике информации?

Рекомендации по минимизации (определению, снижению, устранению) барьеров предпринимательской деятельности на приоритетных и социально значимых рынках субъекта Российской Федерации

1. Барьеры входа на рынок - это любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие новым хозяйствующим субъектам вступить на данный товарный рынок и на равных конкурировать с уже действующими на нем хозяйствующими субъектами.

Процедура определения обстоятельств или действий, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих хозяйствующим субъектам начало деятельности на товарном рынке, включает в себя:

- выявление наличия (или отсутствия) барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок;
- определение преодолимости выявленных барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок.

2. К барьерам входа на товарный рынок относятся:

а) административные ограничения, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов (не противоречащие антимонопольному законодательству), в том числе:

- условия лицензирования отдельных видов деятельности;
- квотирование;
- ограничения ввоза-вывоза товаров;
- требования обязательного удовлетворения определенного спроса, поддержания мобилизационных мощностей, сохранения рабочих мест и социальной инфраструктуры;
- предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам;
- препятствия в отведении земельных участков, предоставлении производственных и иных помещений;
- условия конкурсного отбора поставщиков товара для государственных и муниципальных нужд;
- экологические ограничения, в том числе запрещение строительства производственных мощностей и объектов транспортной инфраструктуры;
- стандарты и предъявляемые к качеству требования;

б) экономические ограничения, в том числе:

- необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений;
- ограниченная доступность финансовых ресурсов и более высокие издержки привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;
- издержки выхода с рынка, включающие инвестиции, которые невозможно возместить при прекращении хозяйственной деятельности;
- издержки получения доступа к необходимым ресурсам и правам интеллектуальной собственности, издержки на рекламу, издержки на получение информации;

- транспортные ограничения;
- отсутствие доступа потенциальных участников к ресурсам, предложение которых ограничено и которые распределены между хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;

- наличие экономически оправданного минимального объема производства, обуславливающее для хозяйствующих субъектов более высокие затраты на единицу продукции до момента достижения такого объема производства (эффект масштаба производства);

- преимущества хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, перед потенциальными участниками товарного рынка, в частности, по затратам на единицу продукции и по спросу на товар, по наличию долгосрочных договоров с приобретателями;

в) стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов, направленная на создание барьеров входа на рынок, в том числе:

- инвестирование в избыточные производственные мощности, позволяющие увеличить выпуск товара для целей ограничения новых участников рынка;

- увеличение для приобретателя издержек, связанных со сменой продавца, в том числе в результате предоставления скидок постоянным приобретателям, заключения долгосрочных контрактов или выпуска взаимодополняющих товаров, не являющихся взаимозаменяемыми с продукцией других хозяйствующих субъектов;

- проведение интенсивных рекламных кампаний;

г) наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которое приводит к созданию барьеров входа на рынок, в том числе:

- создает преимущества для участников вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов по сравнению с другими потенциальными участниками рынка;

- требует необходимости участия потенциальных участников рынка в вертикальной интеграции, что увеличивает издержки входа на товарный рынок;

д) другие ограничения входа на товарный рынок.

3. Барьеры входа на товарный рынок анализируются:

а) с точки зрения возможности потенциальных продавцов, в том числе действующих на смежных рынках, стать участниками рассматриваемого товарного рынка;

б) с точки зрения возможности хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, расширить производственные мощности или объем продаж данного товара.

При определении наличия (или отсутствия) барьеров входа на товарный рынок учитывается возможность наличия барьеров входа на товарный рынок для крупных хозяйствующих субъектов при отсутствии таких барьеров для малых хозяйствующих субъектов, и наоборот.

4. Преодолимость барьеров входа на товарный рынок оценивается на основе сроков и величины затрат на преодоление таких барьеров.

Барьеры входа на товарный рынок считаются преодолимыми, если затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок экономически оправдываются доходами (преимуществами), которые получит (предполагает получить) хозяйствующий субъект, собирающийся войти на данный товарный рынок.

Необходимые для хозяйствующих субъектов сроки и затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок, а также преодолимость барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок могут оцениваться путем опроса фактических и потенциальных продавцов или отраслевых специалистов (экспертов).

5. По каждому из рынков, входящих в перечень приоритетных и социально значимых рынков, осуществляется определение административных барьеров, экономических ограничений, иных факторов, являющихся барьерами входа на рынок (выхода с рынка).

5.1. С целью выявления избыточных административных барьеров анализируется влияние каждого из них на ситуацию на том или ином рынке.

По результатам анализа административных барьеров рассматриваются следующие возможности их минимизации (устранения):

- отмена административных процедур, предусмотренных административными регламентами и признанных избыточными;
- сокращение времени рассмотрения заявлений и прилагаемых к ним документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности;
- сокращение перечня необходимых для ведения предпринимательской деятельности документов, представляемых хозяйствующими субъектами в органы власти;
- повышение открытости в процессе рассмотрения органами власти представленных хозяйствующими субъектами документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности.

5.2. С целью уменьшения экономических ограничений может использоваться в частности:

- облегчение доступности финансовых ресурсов для предпринимателей (в том числе льготное кредитование);
- адресное представление государственных и муниципальных преференций¹;
- бизнес-инкубаторы и технопарки.

Одним из обязательных условий уменьшения барьеров, является открытость деятельности органов власти и информационная поддержка

¹ Государственные или муниципальные преференции - предоставление федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями отдельным хозяйствующим субъектам преимущества, которое обеспечивает им более выгодные условия деятельности, путем передачи государственного или муниципального имущества, иных объектов гражданских прав либо путем предоставления имущественных льгот, государственных или муниципальных гарантий (пункт 20 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»).

предпринимателей в части информирования об улучшении условий предпринимательской деятельности.

6. Устранение, снижение административных барьеров осуществляется в рамках реализации «дорожной карты» либо путем оперативного решения вопроса компетентными органами власти.

Для ознакомления и использования в работе рекомендуются следующие источники:

1. Научно-практический электронный журнал «Российское конкурентное право и экономика», публикуется на официальном сайте ФАС России по адресу: <http://fas.gov.ru/eljournal/>;

2. Конкурентное право России. / Под ред. И.Ю. Артемьева, А.Г. Сушкевича. – М., 2014;

3. Антимонопольная политика государства. Князева И.В. – Изд-во СибАГС., 2010;

4. Приказ ФАС России от 29.04.2010 № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Примерный план ежегодного регионального доклада «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации»

Региональный доклад «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации» (далее – Доклад) формируется по итогам календарного года, следующего за отчетным, размещается на официальном сайте уполномоченного органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в регионе (далее – Уполномоченный орган) в сети Интернет. Материалы Доклада включаются в ежегодный Доклад¹ ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации.

Введение

Информация о документах, на основании которых и в соответствии с которыми подготовлен доклад; цели и задачи, связанные с развитием конкуренции в регионе; перечень органов власти (организаций), участвующих в работе над Докладом; перечень органов власти (организаций), предоставивших статистическую и иную информацию для Доклада.

1. Состояние конкурентной среды в субъекте Российской Федерации

Состояние конкурентной среды рекомендуется оценивать по результатам проведения мониторинга, предусмотренного Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденном Первым заместителем Председателя Правительства Российской Федерации И.И. Шуваловым ИШ-П13-2189 от 02.04.2014 (далее – Стандарт), по следующим направлениям:

- структурные показатели состояния конкуренции в регионе;
- результаты опросов хозяйствующих субъектов и потребителей;
- оценка со стороны общественных организаций предпринимателей;
- оценка с использованием данных международных рейтингов (при наличии);
- результаты мониторинга состояния и развития конкурентной среды на приоритетных и социально значимых рынках.

1.1. Структурные показатели состояния конкуренции в регионе.

В данном разделе приводится информация по хозяйствующим субъектам в регионе: всего хозяйствующих субъектов, по сферам деятельности, по формам собственности, по категории бизнеса (малый, средний, крупный) и т.п., в том числе, следующие показатели:

- количество хозяйствующих субъектов на товарных рынках региона в динамике за последние 5 лет, всего и на 1000 чел. населения (на основании данных Росстата и ФНС России);
- количество новых предприятий, зарегистрированных на территории региона за

¹ Доклад разрабатывается в соответствии с пунктом 10 части 2 статьи 23 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и поручениями Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации И.И. Шувалова от 30.04.2013 № ИШ-П13-3004 и от 02.04.2014 № ИШ-П13-2189

последние 5 лет, в том числе в расчете на 1000 чел. населения (на основании данных Росстата и ФНС России);

- количество государственных и муниципальных предприятий² (всего и по отраслям) в динамике за последние 5 лет (данные Росстата);

- объем субсидирования государственных и муниципальных предприятий в динамике за последние 5 лет;

- количество организаций, действующих на рынках региона, с суммарной долей добавленной стоимости в ВРП 10 %, 20 %, 30 %, 40%, 50 %, (по запросу в Росстат).

1.2. Результаты опросов хозяйствующих субъектов и потребителей.

В данном разделе приводится информация по данным:

- опросов Росстата (формы 1-ДАП, ДАС);

- опросов общественных организаций предпринимателей (ОПОРА России, Деловая Россия и т.д.) и потребителей;

- иных опросов (в т.ч. проводимых органами власти субъекта Российской Федерации).

1.3. Оценка со стороны общественных организаций предпринимателей (ОПОРА России, Деловая Россия и т.д.);

1.4. Оценка с использованием имеющихся данных международных рейтингов (рейтинг Всемирного экономического форума, рейтинг Всемирного банка «Doing Business in Russia» и др.), характеризующих состояние конкуренции в субъекте Российской Федерации.

1.5. Результаты мониторинга состояния и развития конкурентной среды на приоритетных и социально значимых рынках субъекта Российской Федерации, по каждому рынку, вошедшему в Перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации (далее – Перечень), предусмотренный Стандартом, в том числе:

- наличие хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке;

- доля государственных и муниципальных предприятий на рынке;

- сегменты рынка, на которых в силу нормативных требований или объективных причин могут осуществлять деятельность только государственные и (или) муниципальные организации;

- административные, экономические и иные барьеры, затрудняющие предпринимательскую деятельность на рынке;

- оценки масштабов «теневого» доли рынка (по данным экспертов, при наличии);

- характеристика состояния конкуренции на рынке в регионе (рынок с развитой конкуренцией, недостаточно развитой конкуренцией, неразвитой конкуренцией);

- выявленные проблемы развития конкуренции на рынке и предложения по их решению.

² Государственные унитарные предприятия, муниципальные унитарные предприятия, хозяйственные общества, в уставном капитале которых более 50 % акций (долей) находится в государственной (муниципальной) собственности.

2. Деятельность органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по развитию конкуренции в регионе

2.1. Итоги реализации мероприятий по развитию конкуренции в рамках внедрения Стандарта:

- итоги деятельности Уполномоченного органа;
- итоги деятельности коллегиального координационного и совещательного органа, рассматривающего вопросы в сфере содействия развитию конкуренции в регионе (далее – Коллегиальный орган), в том числе перечень вопросов по развитию конкуренции, рассмотренных на заседаниях Коллегиального органа в отчетный период;
- перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации с обоснованием их включения в Перечень;
- реализация плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в регионе, принятого в рамках реализации Стандарта;
- организация проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона;
- создание и реализация механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий;
- повышение уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе.

2.2. Итоги реализации иных мероприятий (кроме мероприятий Стандарта): региональных «дорожных карт», государственных и государственных целевых программ по развитию конкуренции, либо включающих меры по развитию конкуренции (в случае наличия таких «дорожных карт» и программ).

2.3. Оценка эффективности реализованных системных мер по развитию конкуренции, в том числе, в части:

- устранения избыточного государственного регулирования и снижения административных барьеров;
- оптимизации процессов предоставления государственных услуг, относящихся к полномочиям субъекта Российской Федерации, для субъектов предпринимательской деятельности;
- совершенствования процессов управления объектами государственной собственности субъекта Российской Федерации и ограничения влияния государственных предприятий на конкуренцию;
- стимулирования новых предпринимательских инициатив за счет проведения образовательных мероприятий, обеспечивающих возможности для поиска, отбора и обучения потенциальных предпринимателей;
- оптимизации процедуры государственных закупок с точки зрения развития конкуренции.

2.4. Примеры эффективных действий региональных органов власти по развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации.

3. Деятельность органов местного самоуправления субъекта Российской Федерации по развитию конкуренции за отчетный период (в случае, если муниципальные органы власти осуществляли значимые действия в этом направлении)

4. Выводы и планируемые действия

- 4.1. Итоговые выводы о состоянии конкуренции в регионе, в том числе:
- степень выполнения намеченных мероприятий;
 - оценка достижения целевых показателей развития конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках;
 - оценка активности бизнес-сообщества в вопросах защиты и развития конкуренции в регионе;
 - оценка бюджетного и социального эффекта от реализации мероприятий по развитию конкуренции в регионе (в случае возможности).
- 4.2. Основные достижения по развитию конкуренции в регионе в отчетный период.
- 4.3. Направления развития конкуренции в регионе на среднесрочную перспективу.

Список приложений:

1. Нормативный правовой акт, в соответствии с которым определен уполномоченный орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в регионе.
2. Нормативный правовой акт, в соответствии которым образован коллегиальный координационный и совещательный орган, рассматривающий вопросы в сфере содействия развитию конкуренции в регионе.
3. Утвержденный Перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации.
4. План мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции в регионе, принятый в рамках внедрения Стандарта.