

ГБУ «Центр перспективных экономических исследований  
Академии наук Республики Татарстан»

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора

\_\_\_\_\_ А. А. Фазлыев

28 августа 2018 г.

ОТЧЕТ  
О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и  
услуг Республики Татарстан

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий отделом

макроисследований и экономики роста

Л. А. Ельшин / \_\_\_\_\_ /

(подпись, дата)

Казань 2018

## Оглавление

Введение.....	6
1. Определение исследуемых рынков на территории Республики Татарстан на основе исходных данных и иных статистических материалов с указанием источника и составление аргументированного перечня приоритетных рынков товаров, работ, услуг, подлежащих последующему мониторингу и анализу ....	11
2. Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с числовыми значениями и анализом информации в соответствии со стандартом) в рамках исследуемых рынков (50 респондентов-представителей бизнеса в каждом исследуемом рынке) при наличии статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, ранее проведенных опросов, базы данных респондентов по тематике, глубинных исследований и публикаций в изданиях, наличие ранее опубликованных научных публикаций (статей) в изданиях, включенных в список Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации. ....	28
2.1 Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды, основанный на статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, ранее проведенных опросов, базы данных респондентов по тематике, глубинных исследований и публикаций в изданиях, наличие ранее опубликованных научных публикаций (статей) в изданиях, включенных в список Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации .....	28
2.1.1 Аналитический отчет «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан».....	30
2.1.2 Аналитический отчет «Антикоррупционный мониторинг Республики Татарстан 2017».....	34

2.1.3 Отчет о результатах проверки реализации мероприятий по обеспечению медицинских учреждений и отдельных категорий граждан лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения в 2015-2016 годах и истекшем периоде 2017 года.....	40
2.1.4 Аналитический отчет «Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму» .....	42
2.1.5 Результаты оценок административных барьеров по результатам анализа данных УФАС по РТ.....	44
2.1.6 Краткие выводы и оценки по результатам мониторинга административных барьеров Республики Татарстан .....	47
2.2 Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с числовыми значениями и анализом информации в соответствии со стандартом) в рамках исследуемых рынков (50 респондентов-представителей бизнеса в каждом исследуемом рынке).....	49
3. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на исследуемых товарных рынках региона и состоянием ценовой конкуренции (50 респондентов-потребителей товаров и услуг в каждом исследуемом рынке) ...	50
3.1 Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на социально значимых рынках Республики Татарстан и состоянием ценовой конкуренции .....	50
Выводы .....	68
3.2 Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на приоритетных рынках Республики Татарстан и состоянием ценовой конкуренции.....	69
Выводы .....	80
4 Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на исследуемых рынках товаров, работ, услуг	

региона и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, проводимой Министерством экономики Республики Татарстан и муниципальными образованиями Республики Татарстан .....	82
4.1 Социально-значимые рынки .....	82
4.1.1 Рынок услуг дошкольного образования .....	107
4.1.2 Рынок услуг детского отдыха и оздоровления.....	115
4.1.3 Рынок услуг дополнительного образования детей.....	123
4.1.4. Рынок медицинских услуг.....	131
4.1.5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями.....	139
4.1.6 Рынок услуг в сфере культуры .....	147
4.1.7 Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства .....	155
4.1.8. Рынок розничной торговли .....	163
4.1.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.....	171
4.1.10 Рынок услуг связи .....	179
4.1.11 Рынок услуг социального обслуживания населения.....	187
4.2.1 Рынок строительных материалов .....	219
4.2.2 Рынок розничной продажи нефтепродуктов.....	227
Выводы .....	235
5. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории Республики Татарстан.....	237
6. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия Республики Татарстан или муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов .....	243
7 Обоснование выбора в перечень каждого социально значимого рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со стандартом и приложением к нему, и дополненных индивидуальными социально значимыми рынками для содействия развитию конкуренции с учетом региональной специфики, анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта	

Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей.....	248
8. Обоснование выбора в перечень каждого приоритетного рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со стандартом, с учетом анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей, в том числе с учетом рекомендаций пунктов 19 - 20 стандарта .....	251
9. Обоснование выбора в перечень каждого рынка для содействия развитию конкуренции с учетом анализа данных документов стратегического планирования в области инвестиционной деятельности муниципальных образований, а также показателей социально-экономического развития каждого из муниципальных образований .....	255
10. Выявление аргументированного перечня «инвестиционных ниш» Республики Татарстан на основе выбранных приоритетных рынков (5 «инвестиционных ниш») и разработка мероприятий (5 мероприятий) по их использованию.....	257
11. Подготовка плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции .....	271
Заключение .....	272
Список использованной литературы.....	285
Приложение 1 .....	288
Приложение 2 .....	297
Приложение 3 .....	299

## Введение

Цель проекта состоит в оценке состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в Республике Татарстан, институтов и ниш, обеспечивающих развитие конкурентной среды в республике, потенциально возможных направлений реализации проектов повышения конкурентоспособности на территории Республики Татарстан, исследовании факторов конкурентоспособности Республики Татарстан на основе оригинального методического подхода к анализу конкурентных преимуществ в соответствии с экономической специализацией региона и приоритетами экономического развития республики.

Основные задачи проекта:

1) определение исследуемых рынков на территории Республики Татарстан на основе исходных данных и иных статистических материалов с указанием источника и составление аргументированного перечня приоритетных<sup>1</sup> рынков товаров, работ, услуг, подлежащих последующему мониторингу и анализу<sup>2</sup>;

2) мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с числовыми значениями и анализом информации в соответствии со стандартом) в рамках исследуемых рынков (50 респондентов-представителей бизнеса в каждом исследуемом рынке) при наличии статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, ранее проведенных опросов, базы данных респондентов по тематике, глубинных исследований и публикаций в изданиях, наличие ранее опубликованных научных публикаций (статей) в изданиях, включенных в список

---

<sup>1</sup> В соответствии с п.18-20 Стандарта при формировании перечня приоритетных рынков необходимо в первую очередь включать в него рынки:

1) характеризующиеся наличием значимых проблем, препятствующих конкуренции;

2) относящиеся к несырьевому сектору экономики с высокой степенью передела и добавленной стоимости конечной продукции, имеющей экспортный потенциал и (или) возможность замещения импорта, чьи производственно-технологические и инновационные цепочки, а также цепочки создания добавленных стоимостей находятся преимущественно в Российской Федерации (в том числе в рамках промышленных и инновационных кластеров);

3) способствующие развитию производств высокотехнологичной продукции и (или) технически сложной продукции с перспективными технологиями, стремящимися к инновационным системам полного цикла в Российской Федерации и имеющими потенциал достижения новых технологических уровней и (или) потенциал встраивания в глобальную производственную и технологическую кооперацию.

<sup>2</sup> При отборе рынков необходимо использование Порядка ФАС.

Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации:

выделение групп субъектов предпринимательской деятельности (микро-, малый, средний, крупный бизнес), а также вида деятельности (наименование рынка, на котором субъект предпринимательской деятельности, приводящий свою оценку состояния конкурентной среды, осуществляет фактическую предпринимательскую деятельность);

сбор данных о состоянии конкурентной среды и его изменении во времени, а также построение на основе указанных данных репрезентативных оценок в отношении Республики Татарстан и сегментов бизнеса;

сбор данных об оценках субъектами предпринимательской деятельности Республики Татарстан наличия и уровня административных барьеров во всех сферах регулирования и их динамике, в том числе данных о наличии жалоб в надзорные органы по этой проблематике и динамике их поступления в сравнении с предыдущим отчетным периодом, а также построение на основе указанных данных репрезентативных оценок в отношении Республики Татарстан и сегментов бизнеса;

описание данных мониторинга (доля субъектов предпринимательской деятельности с указанием вида их деятельности, на основании оценок которых проводился мониторинг, в общем числе субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан);

3) мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на исследуемых товарных рынках региона и состоянием ценовой конкуренции (50 респондентов-потребителей товаров и услуг в каждом исследуемом рынке):

описание данных мониторинга (с выделенными группами в соответствии с их социальным статусом; доля потребителей, на основании оценок которых проводился мониторинг, в общей численности населения субъекта Российской Федерации);

сбор данных об удовлетворенности качеством товаров и услуг потребителей, приобретавших товар, работу, услугу в определенный период, в том числе данных о наличии жалоб со стороны потребителей в надзорные органы по указанной проблематике и динамике их поступления в сравнении с предыдущим отчетным периодом;

сбор данных о восприятии и динамике оценки потребителями состояния конкуренции между продавцами товаров, работ, услуг в Республике Татарстан посредством ценообразования;

4) мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на исследуемых рынках товаров, работ, услуг региона и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, проводимой Министерством экономики Республики Татарстан и муниципальными образованиями Республики Татарстан;

5) мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории Республики Татарстан, предусматривающий:

формирование перечня рынков, на которых присутствуют субъекты естественных монополий на территории Республики Татарстан;

сбор и анализ данных об уровнях тарифов (цен), установленных региональным органом по регулированию тарифов, за текущий и прошедший периоды;

сбор данных о развитии конкуренции и удовлетворенности качеством товаров, работ, услуг на выявленных рынках как со стороны субъектов предпринимательской деятельности, взаимодействующих прямо или косвенно в экономической деятельности с субъектами естественных монополий, так и со стороны потребителей товаров, работ, услуг, предоставляемых субъектами естественных монополий; сбор данных об оценках эффективности реализации инвестиционной программы и отдельных инвестиционных проектов субъектов естественных монополий на основании оценок, осуществляемых

представителями потребителей товаров, работ, услуг, задействованных в механизмах общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий;

б) мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия Республики Татарстан или муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов, предусматривающий формирование реестра (за исключением предприятий, осуществляющих деятельность в сферах, связанных с обеспечением обороны и безопасности государства, а также включенных в перечень стратегических предприятий) указанных хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на территории Республики Татарстан, с обозначением рынка их присутствия, на котором осуществляется такая деятельность, а также с указанием доли занимаемого рынка каждого такого хозяйствующего субъекта (в том числе объем (доля) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка, объем (доля) реализованных на рынке товаров и услуг в натуральном выражении, объем финансирования из бюджета Республики Татарстан и бюджетов муниципальных образований) (реестр будет заполнен согласно приложению № 1 к Техническому заданию).

7) обоснование выбора в перечень каждого социально значимого рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со стандартом и приложением к нему, и дополненных индивидуальными социально значимыми рынками для содействия развитию конкуренции с учетом региональной специфики, анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей;

8) обоснование выбора в перечень каждого приоритетного рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со

стандартом, с учетом анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей, в том числе с учетом рекомендаций пунктов 19 - 20 стандарта;

9) обоснование выбора в перечень каждого рынка для содействия развитию конкуренции с учетом анализа данных документов стратегического планирования в области инвестиционной деятельности муниципальных образований, а также показателей социально-экономического развития каждого из муниципальных образований;

10) выявление аргументированного перечня «инвестиционных ниш» Республики Татарстан на основе выбранных приоритетных рынков (5 «инвестиционных ниш») и разработка мероприятий (5 мероприятий) по их использованию;

11) подготовка плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции, включающего в себя:

- разработку мероприятий по улучшению конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан (5 мероприятий по каждому рынку);

- разработку индикаторов по оценке изменения качества конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан (2 индикатора для каждого рынка);

- исходную фактическую информацию (в том числе числовую) в отношении ситуации и проблематики каждого пункта, указанного при разработке;

- мероприятия, обеспечивающие достижение установленных целей (результатов), с указанием ответственных исполнителей и соисполнителей, а также срока реализации таких мероприятий.

## **1. Определение исследуемых рынков на территории Республики Татарстан на основе исходных данных и иных статистических материалов с указанием источника и составление аргументированного перечня приоритетных рынков товаров, работ, услуг, подлежащих последующему мониторингу и анализу**

Важным инструментарием, используемым при реализации работ, является использование методики ФАС РФ, являющейся составной частью Национального плана развития конкуренции, утвержденного Указом Президента РФ от 21 декабря 2017г. №618 “Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции”. В соответствии с данной методикой разработка Дорожной карты развития конкурентной среды в субъекте Российской Федерации осуществляется на основе выработки направлений развития конкуренции, которые имеют специальное, системное и существенное значение для развития конкуренции. В Дорожной карте определяется перечень ключевых показателей развития конкурентной среды в субъекте Российской Федерации и мероприятия по ее развитию, обеспечивающие их достижение к 1 января 2022 года. Ключевые показатели развития конкуренции и мероприятия разрабатываются для 41 рынка, из которых регион выбирает не менее 80% (не менее 33 рынков) из них для разработки мероприятий развития конкурентной среды до 1 января 2022 года. Субъектом Российской Федерации может быть определен более широкий перечень сфер (отраслей, рынков), на которых будут реализованы мероприятия по развитию конкуренции.

Методика по расчету ключевого показателя развития конкуренции для представленного перечня рынков определена ФАС России и представлена в концентрированном виде в Приложении 1.

Основываясь на данных, предоставленных органами государственной власти Республики Татарстан (статистические данные Татстата, информацию профильных (отраслевых) органов исполнительной власти) определены фактические значения развития конкурентной среды на рассматриваемом перечне рынков (Таблица 1.1, 1.2).

Таблица 1.1 – Результаты мониторинга и сопоставления фактических и ключевых значений развития конкурентной среды на рынках Республики Татарстан

№ рынка по методике ФАС РФ	Наименование рынков	Ключевой показатель	Фактическое значение на 01.01.2018	Статус
1.	Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами	60%	88,19%	+
2.	Медицинские услуги	10%	6,9%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
3.	Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	3%	н/д	н/д
4.	Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам	10%	3,10%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
5.	дошкольное образование	не менее 1 организации	6 организаций	+
6.	общее образование	не менее 1 организации	2 организации	+
7.	среднее профессиональное образование	не менее 1 организации	7 организаций	+
8.	высшее профессиональное образование	не менее 1 организации	16 организаций	+
9.	услуги отдыха и оздоровления детей	20%	15,2%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
10.	дополнительное образование детей	5%	2%	+

				(к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
11.	ритуальные услуги	20%	8,17%	- Риск разгосударствления муниципальных предприятий (МУП "Ритуал", МУП «Горкоммунхоз») (доля гос участия- 91,83%)
12.	лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	20%	0%	-
13.	племенное животноводство	20%	92,79%	+
14.	семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур	20%	100%	+
15.	жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)	80%	96,2%	+
16.	строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	80%	95%	+
17.	дорожное строительство	80%	76,92%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
18.	архитектурно-строительное проектирование	80%	88%	+
19.	кадастровые и землеустроительные работы	80%	н/д	н/д
20.	вылов водных биоресурсов	80%	100%	+
21.	переработка водных биоресурсов	80%	100%	+
22.	товарная аквакультура	80%	100%	+
23.	добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	80%	100%	+
24.	теплоснабжение (производство тепловой энергии)	20%	70%	+
25.	услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	20%	89%	+
26.	выполнение работ по благоустройству городской среды	20%	40,54%	+

27.	выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	20%	98,1%	+
28.	поставка сжиженного газа в баллонах	50%	100%	+
29.	розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах	30%	26,9%	+
30.	производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации	30%	100%	+
31.	розничная продажа нефтепродуктов	90%	100%	+
32.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта	20%	51,4%	+
33.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	30%	100%	+
34.	услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	70%	100%	+
35.	легкая промышленность	70%	100%	+
36.	обработка древесины и производство изделий из дерева	70%	100%	+
37.	производство кирпича	70%	100%	+
38.	производство бетона	70%	100%	+
39.	ремонт автотранспортных средств	40%	99,83%	+
40.	услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет	98%	87,7%	-
41.	услуги в сфере наружной рекламы	100%	н/д	н/д

Риск разгосударствления ПАО «Таттелеком» (доля гос участия- 76%)

Таблица 1.2 – Итоговые данные мониторинга развития конкурентной среды на 41 рынке Республике Татарстан

№	ВСЕГО	Кол-во	Комментарии
1	Всего рынков, участвующих в исследовании	41	
1	Количество рынков, по которым отсутствуют данные от ОИГВ (не определен исполнитель)	3	1. Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья 2. Кадастровые и землеустроительные работы. 3. Услуги в сфере наружной рекламы.
2	Количество рынков, по которым поступили данные от ОИГВ, из них:	38	
2.1	Количество рынков, по которым на 01.01.2018 выполняется или будет выполнен к 2022 году ключевой показатель (по данным ОИГВ)	35	
2.2	Количество рынков в зоне риска по достижению целевого показателя	3	1. Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов. 2. Услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет. 3. Ритуальные услуги
3	Рынки из анализируемого перечня ФАС (41 ед.), достижение ключевого показателя которых может привести к разгосударствлению:	2	1. Рынок услуг связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет (ПАО «Таттелеком»); 2. Рынок ритуальных услуг (МУП "Ритуал", МУП «Горкоммунхоз»)

Результаты проведенного мониторинга позволяют сделать следующие выводы:

**1. На 29 рынках показатель уже выполнен (по данным ОИГВ):**

1. Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами (Рынок 1 по методике ФАС).

2. Дошкольное образование (Рынок 5 по методике ФАС)

3. Общее образование (Рынок 6 по методике ФАС);

4. Среднее профессиональное образование (Рынок 7 по методике ФАС);
5. Высшее профессиональное образование (Рынок 8 по методике ФАС);
6. Племенное животноводство (Рынок 13 по методике ФАС);
7. Семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур (Рынок 14 по методике ФАС);
8. Жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки) (Рынок 15 по методике ФАС);
9. Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (Рынок 16 по методике ФАС);
10. Архитектурно-строительное проектирование (Рынок 18 по методике ФАС);
11. Вылов водных биоресурсов (Рынок 20 по методике ФАС);
12. Переработка водных биоресурсов (Рынок 21 по методике ФАС);
13. Товарная аквакультура (Рынок 22 по методике ФАС);
14. Добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (Рынок 23 по методике ФАС);
15. Теплоснабжение (производство тепловой энергии) (Рынок 24 по методике ФАС);
16. Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (Рынок 25 по методике ФАС);
17. Выполнение работ по благоустройству городской среды (Рынок 26 по методике ФАС);
18. Выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (Рынок 27 по методике ФАС);
19. Поставка сжиженного газа в баллонах (Рынок 28 по методике ФАС);
20. Производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации (Рынок 30 по методике ФАС);
21. Розничная продажа нефтепродуктов (Рынок 31 по методике ФАС);

22. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта (Рынок 32 по методике ФАС);

23. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (Рынок 33 по методике ФАС);

24. Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации (Рынок 34 по методике ФАС);

25. Легкая промышленность (Рынок 35 по методике ФАС);

26. Обработка древесины и производство изделий из дерева (Рынок 36 по методике ФАС);

27. Производство кирпича (Рынок 37 по методике ФАС);

28. Производство бетона (Рынок 38 по методике ФАС);

29. Ремонт автотранспортных средств (Рынок 39 по методике ФАС).

**2. На 6 рынках значение ключевого показателя будет достигнуто, согласно прогнозным оценкам профильных органов исполнительной власти Республики Татарстан, к 01.01.2022 г.:**

1. Медицинские услуги (Рынок 2 по методике ФАС)

2. Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам (Рынок 4 по методике ФАС);

3. Услуги отдыха и оздоровления детей (Рынок 9 по методике ФАС);

4. Дополнительное образование детей (Рынок 10 по методике ФАС);

5. Дорожное строительство (Рынок 17 по методике ФАС);

6. Розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах (Рынок 29 по методике ФАС).

**3. Данные по 3 рынкам отсутствуют (в связи с непредоставлением информации от профильных ОИГВ или отсутствием данных у профильных ОИГВ):**

1. Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья

2. Кадастровые и землеустроительные работы.

3. Услуги в сфере наружной рекламы.

Вместе с тем, в соответствии с данными Татстата, показатели эффективности развития конкурентной среды на данных рынках представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Показатели эффективности развития конкурентной среды на рынках, данные по которым не представили профильные ОИГВ

№ рынка по методике ФАС РФ	Наименование рынков	Фактическое значение на 01.01.2018*	Источник данных
1.	Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	100,0	Татстат
2.	Кадастровые и землеустроительные работы	72,8	Татстат
3	Услуги в сфере наружной рекламы	н/д	Татстат

\* рассчитано по показателю соотношения числа организаций частной формы собственности к общему числу организаций на рынке

**4. На 3 рынках, по данным профильных органов исполнительной власти Республики Татарстан, отсутствует возможность достижения значений ключевых показателей, в том числе ввиду риска разгосударствления рынков:**

1. Ритуальные услуги (Рынок 11 по методике ФАС).

2. Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (Рынок 12 по методике ФАС).

3. Услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет (Рынок 40 по методике ФАС).

В схематичной форме результаты мониторинга можно представить в следующем концентрированном виде:

41 рынок	=	29 рынков, фактическое значение которых уже достигнуто	+	6 рынков, к 2022г. достигнут ключевых значений	+	3 рынка в зоне риска по достижению ключевых значений	+	3 рынка, данные по которым отсутствуют

По результатам проведенного анализа, рынки, находящиеся в зоне риска по достижению значений ключевых показателей, в том числе ввиду их разгосударствления вследствие достижения значений ключевых показателей, (лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов, ритуальные услуги, услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет), целесообразно исключить из состава рынков, включаемых в «дорожную карту» развития конкурентной среды Республики Татарстан на период до 2022 года с целью обеспечения для них адаптационного периода и более «мягкого» вхождения в «дорожную карту» развития конкуренции на последующий срок (ориентировочно 2022-2025гг.).

На основании изложенного в окончательный состав рынков с последующей разработкой для них Дорожной карты развития конкурентной среды Республики Татарстан включены (Таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Проект перечня рынков Республики Татарстан, включаемых для обсуждения с ФАС России

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
<b>Рынки, определенные ФАС России</b>				
1.	розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами	60%	88,19%	Министерство здравоохранения Республики Татарстан
2.	медицинские услуги	10%	6,9%	Министерство здравоохранения Республики Татарстан
3.	психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	3%	н/д	Министерство образования и науки Республики Татарстан
4.	социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам	10%	3,10%	Министерство труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан
5.	дошкольное образование	не менее 1	6 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан
6.	общее образование	не менее 1	2 организации	Министерство образования и науки Республики Татарстан
7.	среднее профессиональное образование	не менее 1	7 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан
8.	высшее профессиональное образование	не менее 1	16 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
9.	услуги отдыха и оздоровления детей	20%	15,2%	Министерство по делам молодежи Республики Татарстан
10.	дополнительное образование детей	5%	2%	Министерство образования и науки Республики Татарстан
11.	племенное животноводство	20%	92,79%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
12.	семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур	20%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
13.	жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)	80%	96,2%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
14.	строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	80%	95%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
15.	дорожное строительство	80%	76,92%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
16.	архитектурно-строительное проектирование	80%	88%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
17.	вылов водных биоресурсов	80%	100%	Государственный комитет РТ по биологическим ресурсам Республики Татарстан

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
18.	переработка водных биоресурсов	80%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
19.	товарная аквакультура	80%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
20.	добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	80%	100%	Министерство экологии и природных ресурсов Республики Татарстан
21.	теплоснабжение (производство тепловой энергии)	20%	70%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
22.	услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	20%	89%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
23.	выполнение работ по благоустройству городской среды	20%	40,54%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
24.	выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	20%	98,1%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
25.	поставка сжиженного газа в баллонах	50%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
26.	розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах	30%	26,9%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
27.	производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации	100%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
28.	розничная продажа нефтепродуктов	90%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
29.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта	20%	51,4%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
30.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	30%	100%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
31.	услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	70%	100%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
32.	легкая промышленность	70%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
33.	обработка древесины и производство изделий из дерева	70%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
34.	производство кирпича	70%	100%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
35.	производство бетона	70%	100%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
36.	ремонт автотранспортных средств	40%	99,83%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
37.	услуги в сфере наружной рекламы	100%	н/д	Ассоциация «Совет муниципальных образований Республики Татарстан»
38.	Кадастровые и землеустроительные работы	80%	н/д	Министерство земельных и имущественных отношений Республики Татарстан
<b>Рынки, невыбранные республикой из перечня рынков, определенных ФАС России</b>				
39.	Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	20%		
40.	ритуальные услуги	20%		
41.	услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет	98%		

\* значения определены на основе данных Татарстанстата по доле численности хозяйствующих субъектов на рынке частной формы собственности к общему количеству хозяйствующих субъектов на рынке

Важной методологической особенностью является то, что приведенный состав рынков укладывается в парадигму исследования и классификации рынков, определенных Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации (утвержденным распоряжением Правительства российской Федерации от 05 сентября 2015г. №1738-р). В соответствии с ним рынки подразделяются на социально значимые и приоритетные. Распределение перечня рынков Республики Татарстан, включаемых для обсуждения с ФАС России, в соответствии с методологическими подходами Стандарта приведены в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Распределение рынков, участвующих в исследовании, в соответствии с группировкой социально значимых рынков, определенной Стандартом.

№	Социально значимые рынки	
	В соответствии с Стандартом	Из перечня рынков, включенных в Дорожную карту развития конкурентной среды Республики Татарстан
1	Рынок услуг дошкольного образования	1. Дошкольное образование
2	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	1. Услуги отдыха и оздоровления детей
3	Рынок услуг дополнительного образования детей	1. Дополнительное образование детей
4	Рынок медицинских услуг	1. Медицинские услуги
5	Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	1. Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья
6	Рынок услуг в сфере культуры	
7	Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	1. Теплоснабжение (производство тепловой энергии) 2. Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 3. Выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме
8	Рынок услуг розничной торговли	1. Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского

		<p>назначения и сопутствующими товарами</p> <p>2. Розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах</p> <p>3. Розничная продажа нефтепродуктов</p>
9	Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	<p>1. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта</p> <p>2. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок</p> <p>3. Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации</p>
10	Рынок услуг связи	1. Услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет
11	Рынок услуг социального обслуживания населения	1. Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам

Рынки из числа тех, которые не вошли в состав социально значимых были отнесены к категории приоритетных, в соответствии с методологическими подходами, применяемыми в Стандарте. Состав приоритетных рынков, вошедших в Дорожную карту развития конкурентной среды Республики Татарстан на период до 2022 года представлен в таблице 1.6.

Таблица 1.6 – Приоритетные рынки, включаемые в Дорожную карту Республики Татарстан по содействию развитию конкуренции на период до 2022 года

№	Наименование рынка
1	Общее образование
2	Среднее профессиональное образование
3	Высшее профессиональное образование
4	Племенное животноводство
5	Семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур
6	Жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)
7	Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства
8	Дорожное строительство
9	Архитектурно-строительное проектирование
10	Вылов водных биоресурсов
11	Переработка водных биоресурсов
12	Товарная аквакультура
13	Добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения
14	Выполнение работ по благоустройству городской среды
15	Поставка сжиженного газа в баллонах
16	Производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации
17	Легкая промышленность
18	Обработка древесины и производство изделий из дерева
19	Производство кирпича
20	Производство бетона
21	Ремонт автотранспортных средств
22	Продукция овощеводства
23	Строительные материалы

**2. Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с числовыми значениями и анализом информации в соответствии со стандартом) в рамках исследуемых рынков (50 респондентов-представителей бизнеса в каждом исследуемом рынке) при наличии статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, ранее проведенных опросов, базы данных респондентов по тематике, глубинных исследований и публикаций в изданиях, наличие ранее опубликованных научных публикаций (статей) в изданиях, включенных в список Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации.**

**2.1 Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды, основанный на статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, ранее проведенных опросов, базы данных респондентов по тематике, глубинных исследований и публикаций в изданиях, наличие ранее опубликованных научных публикаций (статей) в изданиях, включенных в список Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации**

Важнейшей составляющей, способствующей определению уровня административных барьеров, стал проведенный анализ опубликованных аналитических отчетов, раскрывающих особенности развития конкурентной среды на отраслевых рынках. В качестве основных из них использовались:

- «Мониторинг эффективности деятельности органов исполнительной власти Республики Татарстан, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти по Республике Татарстан, органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Республики

Татарстан по реализации антикоррупционных мер на территории Республики Татарстан (2017г.)», подготовленный Комитетом Республики Татарстан по социально-экономическому мониторингу;

- Отчет о результатах проверки реализации мероприятий по обеспечению медицинских учреждений и отдельных категорий граждан лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения в 2015-2016 годах и истекшем периоде 2017 года, подготовленным Счетной палатой Республики Татарстан;

- Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму;

- Данные Управления Федеральной антимонопольной службы в сфере нарушения антимонопольного законодательства;

- Аналитический отчет «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан»;

и др.

Далее в разделе представлены основные параметры административных барьеров на рынках, участвующих в настоящем исследовании, основанные на ключевых выводах и оценках, полученных в рамках представленных выше исследований и аналитических докладов.

В целях проведения комплексного анализа ниже отражены не только данные, раскрывающие уровень развития административных рынков, но и данные, характеризующие уровень развития коррупционной составляющей. Данный подход основан на том, что коррупция выступает в качестве основного индикатора развития нелегальных административных барьеров. В связи с чем ее учет и понимание масштабов способствует более точной идентификации проблем в контексте поставленного в настоящем разделе вопроса.

Ниже приведены основные характеристики развития административных барьеров в разрезе изучаемой совокупности аналитических докладов.

## 2.1.1 Аналитический отчет «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан»

В соответствии с опубликованными результатами исследования каждая третья компания МСБ в Татарстане сталкивается с проблемами административных барьеров (29%).



Рисунок 2.1 - Вопрос: В какой области Вашего бизнеса сегодня возникают проблемы? (% от всех)

Наиболее распространённым административным барьером, по мнению компаний МСБ, является недостаточность поддержки предпринимательства со стороны властных структур (58%). Кроме того, МСБ обеспокоен частыми проверками бизнеса (49%) и довольно высокой суммой штрафов за различные нарушения (42%).



Рисунок 2.2 - Вопрос: Вы сказали, что есть административные барьеры, какие именно? (% от тех, кто отмечает наличие административных барьеров)

В части деловой инфраструктуры наиболее остро стоит проблема получения дополнительной финансовой поддержки для бизнеса (45%), что, в свою очередь, еще раз указывает на сложную ситуацию с доступностью финансирования в регионе. Среди ключевых проблем так же отмечались «высокие тарифы на коммунальные услуги» (43%) и «высокая стоимость аренды» (43%)



Рисунок 2.3 - Вопрос: Вы сказали, что есть административные барьеры, какие именно? (% от тех, кто отмечает наличие административных барьеров)

В целом, предприниматели Республики Татарстан скорее положительно относятся к деятельности местной власти. Так, 30% убеждены, что местная власть создает и поддерживает благоприятные условия для развития бизнеса. При этом, 21% считают, что власть скорее мешает развитию бизнеса. 36% нейтрально оценивают деятельность местной власти и заявляют, что власть не поддерживает, но и не мешает развитию бизнеса.

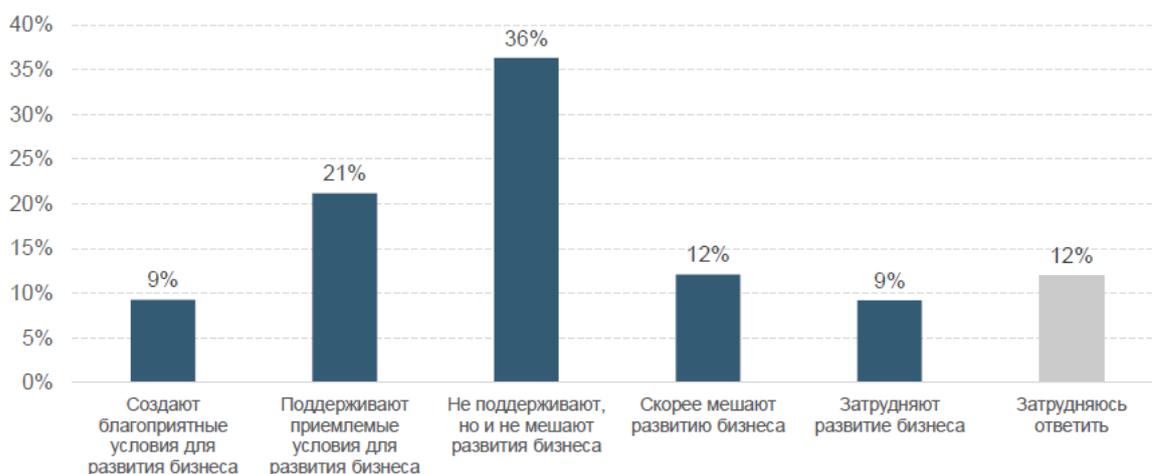


Рисунок 2.4 - Вопрос: Как бы вы охарактеризовали отношения бизнеса и местной администрации (% от всех)

Предприниматели региона больше всего заинтересованы в информационной и коммуникационной поддержке со стороны местной власти. В первую очередь, требуется обеспечение информирования о мерах государственной поддержки (46%), консультации по особенностям ее получения (33%), а также общая информационная открытость власти для предпринимателей. Актуальной так же остается имущественная поддержка (36%).

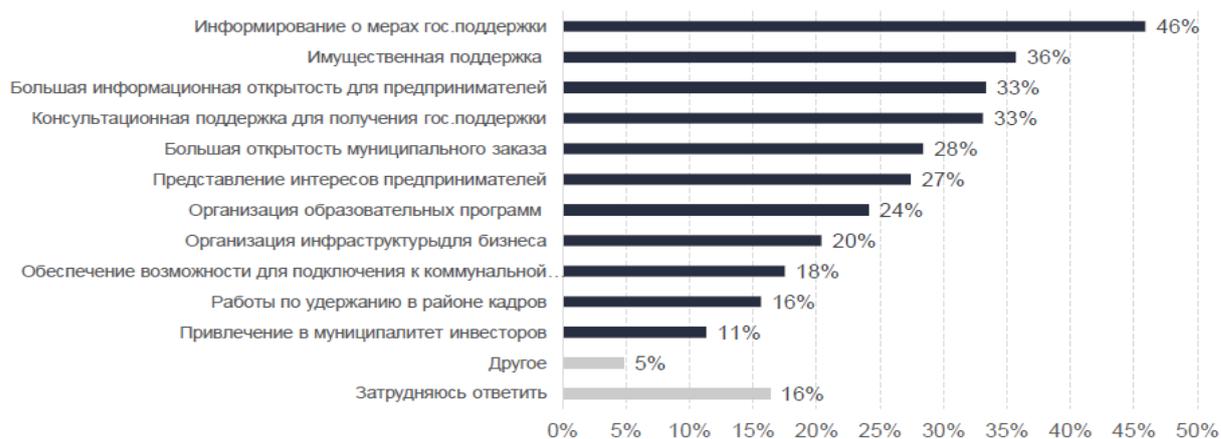


Рисунок 2.5 - Вопрос: Как Вы считаете, в каких сферах / направлениях муниципальная власть могла бы оказывать содействие развитию малого и среднего бизнеса? (% от тех, кто отмечает наличие административных барьеров)

Большинство предприятий (62%) не сталкивались с нарушениями и злоупотреблениями со стороны должностных лиц. 20% опрошенных заявляют, что им был наложен штраф, несмотря на возможность вынести предупреждение. 17% столкнулись с предвзятым отношением со стороны должностных лиц.



Рисунок 2.6 - Вопрос: Сталкивались ли Вы за последний год со следующими проблемами, нарушениями или злоупотреблениями со стороны должностных лиц? (% от всех)

За последние полгода 59% предприятий Татарстана подвергались проверкам со стороны государственных органов. В основном, это были выездные проверки со стороны налоговых органов (35%), проверки административно-технической инспекции (25%), проверки соблюдения санитарных норм (22%) и проверки, связанные с экологическими требованиями (22%)

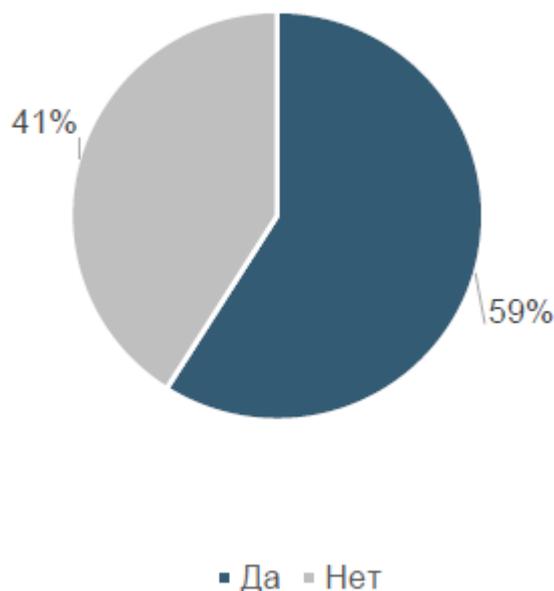


Рисунок 2.7 - Вопрос: Проводились ли за последний год проверки Вашей организации со стороны государственных органов? (% от всех)

### **2.1.2 Аналитический отчет «Антикоррупционный мониторинг Республики Татарстан 2017»**

В настоящем разделе представлен мониторинг и систематизация исследовательских данных, подготовленных в рамках проведения Комитетом Республики Татарстан по социально-экономическому мониторингу исследования, посвященного вопросам эффективности деятельности органов исполнительной власти Республики Татарстан, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти по Республике Татарстан, органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Республики Татарстан по реализации антикоррупционных мер на территории Республики Татарстан.

Раздел содержит материалы, раскрывающие, в концентрированном виде, основные параметры административных барьеров, возникающих в оценках населения в процессе реализации хозяйственной деятельности.

### 2.1.2.1 Государственная информационная система «народный контроль»

ГИС «Народный контроль» дает возможность населению сигнализировать и о коррупционных правонарушениях в различных сферах жизнедеятельности человека. В 2017 году от жителей республики поступило 111 обращений о фактах коррупционных правонарушений, из которых опубликовано было 20 обращений (в 2016 году поступило – 90 обращений, опубликовано – 15 обращений).

Таблица 2.1 - Число обращений граждан в ГИС «Народный контроль» в категории «коррупция» в 2017 г., ед.

Наименование категории	Число поступивших обращений	Число опубликованных обращений
Коррупция в сфере благоустройства территорий	7	4
Коррупция в сфере жилищно-коммунального хозяйства	18	4
Коррупция в сфере общего образования	5	3
Коррупция в сфере высшего образования	4	2
Коррупция в сфере государственных закупок	3	2
Коррупция в сфере дошкольного образования	2	2
Коррупция в сфере предпринимательства	2	1
Коррупция в сфере сельского хозяйства	4	1
Коррупция в сфере транспорта и дорожного хозяйства	7	1
Коррупция в социальной сфере	51	0
Коррупция в сфере здравоохранения	2	0
Коррупция в сфере капитального ремонта	1	0
Коррупция в сфере сделок с землей	2	0
Коррупция в сфере экологии	3	0

### 2.1.2.2 Органы власти

Главные недостатки, с которыми сталкиваются граждане в работе государственных и муниципальных служащих – это бюрократизм, превышение полномочий, профессиональная некомпетентность и коррумпированность.



Рисунок – 2.8 - Недостатки в работе государственных и муниципальных служащих, % от числа опрошенных, обратившихся в орган государственной власти, (орган местного самоуправления)

Влияние административного барьера могут ощущать на себе не только жители республики, но и представители бизнес-сообществ. Коррупционные проявления способствуют криминализации экономики, снижают уровень конкуренции и подавляют развитие бизнеса. Так, по результатам социологического опроса «Изучение мнения населения о коррупции в Республике Татарстан» 67,7% респондентов отмечают влияние коррупции на предпринимательский климат.

По результатам ежегодного анкетирования представителей малого бизнеса по вопросам финансового, экономического и социального развития, проводимого Комитетом Республики Татарстан по социально-экономическому мониторингу 5,8% респондентов, отметили, что в течение последнего года попадали в коррупционную ситуацию, из них более четверти стали участниками коррупционной сделки.

Чаще всего предприниматели вступали в коррупционную сделку, желая решить проблему с контролирующими органами (60%), получить

государственный (муниципальный) заказ или оплату за его исполнение, открыть новое дело и решить проблему со сдачей налоговой отчетности (по 24,1%).

### 2.1.2.3 Образование

По данным социологических опросов на коррумпированность в сфере высшего образования указывают 41,5% респондентов, в среднем звене – каждый десятый респондент, в дошкольном образовании – каждый двенадцатый участник опроса.

Таблица 2.2 - Коррумпированность сотрудников сферы образования по мнению населения в 2015-2017 гг., %

	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Коррумпированность преподавателей вузов	48,3	40,6	41,5
Коррумпированность учителей школ, директоров школ	10,0	8,5	9,5
Коррумпированность руководителей детских дошкольных учреждений	12,9	8,0	8,2

### 2.1.2.4 Здравоохранение

Территориальным фондом обязательного медицинского страхования Республики Татарстан и страховыми медицинскими организациями в 2017 году было рассмотрено 1780 обращений граждан с жалобами на медицинские организации, осуществляющие деятельность в сфере обязательного медицинского страхования на территории Республики Татарстан, из них 1432 обращения получили статус обоснованных жалоб.



Рисунок 2.3- Количество обращений граждан с жалобами на медицинские организации, осуществляющие деятельность в сфере обязательного медицинского страхования на территории Республики Татарстан, рассмотренные ТФОМС Республики Татарстан и страховыми медицинскими организациями, ед.

По факту взимания денежных средств за медицинскую помощь по программе обязательного медицинского страхования в 2017 году было рассмотрено 230 обращений, из них количество обоснованных обращений составило 178 обращений (в 2016 году 242 обращения, из них обоснованные 193 обращения).

#### 2.1.2.5 Жилищно-коммунальное хозяйство

По данным ГИС РТ «Народный контроль» количество опубликованных обращений граждан о проблемах в сфере жилищно-коммунальных услуг продолжает расти (в 2017 году составило 5037 единиц, в 2016 году – 3880 обращений, в 2015 – 2155 обращений).

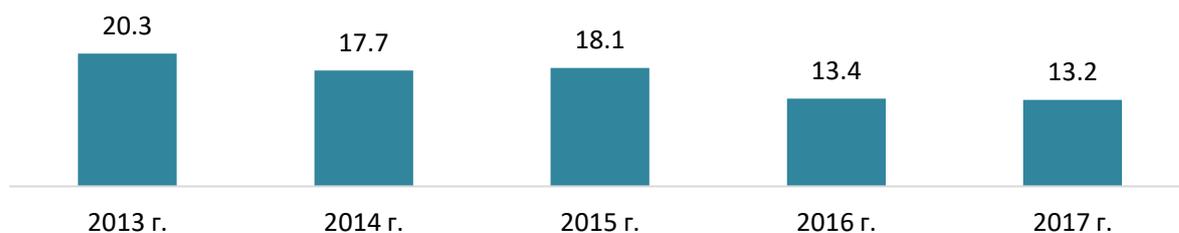


Рисунок 2.4 - Доля респондентов, которым известны случаи злоупотребления должностным положением, связанные с привлечением аффилированных лиц в сфере жилищно-коммунального хозяйства, % от числа опрошенных

### 2.1.2.6 Мониторинг преступления коррупционной направленности

В период с 2015 года по 2017 год отмечается сокращение числа выявленных преступлений по ст. 291 УК РФ «Дача взятки»: 293 и 73 преступлений, соответственно. За последние пять лет зафиксировано сокращение числа выявленных преступлений по ст. 292 УК РФ «Служебный подлог». Наибольшее число преступлений этой категории было выявлено в 2013 году: 313 единицы или 28,6% преступлений от общего числа выявленных должностных преступлений.

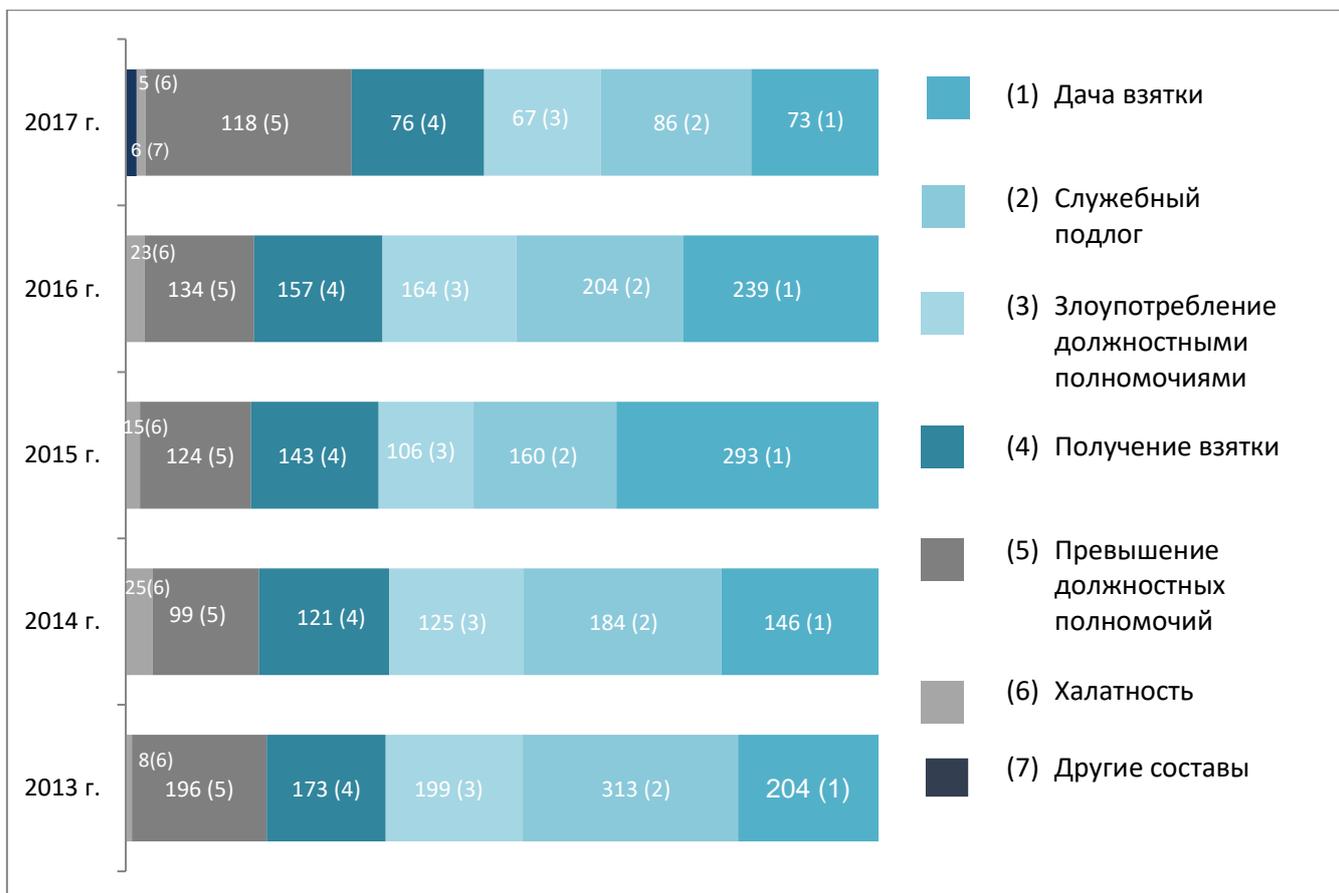


Рисунок 2.5 - Динамика и структура выявленных должностных преступлений в Республике Татарстан в 2013-2017 гг., ед.

### 2.1.3 Отчет о результатах проверки реализации мероприятий по обеспечению медицинских учреждений и отдельных категорий граждан лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения в 2015-2016 годах и истекшем периоде 2017 года

Объем финансирования лекарственного обеспечения льготной категории граждан за 2015-2017 гг. составил 2 606,4 тыс. рублей. Выявлено нарушений и недостатков на сумму 149 741,2 тыс. рублей, выраженные в размещении ГУП «Таттехмедфарм» на сайте [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru) в 2017 году 84 извещений о закупках у единственного поставщика в которых отсутствует документация о закупке, информация о месте, условиях и сроках поставки товара, выполнения работ, оказания услуг, также из размещенной информации невозможно определить установленные заказчиком требования к качеству,

техническим характеристикам товара, работы, услуги, к их безопасности, к функциональным характеристикам (потребительским свойствам) товара, к размерам, упаковке, отгрузке товара, к результатам работы и иные требования, связанные с определением соответствия поставляемого товара, выполняемой работы, оказываемой услуги потребностям заказчика.

Кроме того, в 2015-2016гг. ГУП «Таттехмедфарм» поставлено лекарственных препаратов сверх объемов, предусмотренных контрактами на льготное лекарственное обеспечение, на сумму 53 млн. рублей. Таким образом, имеются риски образования сверхлимитных обязательств, приводящие к увеличению кредиторской задолженности Министерства здравоохранения Республики Татарстан.

При закупке ГУП «Таттехмедфарм» товаров у поставщиков, не являющихся плательщиками НДС, удорожание для учреждений здравоохранения достигает 42%.

Проверкой установлено, что ГУП «Таттехмедфарм» закупка одних и тех же медицинских изделий для учреждений здравоохранения осуществляется по разным ценам. Так, при действующем договоре с ООО «ТехноРемСтрой-Казань» заключен договор с ЗАО «Логика» на поставку кислорода. В 2015-2017 годы кислород поставляли оба общества, при этом в отдельных случаях фактическая цена ЗАО «Логика» была выше установленных договором, а в ряде случаев в 4 раза выше, чем у поставщика ООО «ТехноРемСтрой-Казань».

В проверяемом периоде остаток лекарственных средств, не используемых более одного года, возрос в 26 раз, а срок не востребоваемости отдельных лекарственных средств и изделий медицинского назначения увеличился с одного года до 3 лет. Длительные сроки не востребоваемости лекарственных средств ведут к рискам истечения срока их годности.

В отдельных случаях ГУП «Таттехмедфарм» осуществляется закупка лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения с незначительными остаточными сроками годности их использования. Как следствие, часть приобретенных препаратов не успевает использоваться и списывается по истечении их срока годности.

В результате отсутствия претензионно-исковой работы либо ее несвоевременности ГУП «Таттехмедфарм» списана просроченная дебиторская задолженность на сумму 45 984,1 тыс. рублей.

С целью оценки доступности и качества льготного лекарственного обеспечения проведен опрос населения в поликлиниках и аптечных учреждениях г.Казани. Получают необходимые лекарственные средства в полном объеме более половины опрошенных льготников. Также респонденты отметили, что в полном объеме необходимые лекарства им не выписывают, в связи с отсутствием наименований препаратов в льготном Перечне. В случае отсутствия льготных лекарственных средств в аптечной сети почти половине респондентов приходилось приобретать их за свой счет.

#### **2.1.4 Аналитический отчет «Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму»**

Нарушений требований к служебному поведению, предусмотренных законодательством о государственной службе, а также случаев несоблюдения ограничений и запретов государственными служащими Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в отчетном периоде выявлено не было

В 2017 году в Госкомитет поступило 216 (2016 год – 221) обращений граждан, в том числе 144 письменных обращения и 72 гражданина побывал на приеме у руководства (в 2016 году – 145 и 76 соответственно), на контроль поставлено 56 обращения (в 2016 году – 57).

Наибольшее количество письменных обращений – 37 (2016 год – 37) касаются работы туристических фирм и претензий к качеству предоставления услуг туристскими компаниями или третьими лицами.

Почти столько же письменных обращений поступило по теме совершенствования туристской инфраструктуры и событийных мероприятий в Республике Татарстан – 39 (2016 год – 50).

В прошедшем году наблюдался заметный рост количества обращений, относящихся к деятельности отдела продвижения туристского продукта, - 20 (2016 - 9), что связано с активной позицией республики в части популяризации ее как региона, благоприятного для путешествий как для российских, так и иностранных туристов.

11 обращений (2016 год – 4) связаны с развитием и реализацией государственных программ, в частности, в области развития туристско-рекреационных кластеров и вопросов их инвестирования.

103 обращения (2016 год – 33) касаются общих аспектов деятельности комитета (просьбы о приеме на работу, аналитические материалы из Управления Президента Российской Федерации по работе с обращениями граждан и организаций, поручения Аппарата Президента Республики Татарстан о работе в ССТУ.РФ и подготовке к Общероссийскому дню приема граждан, запросы и т.п.).

5 обращений (2016 год – 12) поступило в Госкомитет для сведения.

Прием граждан в Госкомитете ведется по предварительной записи по вторникам с 14.00 до 16.00 председателем Госкомитета и его заместителями по адресу: г.Казань, ул.М.Горького, 19.

По всем поступающим обращениям заявителям подготовлены и направлены исчерпывающие ответы в установленный законодательством срок.

Таблица 2.9 - Статистические данные о работе с обращениями граждан в Государственный комитет Республики Татарстан по туризму в 2017 году

Всего обращений граждан в 2017 г.	Всего обращений граждан в 2016 г.	Личный прием	В т.ч. руководством	В т.ч. по системе видеоконференции	Письменные обращения	Взято на контроль	Проверено с выездом на место	Решено положительно	Поступило через интнет-приемную
216	221	72	30	-	144	56	-	97	16

### 2.1.5 Результаты оценок административных барьеров по результатам анализа данных УФАС по РТ

В настоящем разделе приведены основные положения, раскрывающие особенности выявленных нарушений в сфере антимонопольного законодательства в Республике Татарстан за последние 2 года. В качестве объекта исследования выступили фиксируемые нарушения, в рамках исполнения Федерального закона №135 о защите конкуренции:

I. Глава 3. Запрет на ограничивающие конкуренцию акты, действия (бездействие), соглашения, согласованные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, участвующих в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации:

- Статья 15. Запрет на ограничивающие конкуренцию акты и действия (бездействие) федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, участвующих в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации.

Таблица 2.10 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2017 год

Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка							
денежные средства (прочее нарушение)	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции	торговая деятельность
0	3	1	25	3	3	1	1

Таблица 2.11 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2016 год

Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка												
закупочная деятельность (44 ФЗ)	денежные средства (прочие нарушения)	аренда муниципальных имуществ	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции	оказание государственных услуг	реализация государственных имуществ	ритуальные услуги	торговая деятельность
1	0	4	6	2	18	0	0	0	0	0	1	0

Статья 16. Запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации.

Таблица 2.12 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2017 год

Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка							
закупочная деятельность (44 ФЗ)	денежные средства (прочее нарушение)	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции
0	39	0	3	0	0	0	1

Таблица 2.13 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2016 год

Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка												
закупочная деятельность (44 ФЗ)	денежные средства (прочее нарушение)	аренда муниципального имущества	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции	оказание государственных услуг	реализация государственных имущества	ритейл услуги	торговая деятельность
14	1	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0

II. Глава 4. Антимонопольные требования к торгам, запросу котировок цен на товары, запросу предложений, Особенности заключения договоров с финансовыми организациями, порядка заключения договоров в отношении государственного и муниципального имущества, порядка рассмотрения антимонопольным органом жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров, порядка осуществления процедур, включенных в исчерпывающие перечни процедур в сферах строительства:

Статья 17. Антимонопольные требования к торгам, запросу котировок цен на товары, запросу предложений.

Таблица 2.14 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2017 год

Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка							
денежные средства (прочее нарушение)	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции	торговая деятельность
0	0	0	0	0	0	1	0

Таблица 2.15 - Сфера деятельности в которой выявлено нарушение, с указанием рынка, 2016 год

Сфера деятельности, в которой выявлено нарушение, с указанием рынка												
закупочная деятельность (44 ФЗ)	денежные средства (прочее нарушение)	аренда муниципального имущества	деятельность МУПов	жкх / незаконное установление платежей	земельные отношения	лодочные станции	незаконная преференция	рекламные конструкции	оказание государственных услуг	реализация государственных имущества	ритуальные услуги	торговая деятельность
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

### 2.1.6 Краткие выводы и оценки по результатам мониторинга административных барьеров Республики Татарстан

Результаты исследований, данных органов государственной власти Республики Татарстан свидетельствуют о наличии в ряде отраслей и видах экономической деятельности признаков, свидетельствующих об административных барьерах. При этом важно отметить, что из года в год количество фиксируемых жалоб через систему «Народный контроль», свидетельствующих, в том числе, и о наличии административных барьеров, увеличивается. В 2017 году в целом по республике в ГИС «Народный

контроль» поступило 70 тыс. обращений, из них были опубликованы более 50 тыс. обращений.



Рисунок 2.6 - Число обращений граждан, поступивших и опубликованных в ГИС «Народный контроль» в 2015-2017 гг., ед.

Наиболее востребованные среди граждан категории системы представлены ниже.

Таблица 2.7 - Число опубликованных обращений граждан по наиболее востребованным категориям в ГИС «Народный контроль» в 2015-2017 гг., ед.

Наименование категории	Число опубликованных обращений		
	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Благоустройство территории	10216	14379	16977
Содержание и ремонт муниципальных дорог	3297	8951	12469
Жилищно-коммунальные услуги	2155	3880	5037
Организация дорожного движения	5920	5403	4404
Нарушение в наружной рекламе	789	2181	2398
Общественный транспорт	1868	1920	1937
Нарушение правил торговли	553	976	1273
Поликлиники и больницы	630	817	889
Бездомные животные	34	448	743
Свалки	380	714	719

По результатам мониторинга нарушений, фиксируемых УФАС России по РТ в части антимонопольного законодательства, необходимо отметить о преобладании нарушений в сфере земельных отношений.

По данным аналитического отчета «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан» каждая третья компания МСБ в Татарстане сталкивается с проблемами административных барьеров (29%), что, конечно же не способствует развитию эффективной и благоприятной конкурентной среды.

Наиболее распространённым административным барьером, по мнению компаний МСБ, является недостаточность поддержки предпринимательства со стороны властных структур (58%). Кроме того, МСБ обеспокоен частыми проверками бизнеса (49%) и довольно высокой суммой штрафов за различные нарушения (42%).

В сфере медицинских услуг, согласно данным Счетной палаты РТ, выявлены отдельные нарушения в сфере государственных закупок.

В целом же для рынков, не связанных с социальным обслуживанием населения, относимые к условной группе «Приоритетные рынки», необходимо констатировать отсутствие в системах государственного учета и мониторинга жалоб и обращений со стороны населения, характеризующие наличие признаков коррумпированности.

## **2.2 Мониторинг административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с числовыми значениями и анализом информации в соответствии со стандартом) в рамках исследуемых рынков (50 респондентов-представителей бизнеса в каждом исследуемом рынке)**

Мониторинг административных барьеров в рамках исследуемых рынков проводился на основе реализованного социологического исследования, оценивающего мнение участников рынка о состоянии конкурентной среды, механизмах ее совершенствования и перспективах ее дальнейшего развития. Всего в опросе приняло участие более 1200 респондентов. Основные итоги данного блока работ приведены в разделе 3.

### **3. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на исследуемых товарных рынках региона и состоянием ценовой конкуренции (50 респондентов-потребителей товаров и услуг в каждом исследуемом рынке)**

#### **3.1 Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на социально значимых рынках Республики Татарстан и состоянием ценовой конкуренции**

С целью выявления потребительской оценки доступности и качества товаров, работ и услуг на социально-значимых рынках Республики Татарстан методом очного анкетирования по стратифицированной выборке было опрошено 604 жителя республики. Социально-демографический состав совокупности опрошенных характеризуется следующими значениями (табл. 2.8). Представленность мужчин и женщин выражена почти равными долями (48,5% и 51,5% соответственно). В разрезе возраста численно преобладает группа 18-35 лет (60,4%), две другие вместе составляют около 40% (24,5% – татарстанцы в возрасте 36-50 лет, 15,1% – старше 50 лет). Подавляющее большинство опрошенных имеют высшее образование (45,2%, в том числе 1% – научную степень), еще 23,7% – неполное высшее, 22% – среднее специальное, 9,1% – среднее общее. Чуть более половины респондентов не имеют детей (52,3%), среди остальных 16,6% имеют одного ребенка, 23,8% – двоих детей, 7,3% – троих детей и более. Две трети опрошенных потребителей работают (63,1%), пятая часть – учатся (19,9%), 7,9% находятся на пенсии, 1,2% – в отпуске по уходу за ребенком, 4,8% – в поиске работы, 3,1% ведут домашнее хозяйство. Свое материальное положение большинство респондентов описывает как не в полной мере удовлетворительное: денег хватает только на приобретение продуктов питания и одежды, тогда как покупка товаров длительного пользования для них затруднительна (45,9%), у еще 37,4% покупка таких товаров не вызывает затруднения, а 7,1% могут позволить себе дорогостоящие покупки, включая

недвижимость; нехватку средств ощущают около десятой части опрошенных – 8,6% денег хватает только на пропитание, 1% – не хватает даже на пропитание. Среднемесячный доход 37,1% опрошенных в расчете на одного члена семьи составляет 7-15 тыс. руб., 29,1% – 15-20 тыс. руб., 25,7% – свыше 20 тыс. руб., 8,1% – до 7 тыс. руб.

Таблица 3.1 - Распределения признаков выборочной совокупности опроса потребителей товаров, работ и услуг на социально-значимых рынках Республики Татарстан

Параметры выборочной совокупности		Кол-во, чел.	Доля, %
Распределение по полу	Мужской	293	48,5
	Женский	311	51,5
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
Распределение по возрасту	18-35 лет	365	60,4
	36-50 лет	148	24,5
	Старше 50 лет	91	15,1
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
Распределение по образованию	Среднее общее	55	9,1
	Среднее специальное	133	22,0
	Неполное высшее	143	23,7
	Высшее	267	44,2
	Научная степень	6	1,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
Распределение по наличию/количеству детей	Нет детей	316	52,3
	1 ребенок	100	16,6
	2 ребенка	144	23,8
	3 и более детей	44	7,3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
Распределение по социальному статусу	Работаю	381	63,1
	Без работы	29	4,8
	Учусь	120	19,9
	Домохозяйка(ин)	19	3,1
	Пенсионер	48	7,9
	Другое: В декретном отпуске	7	1,2
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
Распределение по сферам труда	Промышленное производство	102	16,9
	Сфера торговли	78	12,9

Параметры выборочной совокупности		Кол-во, чел.	Доля, %
	Бытовые услуги	22	3,6
	Социальные услуги	94	15,6
	Транспортная сфера	38	6,3
	Финансы и кредит	27	4,5
	Вооруженные силы, силовые структуры	8	1,3
	Государственная (муниципальная) служба	26	4,3
	Учеба в учреждениях образования	87	14,4
	Нахожусь на пенсии	43	7,1
	Нигде не работаю	66	10,9
	Другое	13	2,2
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>
	<b>Распределение по материальному положению (объективный критерий: размер среднемесячного дохода в расчете на 1 члена семьи)</b>	До 7 тыс. руб.	49
От 7 до 15 тыс. руб.		224	37,1
От 15 до 20 тыс. руб.		176	29,1
Свыше 20 тыс. руб.		155	25,7
<b>ВСЕГО</b>		<b>604</b>	<b>100,0</b>
<b>Распределение по материальному положению (субъективный критерий: самоопределение материального положения)</b>	Денег сейчас не хватает даже на покупку продуктов питания	6	1,0
	Денег хватает только на приобретение продуктов питания	52	8,6
	Денег хватает только на приобретение продуктов и одежды; покупка товаров длительного пользования вызывает затруднения	277	45,9
	Покупка товаров длительного пользования не вызывает затруднений, но на дачу, машину и др. придется копить	226	37,4
	Можем себе позволить купить машину, дачу и др.	43	7,1
	<b>ВСЕГО</b>	<b>604</b>	<b>100,0</b>

Говоря о потребительской оценке доступности товаров, работ и услуг на социально-значимых рынках Республики Татарстан, следует, в первую очередь, обратиться к мнению респондентов относительно количества

организаций, представляющих рассматриваемые рынки (рис. 2.16). Так, наибольшим, по результатам опроса, следует признать количество организаций рынка услуг связи – их количество 88,5% находят достаточным и даже избыточным (59,1% и 29,4% соответственно), а также рынков розничной торговли (83,5%; достаточное количество – 52,6%, избыточное – 30,9%) и услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (78,4%; достаточное количество – 57,6%, избыточное – 20,8%). Количество организаций рынков услуг дошкольного образования, услуг в сфере культуры и услуг жилищно-коммунального хозяйства большинством потребителей также признается достаточным для удовлетворения потребностей, но при этом не избыточным (рынок услуг дошкольного образования: 64,6% – достаточное количество, 12,8% – избыточное; рынок услуг в сфере культуры: 59,5% и 11,5% соответственно; рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства: 58,8% и 10,8%). Неоднозначны оценки количества организаций рынка медицинских услуг (несмотря на то что 67,2% респондентов находят количество достаточным и избыточным, 30,3% также считают, что таких организаций мало и нет совсем), рынка услуг дополнительного образования детей (65,6% – количество достаточное и избыточное, 32% – организаций мало и нет совсем), рынка услуг детского отдыха и оздоровления (62,7% и 35,8% соответственно), рынка услуг социального обслуживания населения (58,1% и 40,6%). Однозначно недостаточным признается количество организаций рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (60% – организаций мало и нет совсем, 37,1% – количество организаций достаточное и избыточное).

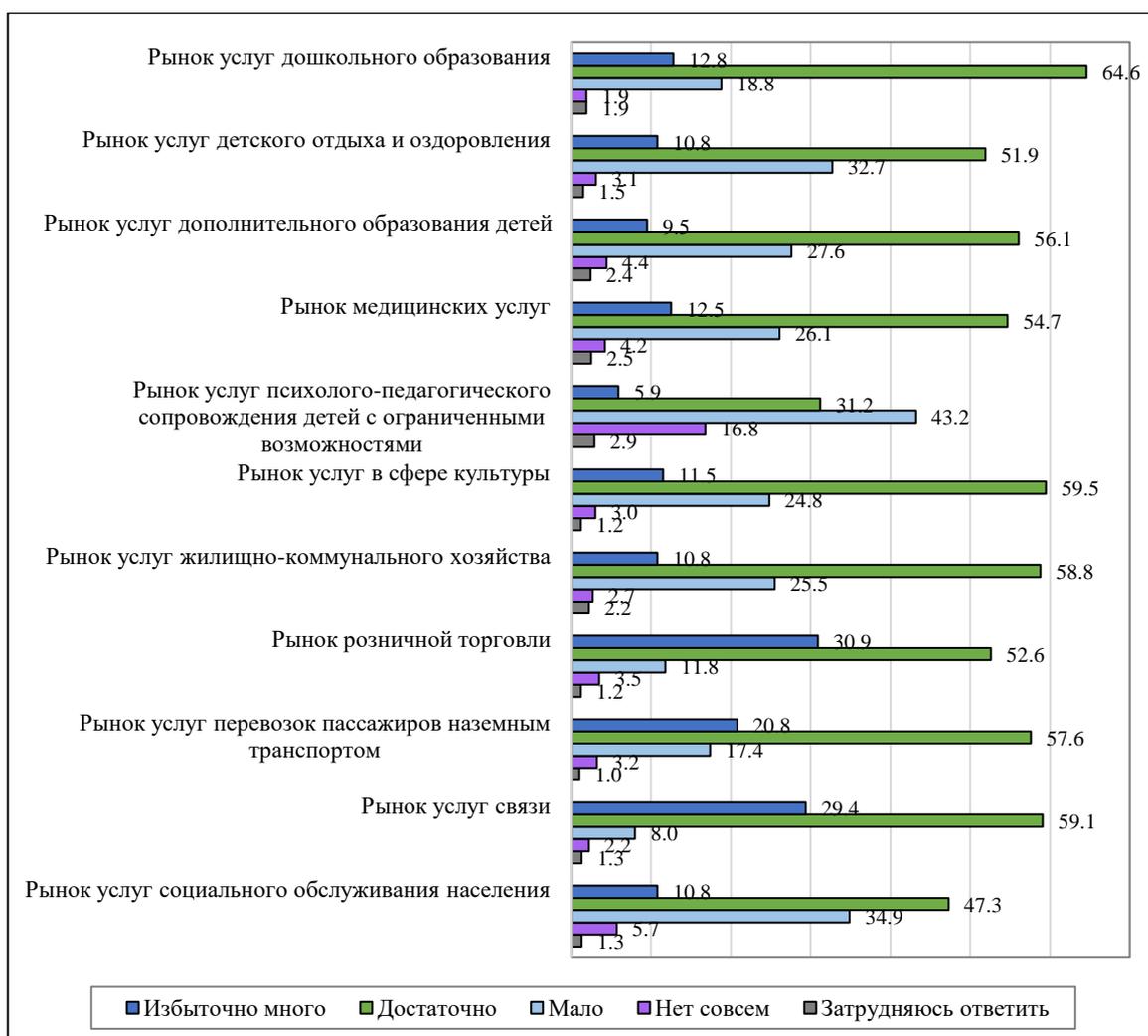


Рисунок 3.1 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое количество организаций представляют следующие услуги на рынках Вашего города (района)?», %

Второй значимый показатель доступности – цена, о чем говорят ответы респондентов на вопрос о главных критериях выбора ими того или иного товара, той или иной работы или услуги (рис. 3.2). Подавляющее большинство опрошенных (61,4%) при планировании покупки руководствуются, в первую очередь, ценой, еще 48,8% – собственным опытом потребления, 35,6% – наличием выгодных предложений, акций и скидок, 33,3% – качеством сервиса, 32,5% – брендом страны-производителя, 28,6% – советами знакомых и родственников, 25,7% – отзывами потребителей в Интернете, 25,5% – брендом компании-производителя, 13,6% – рекламой товара, работы или услуги. Что

касается удовлетворенности респондентов уровнем цен на рассматриваемых нами рынках, то ситуация складывается следующая (рис. 3.3). Ответы потребителей ни одного из социально-значимых рынков не говорят об их однозначной удовлетворенности ценами. Помимо 59,3% опрошенных, давших положительные оценки уровню цен на рынке услуг связи, почти треть (28,4%) придерживаются противоположной точки зрения; среди потребителей рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом 53,2% дают положительные оценки, 30,9% – отрицательные, среди потребителей рынка услуг в сфере культуры – 53,7% и 29,1% соответственно, среди потребителей рынка розничной торговли – 50,2% и 29,5%. Доли удовлетворенных и не удовлетворенных ценами практически равны среди потребителей рынков услуг дополнительного образования детей (36,2% – удовлетворены, 32,8% – не удовлетворены), услуг дошкольного образования (34,6% и 39,3% соответственно), услуг социального обслуживания населения (34,2% и 36,5%), услуг детского отдыха и оздоровления (33,7% и 39,5%). Однозначное неудовлетворение ощущают потребители рынков медицинских услуг (50,7%), услуг жилищно-коммунального хозяйства (48,1%) и услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (55,9%).

Цены на медицинские услуги (50,8%) и услуги жилищно-коммунального хозяйства (40,2%) в Республике Татарстан наши респонденты также считают более высокими, чем в других регионах. Более высокими, чем в других регионах, 28,1% опрошенных считают также цены на рынке услуг дошкольного образования, 21% – розничной торговли, 18,9% – дополнительного образования детей, 18,7% – услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, 14,4% – услуг в сфере культуры, 13,2% – услуг социального обслуживания населения, 11,1% – услуг связи, 7,1% – услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (рис. 3.4).



Рисунок 3.2 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте критерии, которыми Вы руководствуетесь при покупке товара/услуги», %

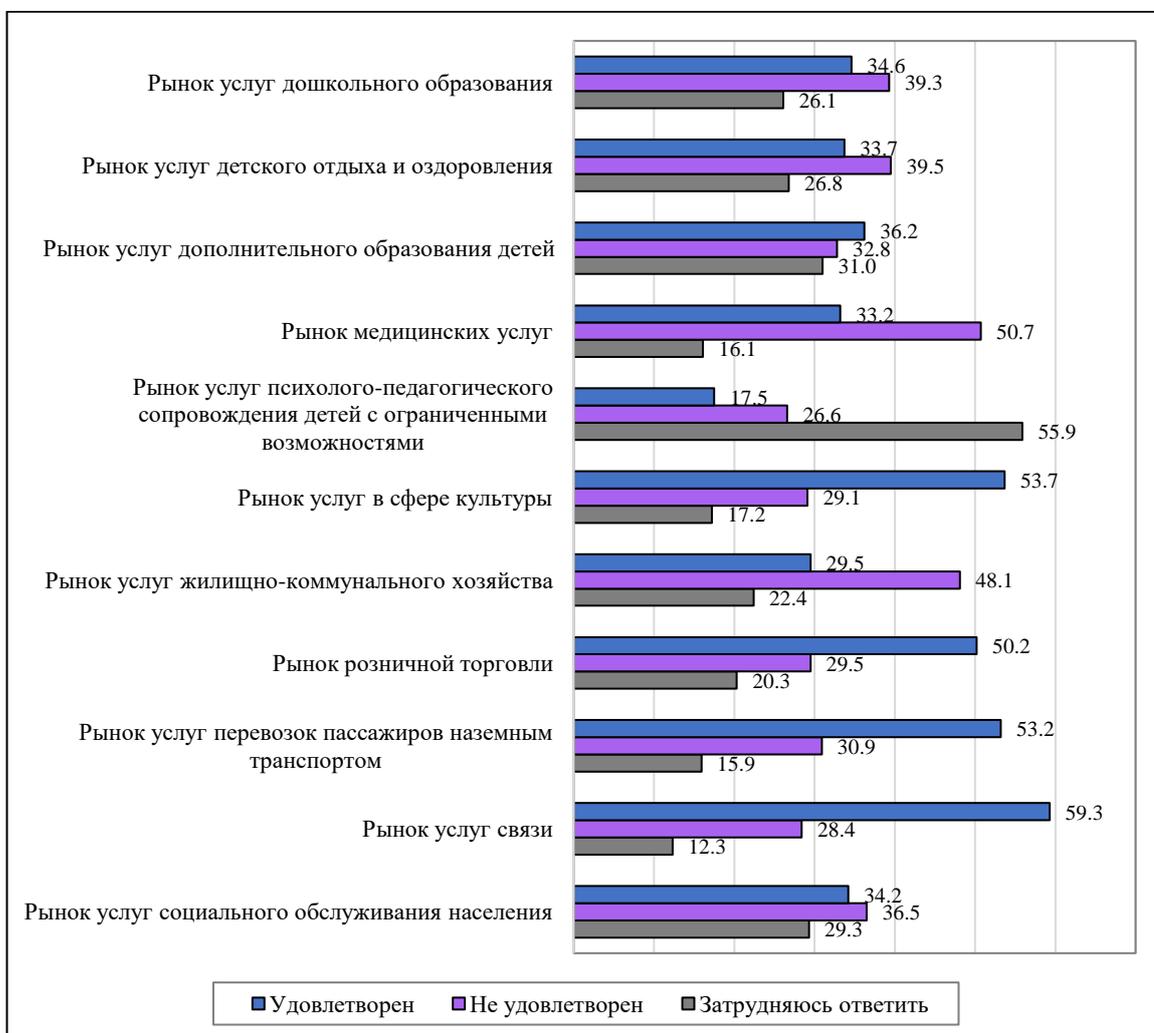


Рисунок 3.3 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены уровнем цен на рынках Вашего города (района)?», %

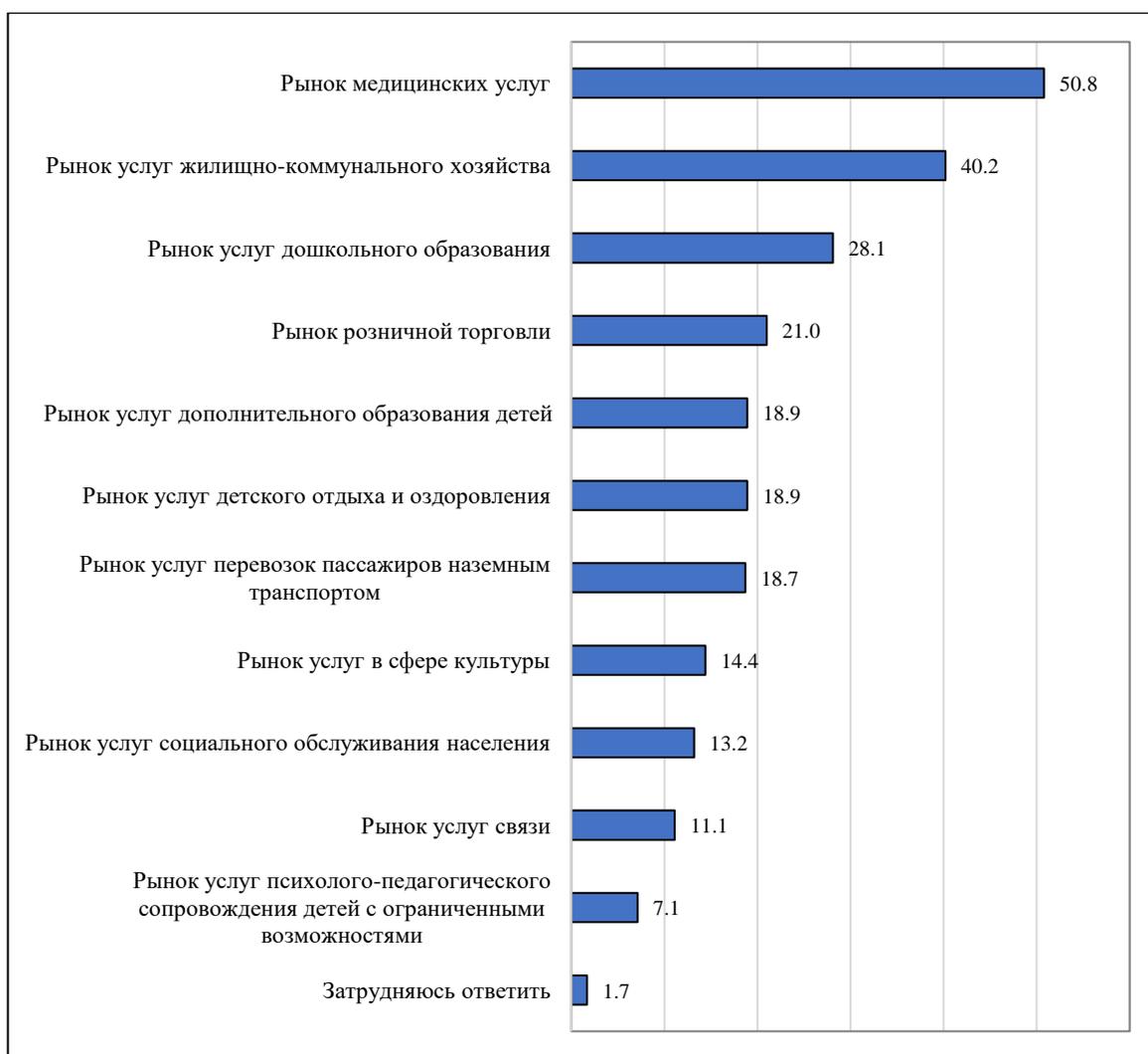


Рисунок 2.19 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «На какие товары и (или) услуги, по Вашему мнению, цены в Республике Татарстан выше по сравнению с другими регионами», %

Качество товаров, работ и услуг на социально-значимых рынках Республики Татарстан потребителями в большинстве случаев также оценено неоднозначно (рис. 2.20). Так, 53,5% потребителей рынка услуг в сфере культуры находят их удовлетворительными, 24,1% – неудовлетворительными; среди потребителей рынка услуг связи 52,2% дают положительные оценки, 29,1% – отрицательные, среди потребителей рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом – 49,7% и 26,2% соответственно, рынка розничной торговли – 48,6% и 26,3%, рынка услуг дополнительного образования детей – 42,5% и 22,1%, рынка услуг дошкольного образования –

41,1% и 26%, рынка услуг детского отдыха и оздоровления – 39,7% и 30,3%. Практически равные доли потребителей услуг социального обслуживания населения находят их удовлетворительными и неудовлетворительными (32,7% и 32,4% соответственно). В целом отрицательно оценивают качество предоставления медицинских услуг в республике (32,6% – удовлетворены, 45,3% – не удовлетворены) и услуг жилищно-коммунального хозяйства (31,8% – удовлетворены, 40,7% – не удовлетворены). Больше половины (57,7%) опрошенных потребителей услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями затрудняются оценить их качество, среди остальных 19,2% находят его удовлетворительным, 23,1% – неудовлетворительным.

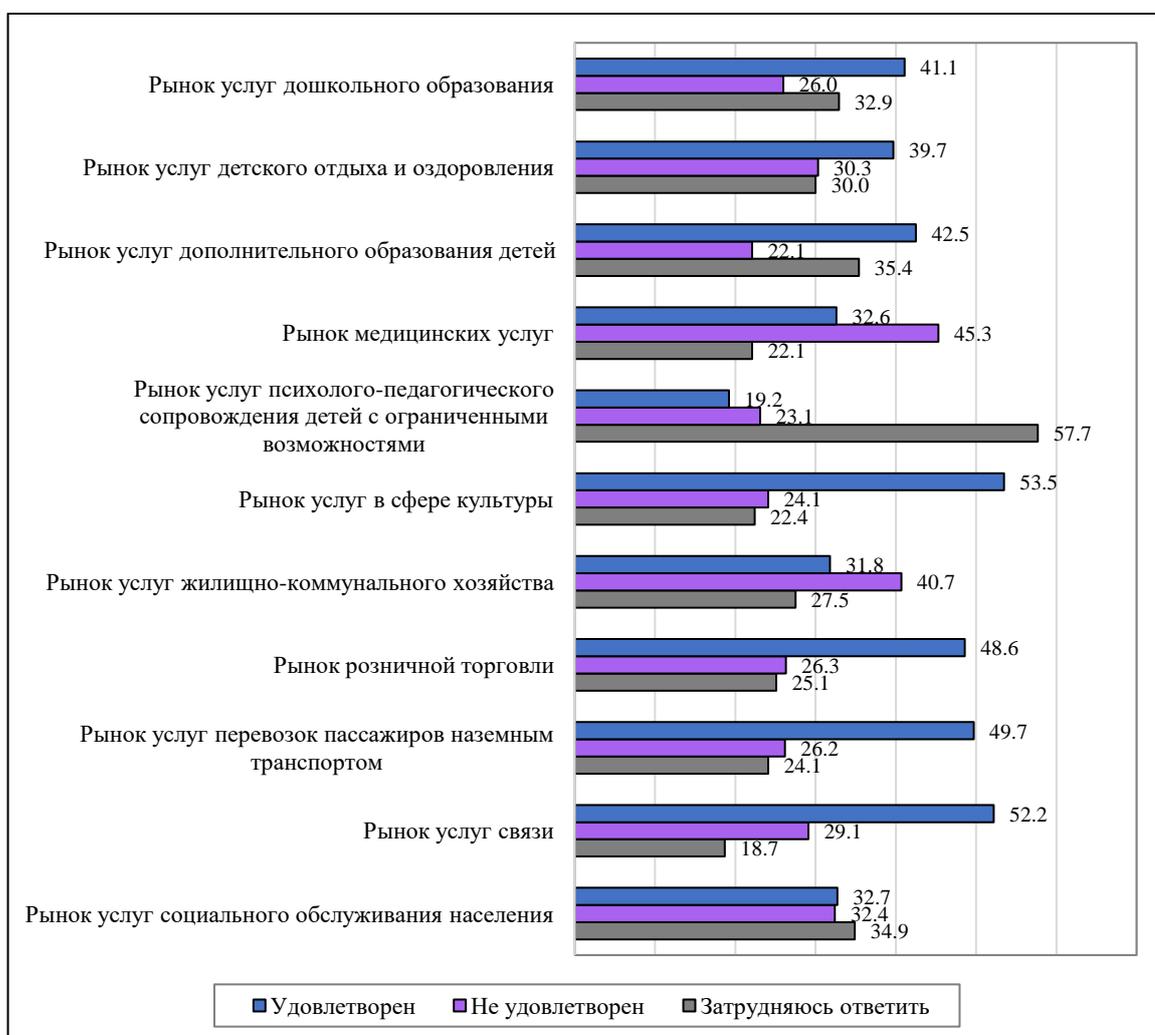


Рисунок 2.20 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены качеством товаров, работ и услуг на рынках Вашего города (района)?», %

Широкие возможности выбора, по мнению наших респондентов, предоставляются на рынках услуг связи (59,2%), розничной торговли (55,2%), услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (54,2%), услуг в сфере культуры (52,5%). Оценки следующих рынков по данному критерию неоднозначны, так как при наличии большинства, удовлетворенного возможностями выбора, значительны также доли неудовлетворенных и затрудняющихся назвать другие организации, действующие на данном рынке: рынок услуг дополнительного образования детей (удовлетворены – 44%, не удовлетворены – 20,5%, затрудняются ответить – 35,5%), рынок медицинских услуг (41,4%, 34,7% и 23,9% соответственно), рынок услуг дошкольного образования (40,8%, 27,5% и 31,7%), рынок услуг детского отдыха и оздоровления (40,5%, 26,4% и 33,1%), рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства (31,8%, 34,6% и 33,6%). Потребители рынков услуг социального обслуживания населения и услуг психолого-педагогического сопровождения в большинстве своем затруднились ответить на данный вопрос (43,3% и 58,2% соответственно) (рис.2.21).

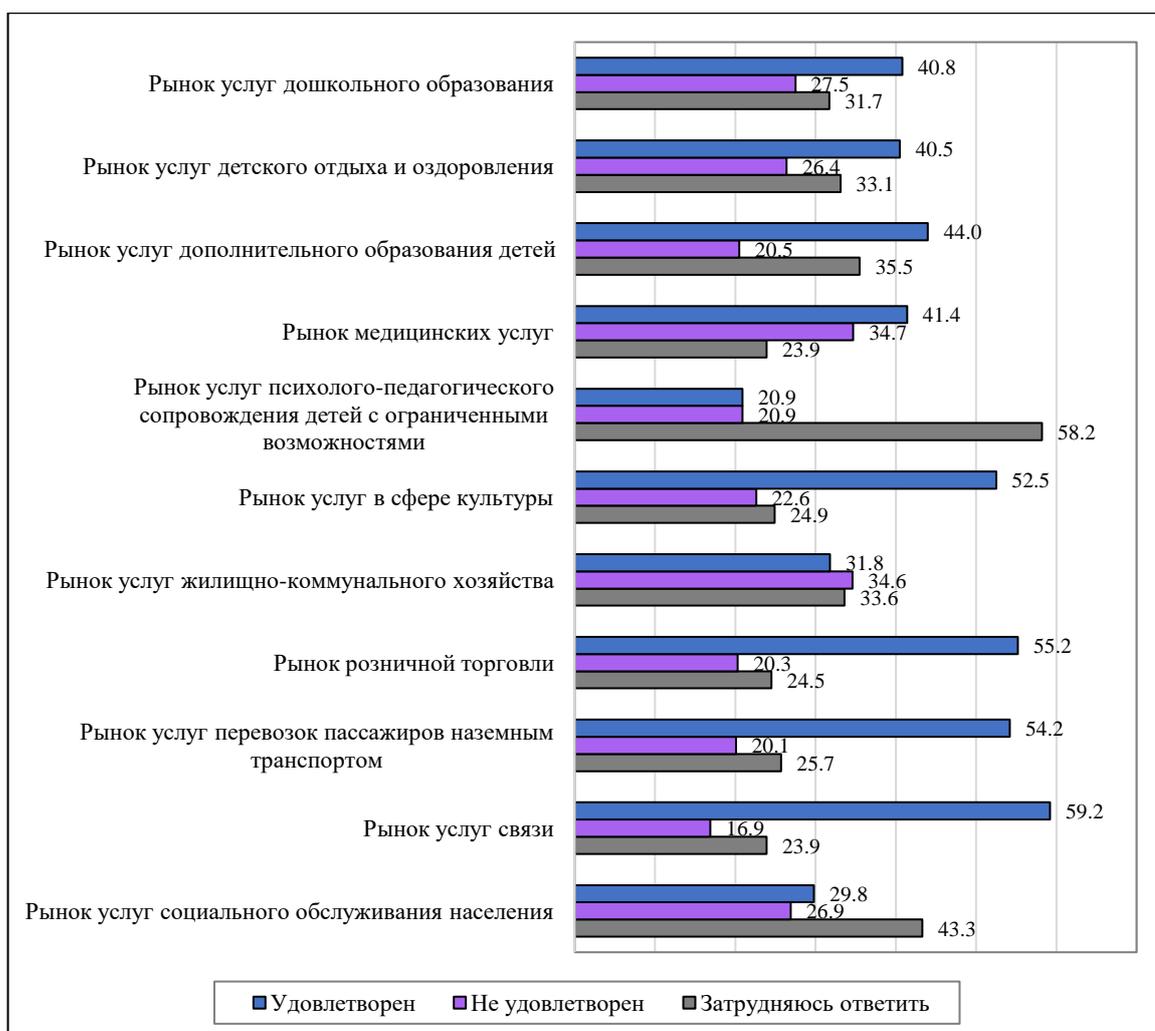


Рисунок 2.21 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены возможностью выбора на рынках Вашего города (района)?», %

Динамика изменений доступности и качества товаров, работ и услуг на социально-значимых рынках республики в представлениях потребителей оказывается позитивной. За последние три года, по мнению большинства опрошенных, увеличилось количество организаций рынков розничной торговли (63,2%), услуг связи (55,3%), дошкольного образования (53,1%), перевозок пассажиров наземным транспортом (52%), медицинских услуг (51,8%), услуг в сфере культуры (50,7%), дополнительного образования детей (50,2%), детского отдыха и оздоровления (46,6%). Неоднозначно оценено изменение количества организаций рынков услуг жилищно-коммунального

хозяйства (11,6% – снизилось, 29,5% – увеличилось, 36,8% – не изменилось; затрудняются ответить 22,1%), социального обслуживания населения (10,6%, 26,5% и 28,5% соответственно; затрудняются ответить 34,4%) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (8,7%, 21,9% и 20,9% – не изменилось; затрудняются ответить 48,5%) (рис. 2.22).

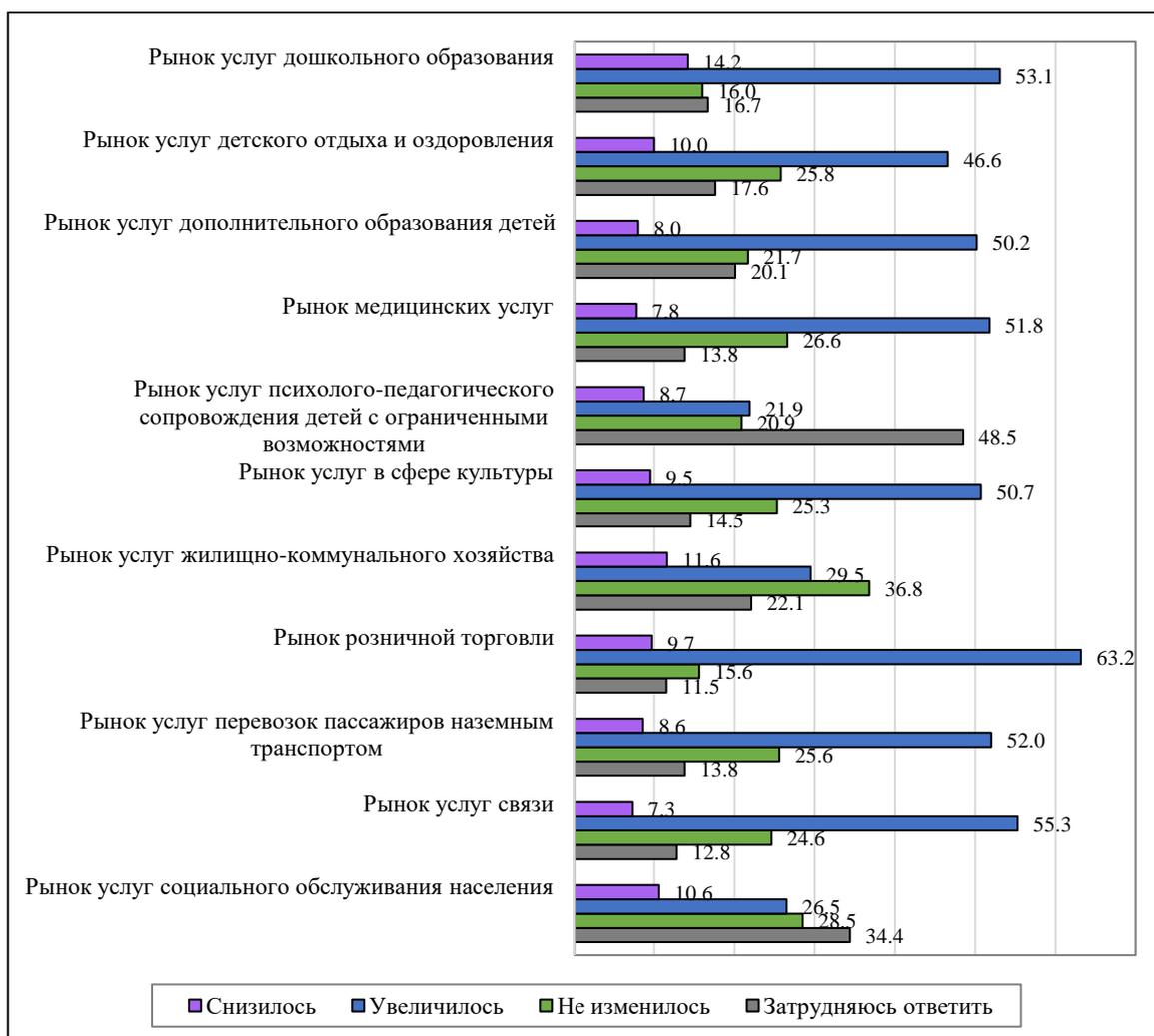


Рисунок 2.22 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, изменилось количество организаций, представляющих следующие товары и услуги на рынках Республики Татарстан, в течение последних 3 лет?», %

Позитивные изменения за последние три года, по мнению потребителей большинства рынков, коснулись и цен на товары, работы и услуги. Так, об

улучшении цен говорят 51,5% опрошенных потребителей рынка услуг связи, 50,1% – перевозок пассажиров наземным транспортом, 49,6% – розничной торговли, 48,2% – медицинских услуг, 47% – услуг в сфере культуры, 46,2% – дошкольного образования, 45,6% – детского отдыха и оздоровления, 45,2% – дополнительного образования детей, 44,1% – жилищно-коммунального хозяйства. Неоднозначны оценки изменения уровня цен на рынках услуг социального обслуживания населения (14% – ухудшение, 31% – улучшение, 23,8% – без изменений; затрудняются ответить 31,2%) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (10,5% – ухудшение, 22,5% – улучшение, 14,9% – без изменений; затрудняются ответить 52,1%) (рис.2.23).

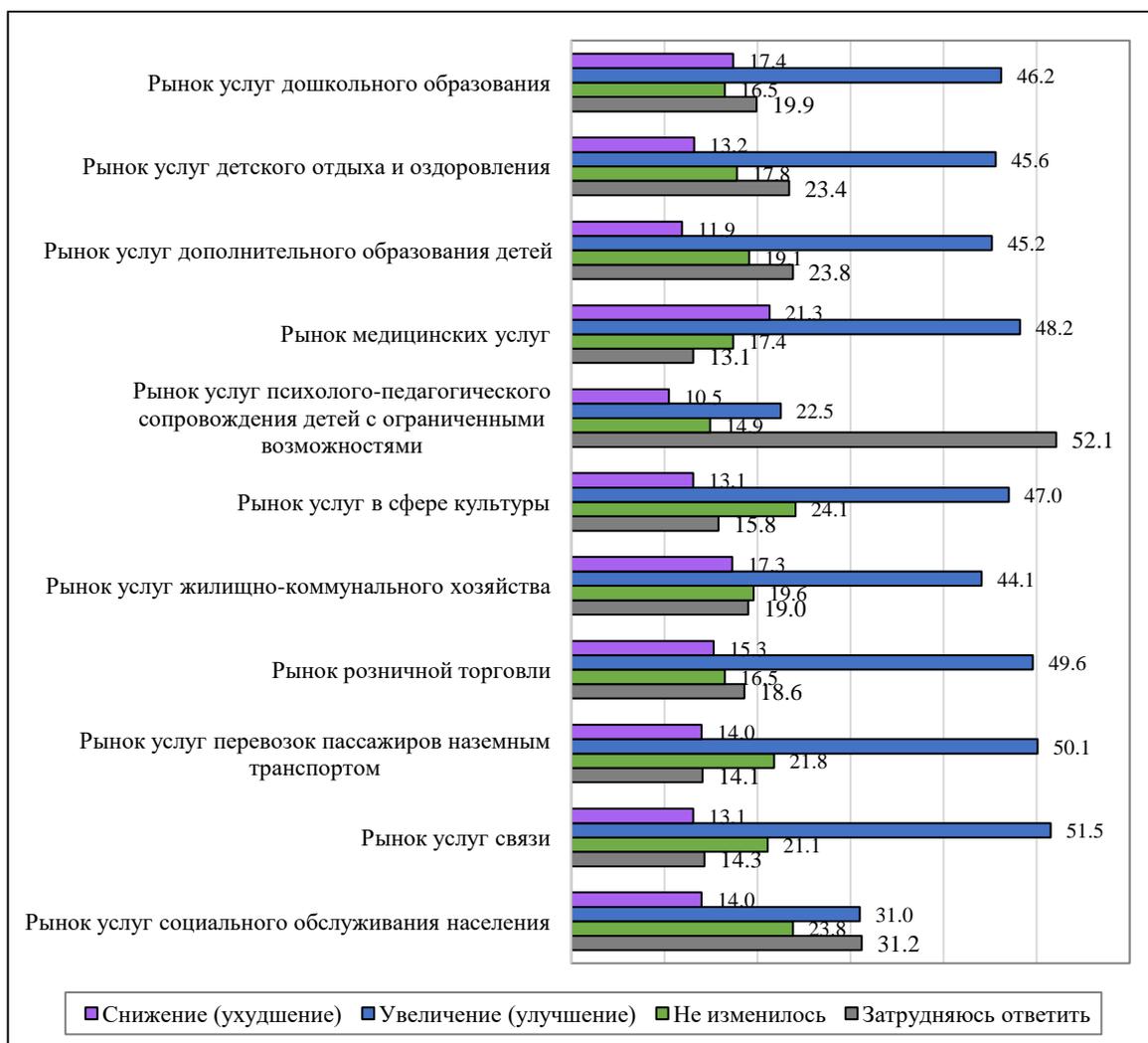


Рисунок 2.23 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменился уровень цен на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %

Об однозначном повышении за последние три года качества производимых товаров, выполняемых работ и предоставляемых услуг можно говорить в отношении рынков услуг в сфере культуры (44,5%) и розничной торговли (40,6%). Значительная часть ответов потребителей других рынков свидетельствует, кроме этого, об отсутствии изменений: рынки услуг связи (41,5% – улучшение, 27,7% – без изменений), детского отдыха и оздоровления (38,4% и 23,6% соответственно), перевозок пассажиров наземным транспортом (37,5% и 29,9%), дополнительного образования детей (37,2% и 24,7%), дошкольного образования (36,8% и 23,3%), медицинских услуг (34,4% и 26,1%), жилищно-коммунального хозяйства (25,6% и 32,2%). Опрошенные-потребители рынков услуг социального обслуживания населения (12,5% – ухудшение, 26,4% – улучшение, 28% – без изменений; затрудняются ответить 33,1%) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (11,7% – ухудшение, 21,4% – улучшение, 17,2% – без изменений; затрудняются ответить 49,7%) в большинстве своем затруднились ответить (рис. 2.24).

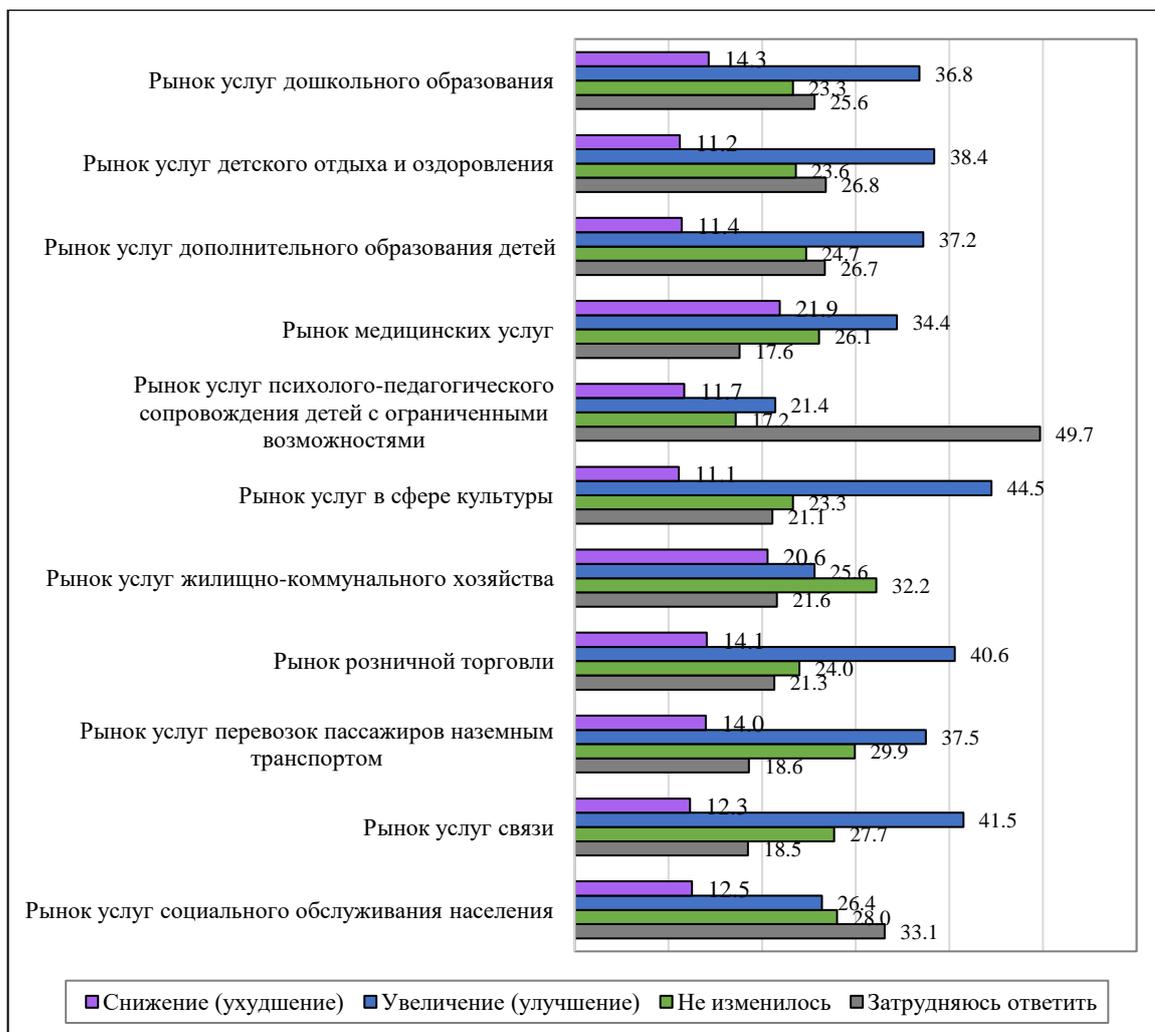


Рисунок 2.24 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменилось качество товаров, работ и услуг на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %

По мнению подавляющего большинства потребителей, на всех рынках в положительную сторону изменились и возможности выбора: на рынках услуг связи – 50,7%, медицинских услуг – 46,5%, розничной торговли – 45,3%, дошкольного образования – 45%, услуг в сфере культуры – 44,5%, перевозок пассажиров наземным транспортом – 44,4%, дополнительного образования детей – 42,3%, детского отдыха и оздоровления – 41,9%. Неоднозначные оценки дают потребители рынка услуг жилищно-коммунального хозяйства – помимо, 28,3% считающих, что возможности выбора увеличились, 27,8% не видят изменений, а 30,6% затрудняются их оценить. Респонденты,

пользующиеся услугами социального обслуживания населения и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, затруднились ответить на данный вопрос, что в этом и других (описанных ранее) случаях может говорить о внезапности и редкости поводов к обращению в подобные организации и соответственной малой информированностью татарстанцев различными аспектами их работы, особенно в перспективе (рис. 2.25).

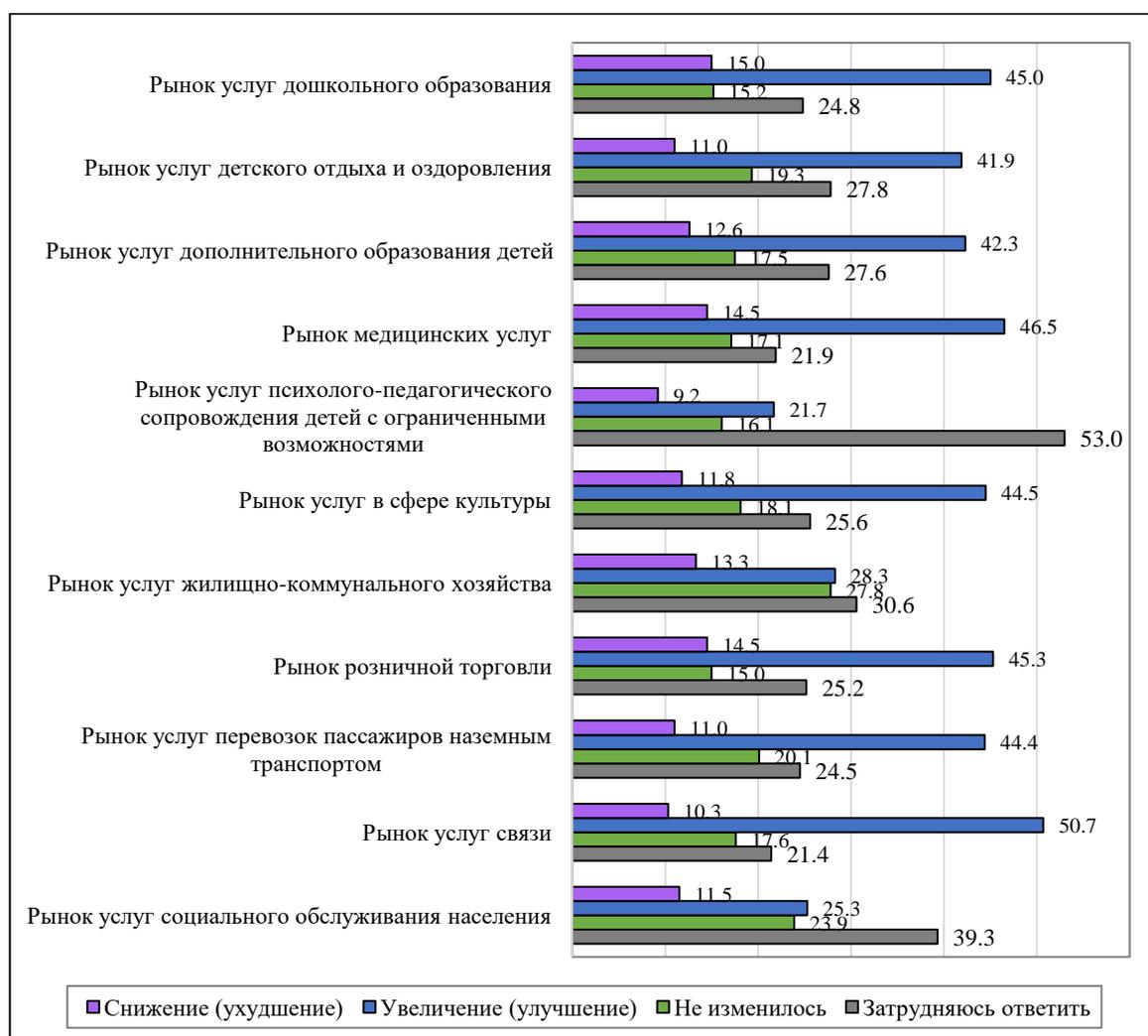


Рисунок 2.25 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменились возможности выбора на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %

Качество массового информирования о разных аспектах деятельности негосударственных организаций, действующих на рассматриваемых социально-значимых рынках Республики Татарстан, в целом, как показывают результаты опроса, довольно высокое (рис. 2.26). Выше всего оценено качество открытой информации о работе организаций рынка услуг связи (удовлетворены им 65,4% опрошенных, не удовлетворены – 14,9%, не сталкивались с такой информацией или затрудняются ответить – 19,7%), услуг в сфере культуры (62,6%, 18,7% и 18,7% соответственно), услуг дошкольного образования (61,2%, 13,6% и 25,2%) и рынка розничной торговли (60,6%, 15,9% и 23,5%). Несколько ниже оценена информация о рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (56,7%, 21,4% и 21,9%), о рынке медицинских услуг (55,3%, 27,8% и 16,9%), услуг дополнительного образования детей (52,8%, 15,7% и 31,5%), услуг детского отдыха и оздоровления (52,3%, 19,2% и 28,5%). Неоднозначной респондентам представляется информация о деятельности организаций рынков жилищно-коммунального хозяйства (39,2%, 35,4% и 25,4%) и услуг социального обслуживания населения (36,1%, 24,7% и 39,2%). С информацией о рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями подавляющее большинство опрошенных (57,8%) не сталкивались, среди остальных ее качеством удовлетворены 24,3%, не удовлетворены – 17,9%.

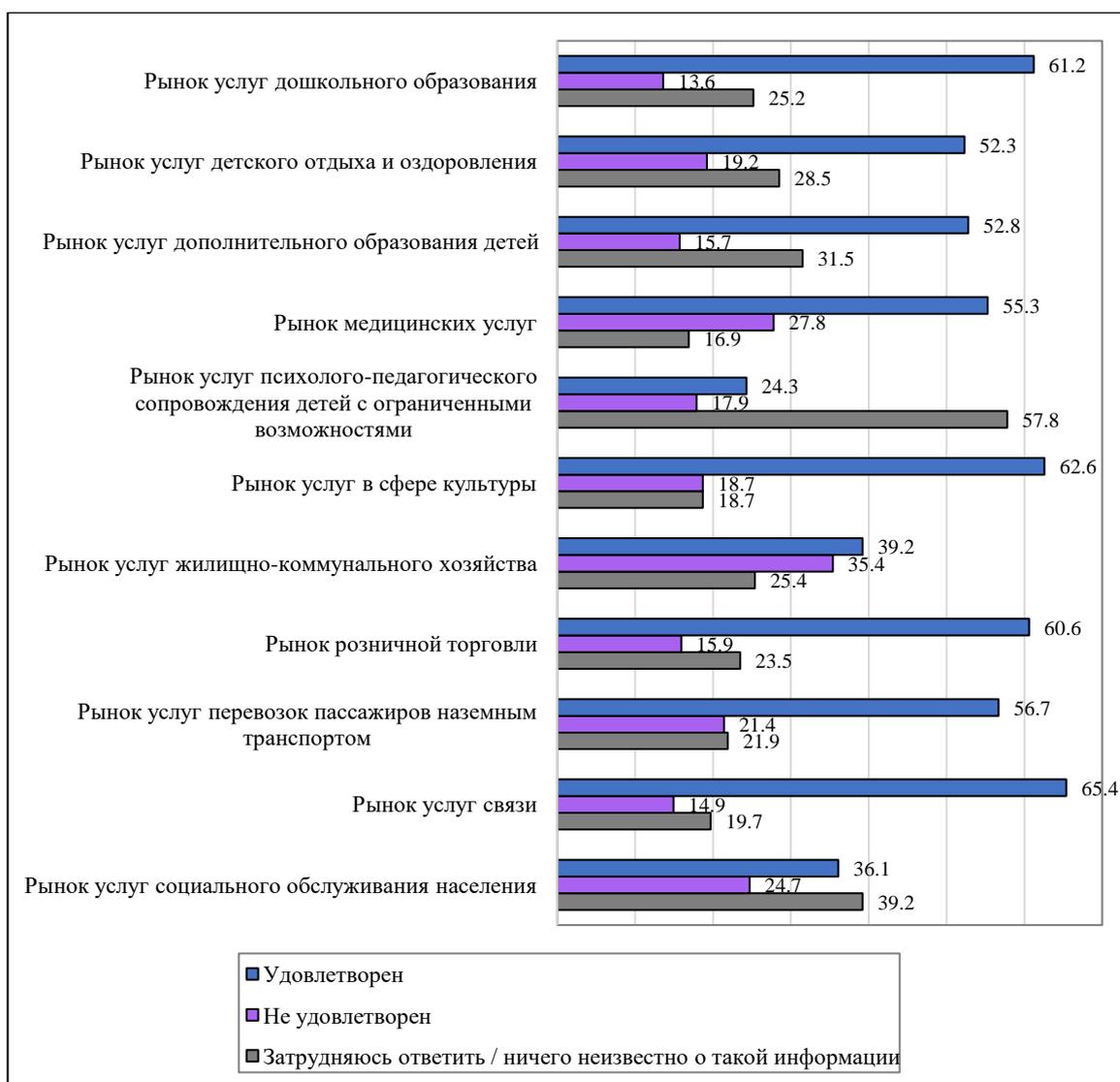


Рисунок 2.26 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество информации, размещаемой в открытом доступе, о деятельности негосударственных (частных) организаций в Республике Татарстан, оказывающих услуги в следующих сферах», %

Среди субъектов естественных монополий Республики Татарстан респонденты наиболее высоко оценивают качество электро- (77%), газоснабжения (70,7%) и услуг проводной телефонной связи (53,1%; при 31,5% затрудняющихся ответить в силу падения популярности стационарных телефонов как средства связи). Качество водо- и теплоснабжения оценено неоднозначно – наряду с преобладающим количеством удовлетворенных работой этих систем (водоснабжение – 54,1%, теплоснабжение – 53,5%)

наличествует значительная доля недовольных (водоснабжение – 34,8%, теплоснабжение – 31,3%). Ниже всего опрошенные оценили качество работы водоочистительных организаций республики (удовлетворен – 35,4%, не удовлетворен – 47,4%) (рис.2.27).

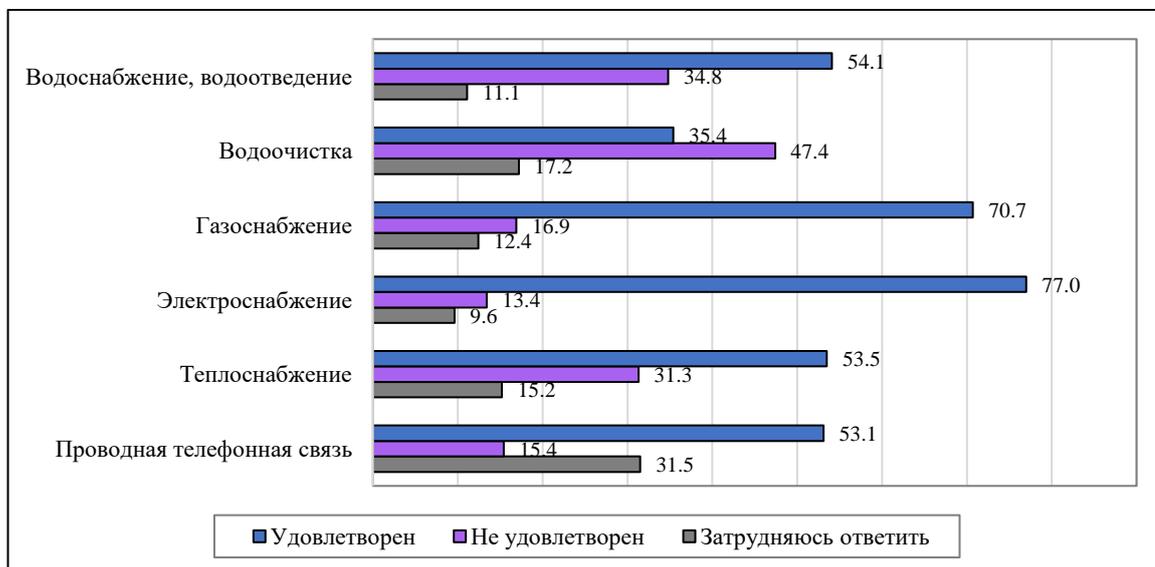


Рисунок 2.27 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг субъектов естественных монополий в Вашем городе (районе)», %

### Выводы

Ответы потребителей товарных рынков Республики Татарстан позволяют говорить о позитивном изменении состояния конкурентной среды на большинстве из них. Так, за последние 3 года увеличились возможности выбора необходимых татарстанцам товаров, работ и услуг, что в первую очередь связано с ростом числа организаций, представляющих тот или иной рынок. Наиболее позитивно количество организаций и предоставляемые ими возможности выбора оценены потребителями рынков связи, розничной торговли, перевозок пассажиров наземным транспортом и услуг в сфере культуры, причем разнообразие первых трех из них даже избыточно. То же касается изменения качества и стоимости предоставления услуг – несмотря на высокую положительную динамику практически всех рассматриваемых рынков, наибольшее удовлетворение у потребителей вызывают сферы

культуры, торговли, связи и наземного транспорта. Впрочем, цены на товары, работы и услуги в республике не получают от потребителей, ориентированных, в первую очередь, на экономию денежных средств<sup>3</sup>, однозначного одобрения, и если в отношении обозначенных рынков-лидеров достигнут компромисс ожиданий от совокупности качества услуг, их ассортимента и их стоимости, то по остальным ситуация несколько более напряженная. Особенно это касается рынков медицинских услуг и услуг жилищно-коммунального хозяйства, цены на которые, по мнению потребителей, значительно выше, чем в других регионах, а также рынков услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями и социального обслуживания населения. Два последних следует признать рынками-аутсайдерами республики – в числе их потребителей больше всего не удовлетворенных количеством организаций, качеством и ассортиментом услуг, отсутствием позитивной динамики их изменения, а также отсутствием подробной, доступной информации о предпринимательской деятельности субъектов данных рынков.

### **3.2 Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на приоритетных рынках Республики Татарстан и состоянием ценовой конкуренции**

Учитывая, что по целому ряду рынков уже осуществлены социологические исследования, позволяющие определить существующие тенденции их развития в оценках опрашиваемых респондентов – участников рынков, а также учитывая, что по ряду рынков информация, раскрывающая особенности их развития, определена в составе исследовательских и

---

<sup>3</sup>Важно отметить, что субъекты предпринимательской деятельности всех рассмотренных социально-значимых рынков Республики Татарстан, в свою очередь, не относят низкие цены на товары, работы и услуги к важнейшим факторам конкурентоспособности своих компаний, считая, что потребитель при выборе будет руководствоваться, главным образом, качеством продукции и собственным позитивным опытом ее потребления, позволившим сформироваться доверительным отношениям между сторонами.

аналитических материалов (Антикоррупционный мониторинг 2017; Отчет Счетной палаты РТ; данные ГИС «Народный контроль»; данные УФАС по РТ, раскрывающие информацию о нарушениях антимонопольного законодательства; иные аналитические данные Министерств и ведомств Республики Татарстан и др.) целесообразно выявить параметры конкурентной среды в оценках потребителей на рынках «Строительные материалы» и «Розничная продажа нефтепродуктов», ввиду отсутствия по ним детализированных данных социологического и аналитического порядка.

С целью выявления потребительской оценки доступности и качества товаров, работ и услуг на приоритетных рынках Республики Татарстан методом очного анкетирования по стратифицированной выборке было опрошено 100 жителей республики. Социально-демографический состав совокупности опрошенных характеризуется следующими значениями (табл. 2.9). Представленность мужчин и женщин выражена почти равными долями (48% и 52% соответственно). В разрезе возраста численно преобладает группа 18-35 лет (63%), две другие вместе составляют около 40% (26% – татарстанцы в возрасте 36-50 лет, 11% – старше 50 лет). Подавляющее большинство опрошенных имеют высшее образование (59%, в том числе 4% – научную степень), еще 6% – неполное высшее, 27% – среднее специальное, 8% – среднее общее. Около половины респондентов не имеют детей (43%), среди остальных 17% имеют одного ребенка, 34% – двоих детей, 6% – троих детей и более. Более двух третей опрошенных потребителей работают (78%), 5% учатся, 7% находятся на пенсии, 3% – в отпуске по уходу за ребенком, 2% – в поиске работы, 5% ведут домашнее хозяйство. Свое материальное положение большинство респондентов описывает как не в полной мере удовлетворительное: денег хватает только на приобретение продуктов питания и одежды, тогда как покупка товаров длительного пользования для них затруднительна (50%), у еще 41% покупка таких товаров не вызывает затруднения, а 3% могут позволить себе дорогостоящие покупки, включая недвижимость; нехватку средств ощущают 6%, которым денег хватает только

на пропитание. Среднемесячный доход 44% опрошенных в расчете на одного члена семьи составляет 15-20 тыс. руб., 27% – 7-15 тыс. руб., 22% – свыше 20 тыс. руб., 7% – до 7 тыс. руб.

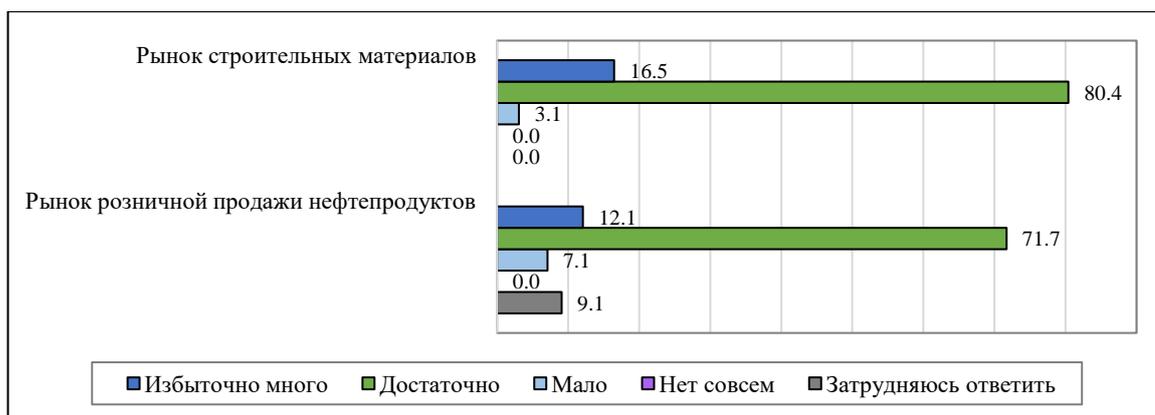
*Таблица 2.9. Распределения признаков выборочной совокупности опроса потребителей товаров, работ и услуг на приоритетных рынках Республики Татарстан*

Параметры выборочной совокупности		Кол-во, чел.	Доля, %
Распределение по полу	Мужской	48	48,0
	Женский	52	52,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
Распределение по возрасту	18-35 лет	63	63,0
	36-50 лет	26	26,0
	Старше 50 лет	11	11,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
Распределение по образованию	Среднее общее	8	8,0
	Среднее специальное	27	27,0
	Неполное высшее	6	6,0
	Высшее	55	55,0
	Научная степень	4	4,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
Распределение по наличию/количеству детей	Нет детей	43	43,0
	1 ребенок	17	17,0
	2 ребенка	34	34,0
	3 и более детей	6	6,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
Распределение по социальному статусу	Работаю	78	78,0
	Без работы	2	2,0
	Учусь	5	5,0
	Домохозяйка(ин)	5	5,0
	Пенсионер	7	7,0
	Другое: В декретном отпуске	3	3,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
Распределение по сферам труда	Промышленное производство	25	25,0
	Сфера торговли	13	13,0
	Бытовые услуги	6	6,0
	Социальные услуги	16	16,0
	Транспортная сфера	8	8,0
	Финансы и кредит	3	3,0

Параметры выборочной совокупности		Кол-во, чел.	Доля, %
	Вооруженные силы, силовые структуры	1	1,0
	Государственная (муниципальная) служба	5	5,0
	Учеба в учреждениях образования	6	6,0
	Нахожусь на пенсии	7	7,0
	Нигде не работаю	6	6,0
	Другое	4	4,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
<b>Распределение по материальному положению (объективный критерий: размер среднемесячного дохода в расчете на 1 члена семьи)</b>	До 7 тыс. руб.	7	7,0
	От 7 до 15 тыс. руб.	27	27,0
	От 15 до 20 тыс. руб.	44	44,0
	Свыше 20 тыс. руб.	22	22,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
<b>Распределение по материальному положению (субъективный критерий: самоопределение материального положения)</b>	Денег сейчас не хватает даже на покупку продуктов питания	0	0,0
	Денег хватает только на приобретение продуктов питания	6	6,0
	Денег хватает только на приобретение продуктов и одежды; покупка товаров длительного пользования вызывает затруднения	50	50,0
	Покупка товаров длительного пользования не вызывает затруднений, но на дачу, машину и др. придется копить	41	41,0
	Можем себе позволить купить машину, дачу и др.	3	3,0
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Говоря о потребительской оценке доступности товаров, работ и услуг на приоритетных рынках Республики Татарстан, следует, в первую очередь, обратиться к мнению респондентов относительно количества организаций, представляющих рассматриваемые рынки (рис. 2.28). Так, наибольшим, по результатам опроса, следует признать количество организаций рынка строительных материалов – их количество 96,9% находят достаточным и даже избыточным (80,4% и 16,5% соответственно). Количество организаций рынка розничной продажи нефтепродуктов также вызывает у респондентов высокое

удовлетворение: 71,7% – достаточное количество, 12,1% – избыточное количество.

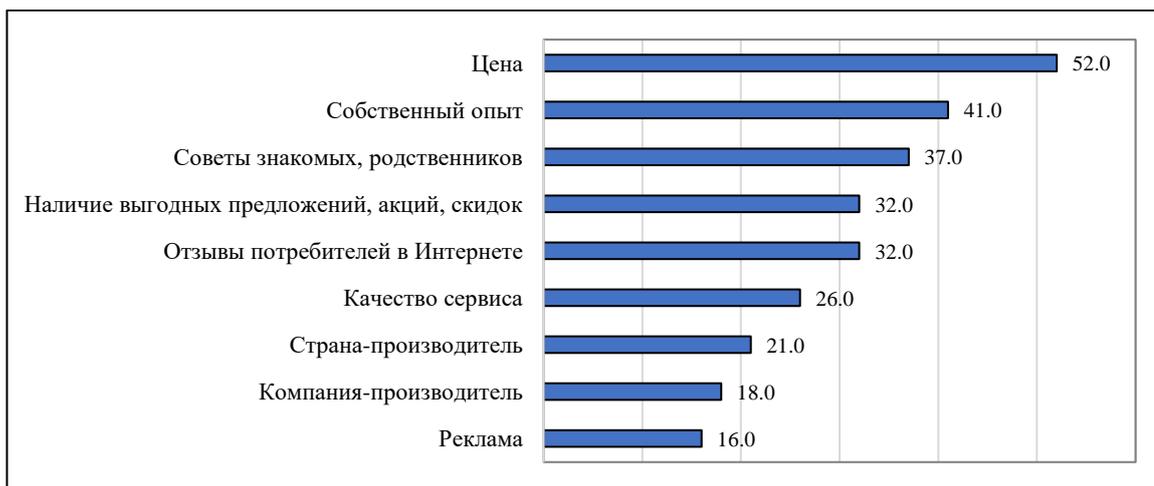


*Рисунок 2.28. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое количество организаций представляют следующие услуги на рынках Вашего города (района)?», %*

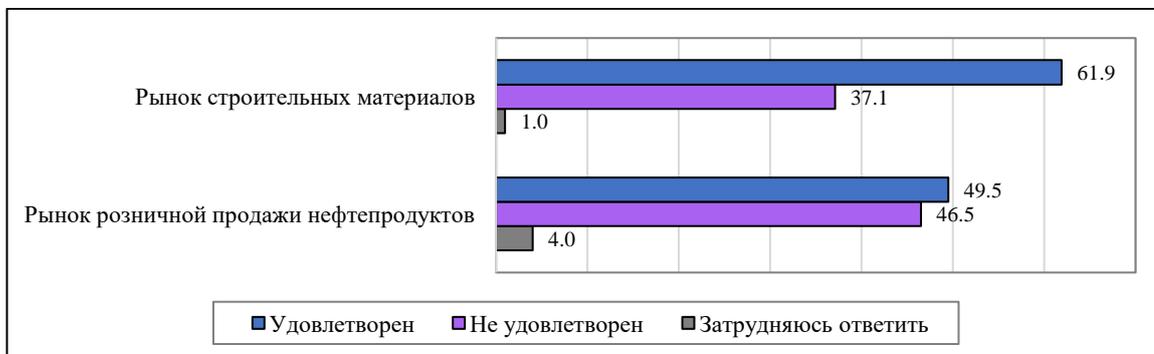
Второй значимый показатель доступности – цена, о чем говорят ответы респондентов на вопрос о главных критериях выбора ими того или иного товара, той или иной работы или услуги (рис. 2.29). Подавляющее большинство опрошенных (52%) при планировании покупки руководствуются, в первую очередь, ценой, еще 41% – собственным опытом потребления, 37% – советами знакомых и родственников, по 32% – наличием выгодных предложений, акций и скидок, а также отзывами потребителей в Интернете, 26% – качеством сервиса, 21% – брендом страны-производителя, 18% – брендом компании-производителя, 16% – рекламой товара, работы или услуги. Что касается удовлетворенности респондентов уровнем цен на рассматриваемых нами рынках, то ситуация складывается следующая (рис. 2.30). Ответы потребителей услуг рынка строительных материалов демонстрируют однозначную удовлетворенность большинства из них (61,9%; 37,1% – не удовлетворены ценами на рынке), в ответах же потребителей услуг рынка розничной продажи нефтепродуктов значителен разброс мнений: 49,5% не испытывают недовольства стоимостью услуг на рынке, тогда как почти равная доля (46,5%) находят цены завышенными.

Отметим также, что рынок розничной продажи нефтепродуктов входит в ТОП-5 рынков, цены на услуги которых наши респонденты посчитали более

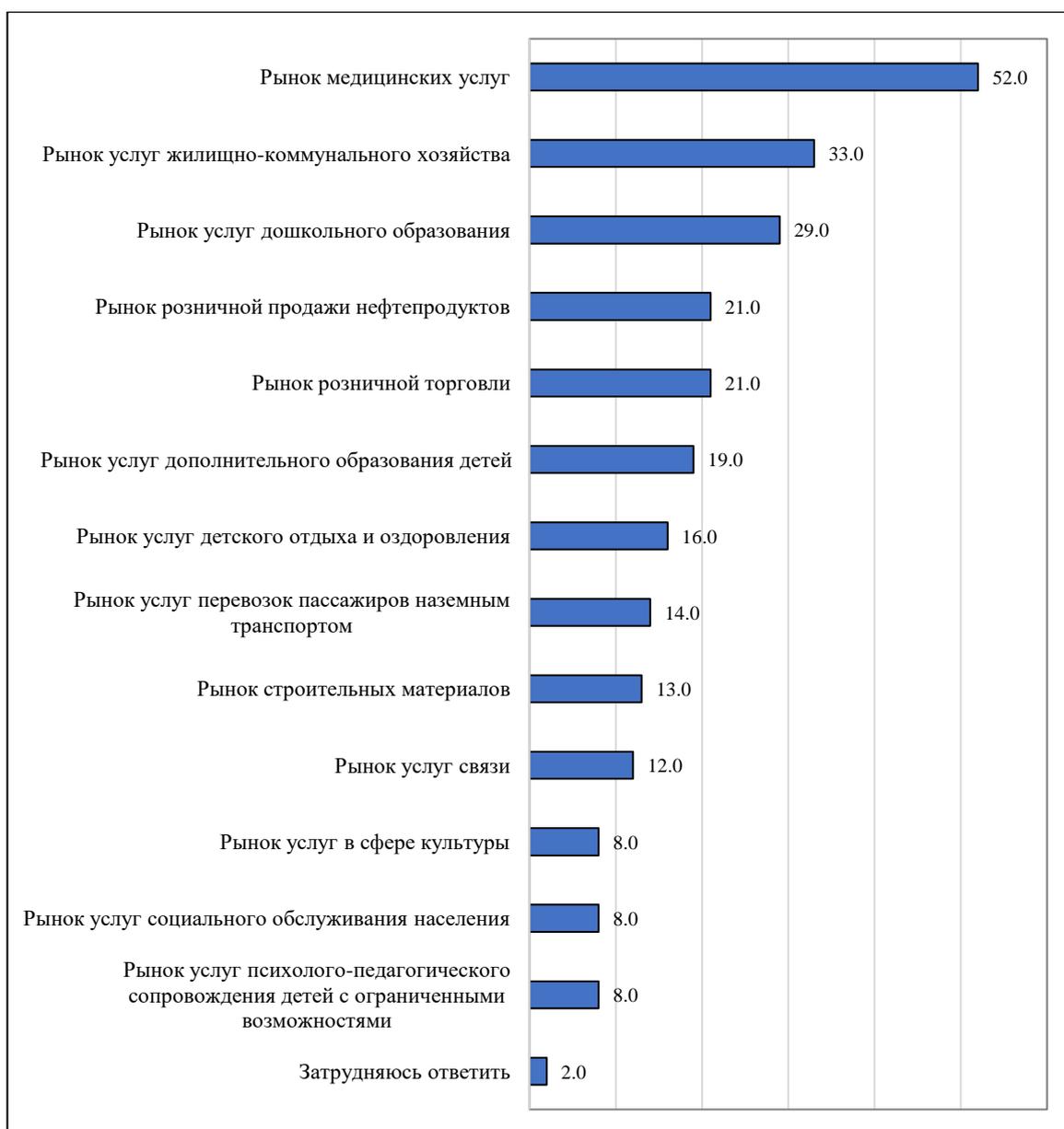
высокими по сравнению с другими регионами. На первом месте – рынок медицинских услуг (52%), на втором – услуги жилищно-коммунального хозяйства (33%), на третьем – дошкольное образование (29%), четвертое делят рынки розничной торговли и продажи нефтепродуктов (21%), пятое место занимает рынок дополнительного образования детей (19%). Рынок строительных материалов занимает восьмое место (13%) (рис. 2.31).



**Рисунок 2.29.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте критерии, которыми Вы руководствуетесь при покупке товара/услуги», %

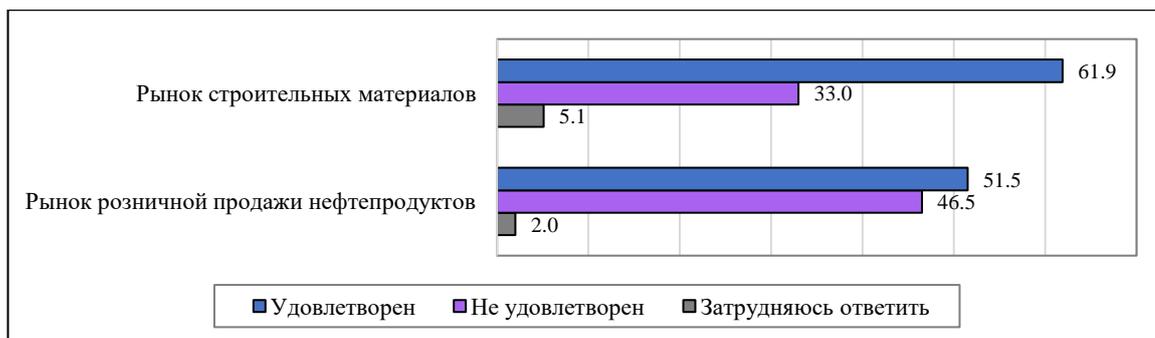


**Рисунок 2.30.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены уровнем цен на рынках Вашего города (района)?», %



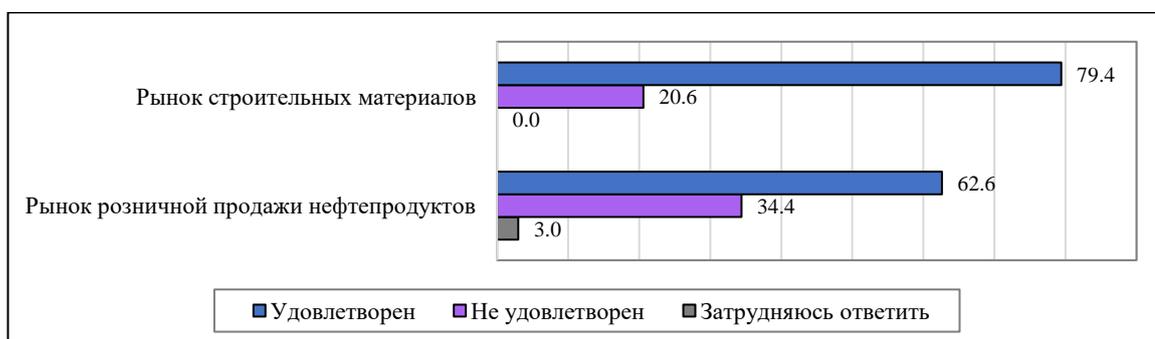
*Рисунок 2.31. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На какие товары и (или) услуги, по Вашему мнению, цены в Республике Татарстан выше по сравнению с другими регионами», %*

Качество товаров, работ и услуг на рынке строительных материалов Республики Татарстан большинством потребителей оценено высоко (61,9%; не удовлетворены 33%). В отношении рынка розничной продажи нефтепродуктов оценки неоднозначны – близкие доли опрошенных удовлетворены и не удовлетворены качеством приобретаемого товара (51,5% и 46,5% соответственно) (рис. 2.32).



**Рисунок 2.32.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены качеством товаров, работ и услуг на рынках Вашего города (района)?», %

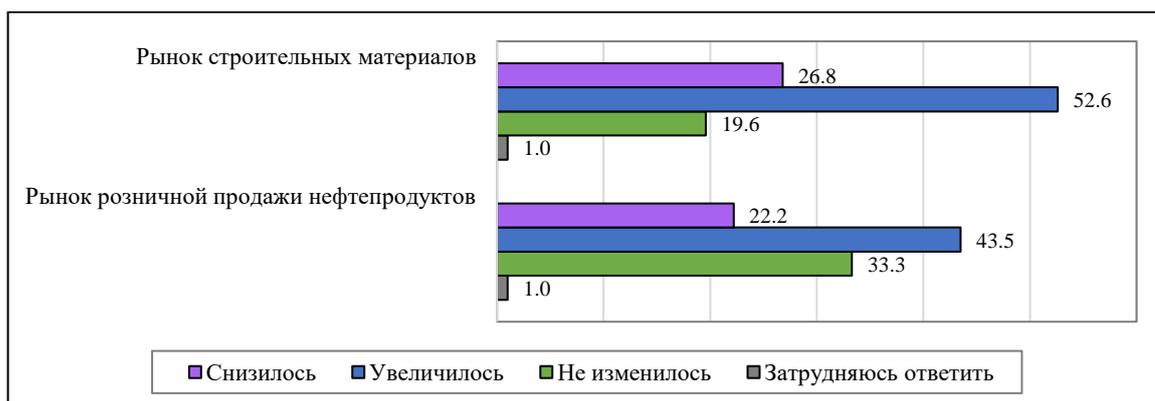
На обоих рассматриваемых рынках, по мнению респондентов, предоставляются широкие возможности выбора. Впрочем, ассортимент товаров, работ и услуг на рынке строительных материалов вызывает больше удовлетворения у опрошенных (79,4%; не удовлетворены 20,6%), тогда как среди потребителей рынка розничной продажи нефтепродуктов доля разочарованных в возможностях выбора составляет чуть больше половины от доли удовлетворенных ими (34,4% и 62,6% соответственно) (рис. 2.33).



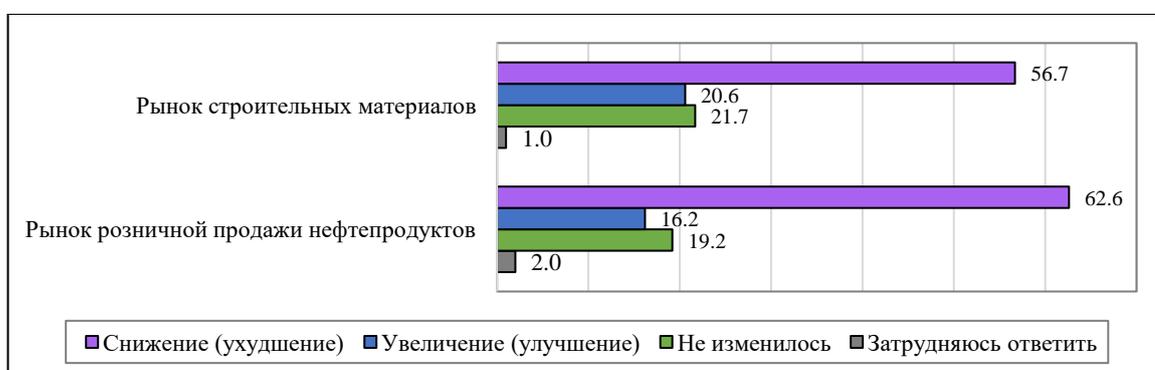
**Рисунок 2.33.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены возможностью выбора на рынках Вашего города (района)?», %

Динамика изменений доступности и качества товаров, работ и услуг на приоритетных рынках республики в представлениях потребителей оказывается неоднозначной. Так, за последние три года, по мнению большинства опрошенных, увеличилось количество компаний, продающих строительные материалы (52,6%; снизилось – 26,8%, не изменилось – 19,6%) и нефтепродукты в розницу (43,5%; снизилось – 22,2%, не изменилось – 33,3%) (рис. 2.34). Однако выросли и цены – об этом говорят 56,7%

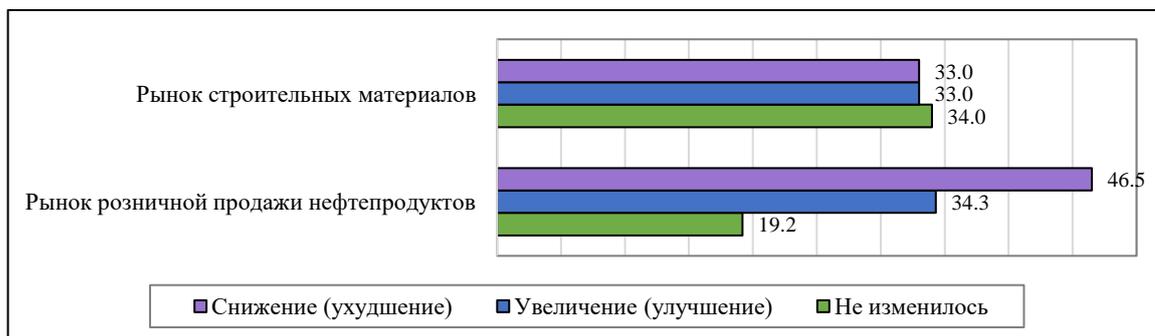
потребителей услуг рынка строительных материалов (цены снизились – 20,6%, цены не изменились – 21,7%) и 62,6% потребителей услуг рынка розничной продажи нефтепродуктов (16,2% и 19,2% соответственно) (рис. 2.35). Оценки изменения качества предоставляемых услуг отрицательные в случае рынка розничной продажи нефтепродуктов (46,5%; качество повысилось – 34,3%, качество не изменилось – 19,2%) и крайне неоднозначные в случае рынка строительных материалов (по 33% – качество повысилось и понизилось, 34% – качество не изменилось) (рис. 2.36). Изменения возможностей выбора на рынках большинством опрошенных оценены позитивно – об их увеличении говорят 54,6% потребителей рынка строительных материалов (возможности уменьшились – 15,5%, не изменились – 27,8%) и 47,5% потребителей рынка розничной продажи нефтепродуктов (14,1% и 38,4% соответственно) (рис. 2.37).



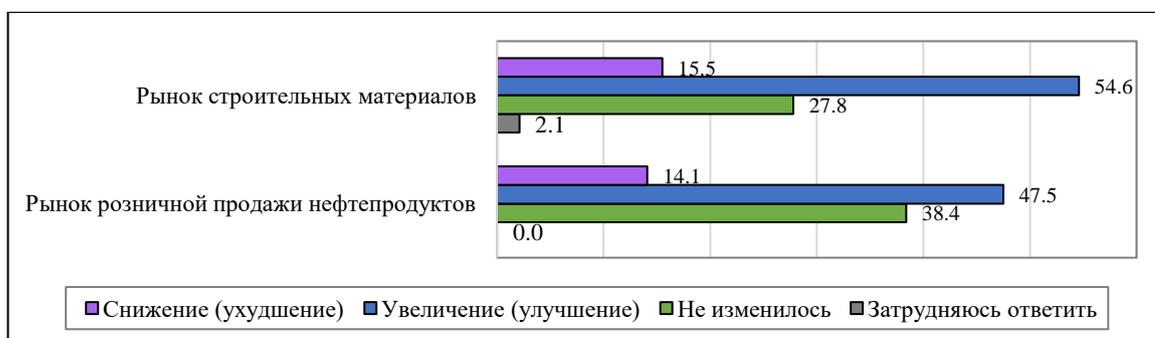
**Рисунок 2.34.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, изменилось количество организаций, представляющих следующие товары и услуги на рынках Республики Татарстан, в течение последних 3 лет?», %



**Рисунок 2.35.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменился уровень цен на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %

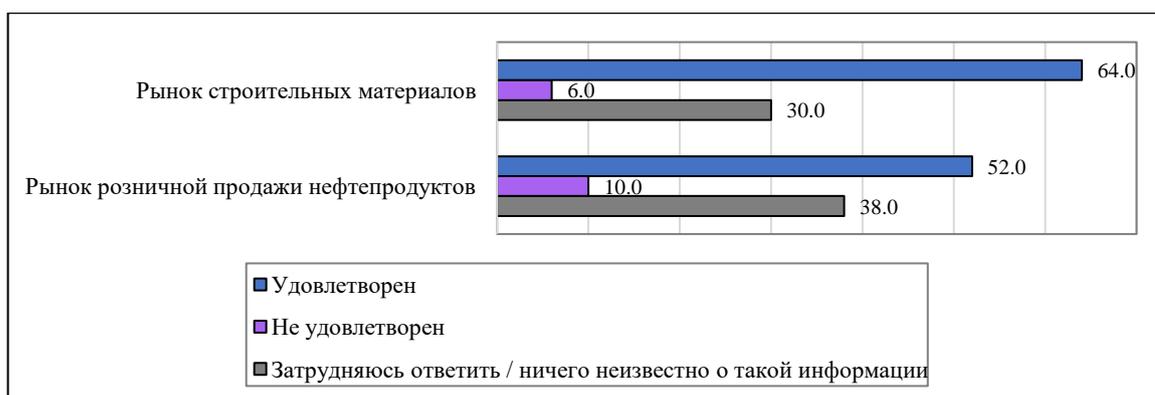


**Рисунок 2.36.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменилось качество товаров, работ и услуг на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %



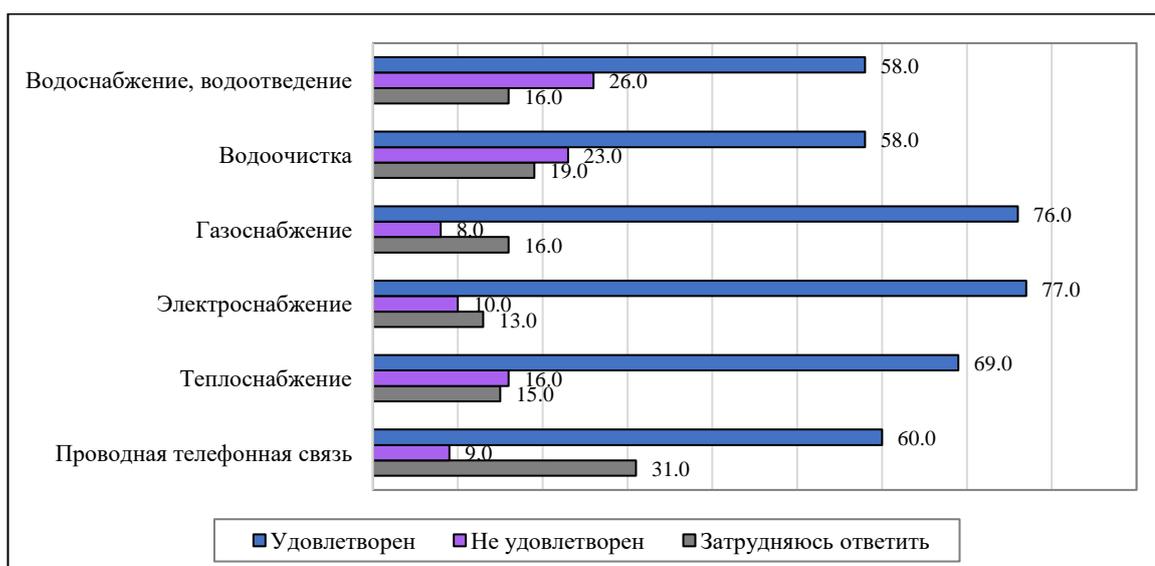
**Рисунок 2.37.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, как, по Вашему мнению, изменились возможности выбора на рынках Республики Татарстан в течение последних 3 лет», %

Качество массового информирования о разных аспектах деятельности негосударственных организаций, действующих на рассматриваемых приоритетных рынках Республики Татарстан, в целом, как показывают результаты опроса, высокое (рис. 2.38). Среди 70% потребителей услуг рынка строительных материалов, сталкивавшихся с открытой информацией о нем, 64% удовлетворены качеством полученных сведений (не удовлетворены 6%). Среди 62% потребителей услуг рынка розничной продажи нефтепродуктов, когда-либо получавших такие сведения, удовлетворенными качеством информирования остались 52% (не удовлетворены оказались 10%).



**Рисунок 2.38.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество информации, размещаемой в открытом доступе, о деятельности негосударственных (частных) организаций в Республике Татарстан, оказывающих услуги в следующих сферах», %

Среди субъектов естественных монополий Республики Татарстан респонденты наиболее высоко оценивают качество электро- (77%), газо- (76%) и теплоснабжения (69%). Несколько ниже оценки качества услуг водоснабжения, водоотведения и водоочистки (по 58%). Несмотря на значительную долю затруднившихся ответить (31%; причина в низкой популярности стационарных телефонов как средства связи и, соответственно, в их редком использовании), высоким можно считать и качество услуг проводной телефонной связи (60%) (рис. 2.39).



**Рисунок 2.39.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг субъектов естественных монополий в Вашем городе (районе)», %

## Выводы

Динамика состояния конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан, как показывают результаты опроса мнения потребителей республики, в целом оказывается положительной, но при этом выраженной неярко. Можно говорить об однозначном увеличении за последние 3 года возможностей выбора организаций рынков строительных материалов и розничной продажи нефтепродуктов, а также о расширении предоставляемого ими ассортимента услуг. На сегодняшний день оценки по данным критериям также положительны – опрошенные татарстанцы удовлетворены количеством организаций рассматриваемых рынков и предоставляемыми ими возможностями выбора, впрочем, лидирует рынок строительных материалов. Изменения же качества производимой продукции на рынках не получают от большинства опрошенных позитивных оценок: качество строительных материалов в республике сейчас удовлетворительное, но за 3 последних года оно не изменилось, оценки качества нефтепродуктов сейчас спорные, но 3 года назад, по мнению респондентов, оно было выше. Однозначно негативно воспринимаются потребителями изменения цен на товары, работы и услуги, которые они находят сильно завышенными по сравнению с ситуацией трехлетней давности. В настоящее время, между тем, уровень цен на рынке строительных материалов не вызывает неудовлетворения у подавляющего большинства опрошенных татарстанцев, а цены на рынке розничной продажи нефтепродуктов – у меньшей по сравнению с покупателями строительных материалов, но все же значительной части потребителей. Это в действительности оказывается важным показателем в целом положительной оценки состояния конкурентной среды на рынках, так как цены на товары, работы и услуги для наших респондентов – первый и наиболее значимый критерий выбора. В числе других показателей позитивной оценки состояния конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан – высокая удовлетворенность потребителей качеством находящейся

в открытом доступе информации о деятельности интересующих их организаций.

#### **4 Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на исследуемых рынках товаров, работ, услуг региона и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, проводимой Министерством экономики Республики Татарстан и муниципальными образованиями Республики Татарстан**

##### **4.1 Социально-значимые рынки**

В рамках проведенного исследования осуществлен анкетный опрос более 700 субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан по стратифицированной выборке, структура которой – распределение по рынкам товаров, работ и услуг – представлена в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Распределения признаков выборочной совокупности опроса субъектов предпринимательской деятельности на социально-значимых рынках Республики Татарстан

<b>Наименования рынков</b>	<b>Кол-во, чел.</b>	<b>Доля, %</b>
Рынок услуг дошкольного образования	50	7,7
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	50	7,7
Рынок услуг дополнительного образования детей	50	7,7
Рынок медицинских услуг	50	7,7
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	50	7,7
Рынок услуг в сфере культуры	50	7,7
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	81	12,5
Рынок розничной торговли	86	13,2
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	56	8,6
Рынок услуг связи	50	7,7
Рынок услуг социального обслуживания населения	77	11,8
<b>ВСЕГО</b>	<b>650</b>	<b>100,0</b>

Среднесписочная численность сотрудников подавляющего большинства опрошенных субъектов предпринимательства варьируется от 16 до 100 человек (45,1%), еще одной трети – не превышает 15 человек (29,7%). Средняя численность сотрудников 13,4% опрошенных компаний входит в интервал от 101 до 250 человек, 9,7% компаний – составляет 251 человек и более (рис. 2.40). Объем выручки за 2017 год, по словам абсолютного большинства респондентов, не превышает 60 млн рублей (68,8%). Доход объемом от 61 до 400 млн рублей в 2017 году имели 16,6% опрошенных компаний, объемом от 401 млн рублей до 1 млрд рублей – 6,3%, объемом до 1 млрд рублей – 2,8% (рис. 2.41)

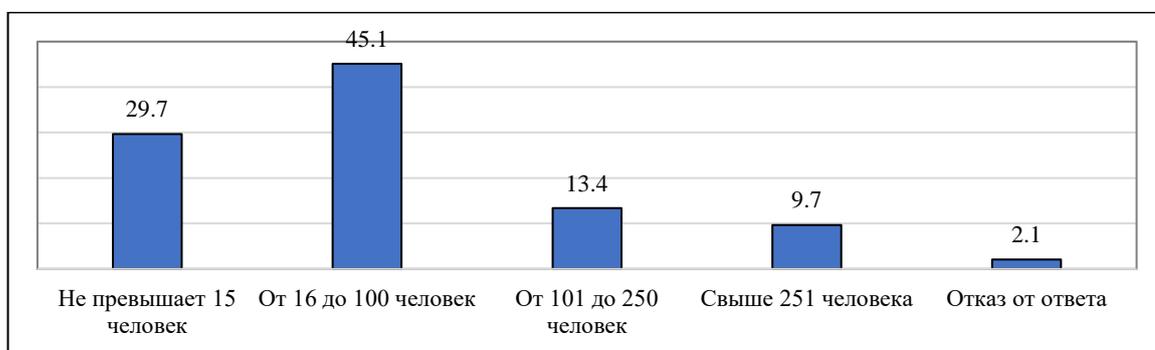


Рисунок 2.40 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

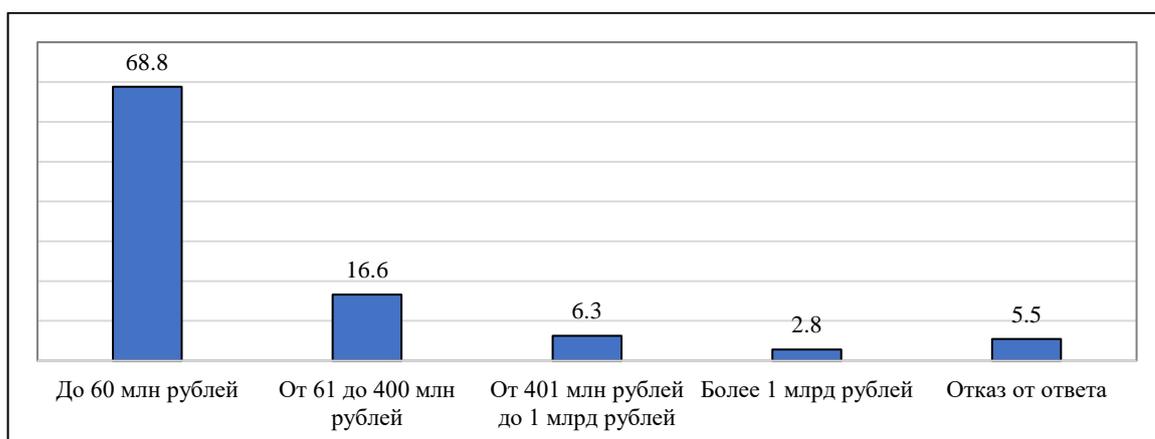


Рисунок 2.41 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

Как показали результаты опроса, в течение последнего года респондентам, представляющим изучаемые нами социально-значимые рынки Республики Татарстан, доводилось сталкиваться с явлением конкуренции. Так, по словам 58,3% опрошенных, в течение последнего года их компаниям приходилось повышать качество производимой продукции (не приходилось – 28,6%), 53,8% приходилось увеличивать объемы производства (не приходилось – 32,3%), а 49,5% – расширять ассортимент (не приходилось – 38,2%). 48,8% компаний, чьи представители участвовали в опросе, проводили маркетинговые исследования и предпринимали различные меры по продвижению своих товаров, работ и услуг (не делали этого 36%), и 45,2% уверены в том, что их конкуренты также стали активнее рекламировать свою продукцию (придерживаются противоположной точки зрения 38,8%). Значительная доля опрошенных компаний, кроме всего прочего, была вынуждена снизить цены на свою продукцию, однако половине респондентов, по их словам, удалось этого избежать (43,4% и 50,8% соответственно) (рис. 2.42).

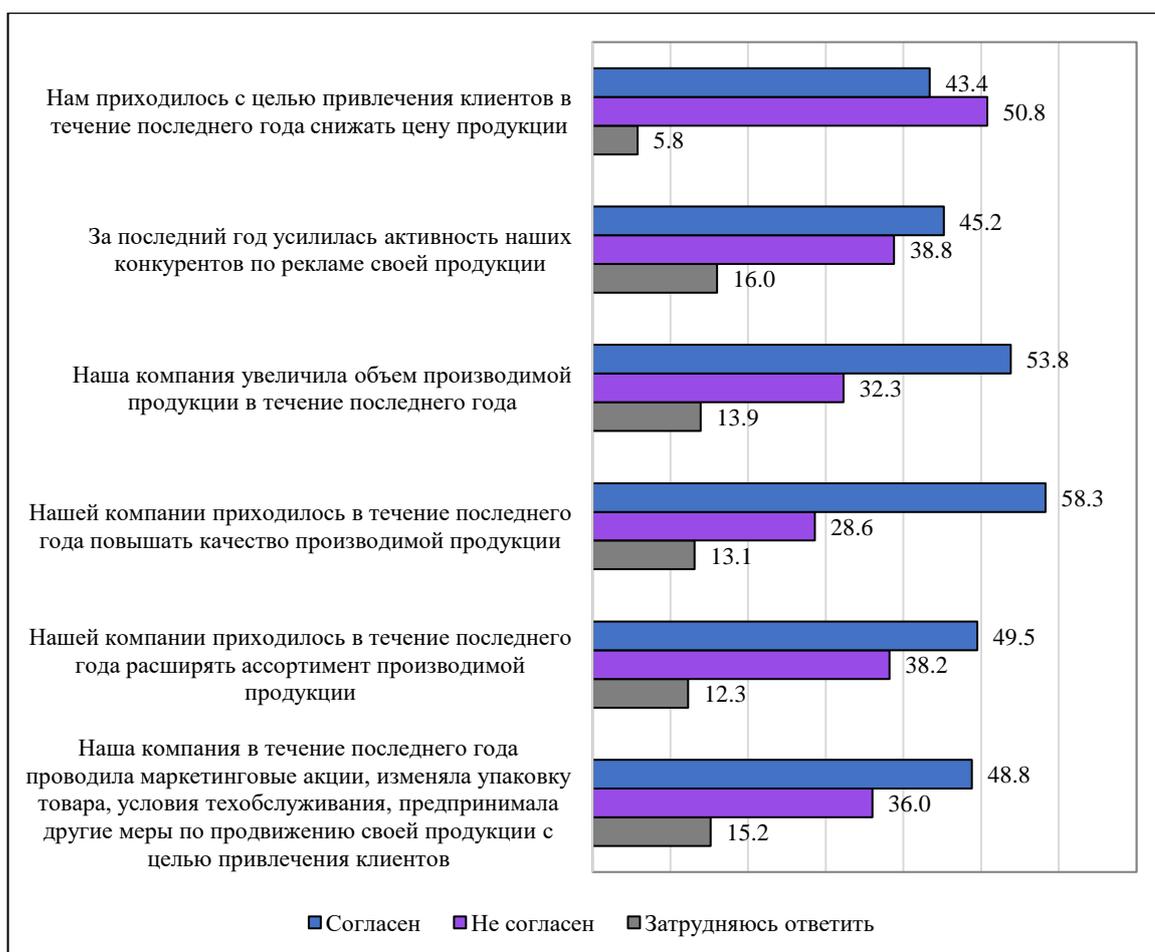


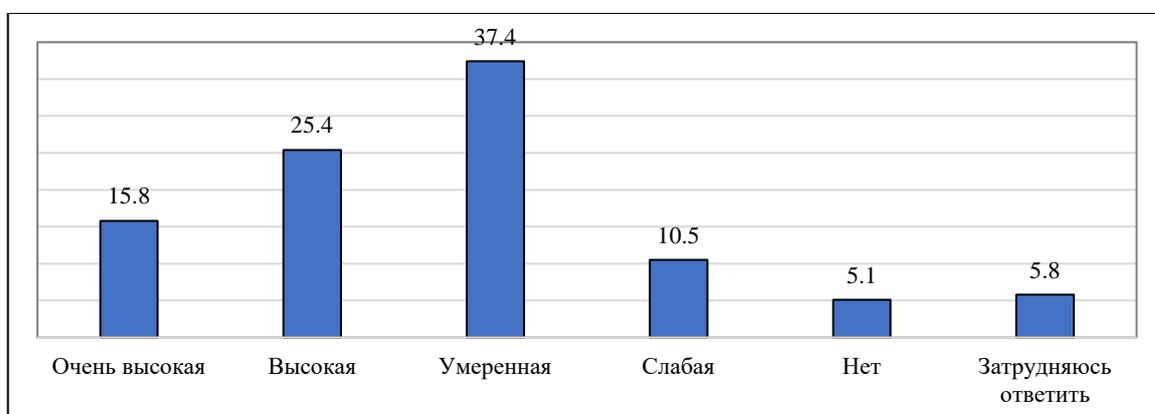
Рисунок 2.42 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, с какими из приведенных ниже высказываний Вы согласны, а с какими нет», %

По направленности своего воздействия явление конкуренции большинством респондентов оценено довольно позитивно – почти половина опрошенных считают, что иногда она оказывает положительное влияние на бизнес, а иногда – нет (45,7%), еще чуть более трети, кроме этого, видят в конкурентном рынке исключительную пользу для развития каждой компании (36,6%). Исключительный вред конкуренции видят около шестой части респондентов (16,8%) (рис.2.43).



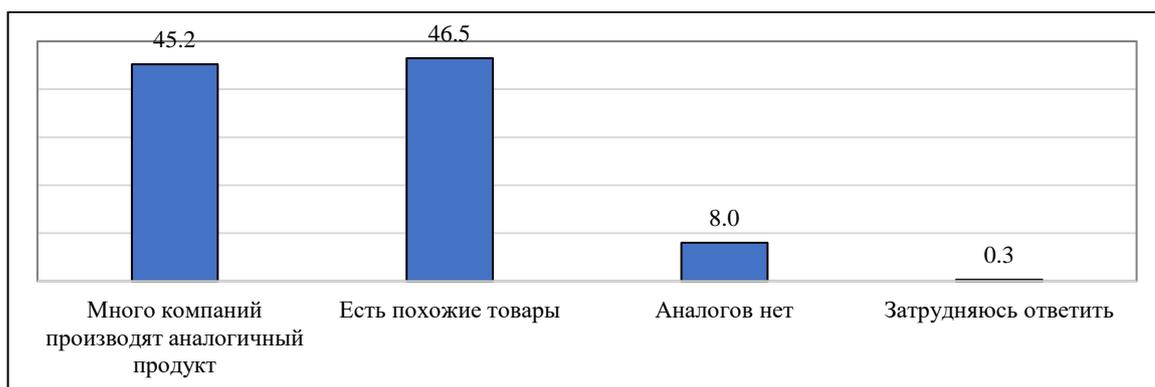
**Рисунок 2.43** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените влияние конкуренции на Ваш бизнес», %

Оценки состояния конкурентной среды на рассматриваемых рынках варьируются от 3,11 балла на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями до 4,04 балла на рынке услуг связи. В целом, это «выше среднего» – 3,7 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). В соответствии с результатами, полученными с помощью другой измерительной шкалы, оценка состояния конкуренции на социально-значимых рынках Республики Татарстан аналогичная – более трети опрошенных находят конкуренцию в республике умеренной (37,4%), четверть – высокой (25,4%), около шестой части – очень высокой (15,8%) (рис.2.44).

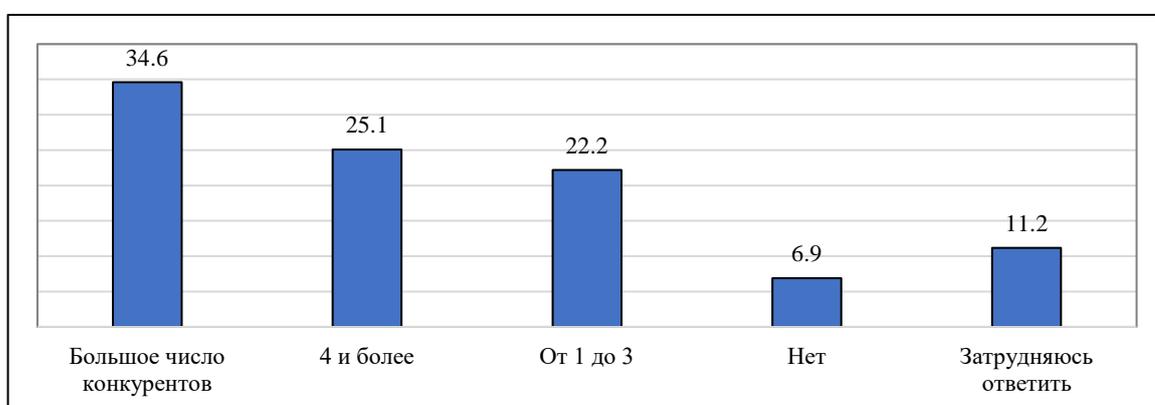


**Рисунок 2.44** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

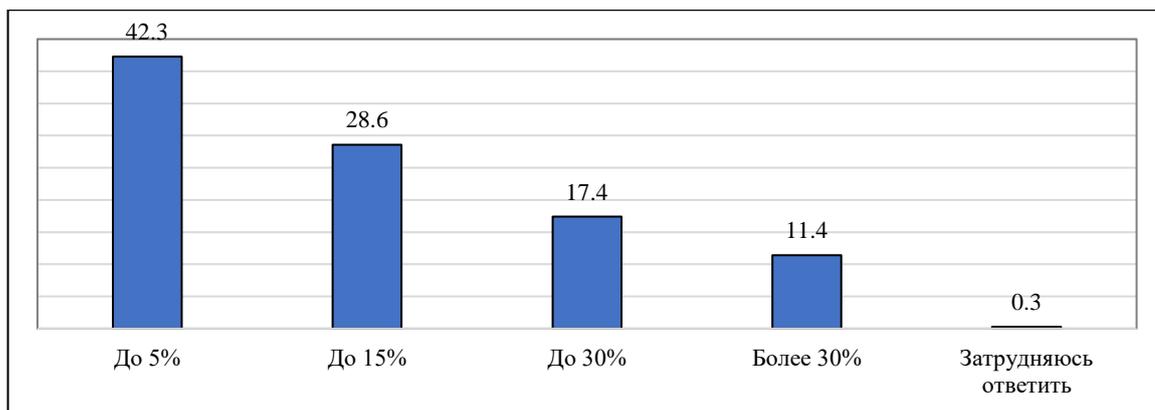
Практически равные доли респондентов информированы о многих компаниях, производящих аналогичный продукт (выполняющих аналогичные работы и оказывающих аналогичные услуги), или похожий продукт (45,2% и 46,5% соответственно); в отсутствии аналогов уверены менее десятой части опрошенных представителей субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан (рис.2.45). Оценивая количество своих конкурентов, треть респондентов говорят об их большом числе (34,6%), четвертая часть – о 4 и более конкурентах (25,1%), пятая часть – об 1-3 конкурентах (22,2%); отсутствие конкурентов отмечают менее десятой части опрошенных (6,9%) (рис.2.46). Долю своей компании на рынке большинство представителей оценивают размером до 5% (42,3%), еще треть – до 15% (28,6%), 17,4% – размером до 30%, 11,4% – более 30% (рис.2.47).



**Рисунок 2.45** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

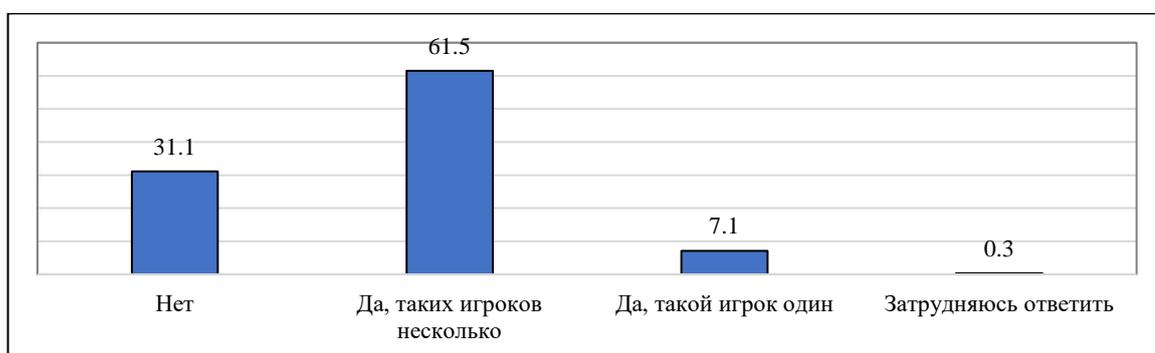


**Рисунок 2.46** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

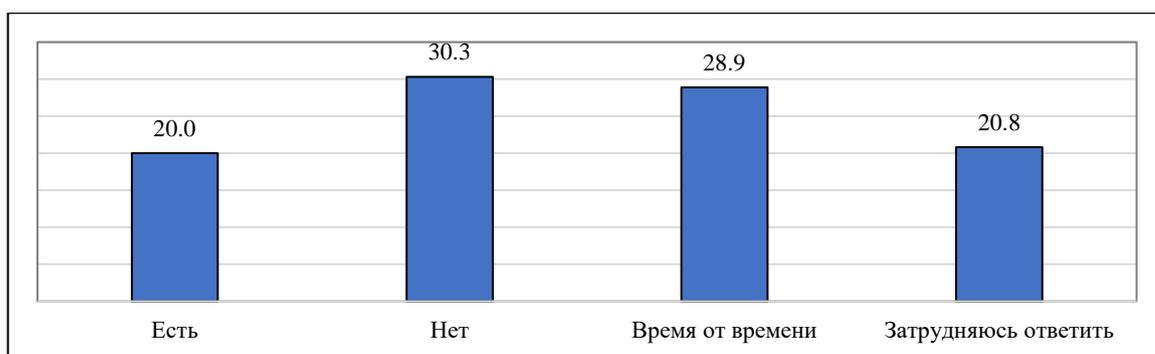


**Рисунок 2.47** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

Что касается степени монополизированности социально-значимых рынков Республики Татарстан, с точки зрения участников опроса, то абсолютное большинство из них считают, что на их рынке есть несколько игроков, занимающих существенно большую долю по сравнению с другими его участниками (61,5%). О наличии одного монополиста говорят 7,1% респондентов, об отсутствии доминирующих на рынке игроков – 31,1% (рис.2.48). Оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка неоднозначны: примерно равные доли опрошенных не ощущают на себе подобного давления или ощущают непостоянно (30,3% и 28,9% соответственно). Еще две пятые части респондентов чувствуют давление постоянно и затрудняются ответить на данный вопрос (20% и 20,8% соответственно) (рис.2.49).

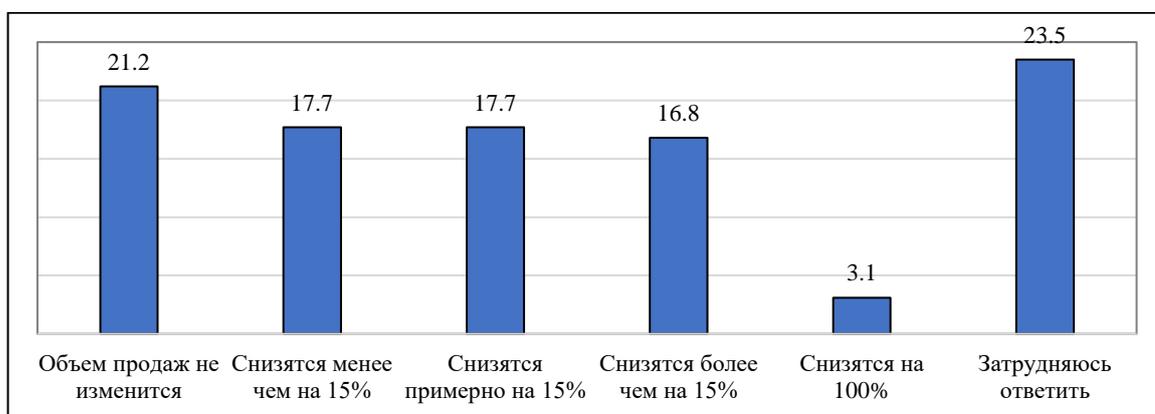


**Рисунок 2.48** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

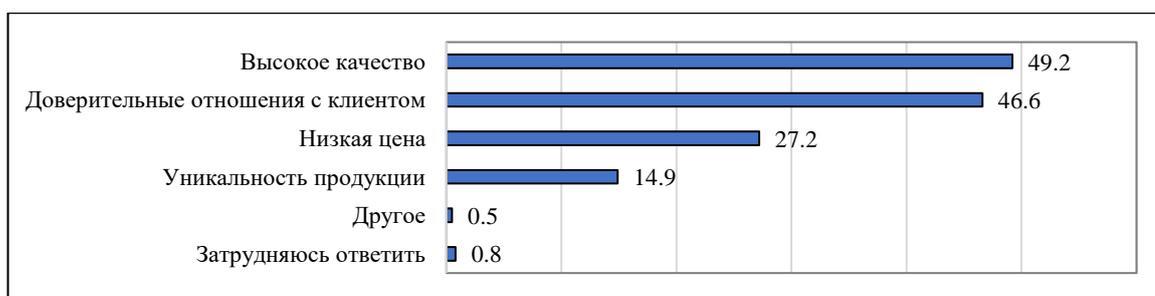


*Рисунок 2.49 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %*

При ответе на проективный вопрос, в котором представителям субъектов предпринимательской деятельности социально-значимых рынков республики необходимо было сделать прогноз изменения спроса на их товары, работы и услуги в случае повышения цены на них на 15%, около четверти опрошенных затруднились ответить (23,5%), среди остальных 21,2% предсказывают стабильный спрос на свою продукцию, по 17,7% – снижение спроса на 15% и менее, 16,8% – снижение спроса более чем на 15%, 3,1% – полное исчезновения спроса на их продукцию (рис.2.50). Впрочем, низкая цена на товары, работы и услуги, по мнению подавляющего большинства респондентов, не является ключевым фактором конкурентоспособности на их рынке. Так, наибольшее значение в этом отношении имеют высокое качество товаров, работ и услуг (49,2%), затем – доверительные отношения с клиентами (46,6%), низкая цена (27,2%) и уникальность продукции (14,9%) (рис. 2.51).



*Рисунок 2.50 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %*

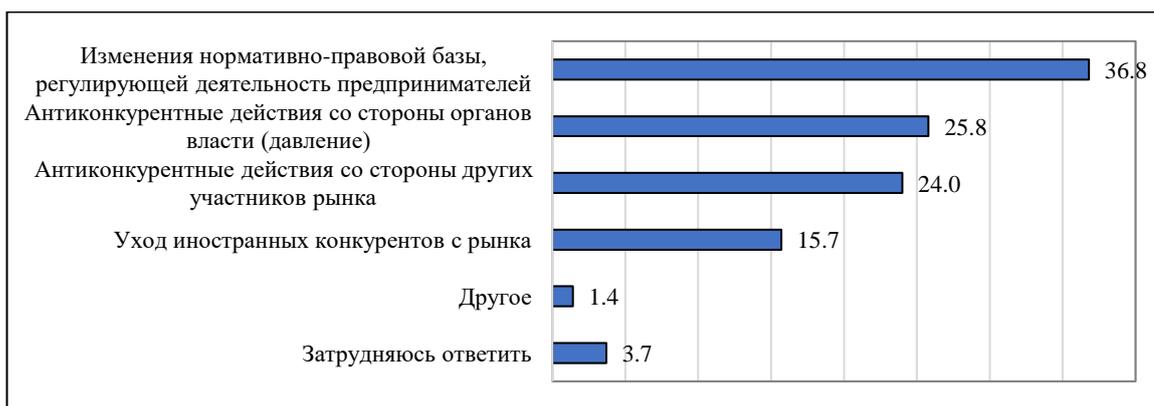


**Рисунок 2.51** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

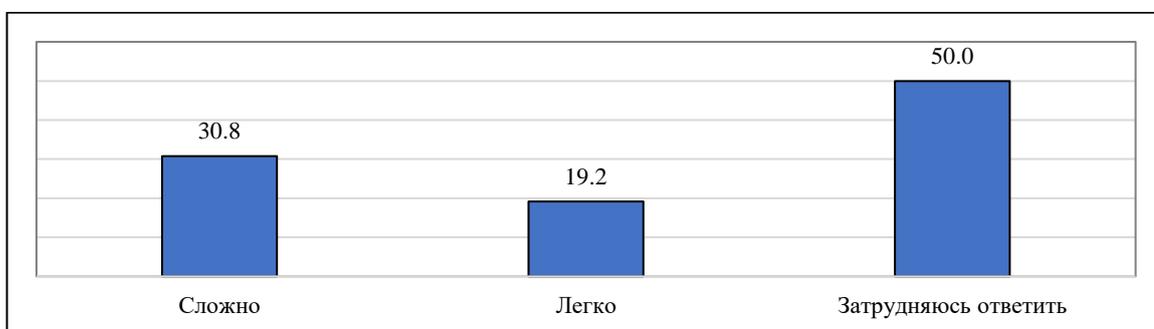
К важнейшим факторам снижения числа конкурентов на рынках республики респонденты отнесли, главным образом, изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (36,8%; данный фактор актуален также с точки зрения увеличения числа конкурентов – 30,3%); несколько более низкой значимостью, по их мнению, обладают антиконкурентные действия органов власти и других участников рынка (25,8% и 24% соответственно). Главным из факторов роста числа конкурентов – освоение рынка Республики Татарстан предпринимателями из других регионов (37,8%) (рис.2.52, 2.53). Между тем, половина наших респондентов затрудняется оценить возможности нетатарстанских производителей обосноваться на рынке республики, что может свидетельствовать об отсутствии у них опыта подобного столкновения и, следовательно, о малой представленности компаний из других регионов на рынке Республики Татарстан. Среди остальных большинство (30,8%) видят значительные сложности для проникновения конкурентов извне республики, а не видят сложностей – 19,2% (рис.2.54).



**Рисунок 2.52** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

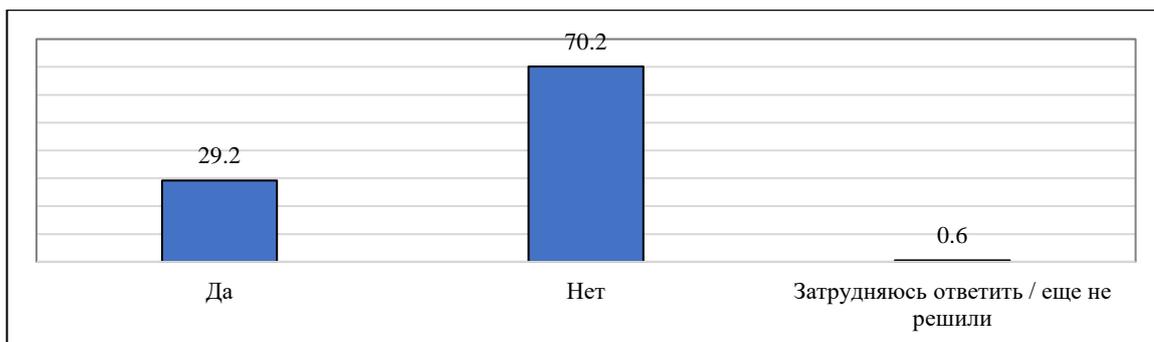


**Рисунок 2.53** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

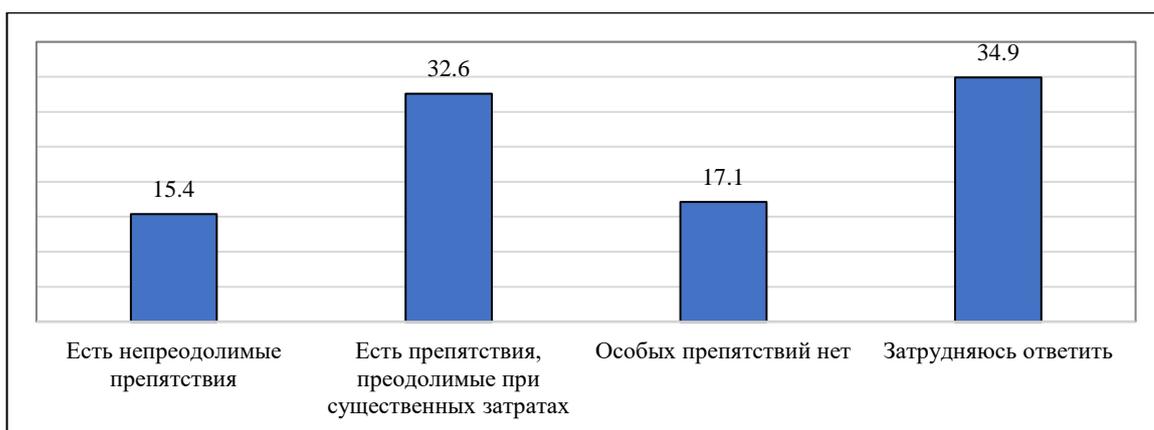


**Рисунок 2.54** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько легко компании из другого региона обосноваться на рынке в Республике Татарстан?», %

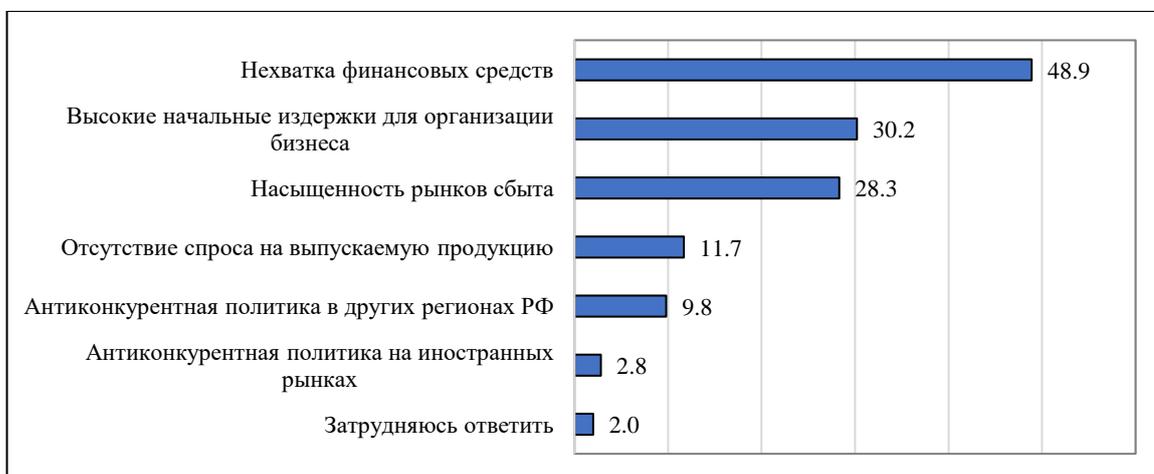
Что касается освоения татарстанскими предпринимателями новых географических рынков, то большинство из них не строят подобных планов на ближайшие 3 года (70,2%) (рис. 2.55), затрудняясь оценить непосредственный уровень препятствий (34,9%) или находя их скорее преодолимыми при существенных затратах (32,6%) (рис. 2.56). В числе этих препятствий: нехватка финансовых средств (48,9%), высокие начальные издержки для организации бизнеса (30,2%) и насыщенность рынков сбыта (28,3%) (рис.2.57).



**Рисунок 2.55** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



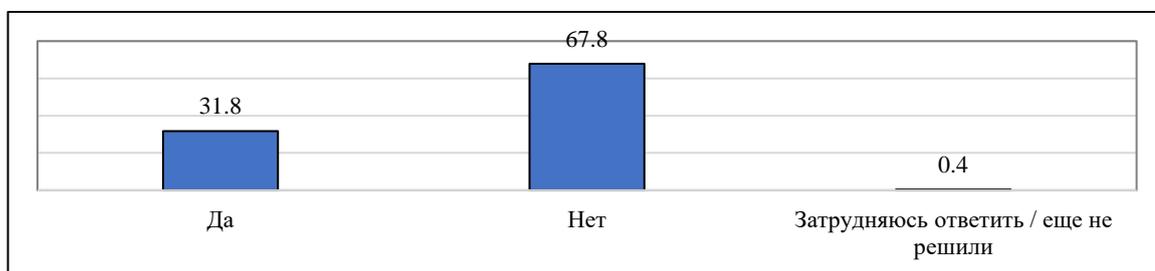
**Рисунок 2.56** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %



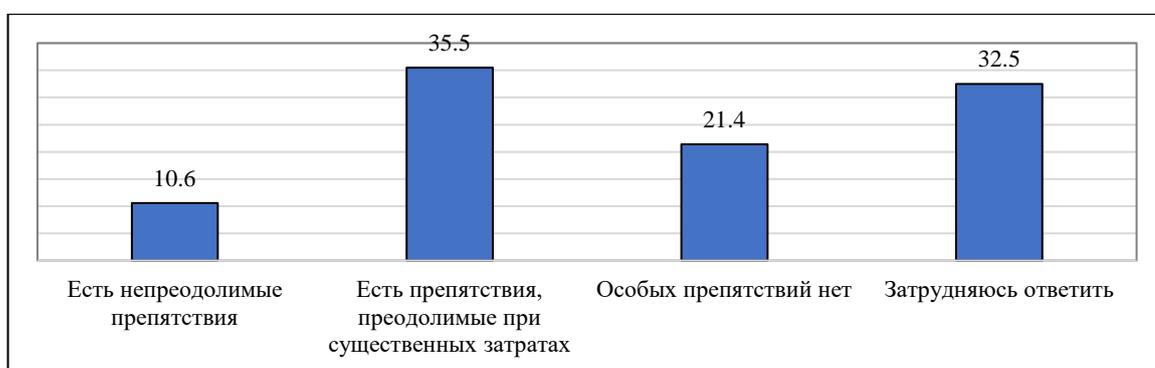
**Рисунок 2.57** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Выделите ключевые препятствия для выхода на новые географические рынки», %

Большинство респондентов не планируют также выход на новые продуктовые рынки (67,8%) (рис.2.58), впрочем, оценивая уровень препятствий несколько более позитивно, чем при оценке освоения новых

географических рынков. Непреодолимые препятствия видят 10,6% опрошенных, преодолимые при определенных затратах – 35,5%, не видят препятствий – 21,4%, затрудняются ответить – 32,5% (рис.2.59).



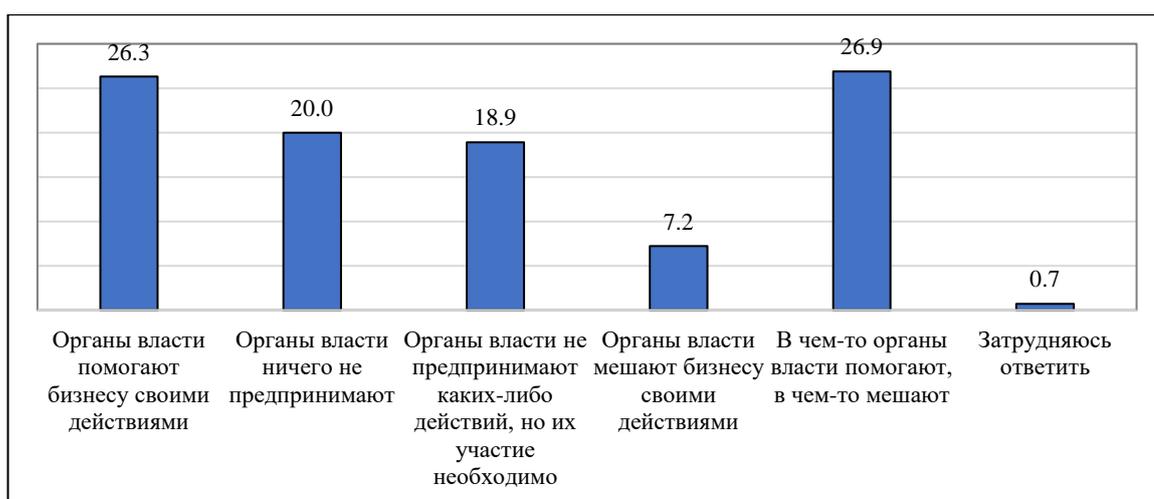
**Рисунок 2.58** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



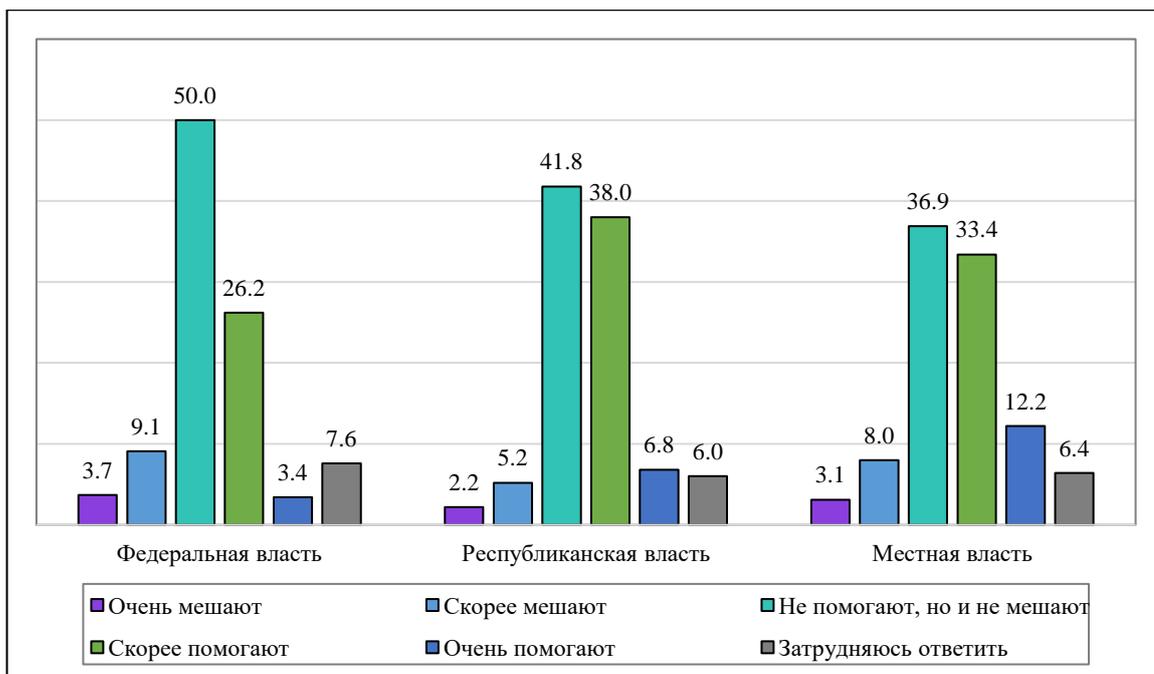
**Рисунок 2.59** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %

Оценки роли государственной власти в регулировании отношений на социально-значимых рынках республики в целом оказываются довольно высокими. Половина опрошенных находят действия властей полезными для развития бизнеса (26,3%) или в чем-то полезными, а в чем-то – скорее мешающими предпринимателям (26,9%). Еще две пятые части респондентов не удовлетворены тем, что органы власти ничего не предпринимают (20%), хотя их участие необходимо (18,9%). Вред для развития бизнеса в действиях власти видят 7,2% опрошенных (рис. 2.60). Отметим, что оценки пользы государственного регулирования рыночных отношений повышаются в направлении локализации власти (рис. 2.61). Если действия федеральных

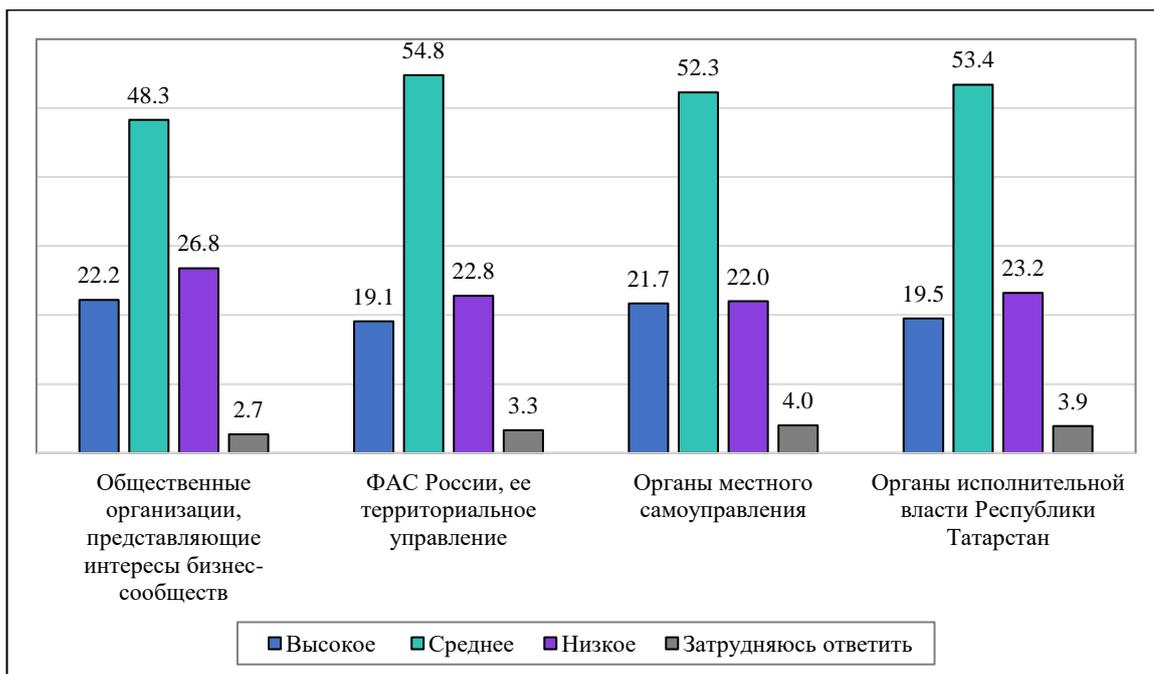
органов власти половина опрошенных находит не приносящими ни пользы, ни вреда, то действия республиканской власти примерно равные доли респондентов считают не оказывающими влияния на их бизнес (ни положительного, ни отрицательного) и, напротив, влияющими положительно (41,8% и 44,8% соответственно). Положительно участие местных властей в рыночных отношениях оценивает большинство опрошенных – 45,6% («действия местных властей не приносят ни пользы, ни вреда» – 36,9%, «наносит вред» – 11,1%). Сила же влияния органов власти на рынок оказывается, по мнению участников опроса, средней; этой точки зрения придерживаются 48,3% из них в отношении общественных организаций, представляющих интересы бизнес-сообществ, 54,8% – в отношении ФАС России, 52,3% – в отношении органов местного самоуправления, 53,4% – в отношении органов исполнительной власти Республики Татарстан (рис. 2.62). Наиболее существенным административным барьером, по мнению опрошенных представителей рассматриваемых рынков, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (36,5%; доли голосов, отданных за каждый из других вариантов ответа, не превышают одной пятой части всей выборочной совокупности) (рис. 2.63).



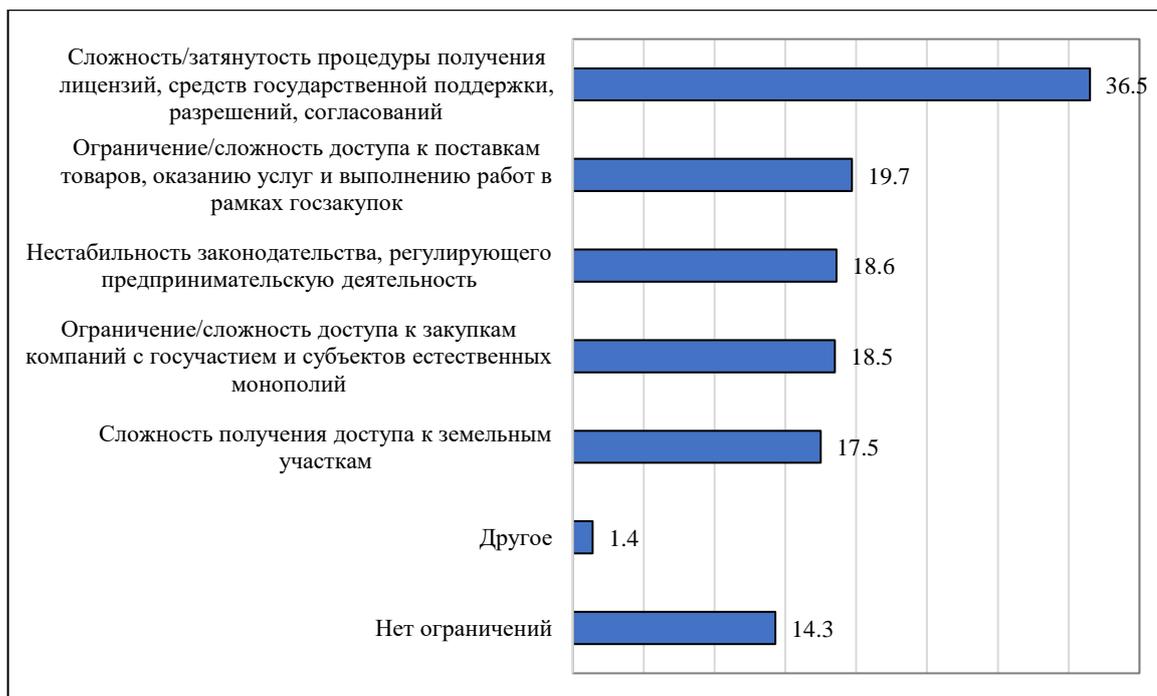
**Рисунок 2.60-** *Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %*



*Рисунок 2.61 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое влияние оказывают власти различного уровня на ведение бизнеса?», %*



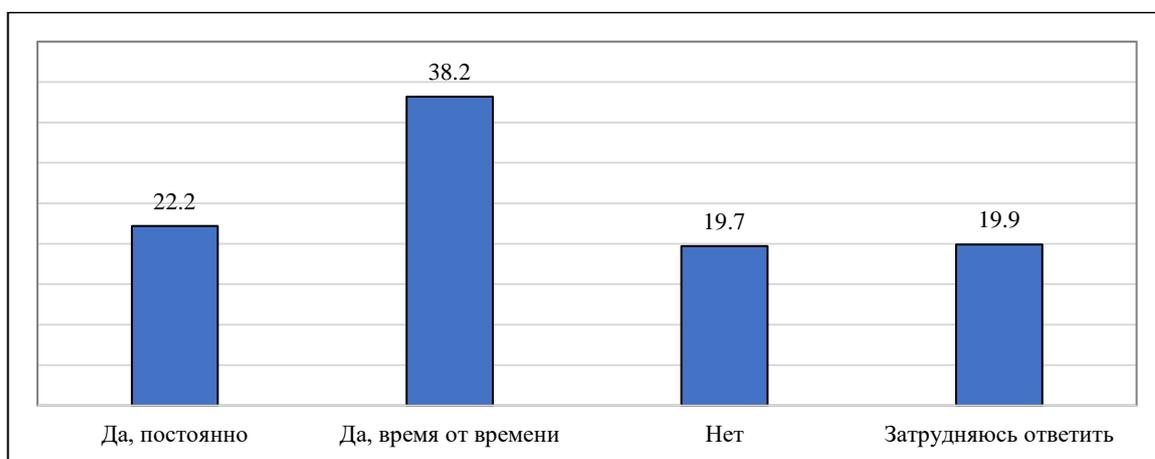
*Рисунок 2.62 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените влияние на конкурентную среду следующих органов власти», %*



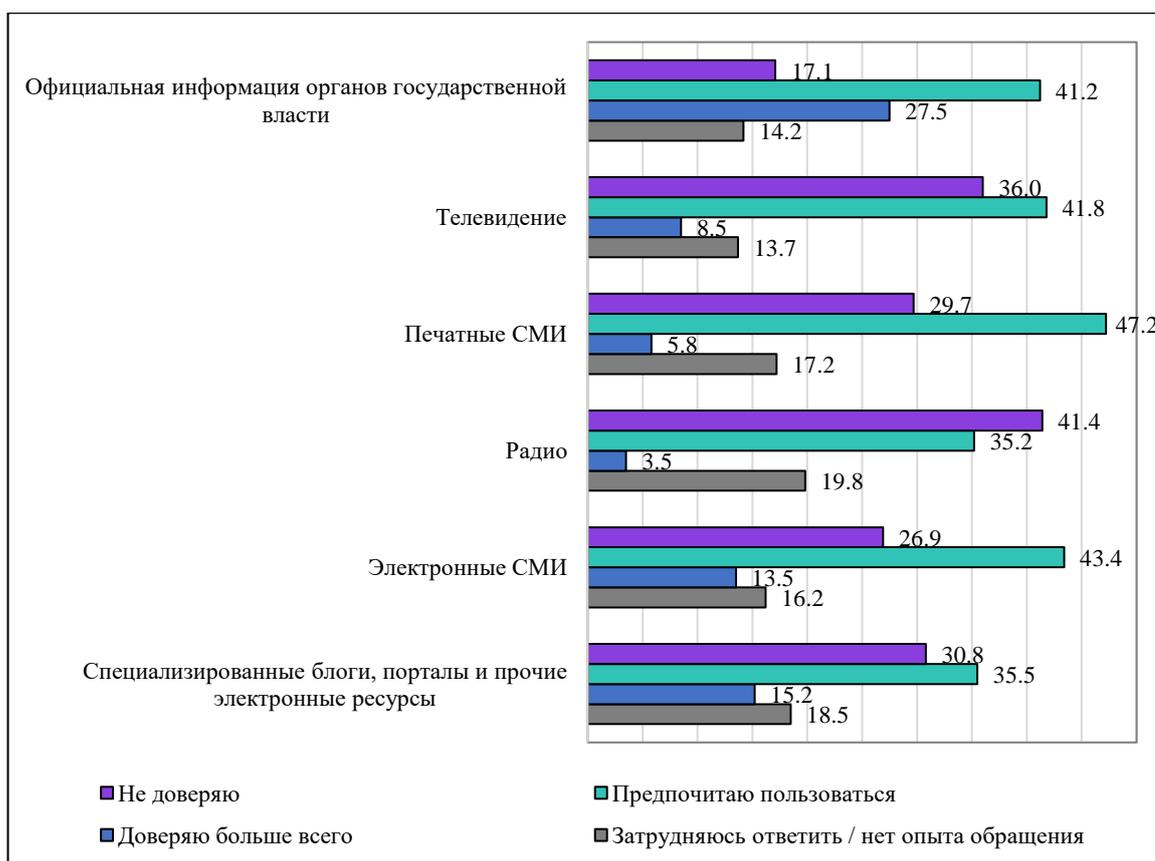
*Рисунок 2.63 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %*

38,2% опрошенных представителей субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан время от времени обращаются к информации о состоянии конкурентной среды на их рынке и о деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, еще 22,2% осуществляют постоянный мониторинг данных сведений. Не интересуются этой информацией 19,7% респондентов, 20% затруднились с ответом (рис. 2.64). Многие из них, тем не менее, назвали источники, с помощью которых они получают информацию о состоянии конкурентной среды в республике, и которые вызывают у них доверие или, наоборот, недоверие (рис.2.65). Самые популярные источники в использовании – печатные (47,2%; «Казанские ведомости», «Вечерняя Казань», «Российская газета», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Известия Татарстана» и т. д.) и электронные СМИ (43,4%; «БИЗНЕС Online», «Газета.Ru», «Meduza», «РИА Новости», «Татар-информ» и т. д.); немного реже пользуются телевидением (41,8%; «Первый канал», «Россия 1», «Россия 24», «ТНВ» и т. д.) и официальной информацией

органов государственной власти (41,2%; официальные документы, сайты министерств), еще реже – специализированными блогами, порталами и прочими электронными ресурсами (35,5%; социальные сети, новостные ленты mail.ru и т. д.) и радио (35,2%; «Вести FM», «Business FM», «Эхо Москвы» и т. д.). Больше всего доверия у опрошенных вызывает официальная информация органов государственной власти («доверяю больше всего» – 27,5%), остальные, напротив, вызывают скорее недоверие («не доверяю»: радио – 41,4%, телевидение – 36%, специализированные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы – 30,8%, печатные СМИ – 29,7%, электронные СМИ – 26,9%).



*Рисунок 2.64* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Интересуетесь ли Вы информацией о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе?», %



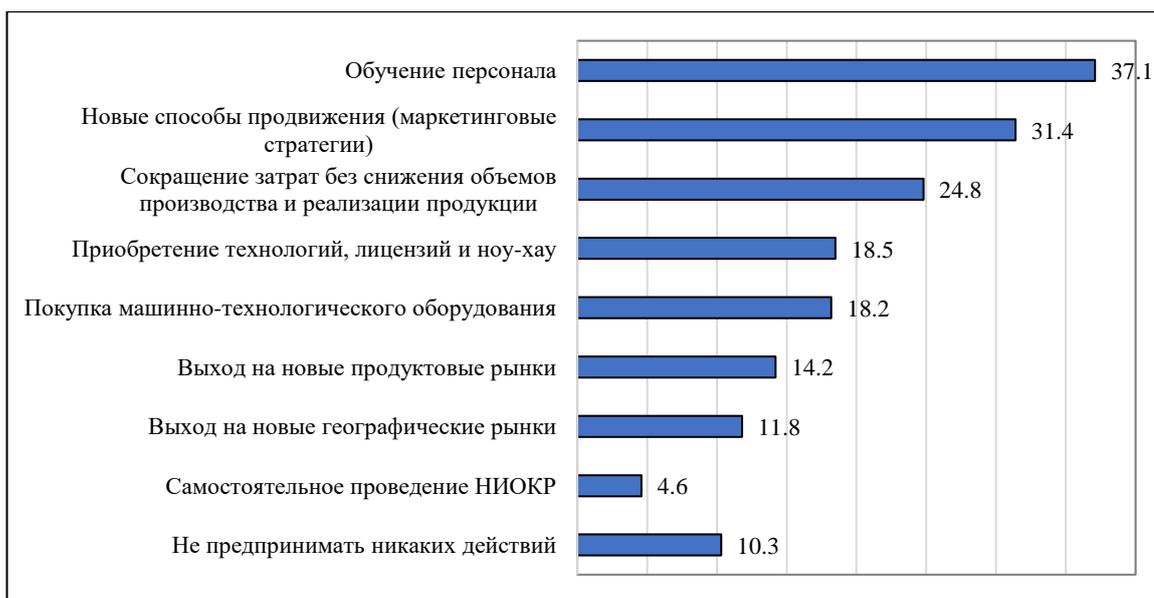
*Рисунок 2.65 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе Вы предпочитаете пользоваться и каким доверяете больше всего?», %*

Опыт в планировании и реализации конкурентной борьбы имеет подавляющее большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности (исключая 9,1%, никогда не предпринимавших никаких действий для повышения собственной конкурентоспособности). 45,2% из них занимались обучением персонала, 32,8% – разработкой новых маркетинговых стратегий, 27,2% – сокращением затрат без снижения объемов производства и реализации продукции, 17,8% – покупкой машинно-технологического оборудования, 12% – приобретением технологий, лицензий и ноу-хау, 10,9% – выходом на новые продуктовые рынки, 9,1% – выходом на новые географические рынки, 2,9% – самостоятельным проведением НИОКР (рис. 2.66). В будущем наши респонденты собираются придерживаться той же линии поведения (иерархия способов повышения конкурентоспособности

практически сохранена), впрочем, не останавливаясь на одном лишь обучении персонала, а уделяя больше внимания всем остальным мерам (рис. 2.67).



**Рисунок 2.66** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие способы повышения конкурентоспособности Вы использовали в прошлом?», %



**Рисунок 2.67** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие способы повышения конкурентоспособности Вы планируете использовать в будущем?», %

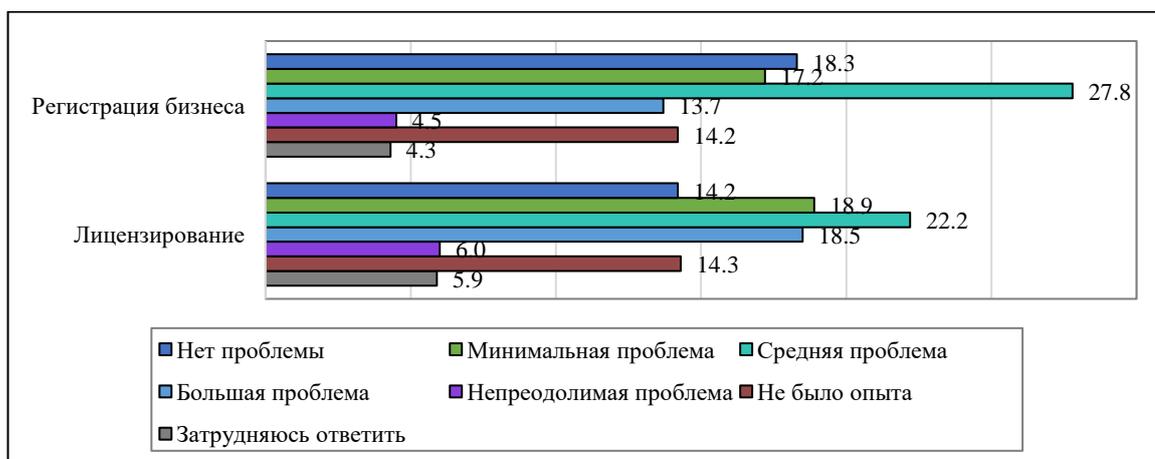
Оценивая степень проблематичности процедур, связанных с началом предпринимательской деятельности, большинство опрошенных настроены позитивно. Процесс регистрации бизнеса у 35,5% сопровождался минимальными проблемами или протекал без проблем вообще, у 27,8%

сопровождался средними проблемами, у 18,2% – большими и непреодолимыми. Лицензирование прошло без проблем или с минимальными проблемами у 33,1% респондентов, со средними по тяжести проблемами – у 22,2%, с большими и непреодолимыми – у 24,5% (рис. 2.68).

Степень проблематичности процедур, связанных с размещением бизнеса, оценена не столь однозначно. Большинство опрошенных не встречали проблем или встречали минимальные проблемы при аренде (42%, при 23,1% – «средние проблемы», 18,3% – «большие и непреодолимые проблемы») и приобретении зданий (34,5%; при 22% – «средние проблемы», 21,8% – «большие и непреодолимые проблемы»). Что касается получения земель под строительство, получения разрешения на строительство и перевода помещений в нежилые, то значительные доли респондентов в принципе не сталкивались с этими процедурами (21,8%, 24% и 27,4% соответственно), а среди остальных большая часть испытывала значительные и непреодолимые трудности (27,8%, 27,9% и 22,4% соответственно) (рис. 2.69).

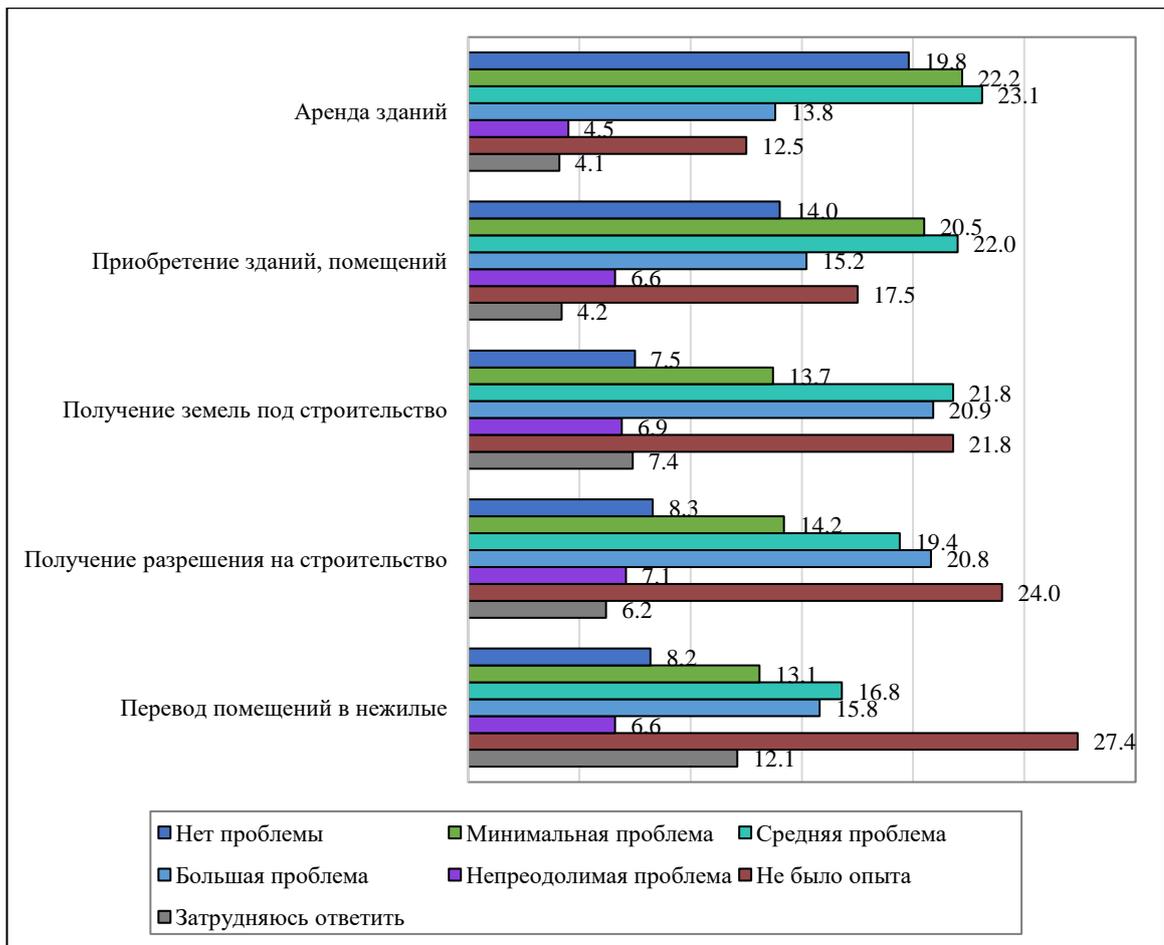
Аспекты ведения предпринимательской деятельности оценены в основном положительно: не было проблем или возникли минимальные проблемы у 54,9% в построении трудовых отношений в коллективах, у 48,2% в подборе квалифицированного персонала, у 44,5% в ведении налогового и бухгалтерского учета, у 41,1% в получении доступа к инфраструктуре. С несколько более широким разбросом мнений, но в целом позитивно оценена проблематичность процедуры реорганизации бизнеса (30,8% – «нет проблем или минимальные проблемы», 26,2% – «средние проблемы», 18,4% – «большие и непреодолимые проблемы»), его сертификации и стандартизации (33,1%, 26,2% и 22% соответственно), процедуры регистрации прав интеллектуальной собственности (24,8%, 22,6% и 18,9%; кроме этого, 20,3% никогда не проходили эту процедуру), процедур, связанных с внешней экономической деятельностью (29,7%, 21,7% и 18,8%; кроме этого, 17,5% никогда не проходили эту процедуру), и получение доступа к финансированию (33,4%, 27,2% и 26,1%) (рис. 2.70).

При общем положительном значении велик разброс мнений респондентов и в оценке степени проблематичности проверочных процедур и деятельности органов власти. У 44,9% опрошенных не возникло проблем или возникли минимальные проблемы во время налоговых проверок (у 27,2% – средние проблемы, у 20,4% – большие и непреодолимые проблемы), у 44,3% – во время проверок пожарной инспекции (23,4% – средние проблемы, 20,9% – большие и непреодолимые проблемы), у 38,5% – во время проверок Роспотребнадзора (26,2% – средние проблемы, 19,7% – большие и непреодолимые проблемы), у 38% – во время проверок Министерства внутренних дел (23,5% – средние проблемы, 19,4% – большие и непреодолимые проблемы), у 37,6% – во время проверок Рострудинспекции (25,8% – средние проблемы, 18,9% – большие и непреодолимые проблемы), у 37,5% – при столкновении с антиконкурентными мерами местных властей (14,9% – средние проблемы, 16,1% – большие и непреодолимые проблемы), у 37,3% – при столкновении с мерами антимонопольного регулирования (18% – средние проблемы, 16% – большие и непреодолимые проблемы), у 35,9% – во время проверок со стороны государственных внебюджетных фондов (19,7% – средние проблемы, 14,9% – большие и непреодолимые проблемы), у 35,1% – во время проверок Росприроднадзора (23,5% – средние проблемы, 18% – большие и непреодолимые проблемы) (рис. 2.71).

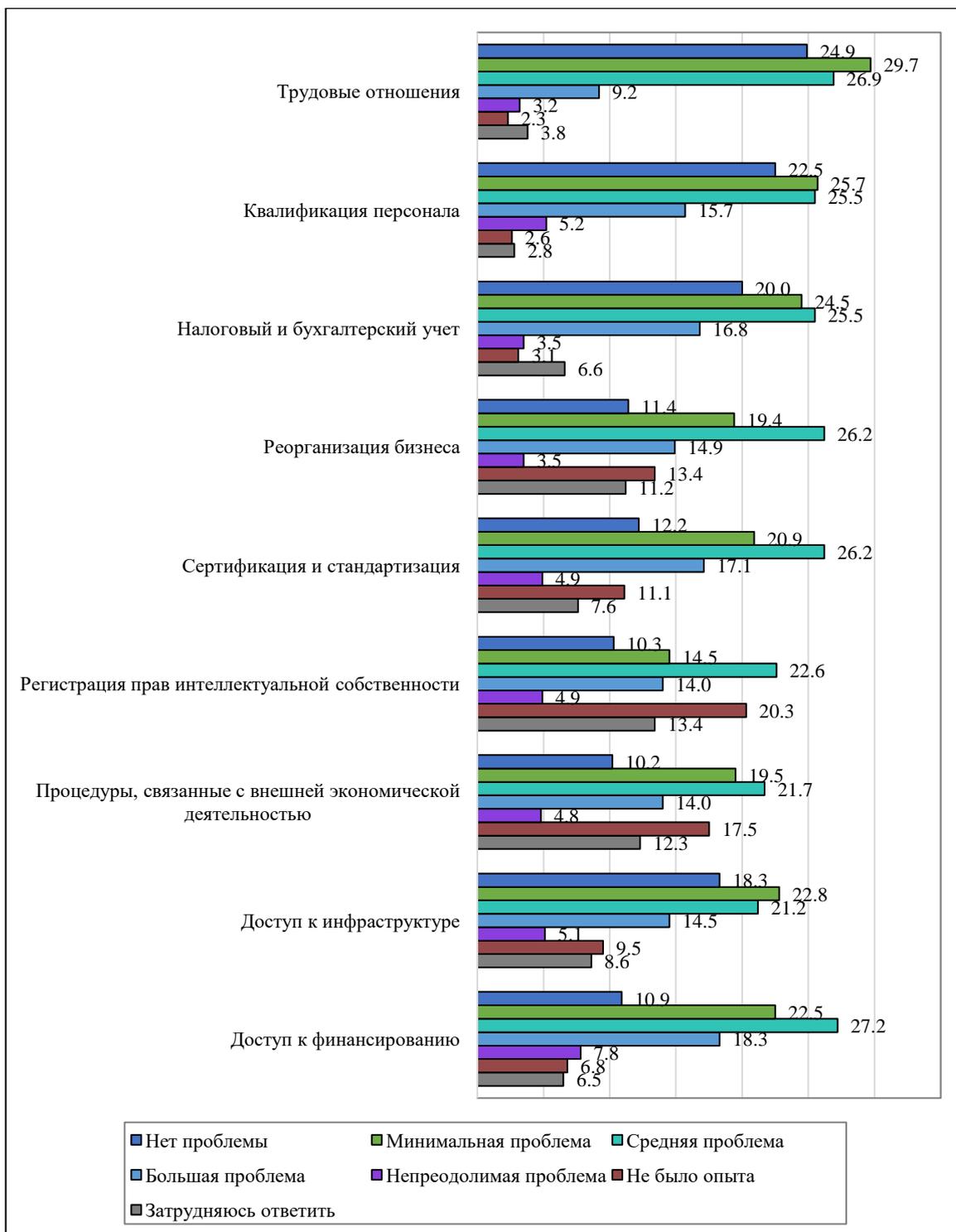


**Рисунок 2.68** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с началом предпринимательской деятельности»,

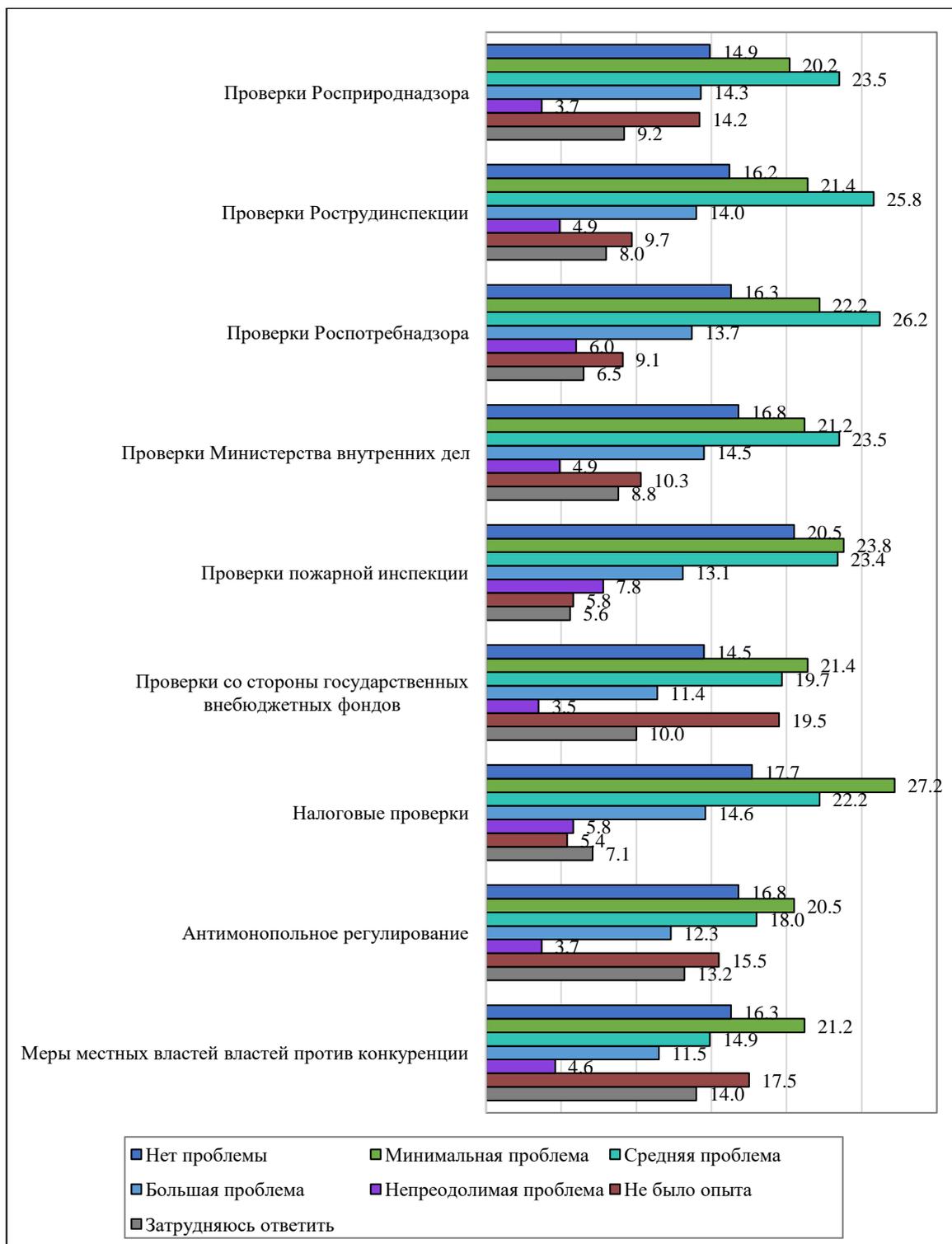
%



**Рисунок 2.69** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с размещением бизнеса», %



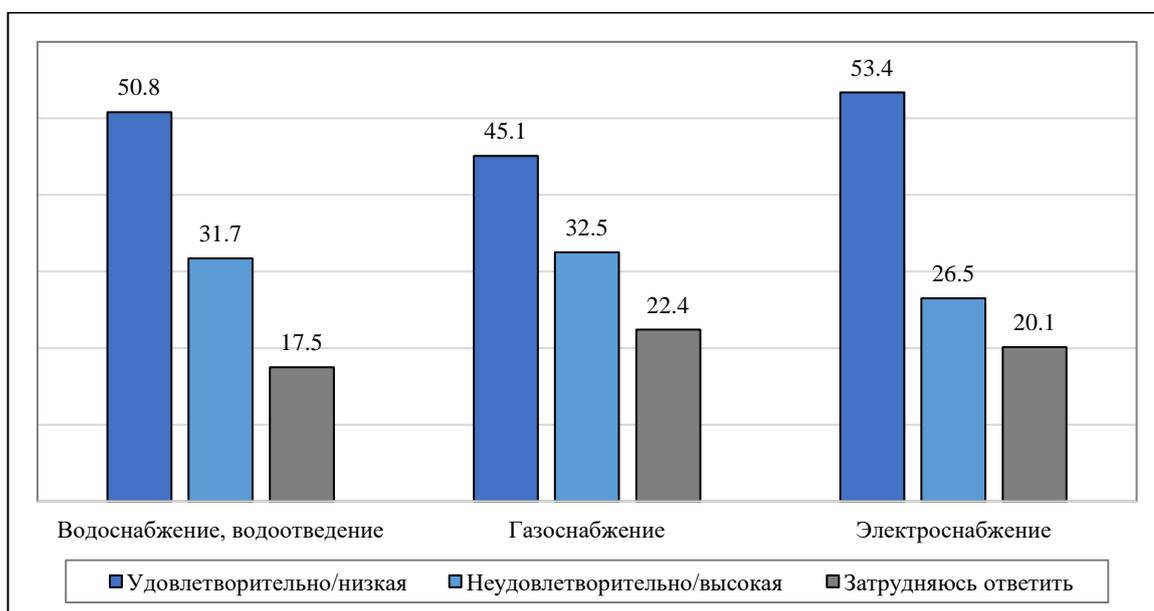
**Рисунок 2.70-** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с ведением предпринимательской деятельности», %



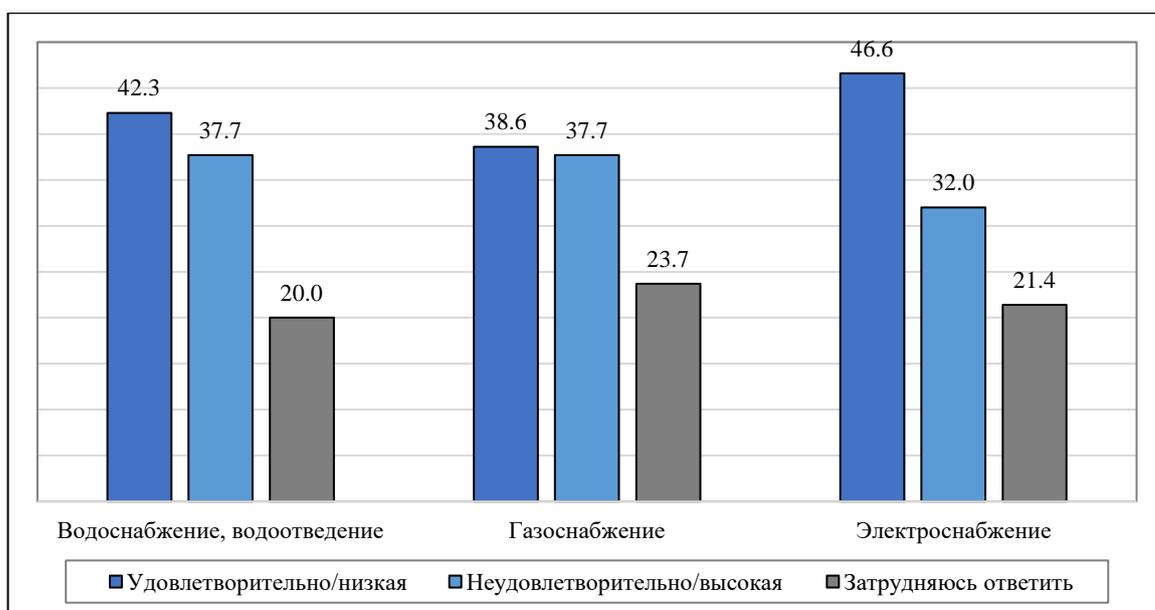
**Рисунок 2.71** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности проверочных процедур и деятельности органов власти», %

Качество предложенных к оценке услуг естественных монополий респонденты исследования, в целом, оценили средне. Большинство из них позитивно рассматривают короткие сроки получения доступа к этим услугам:

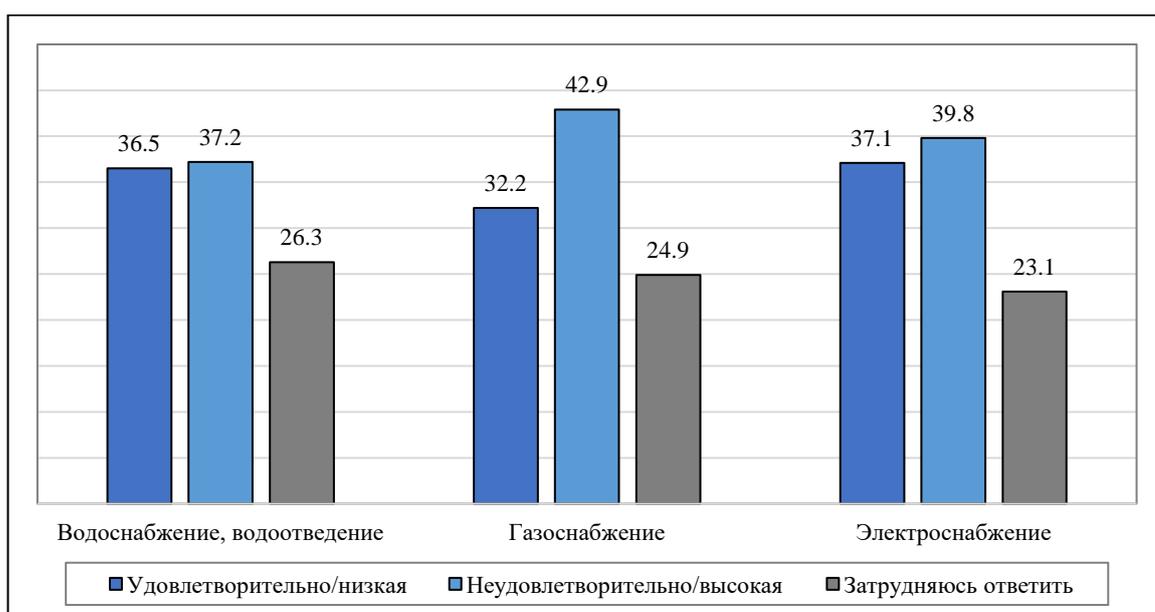
53,4% – по отношению к срокам получения услуг электроснабжения в Республике Татарстан (не удовлетворены 26,5%), 50,8% – по отношению к срокам получения услуг водоснабжения и водоотведения (не удовлетворены 31,7%), 45,1% – по отношению к срокам получения услуг газоснабжения (не удовлетворены 32,5%) (рис. 2.72). В отношении сложности (количества) процедур подключения услуг мнения разделились: неудовлетворительно высокой ее считают по 37,7% получателей услуг водо- и газоснабжения, а также 32% получателей услуг электроснабжения, не видят сложностей 46,6% получателей услуг электроснабжения, 42,3% – услуг водоснабжения и водоотведения, 38,6% – услуг газоснабжения (рис. 2.73). Также разделились мнения относительно приемлемости цен на данные услуги, причем по данному критерию негативных откликов несколько больше. Не удовлетворены стоимостью услуг газо-, электро- и водоснабжения 42,9%, 39,8% и 37,2% респондентов соответственно, не считают цены завышенными 32,2%, 37,1% и 36,5% соответственно (рис. 2.74).



**Рисунок 2.72** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по срокам получения доступа», %



**Рисунок 2.73** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по сложности (количеству) процедур подключения», %

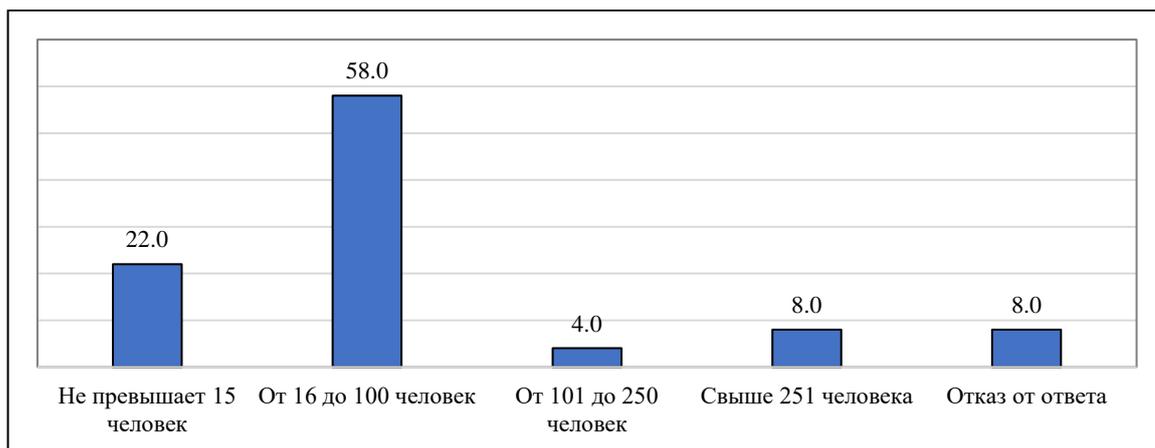


**Рисунок 2.74** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по стоимости подключения», %

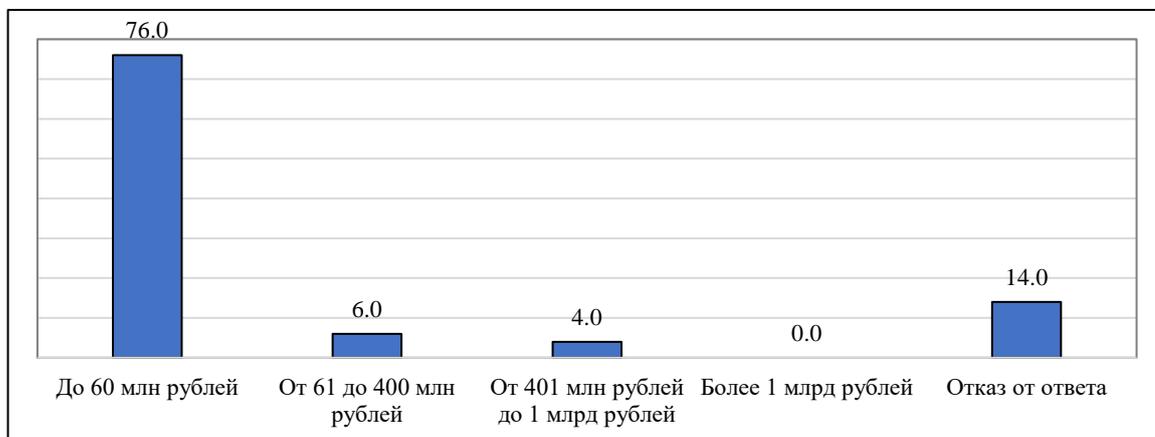
Далее, в целях определения специфики состояния конкуренции в каждом из сегментов, представлен анализ в разрезе одиннадцати социально-значимых рынков Республики Татарстан по ключевым для изучения проблемы вопросам анкеты.

#### 4.1.1 Рынок услуг дошкольного образования

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг дошкольного образования Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (58%) (рис. 2.75), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (76%) (рис. 2.76).



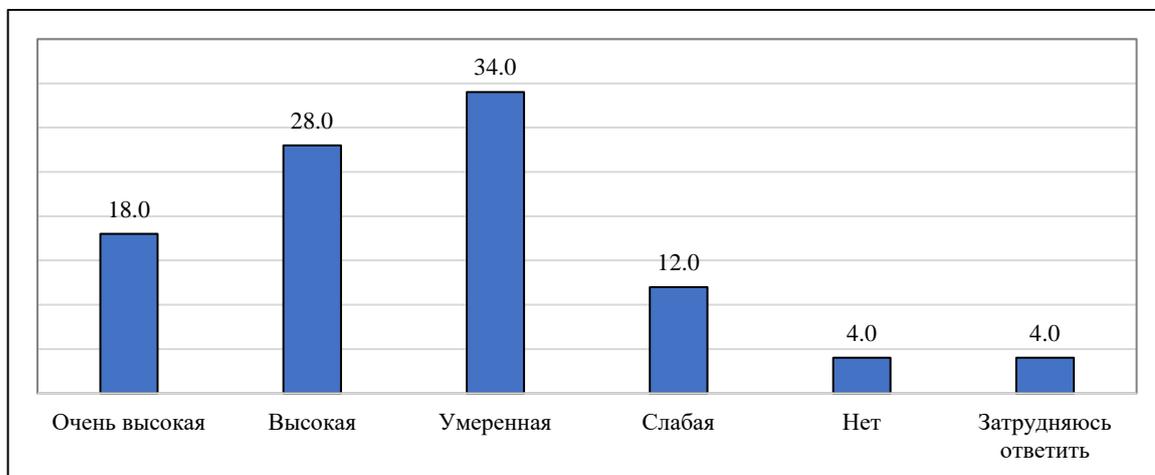
*Рисунок 2.75 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*



*Рисунок 2.76 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*

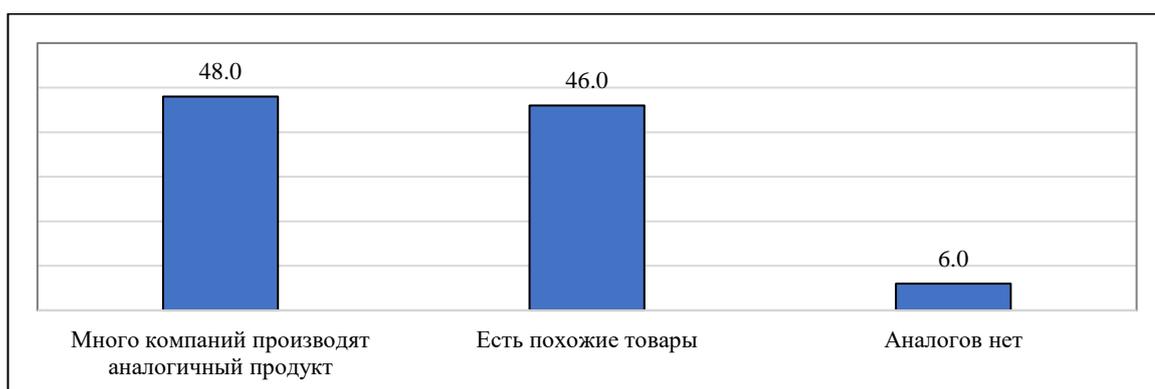
Состояние конкурентной среды на рынке дошкольного образования республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,8 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты,

полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (34%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 28% – высокой, 18% – очень высокой, 12% – слабой, 4% – совсем отсутствующей (рис. 2.77).

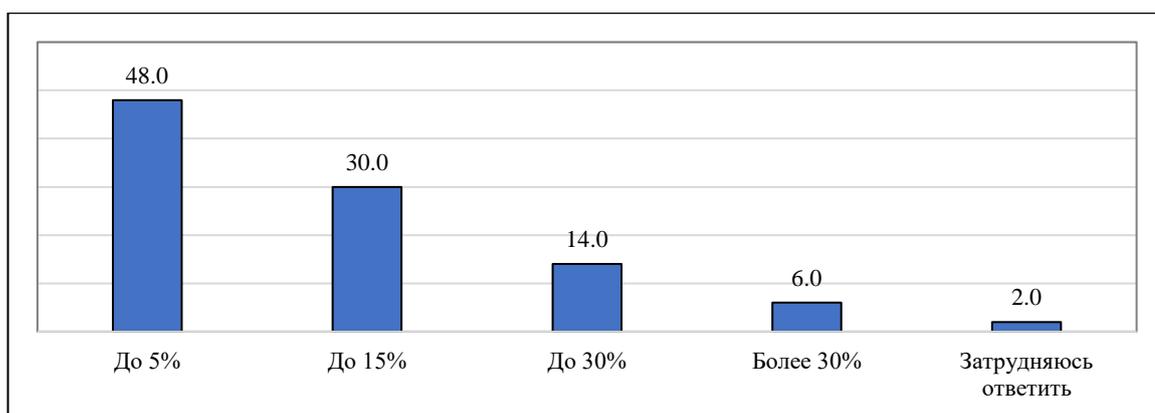


**Рисунок 2.77** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Около половины опрошенных (48%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, почти такая же доля (46%) – что есть похожие товары (рис.2.78). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (48%) оценивают размером до 5%, еще треть (30%) – до 15% (рис.2.79).

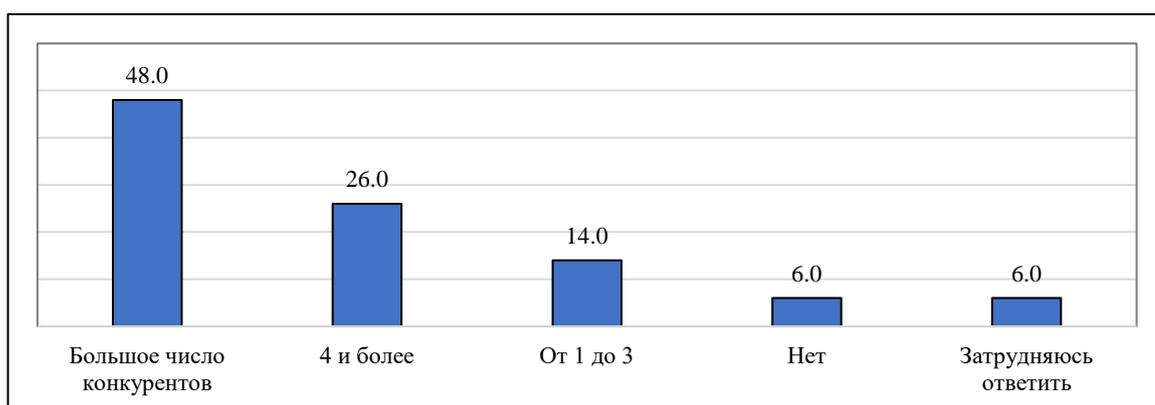


**Рисунок 2.78** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

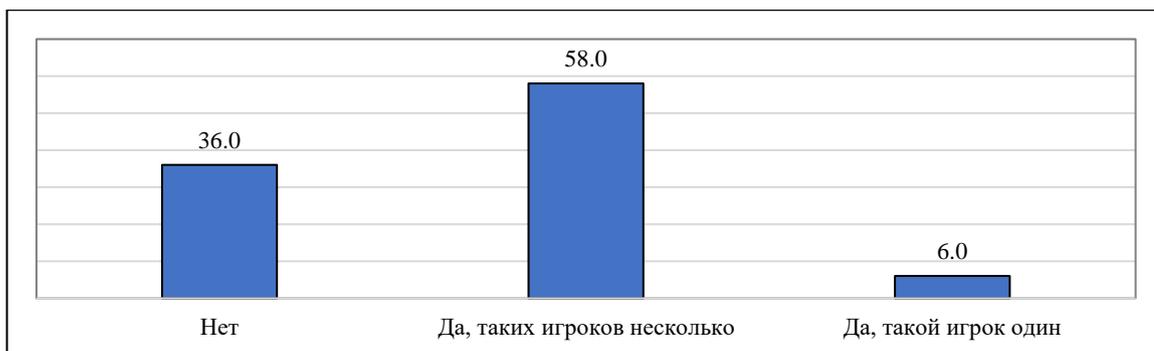


**Рисунок 2.79** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

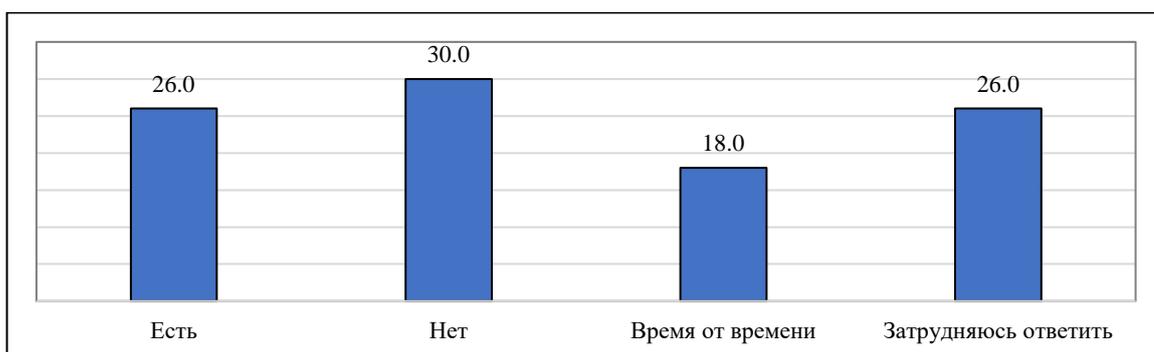
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке дошкольного образования (48%) видят для себя большое число конкурентов, еще четверть (26%) – 4 конкурента и более (рис. 2.80). 36% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако около двух третей (58%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.81). Неоднозначны оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка: 26% считают, что давление есть, 18% – что оно бывает время от времени, 30% – что его нет, 26% затрудняются ответить на вопрос (рис. 2.82).



**Рисунок 2.80** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

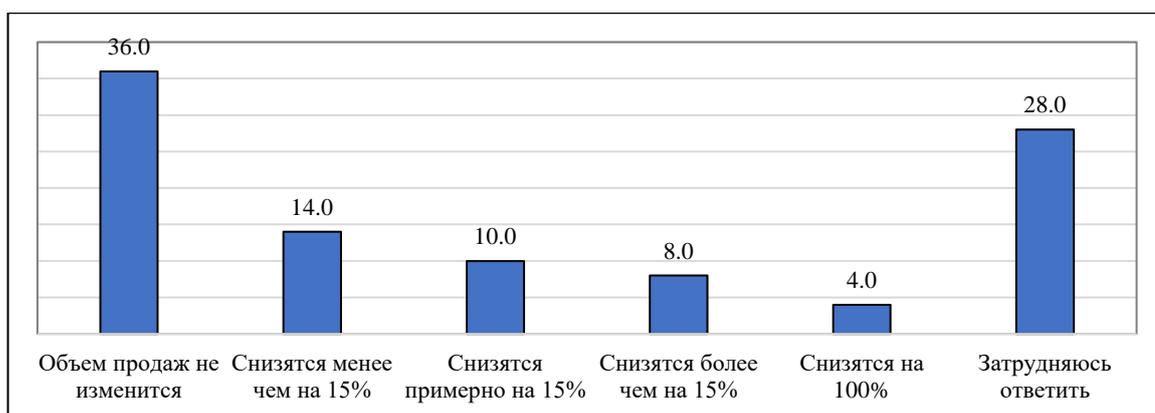


**Рисунок 2.81** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

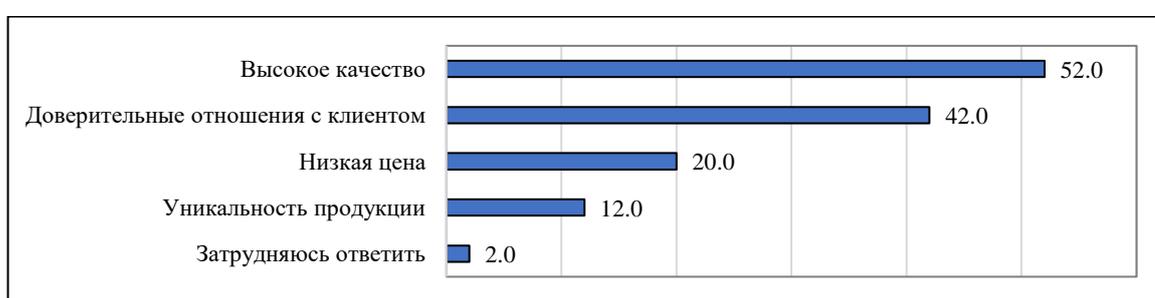


**Рисунок 2.82** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Несмотря на признание довольно активных действий своих конкурентов, большинство субъектов предпринимательской деятельности в области дошкольного образования (36%) предсказывают стабильный спрос на свои услуги в случае повышения цен на них на 15% (еще 28% опрошенных затрудняются составить прогноз для этой ситуации) (рис. 2.83). Цена в данном случае не является решающим фактором конкурентоспособности, а занимает лишь третье место (20%). Намного больше значения участники рынка дошкольного образования придают высокому качеству своих услуг (52%) и доверительным отношениям с клиентами (42%) (рис. 2.84).



**Рисунок 2.83** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



**Рисунок 2.84** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Говоря о ключевых факторах изменения числа конкурентов на рынке, среди факторов роста опрошенные особенно отмечают изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (38%) (рис. 2.85), а среди факторов снижения – антиконкурентное давление со стороны органов власти (40%) (рис. 2.86).

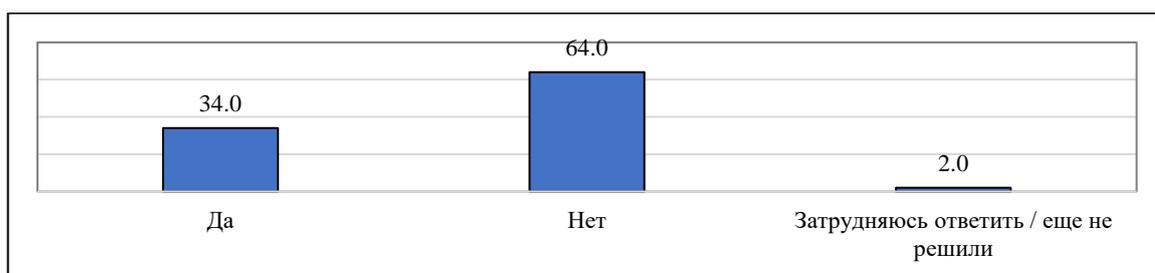


**Рисунок 2.85** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

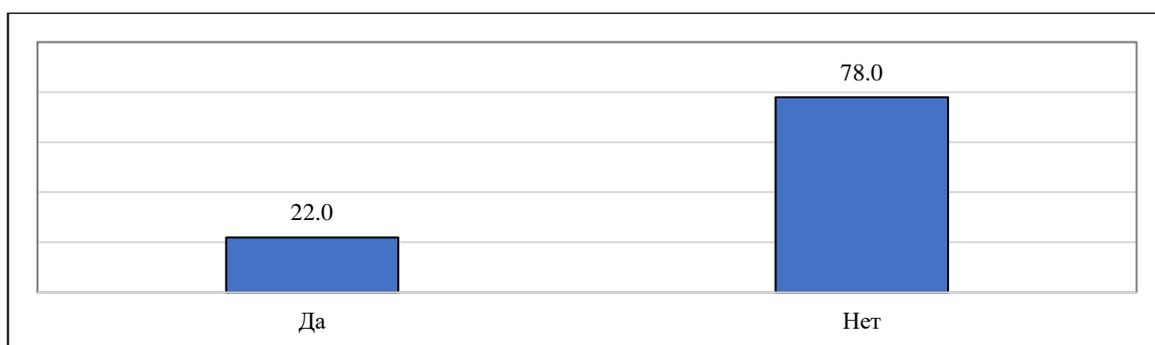


**Рисунок 2.86** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

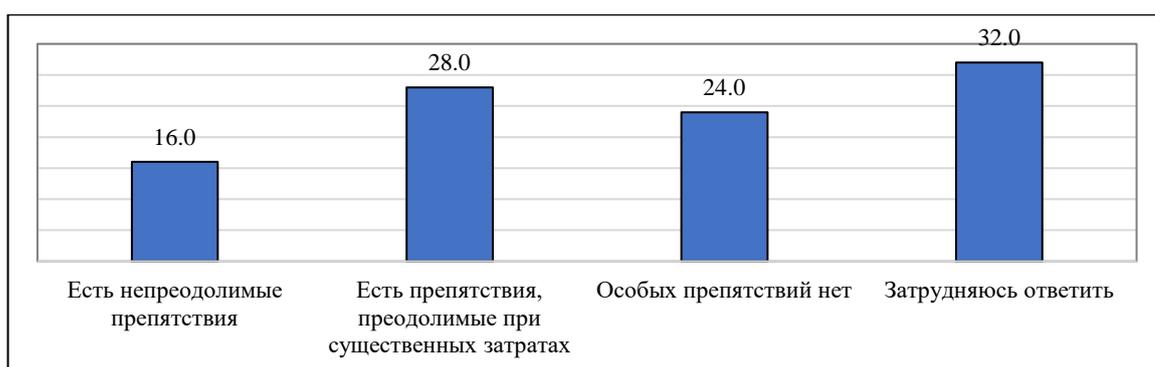
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (64%) (рис. 2.87) или географические рынки (78%) (рис. 2.88). Уровни препятствий в обоих случаях оценены неоднозначно. В отношении выхода на новые продуктовые рынки 32% затрудняются ответить, 16% видят непреодолимые препятствия, 28% – преодолимые при существенных затратах, 24% не видят препятствий (рис. 2.89). В отношении выхода на новые географические рынки 34% затрудняются ответить, по 20% видят непреодолимые и преодолимые при существенных затратах препятствия, 26% не видят препятствий (рис. 2.90).



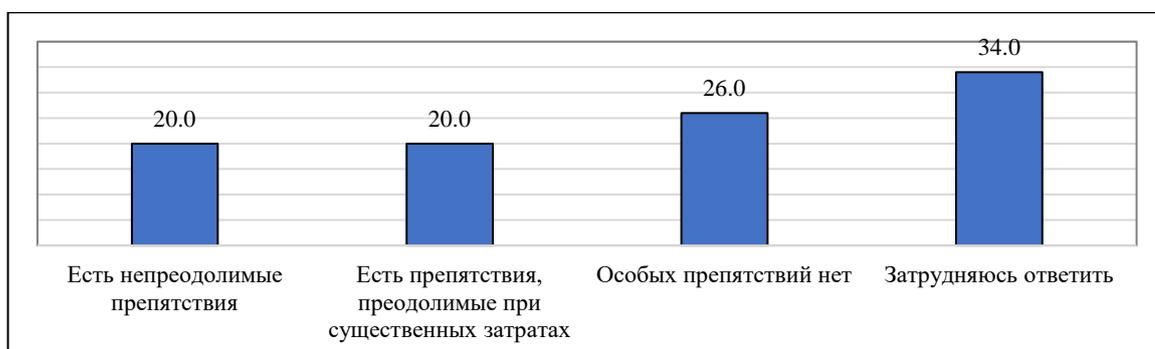
**Рисунок 2.87** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.88** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



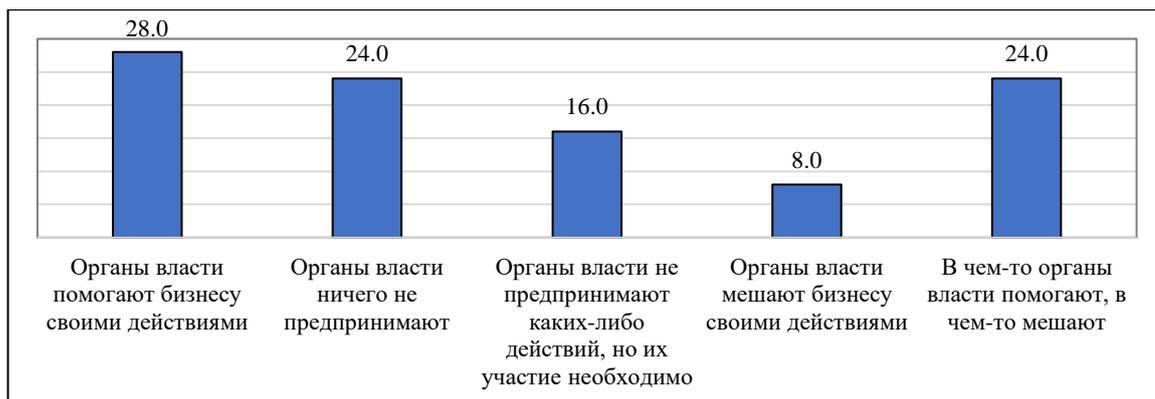
**Рисунок 2.89** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.90** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг дошкольного образования также оценивается неоднозначно. 28% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 24% – что они ничего не предпринимают, 16% отмечают, что участие власти необходимо, в то время как она не предпринимает никаких действий, 8% обнаруживают барьеры,

которые органы власти создают для предпринимателей своими действиями, 24% считают, что органы власти чем-то помогают, а чем-то мешают (рис. 2.91). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы дошкольного образования в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (42%) (рис. 2.92).



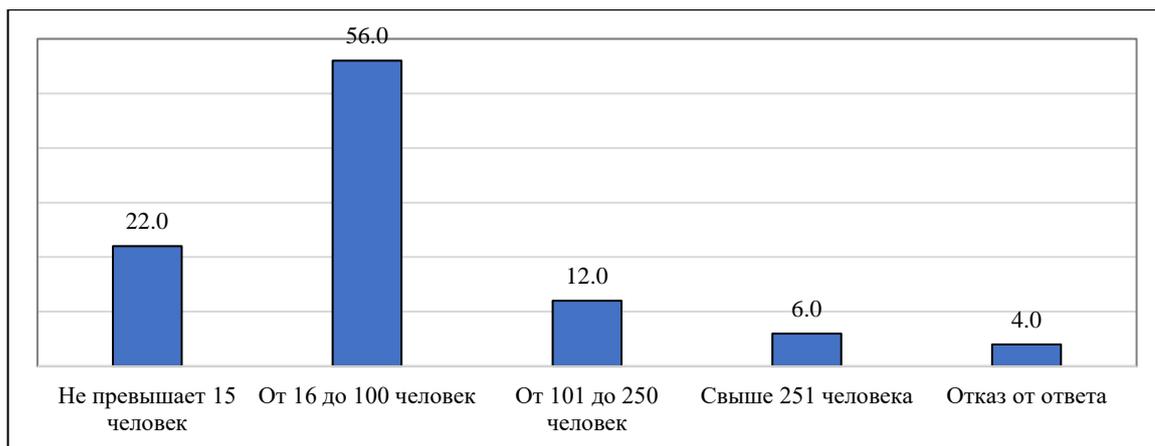
**Рисунок 2.91** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



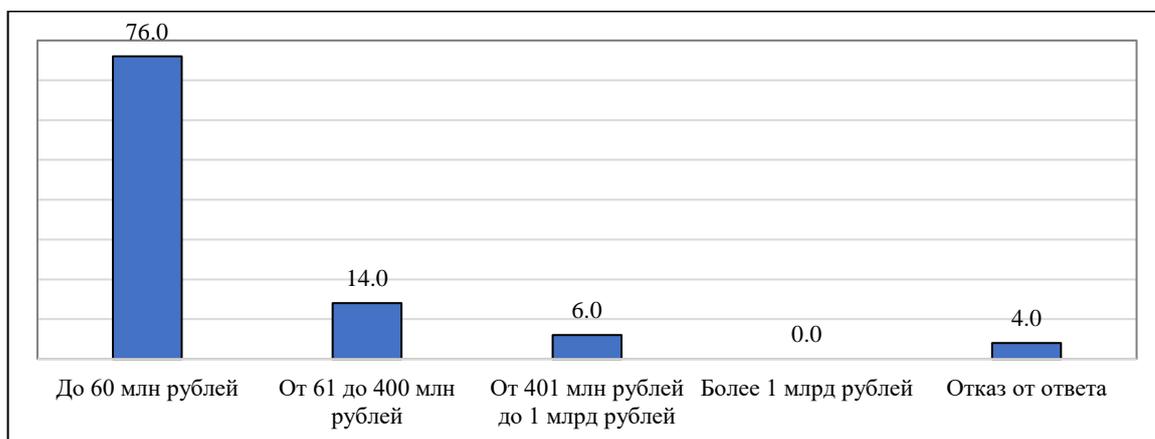
**Рисунок 2.92** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.2 Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг детского отдыха и оздоровления Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (56%) (рис. 2.93), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (76%) (рис. 2.94).



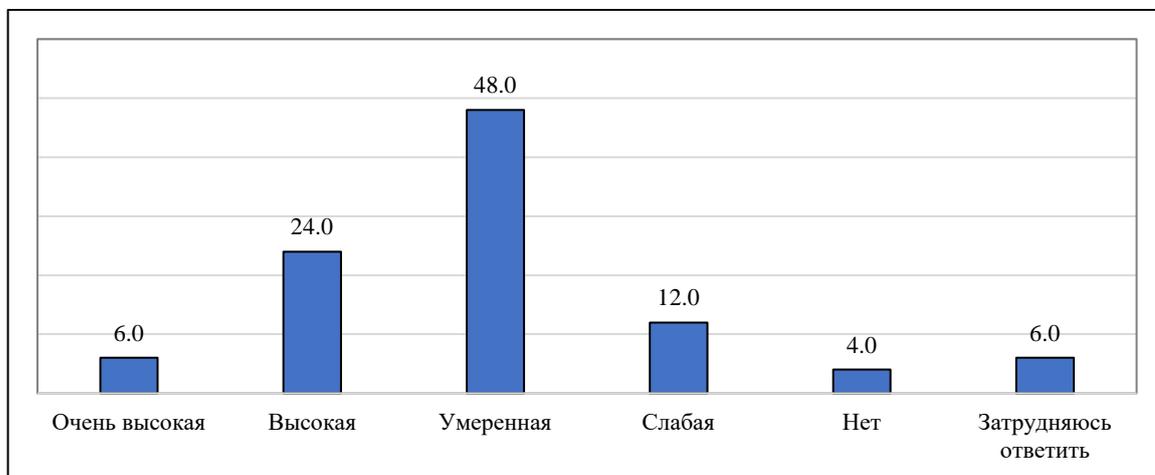
**Рисунок 2.93-** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



**Рисунок 2.94 -** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

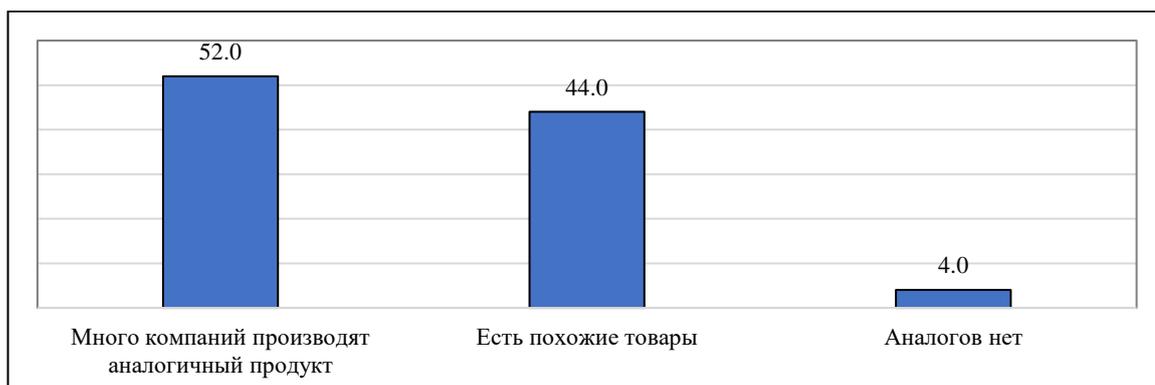
Состояние конкурентной среды на рынке детского отдыха и оздоровления республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,55 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»).

Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (48%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 24% – высокой, 6% – очень высокой, 12% – слабой, 4% – совсем отсутствующей (рис. 2.95).

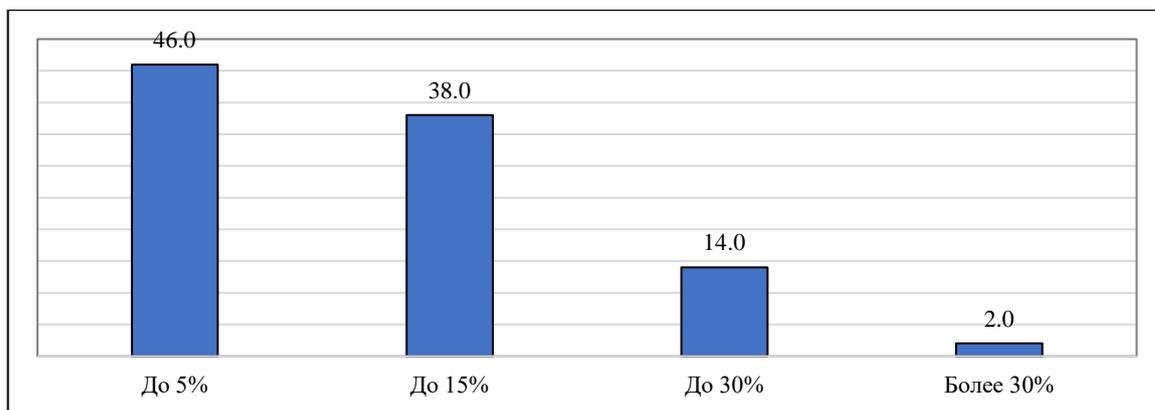


**Рисунок 2.95** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Половина опрошенных (52%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, почти такая же доля (44%) – что есть похожие товары (рис. 2.96). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (46%) оценивают размером до 5%, еще 38% – до 15% (рис. 2.97).

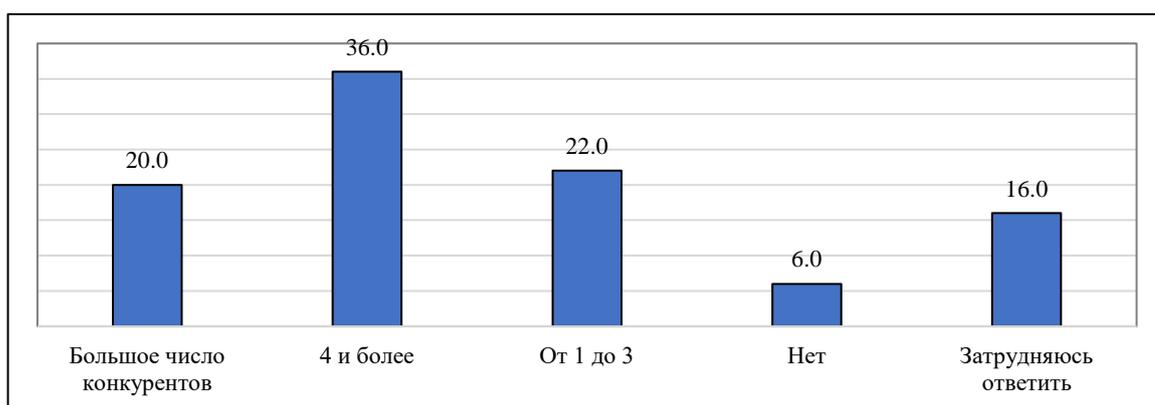


**Рисунок 2.96** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

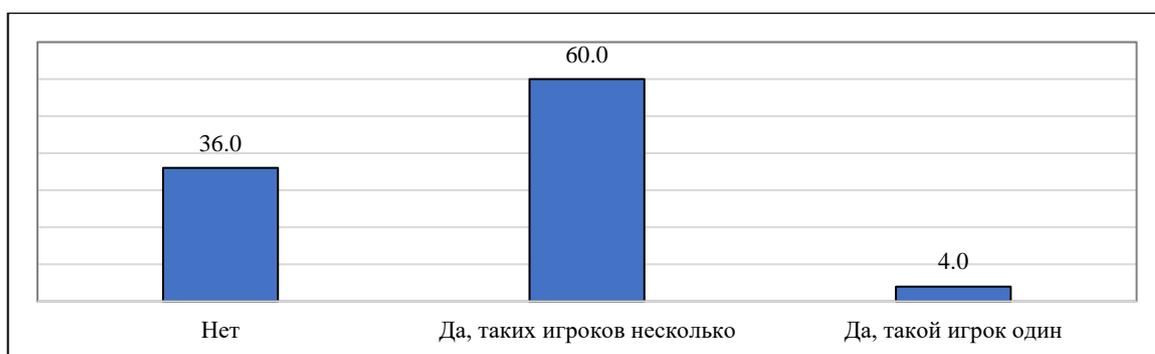


**Рисунок 2.97** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

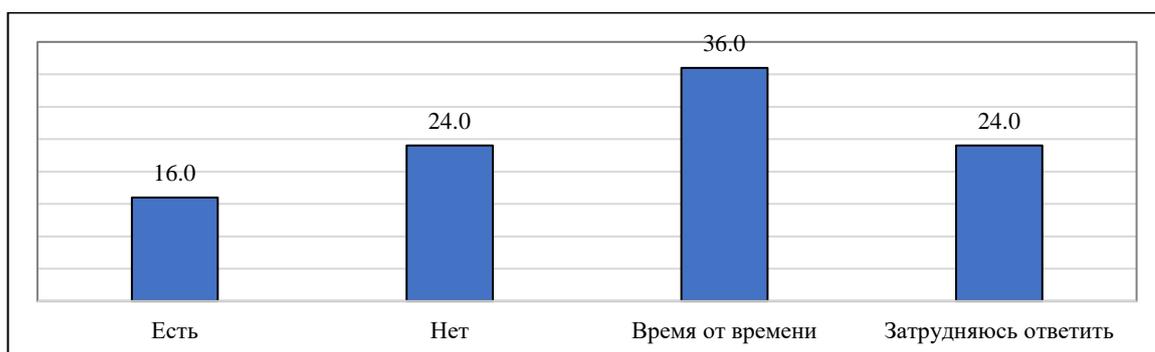
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг детского оздоровления и отдыха (36%) видят для себя 4 и более конкурентов, еще две пятых – большое число конкурентов (20%) и от 1 до 3 конкурентов (22%) (рис. 2.98). 36% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако две трети (60%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.99). Антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников рынка, по мнению большинства опрошенных (36%), осуществляется время от времени, еще 16% ощущают его постоянно, а по 24% не ощущают вообще или затрудняются оценить степень его интенсивности (рис. 2.100).



**Рисунок 2.98** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

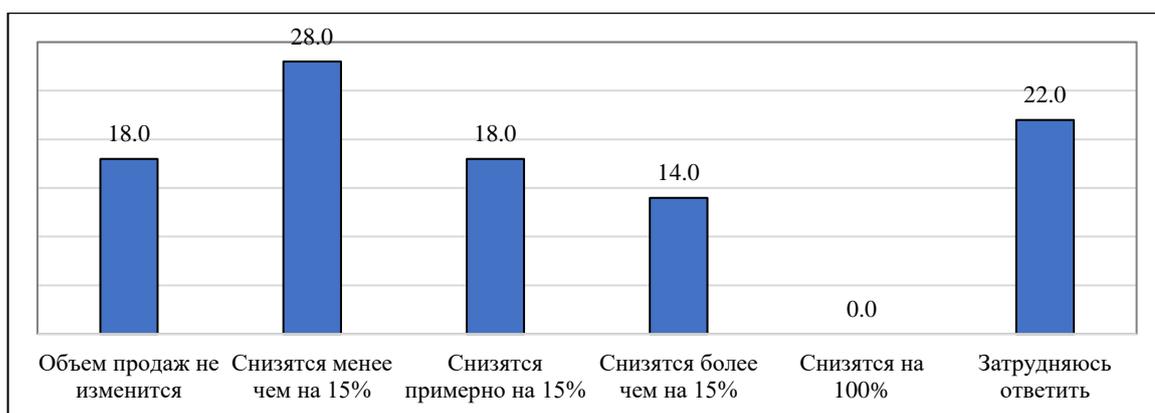


**Рисунок 2.99** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

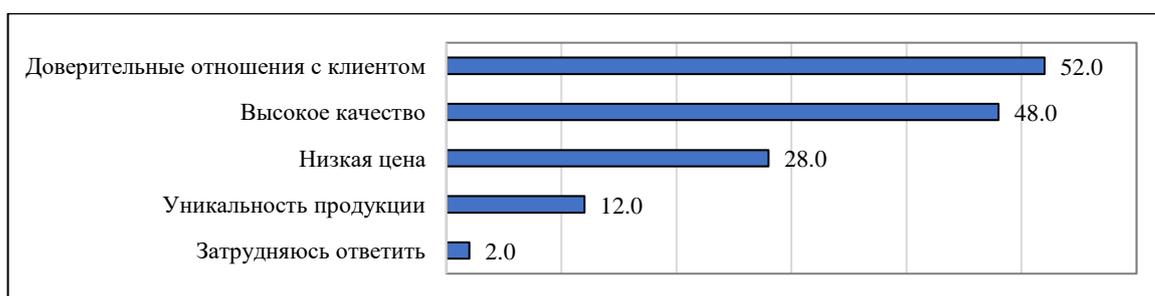


**Рисунок 2.100** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Большинство субъектов предпринимательской деятельности в области детского отдыха и оздоровления (28%) предсказывают снижение спроса на свою продукцию, свои работы и услуги менее чем на 15% в случае повышения цен на них на 15%, однако разброс мнений по этому вопросу слишком велик (по 18% – объем продаж не изменится и снизится примерно на 15%, 14% – снизится более чем на 15%; затрудняются ответить 22%), и прогноз получается неоднозначным (рис. 2.101). Цена, впрочем, занимает лишь третье место (28%) в иерархии ключевых факторов конкурентоспособности на данном рынке; первое место – доверительные отношения с клиентами (52%), второе – высокое качество предоставления услуг (48%) (рис. 2.102).



**Рисунок 2.101** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

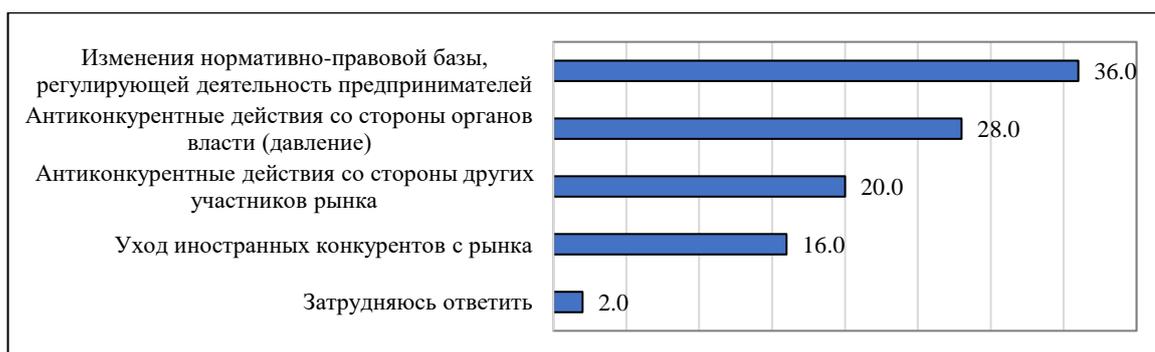


**Рисунок 2.102** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

В числе важнейших факторов увеличения числа конкурентов, по мнению респондентов: изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, появление конкурентов из других регионов РФ (по 34%) и меры государственной поддержки предпринимателей (30%) (рис. 2.103). Изменения нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности также, вместе с антиконкурентными действиями со стороны органов власти, оказываются значимыми факторами снижения числа конкурентов на рынке детского отдыха и оздоровления (36% и 28% соответственно) (рис. 2.104).

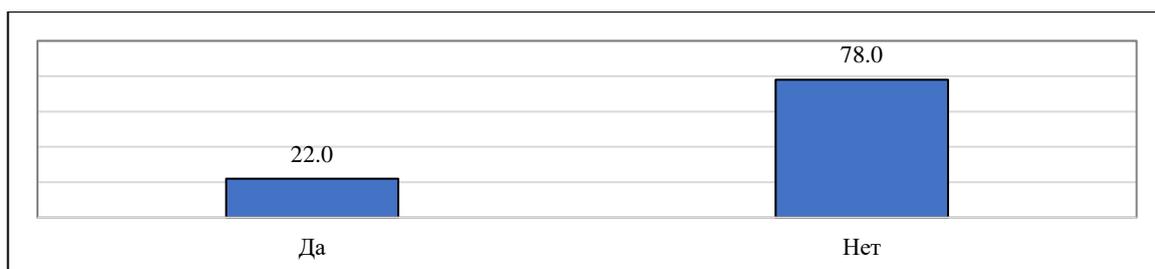


**Рисунок 2.103** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

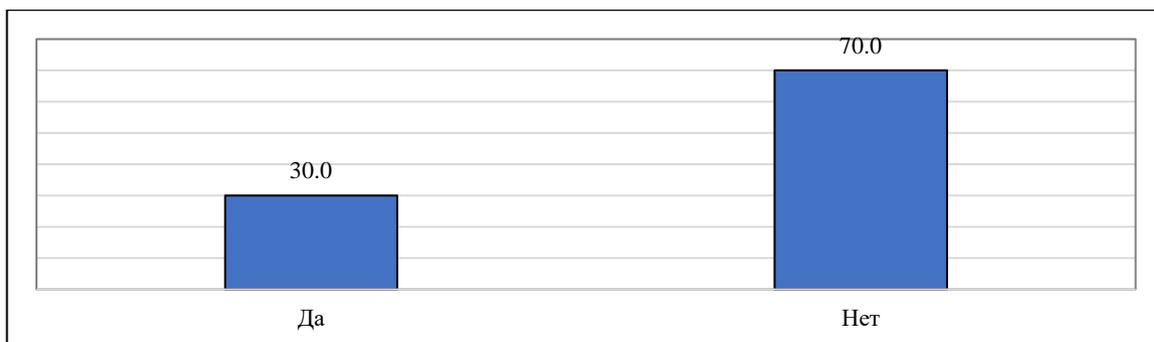


**Рисунок 2.104** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

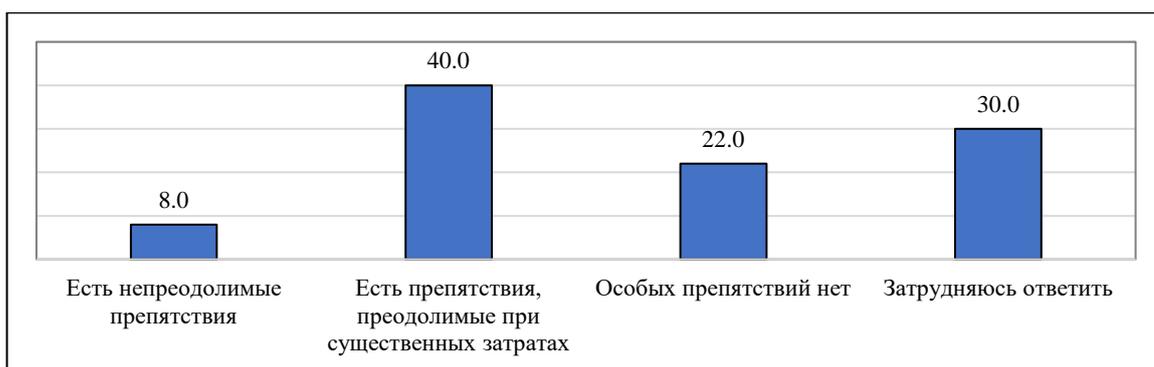
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (78%) (рис. 2.105) или географические рынки (70%) (рис. 2.106). Оценить уровни препятствий в обоих случаях опрошенные либо затрудняются (в отношении выхода на новые продуктовые рынки – 30%, в отношении выхода на новые географические рынки – 36%), либо склоняются к тому, что их нет (по 22%), или к тому, что они преодолимы (в отношении выхода на новые продуктовые рынки – 40%, в отношении выхода на новые географические рынки – 34%) (рис. 2.108).



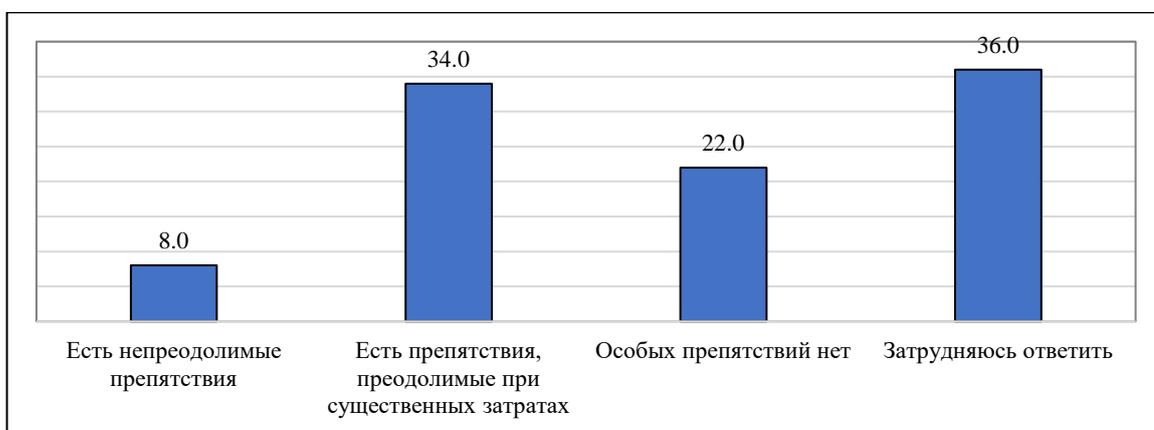
**Рисунок 2.105** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.106** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



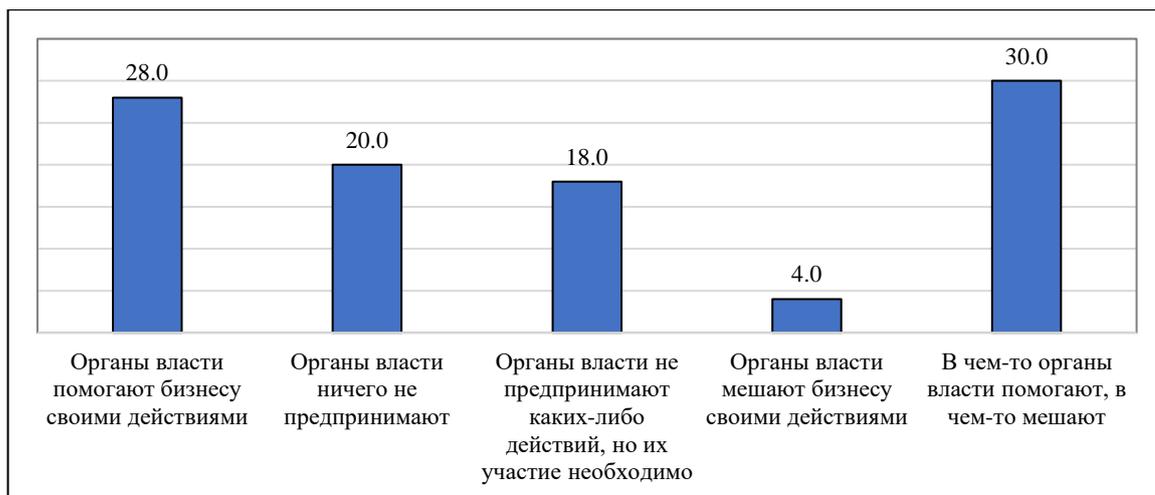
**Рисунок 2.107** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.108** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг детского отдыха и оздоровления оценивается неоднозначно. 28% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 20% – что они ничего не предпринимают, 18% отмечают, что участие власти необходимо, в то время

как она не предпринимает никаких действий, 4% обнаруживают барьеры, которые органы власти создают для предпринимателей своими действиями, 30% считают, что органы власти чем-то помогают, а чем-то мешают (рис. 2.109). Наиболее существенным административным барьером, по мнению опрошенных, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (44%) (рис. 2.110).



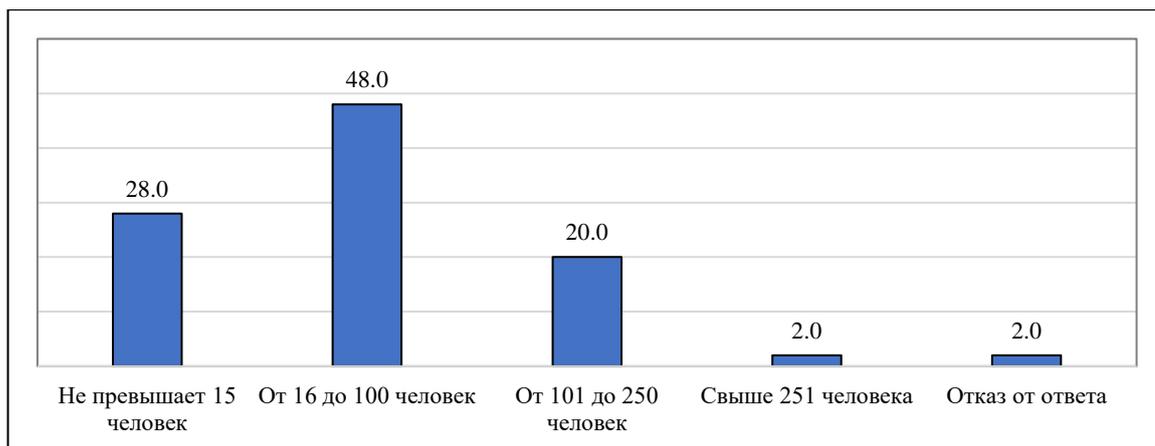
**Рисунок 2.109** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



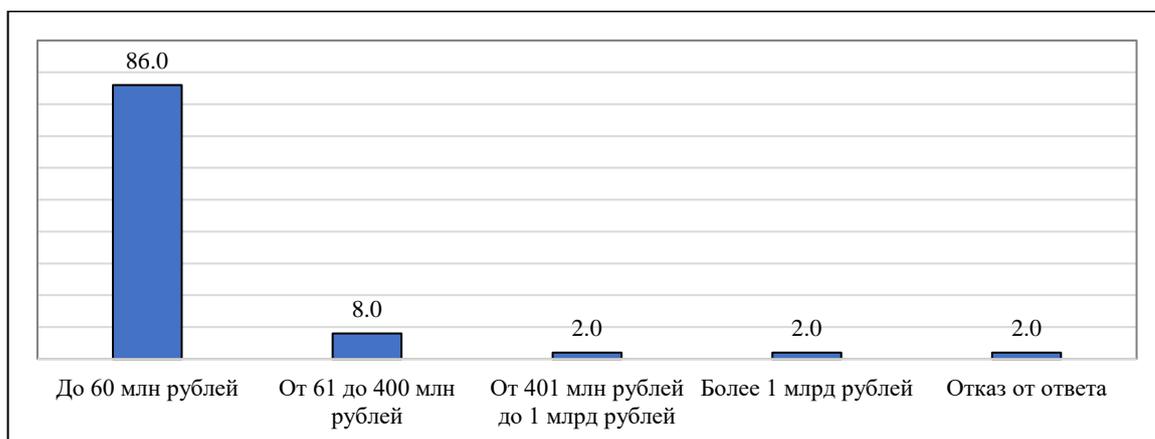
**Рисунок 2.110** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

### 4.1.3 Рынок услуг дополнительного образования детей

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг дополнительного образования детей Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (48%) (рис. 2.111), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (86%) (рис. 2.112).



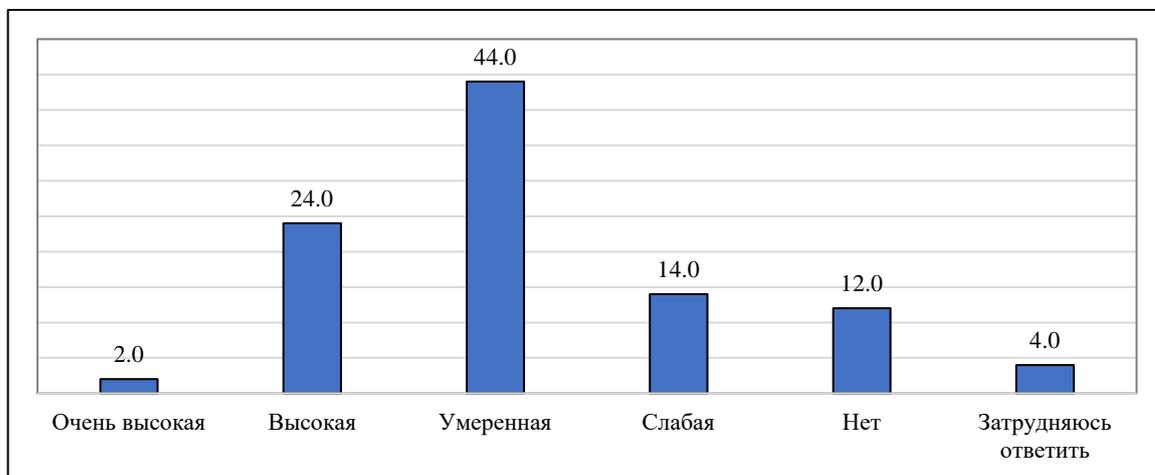
**Рисунок 2.111** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



**Рисунок 2.112** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

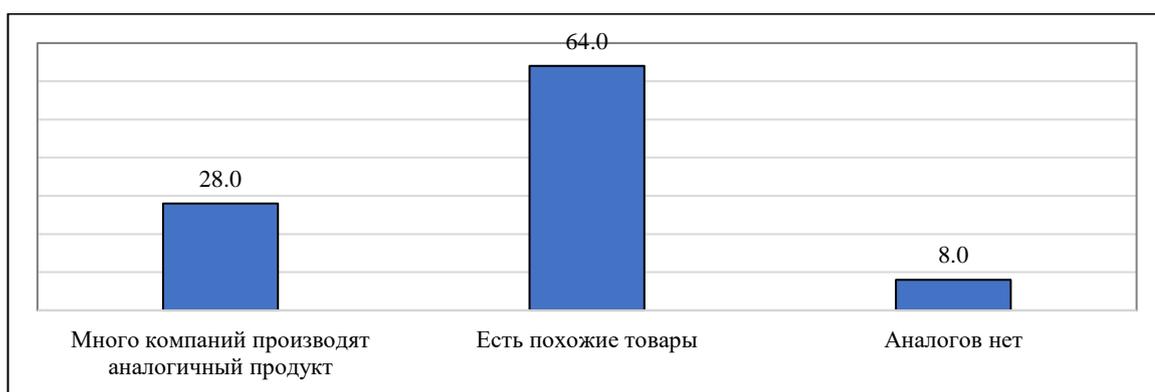
Состояние конкурентной среды на рынке дополнительного образования детей республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,83 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты,

полученные с помощью другой измерительной шкалы, несколько ниже («средняя») – подавляющее большинство (44%) считают конкуренцию на рынке умеренной (еще по 26% считают ее высокой и очень высокой, а также слабой и совсем отсутствующей) (рис. 2.113).

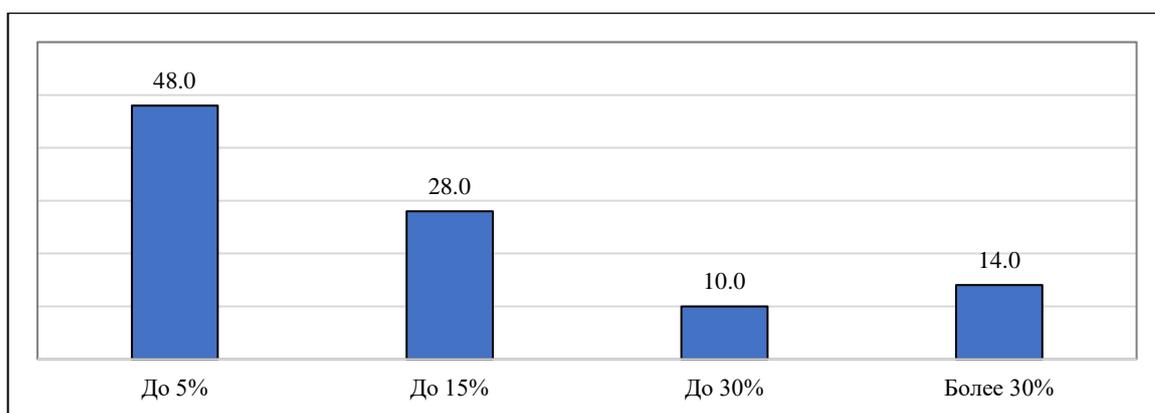


*Рисунок 2.113 - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %*

Две трети опрошенных (64%) считают, что на рынке есть товары, работы и услуги, похожие на те, что производит их компания, одна треть (28%) – что существует много компаний, производящих аналогичную продукцию (рис. 2.114). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (48%) оценивают размером до 5%, еще треть (28%) – до 15% (рис. 2.115).

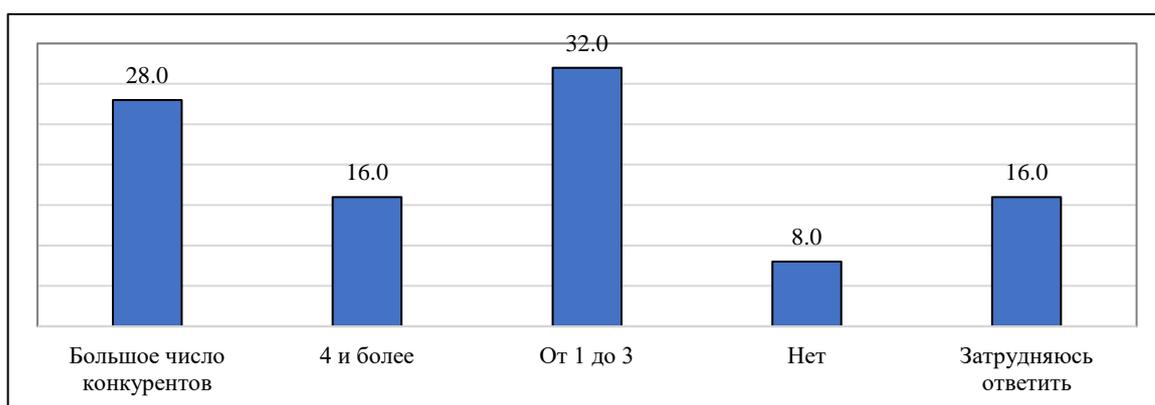


*Рисунок 2.114 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %*

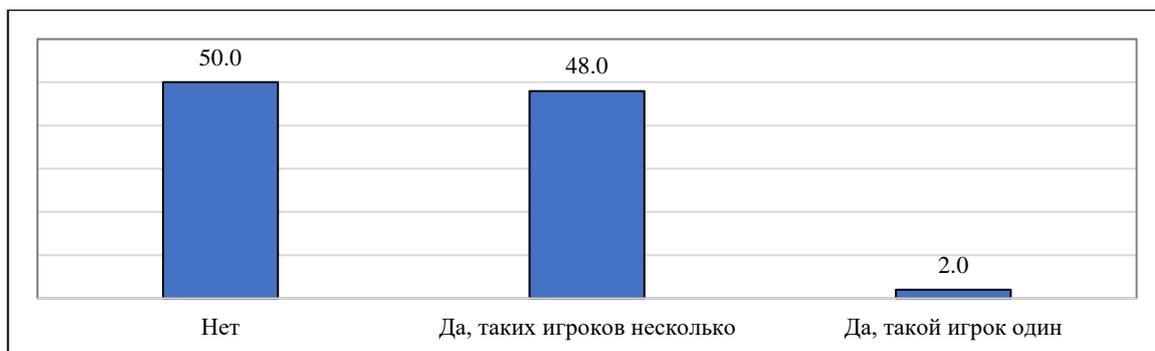


**Рисунок 2.115** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

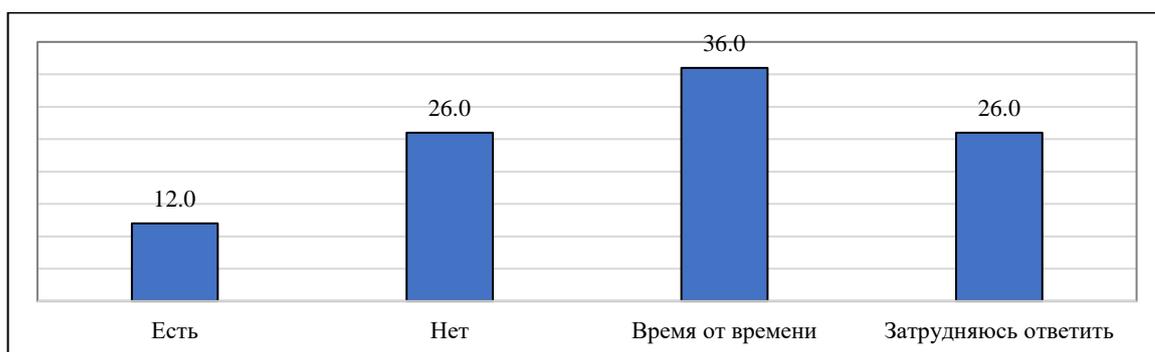
Сопоставимые доли опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке дополнительного образования детей видят для себя большое число конкурентов и от 1 до 3 конкурентов (28% и 32% соответственно) (рис.2.116). Половина респондентов считает, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, почти столько же (48%) – что таких игроков несколько (рис. 2.117). Более трети представителей сферы дополнительного образования детей (36%) время от времени ощущают на себе давление со стороны конкурентов, ощущают его постоянно – 12%, не ощущают – 26% и столько же затрудняются ответить (рис. 2.118).



**Рисунок 2.116** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

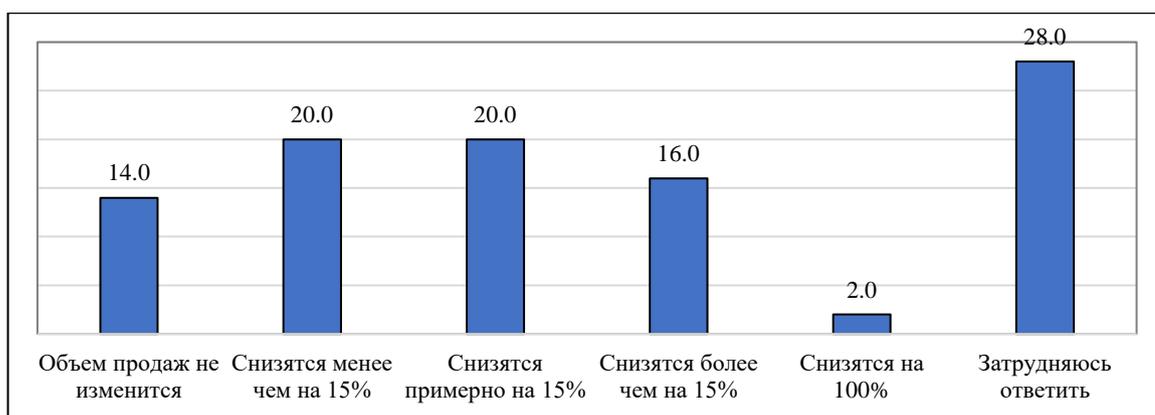


**Рисунок 2.117** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

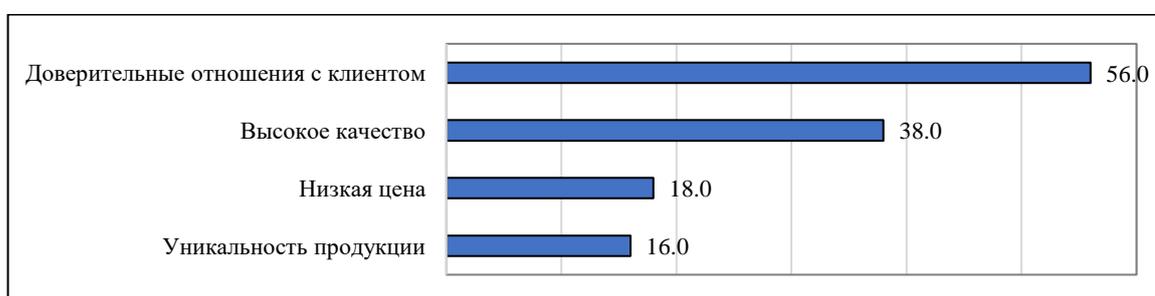


**Рисунок 2.118** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Лишь небольшая доля респондентов (14%) уверены в постоянном спросе на свои услуги в случае повышения цен на них на 15%. Среди остальных 28% не решаются сделать прогноз, по 20% говорят о снижении спроса менее чем на 15% или примерно на 15%, 16% предсказывают снижение спроса более чем на 15%, а 2% – на 100% (рис. 2.119). Тем не менее, стоимость услуг, по мнению опрошенных субъектов предпринимательской деятельности в сфере дополнительного образования детей, значительно уступает доверию клиентов (56%) и высокому качеству обслуживания (38%) с точки зрения значимости для формирования имиджа конкурентоспособной компании (рис. 2.120).



**Рисунок 2.119** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



**Рисунок 2.120** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К наиболее значимым факторам увеличения числа конкурентов на рынке респонденты отнесли изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (38%), а также появление конкурентов из других регионов РФ (30%) и меры государственной поддержки предпринимателей (26%) (рис. 2.121). Наиболее значимый фактор уменьшения числа конкурентов, по их мнению, – также изменения нормативно-правовой базы (42%) (рис. 2.122).



**Рисунок 2.121** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %



**Рисунок 2.122** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

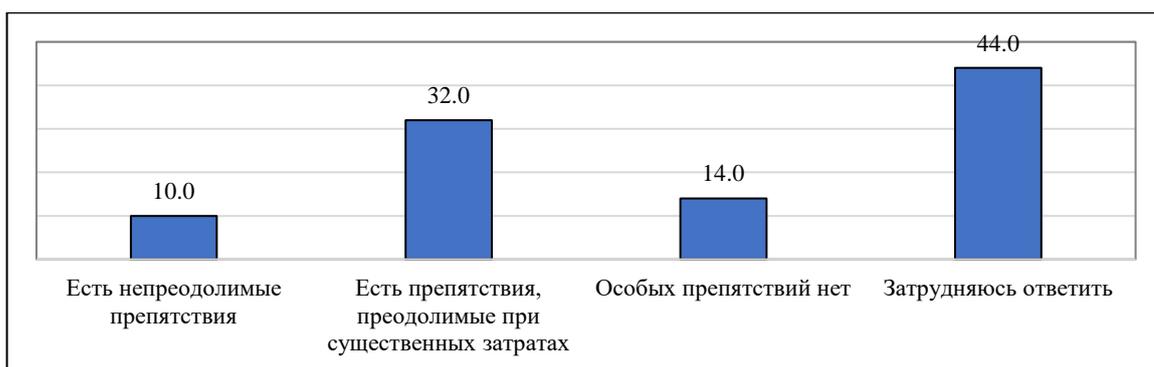
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (74%) (рис. 2.123) или географические рынки (82%) (рис. 2.124). Уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки средний (есть препятствия, но они преодолимы – 32%; 44% также затрудняются ответить на этот вопрос) (рис. 2.125), при выходе на новые географические рынки – неоднозначный (18% – есть непреодолимые препятствия, 22% – есть препятствия, преодолимые при существенных затратах, 14% – особых препятствий нет; 46% затрудняются ответить) (рис. 2.126).



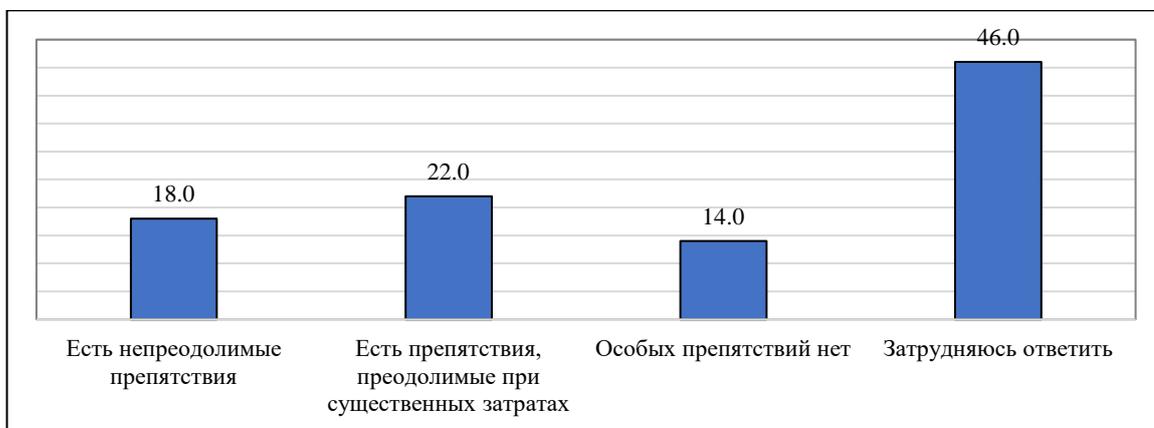
**Рисунок 2.123** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.124** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



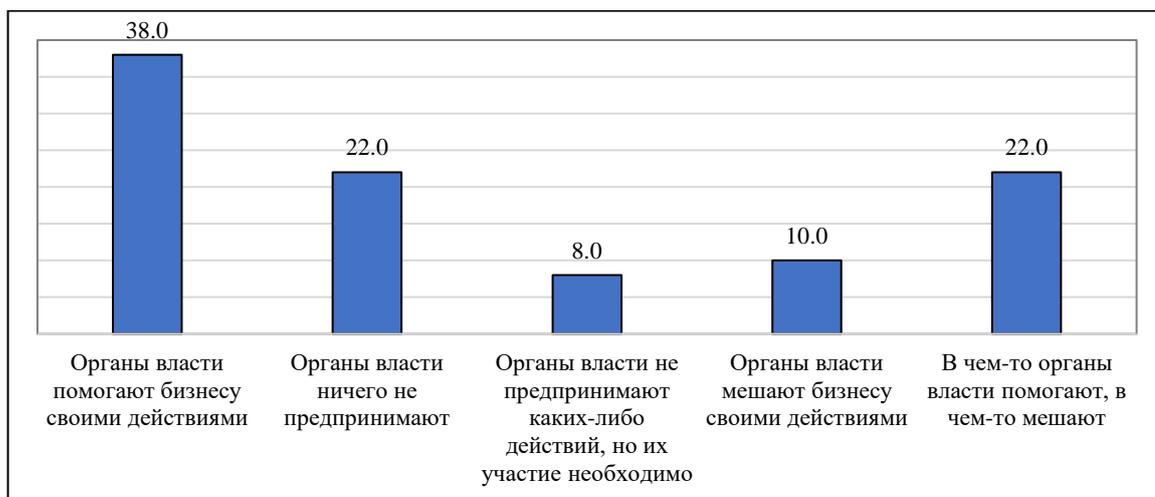
**Рисунок 2.125** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.126** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг дополнительного образования детей большинством респондентов оценивается позитивно – 38% считают, что власти помогают бизнесу своими действиями. Помимо этого, значимые доли также находят в действиях властей одновременно позитивные и негативные

последствия или в принципе не замечают никаких действий органов власти (по 22%) (рис. 2.127). Наиболее существенными административными барьерами, по мнению представителей организаций сферы дополнительного образования детей в Республике Татарстан, оказываются сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (38%), а также ограниченность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок (22%) (рис. 2.128).



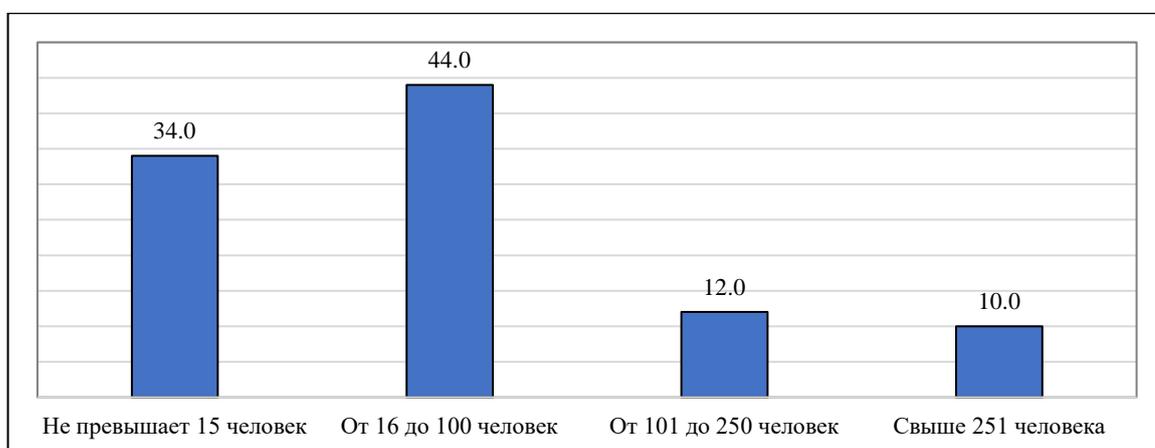
**Рисунок 2.127** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



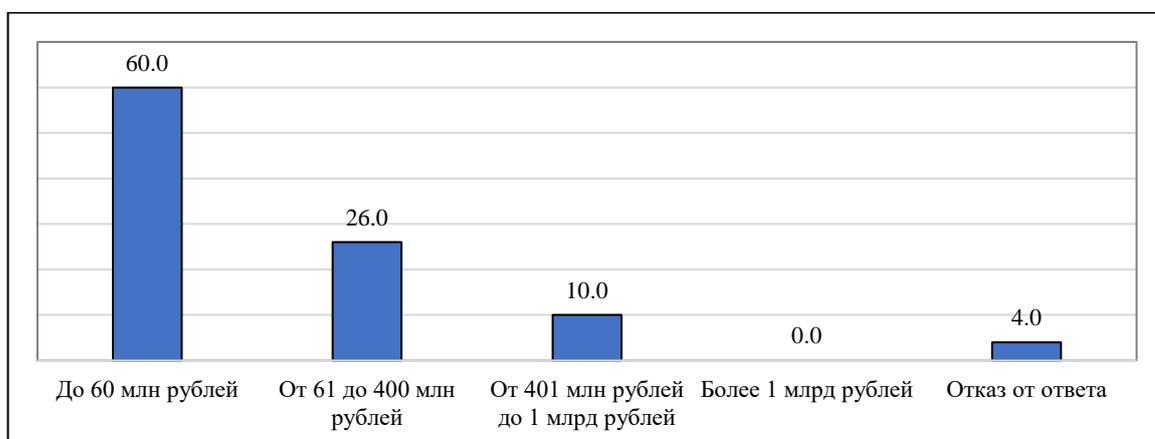
**Рисунок 2.128** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.4. Рынок медицинских услуг

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке медицинских услуг Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников 44% из которых варьируется от 16 до 100 человек, а в еще 34% не превышает 15 человек (рис. 2.129); объем выручки за 2017 год в двух третях из них (60%) составил до 60 млн рублей (рис. 2.130).

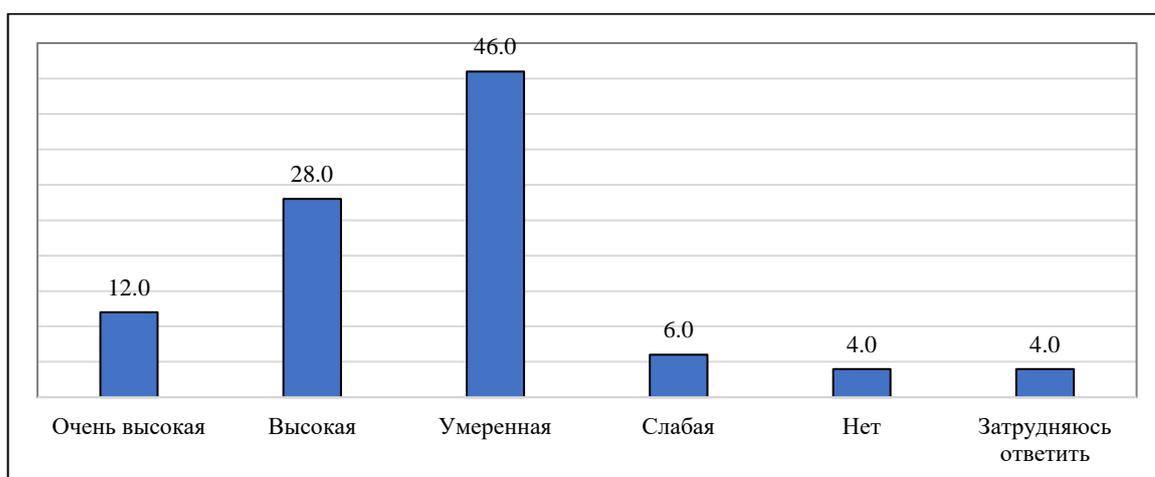


**Рисунок 2.129** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



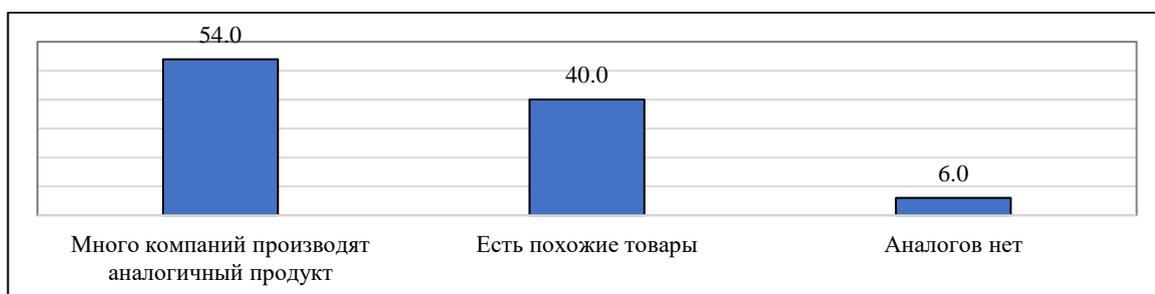
**Рисунок 2.130** - Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

Состояние конкурентной среды на рынке медицинских услуг республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,74 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (46%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 28% – высокой, 12% – очень высокой, 6% – слабой, 4% – совсем отсутствующей (рис. 2.131).

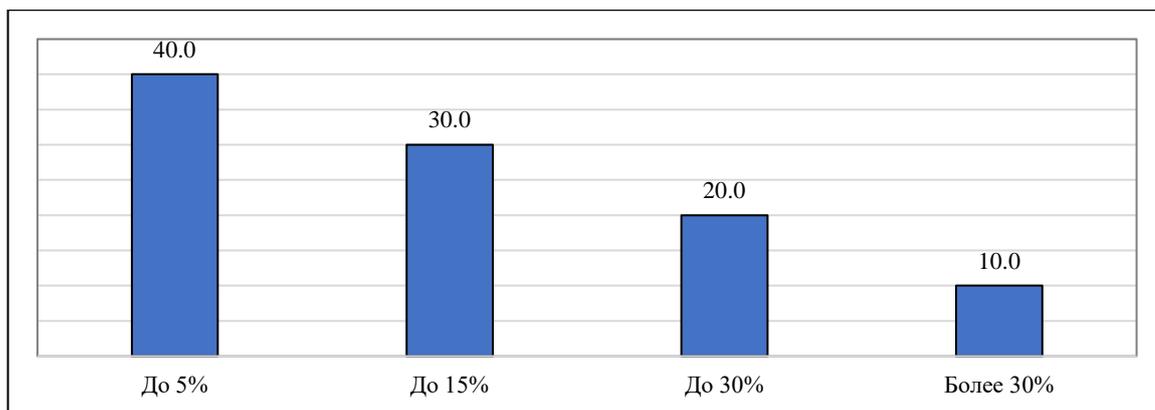


**Рисунок 2.131** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Половина опрошенных (54%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, также значимая доля (40%) – что есть похожие товары (рис.2.132). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (40%) оценивают размером до 5%, еще треть (30%) – до 15%, пятая часть (20%) – до 30% (рис. 2.133).

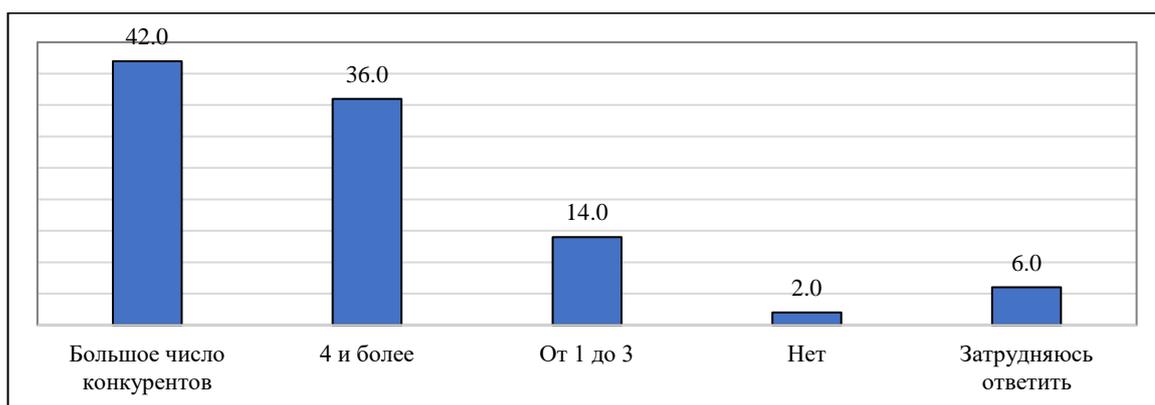


**Рисунок 2.132** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

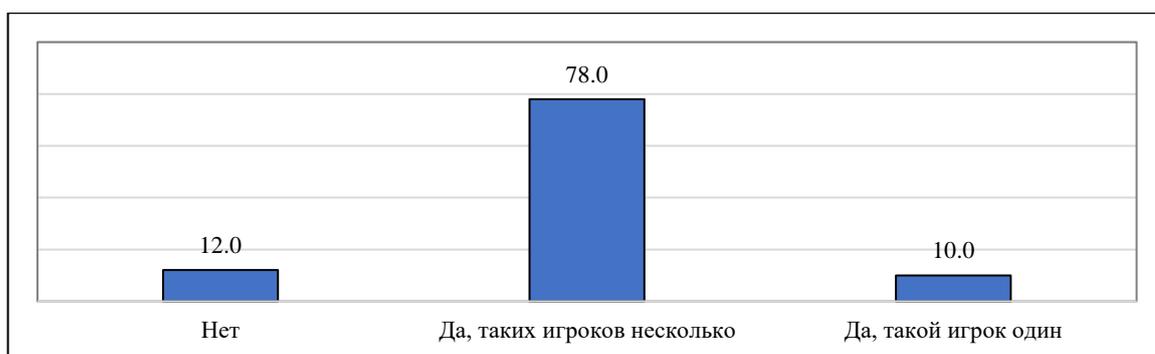


**Рисунок 2.133** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

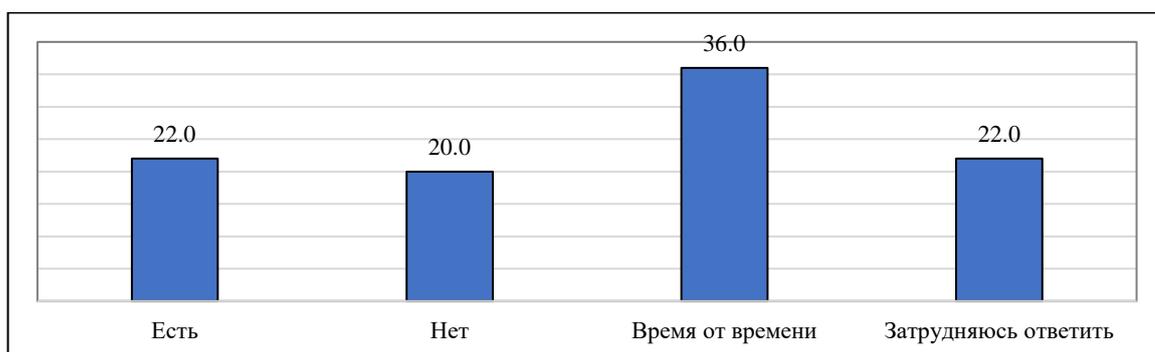
Подавляющее большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке медицинских услуг (42%) видят для себя большое число конкурентов, еще 36% – 4 конкурента и более (рис. 2.134). Абсолютное большинство респондентов (78%) считают, что на их рынке действуют несколько игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками (рис. 2.135). Неоднозначны оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка: 22% считают, что есть постоянное давление, 36% – что оно бывает время от времени, 20% – что его нет, 22% затрудняются ответить на вопрос (рис. 2.136).



**Рисунок 2.134** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

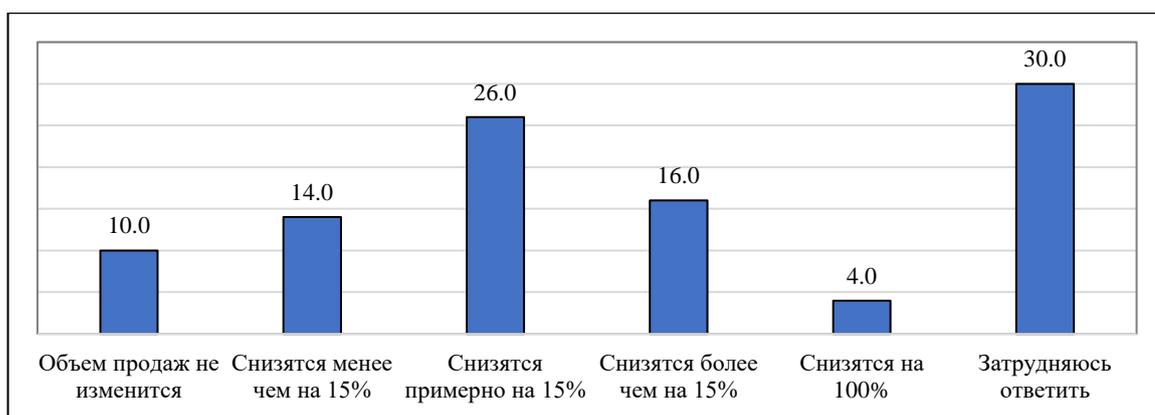


**Рисунок 2.135** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

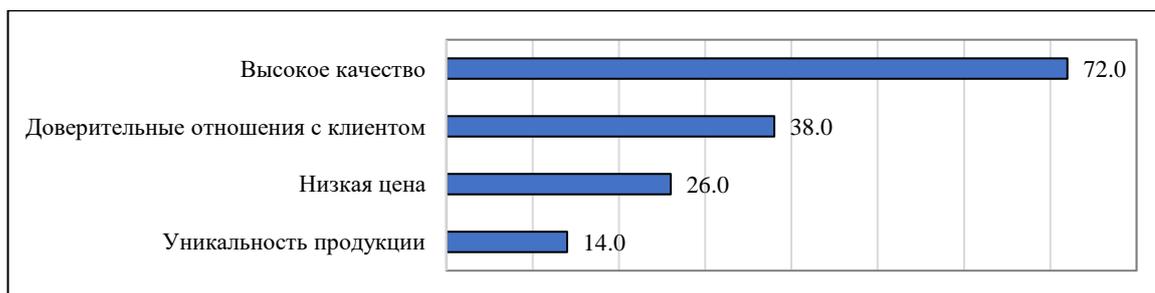


**Рисунок 2.136** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Только одна десятая часть опрошенных представителей компаний, оказывающих медицинские услуги в Республике Татарстан (10%), уверены в том, что спрос на их услуги не изменится в случае повышения цен на них на 15%. Среди остальных одна треть (30%) затрудняются составить прогноз, 14% предсказывают снижение спроса менее чем на 15%, одна четвертая (26%) – примерно на 15%, 16% – более чем на 15%, 4% – на 100% (рис. 2.137). Однако цена, по мнению респондентов, находится лишь на третьем месте среди факторов конкурентоспособности организаций их рынка. Первое и второе занимают соответственно высокое качество услуг (72%) и доверительные отношения с клиентами (38%) (рис. 2.138).



**Рисунок 2.137** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

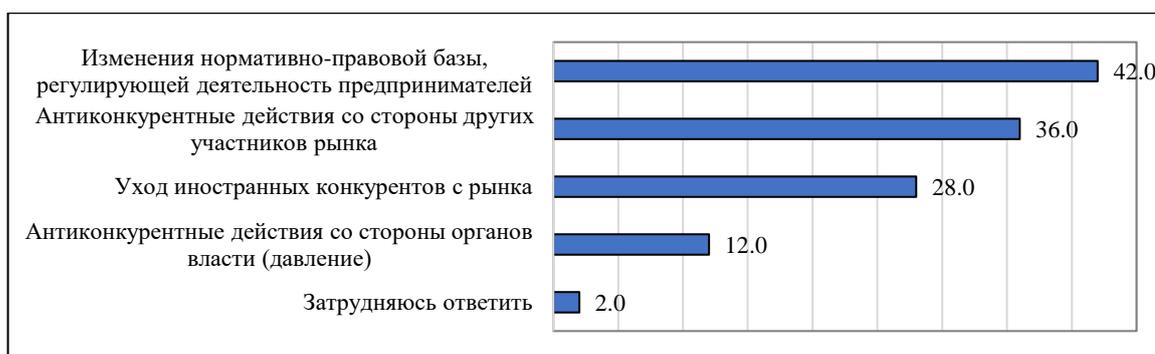


**Рисунок 2.138** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К ключевым факторам повышения конкурентоспособности на рынке медицинских услуг его представители относят появление конкурентов из других регионов РФ (40%) и изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (32%) (рис. 2.139), к факторам снижения – также изменения нормативно-правовой базы (42%), антиконкурентные действия со стороны других участников рынка (36%) и уход с рынка иностранных конкурентов (28%) (рис. 2.140).

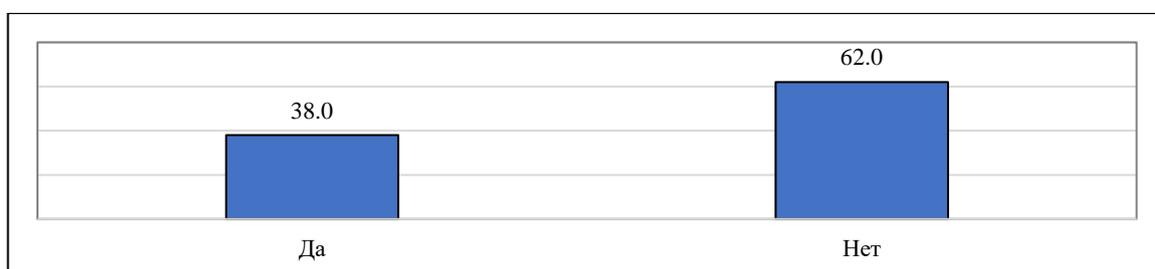


**Рисунок 2.139** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

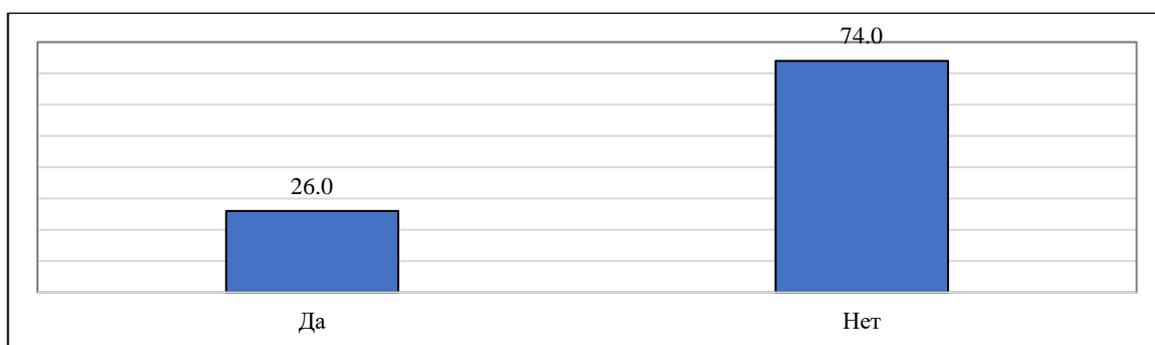


*Рисунок 2.140* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

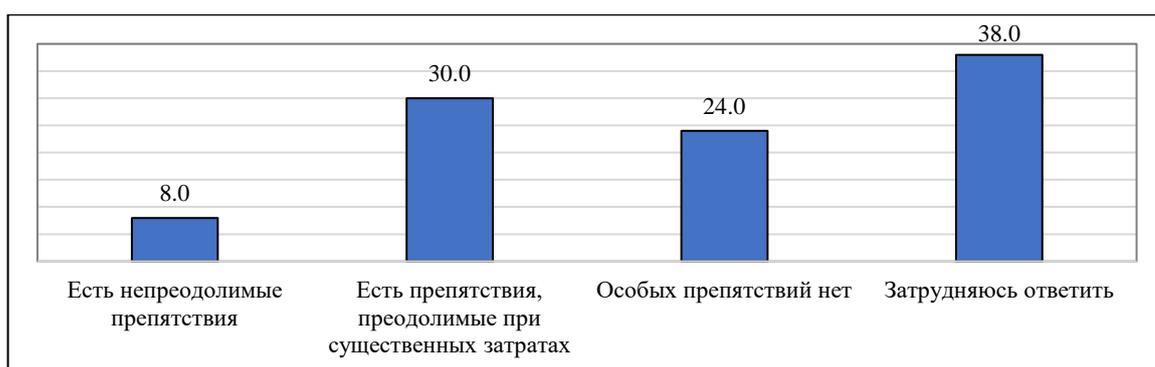
Большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (62%) (рис. 2.141) или географические рынки (74%) (рис. 2.142), однако доля задумывающихся о расширении ассортимента услуг также значительна (38%). В обоих случаях большинство респондентов затруднились при оценке уровня препятствий в освоении новых рынков (38% – при выходе на новые продуктовые рынки, 36% – при выходе на новые географические рынки), но можно сказать, что возможности расширения ассортимента услуг встречены более оптимистично, чем возможности освоения новых территорий (в отношении степени проблематичности выхода на новые продуктовые рынки: 8% – есть непреодолимые препятствия, 30% – есть преодолимые препятствия, 24% – особых препятствий нет; в отношении степени проблематичности выхода на новые географические рынки: 20%, 34% и 10% соответственно) (рис. 2.143, 2.144).



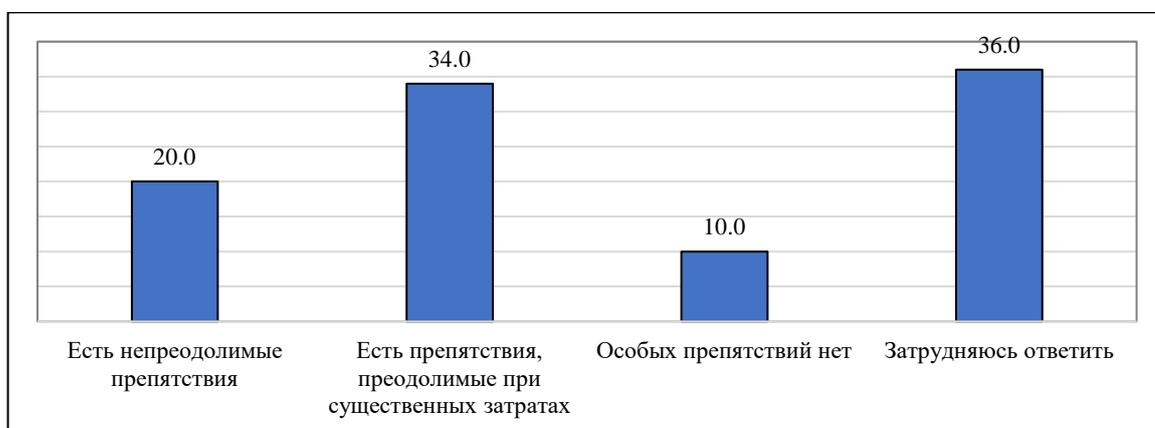
*Рисунок 2.141.* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.142** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



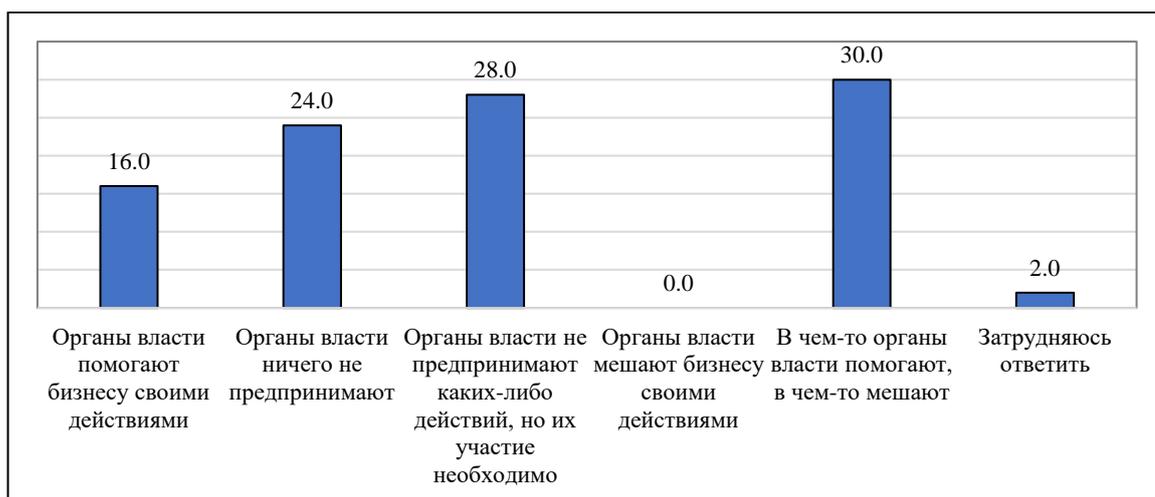
**Рисунок 2.143** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



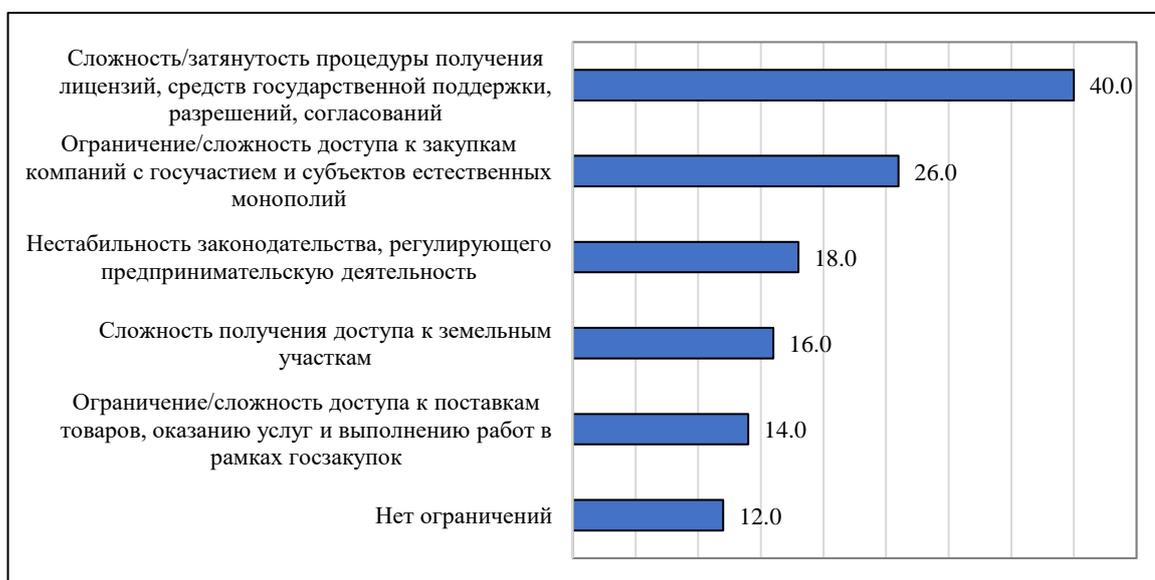
**Рисунок 2.144** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления медицинских услуг оценивается неоднозначно. 16% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 24% – что они ничего не предпринимают, 28% отмечают, что участие власти необходимо, в то время как она не

предпринимает никаких действий, 30% считают, что органы власти чем-то помогают, а чем-то мешают (рис. 2.145). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы медицинских услуг в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (40%) (рис. 2.146).



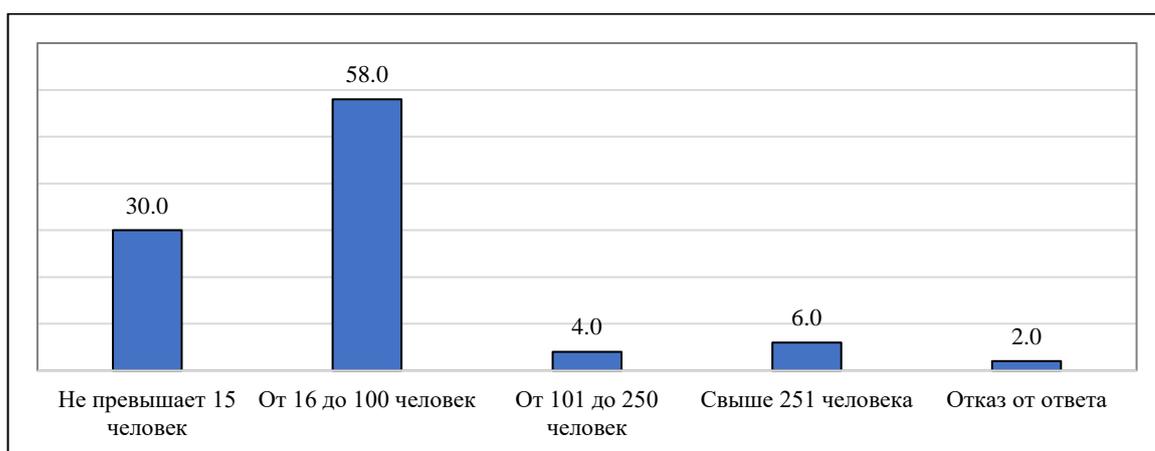
**Рисунок 2.145** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



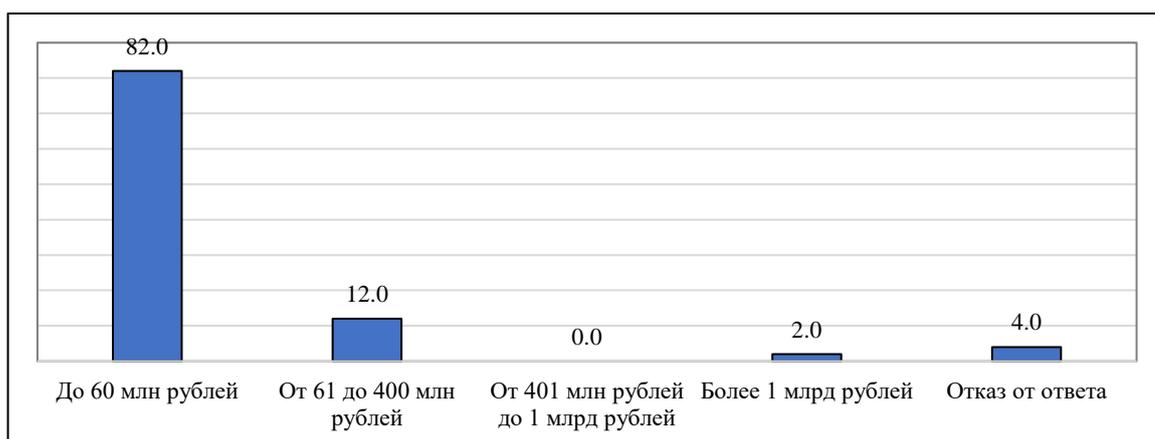
**Рисунок 2.146** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (58%) (рис. 2.147), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (82%) (рис. 2.148).



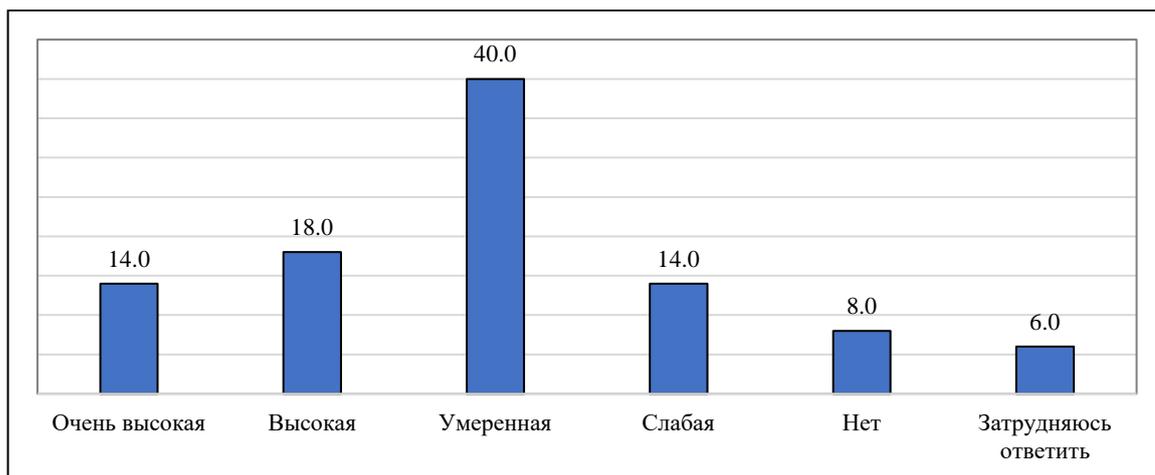
*Рисунок 2.147* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



*Рисунок 2.148* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

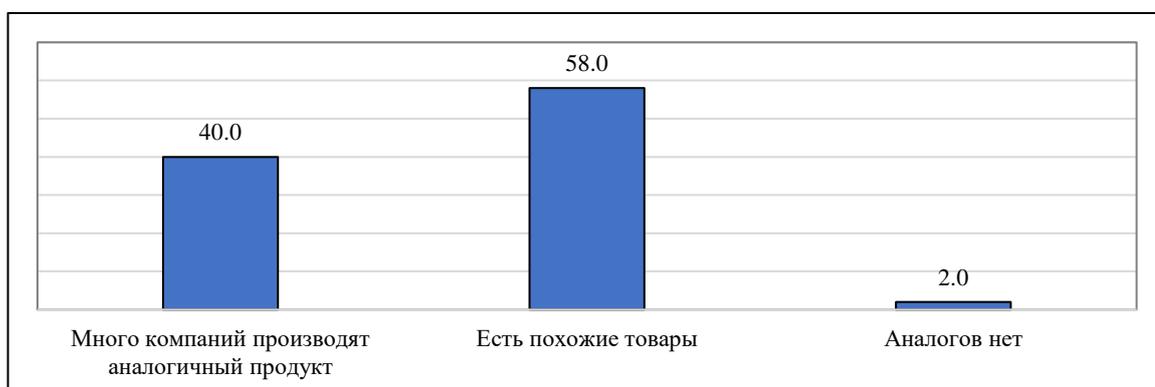
Состояние конкурентной среды на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями

республики респондентами оценивается как «среднее» – 3,11 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, несколько выше: большинство (40%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 18% – высокой, 14% – очень высокой, 14% – слабой, 8% – совсем отсутствующей (рис. 2.49).

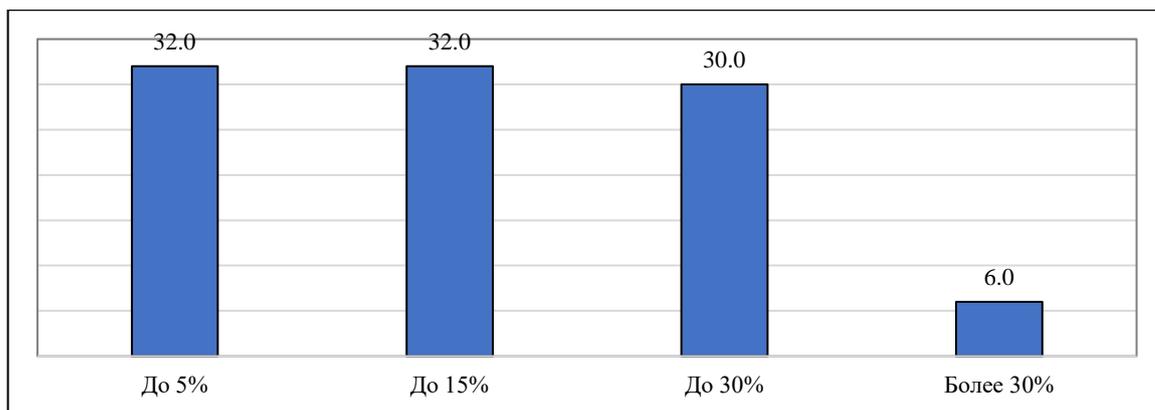


**Рисунок 2.149** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Около двух третей опрошенных (58%) считают, что на их рынке есть похожие товары, еще 40% – что существует много компаний, производящих аналогичный продукт (рис. 2.150). Долю своей компании на рынке приблизительно равное число респондентов оценивают размером до 5% (32%), до 15% (32%) и до 30% (30%) (рис. 2.151).

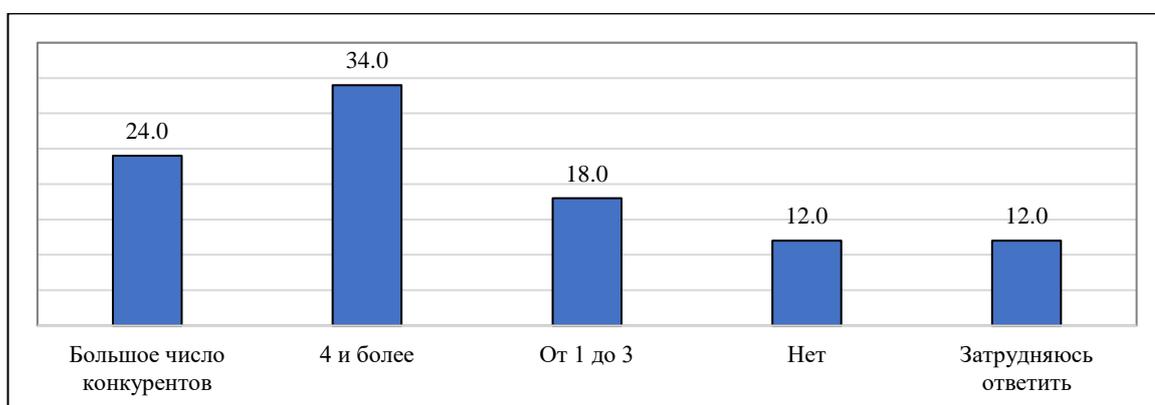


**Рисунок 2.150** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

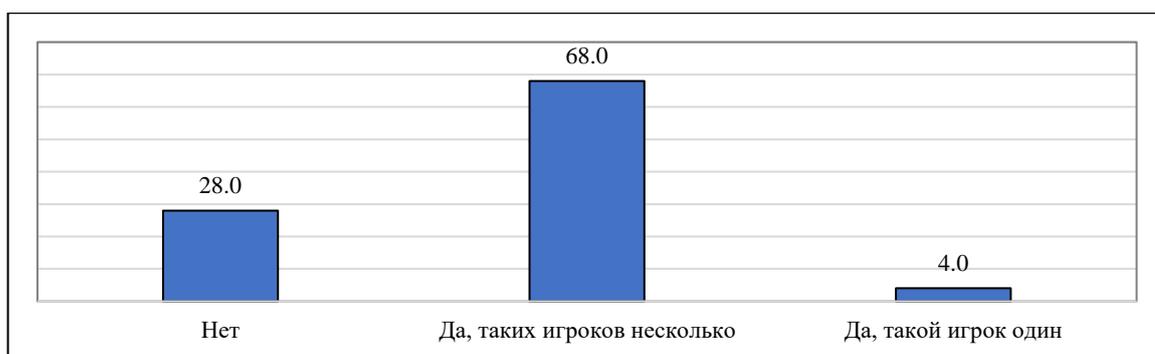


**Рисунок 2.151** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

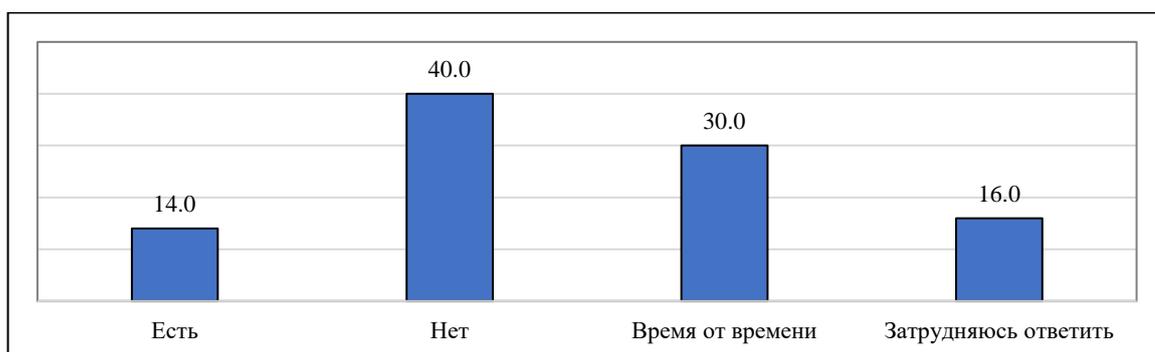
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (34%) видят для себя 4 и более конкурентов, еще четверть (24%) – большое число конкурентов, пятая часть (18%) – от 1 до 3 (рис. 2.152). Треть (28%) респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако более двух третей (68%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.153). Интенсивность антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка, по мнению опрошенных, низкая: 40% считают, что его вообще нет, 30% – что оно бывает время от времени (рис. 2.154).



**Рисунок 2.152** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

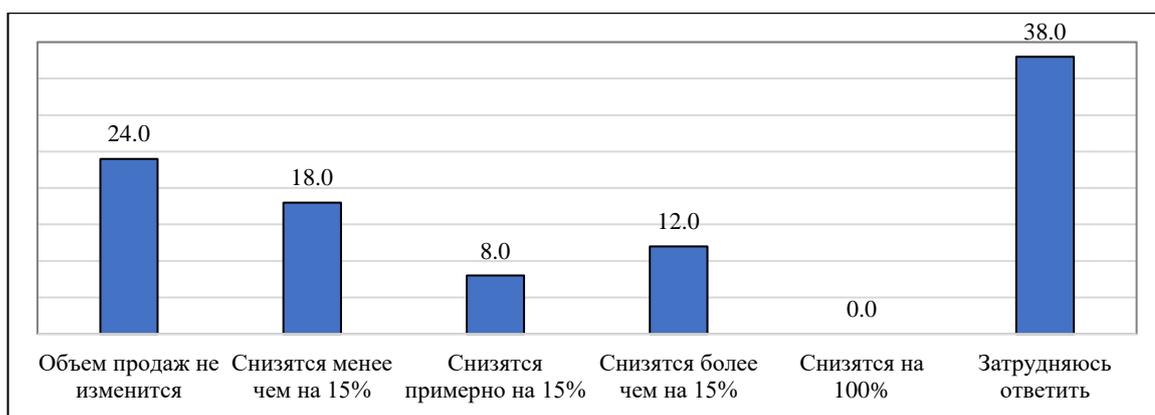


**Рисунок 2.153** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

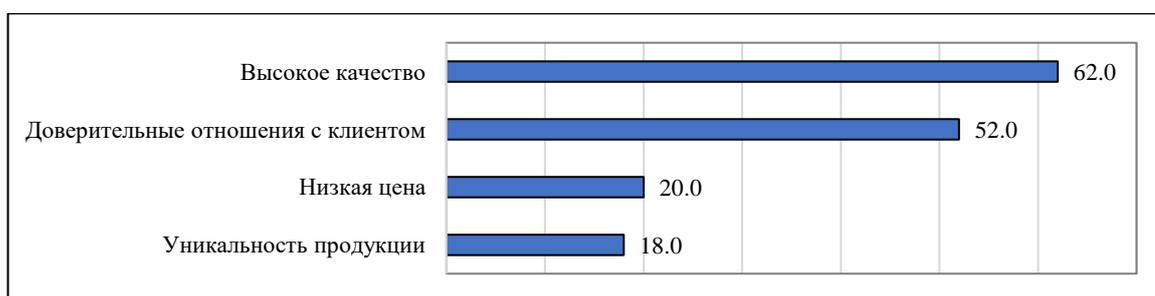


**Рисунок 2.154** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Подавляющее большинство респондентов (38%) не решаются спрогнозировать изменение спроса на услуги своих компаний в случае повышения цен на них на 15%, среди остальных большинство предсказывают стабильный спрос (24%) либо его снижение менее чем на 15% (18%) (рис. 2.155). Намного больше, чем от цены, величина спроса и, следовательно, конкурентоспособность компаний, с точки зрения представителей субъектов предпринимательской деятельности в сфере психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, зависит от качества предоставления услуг (62%) и построения доверительных отношений с клиентами (52%) (рис. 2.156).



**Рисунок 2.155** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

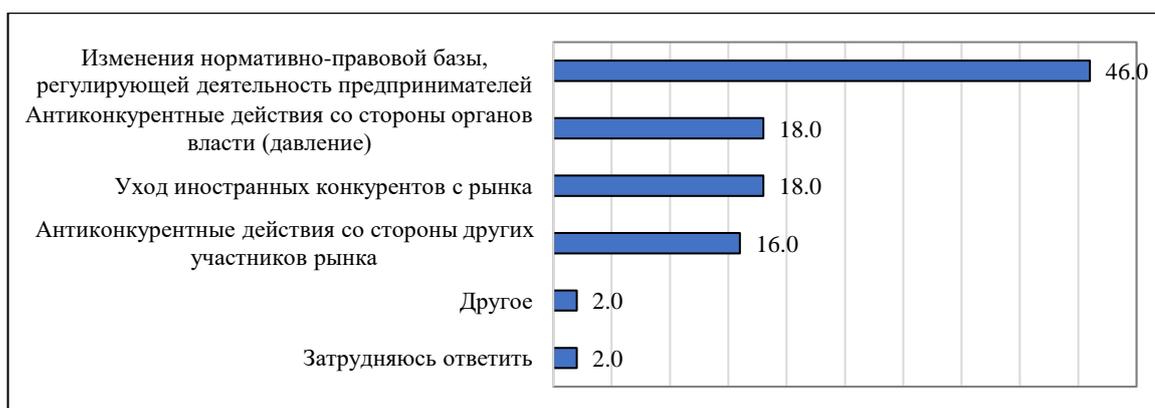


**Рисунок 2.156** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Говоря о ключевых факторах изменения числа конкурентов на рынке, среди факторов и роста, и снижения опрошенные особенно отмечают изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (28% и 46% соответственно), кроме этого, значительным фактором роста оказывается появление конкурентов из других регионов РФ (44%) (рис. 2.157, 2.158).

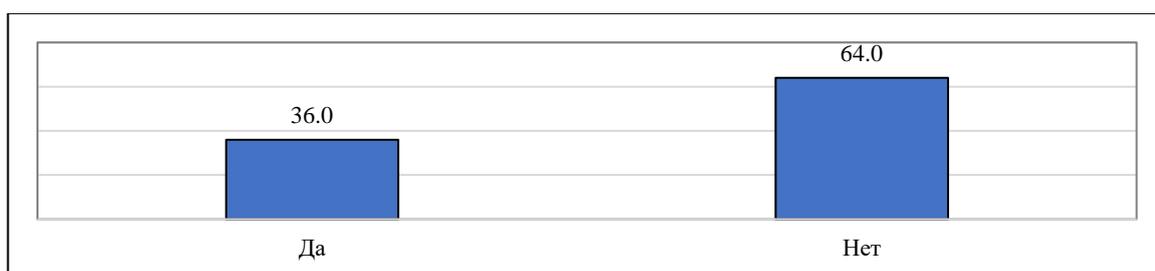


**Рисунок 2.157** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

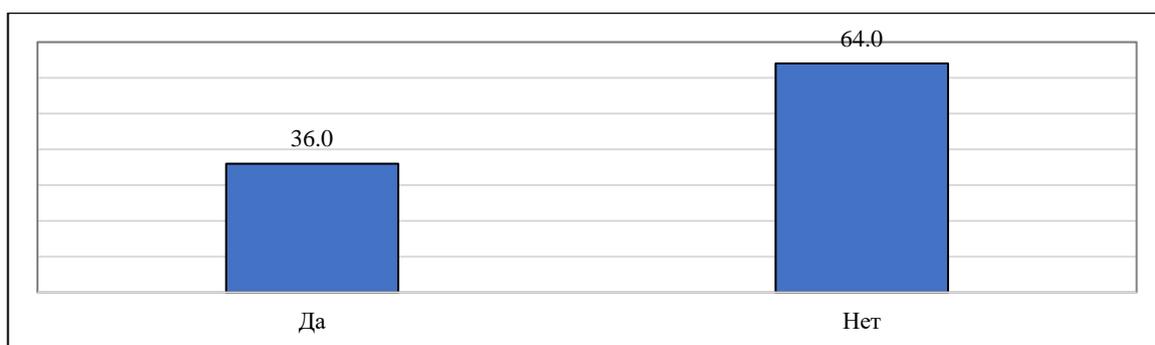


**Рисунок 2.158** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

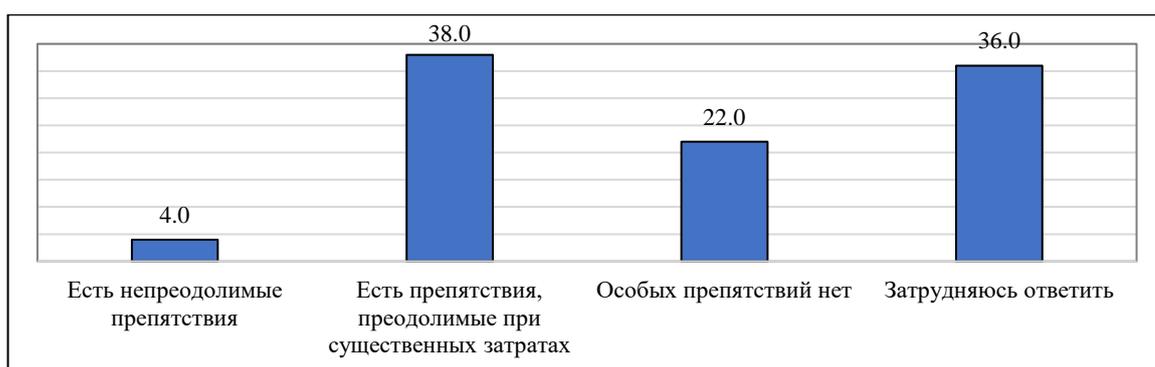
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые или географические рынки (по 64%), однако доли задумывающихся об этом также значительны (по 36%) (рис. 2.159, 2.160). Уровни препятствий при выходе на новые рынки респонденты в целом оценивают как «ниже среднего»: 38% и 32% видят преодолимые препятствия при освоении новых продуктовых и географических рынков соответственно, 22% и 12% соответственно не видят препятствий вообще, по 4% уверены в непреодолимости препятствий, 36% и 52% соответственно затрудняются ответить на данный вопрос (рис. 2.161, 2.162).



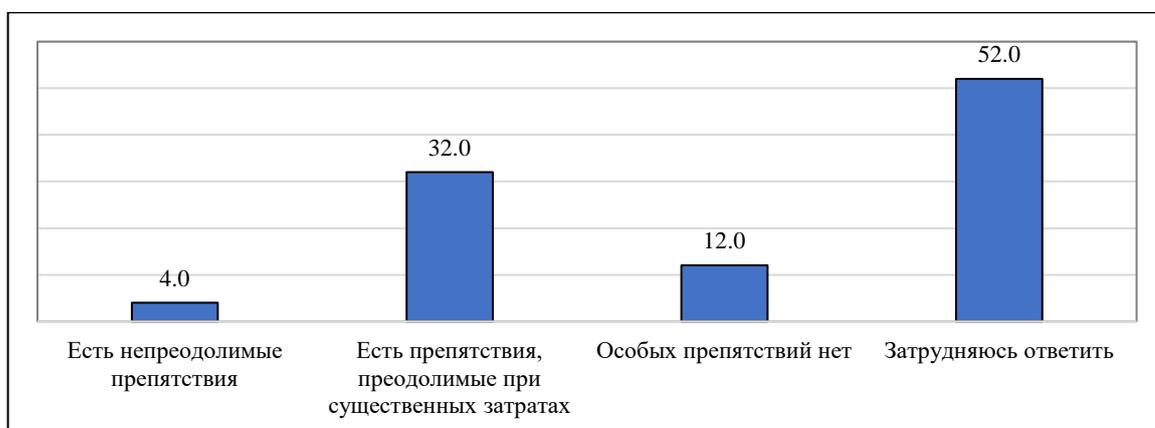
**Рисунок 2.159** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.160** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



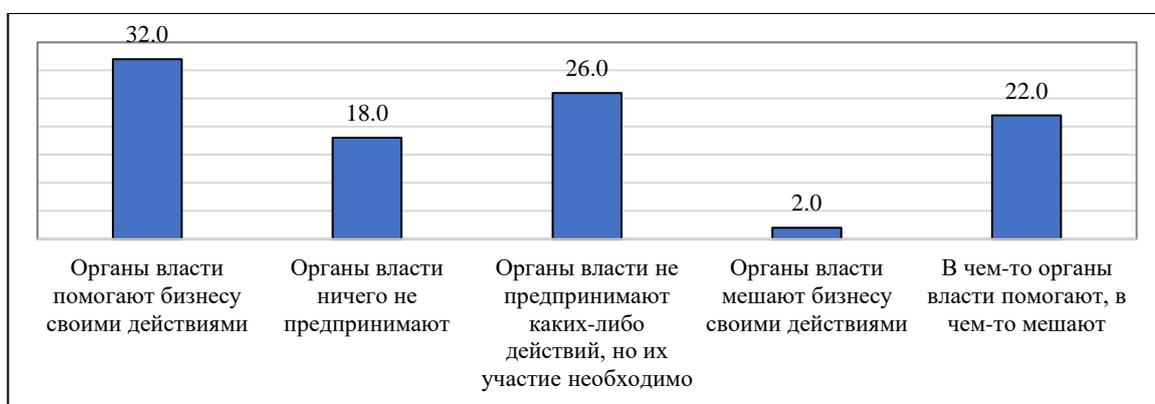
**Рисунок 2.161** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.162** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями оценивается весьма неоднозначно. Большинство (32%) респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, однако близкие доли не обнаруживают

необходимых действий со стороны властей (26%) или обнаруживают как полезные, так и вредные по своим последствиям действия (22%) (рис. 2.163). Наиболее существенными административными барьерами, по мнению представителей организаций сферы психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями в Республике Татарстан, оказываются сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (36%) и нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (32%) (рис. 2.164).



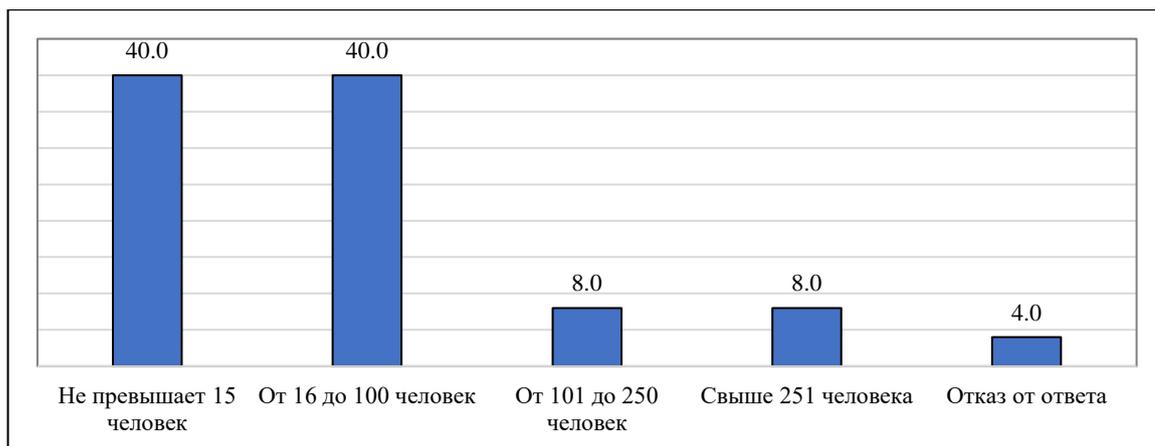
**Рисунок 2.163** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



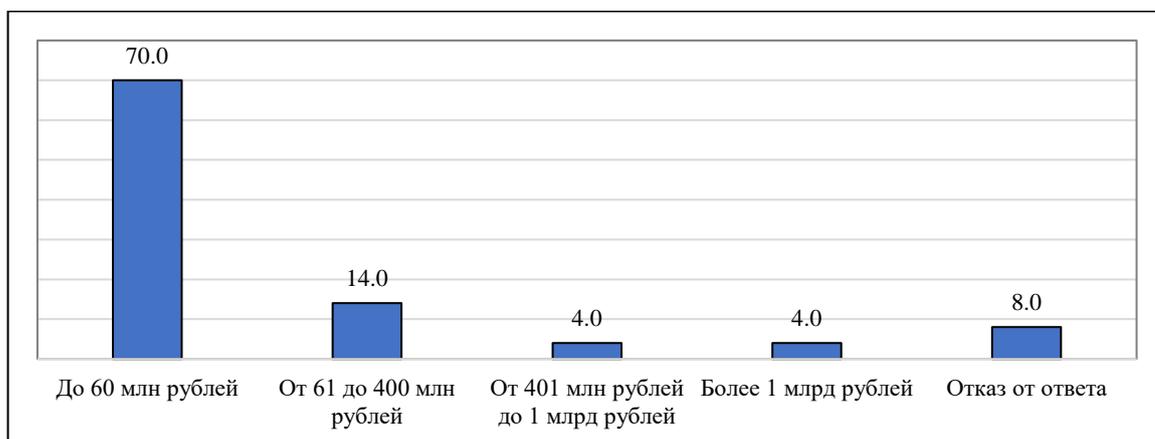
**Рисунок 2.164** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.6 Рынок услуг в сфере культуры

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг в сфере культуры Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников подавляющего большинства из которых не превышает 100 человек («не превышает 15 человек» и «от 16 до 100 человек» – по 40%) (рис. 2.165), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (70%) (рис. 2.166).



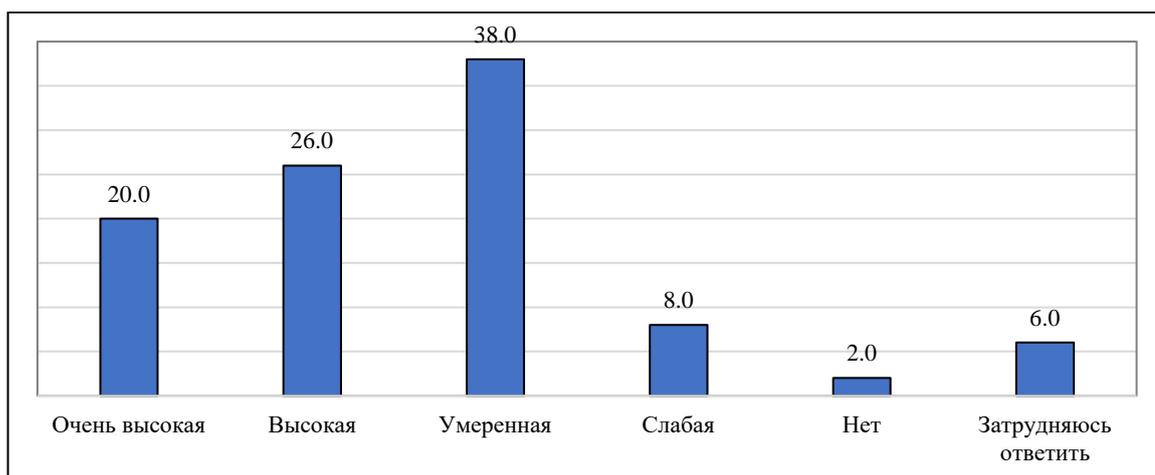
**Рисунок 2.165** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



**Рисунок 2.166** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

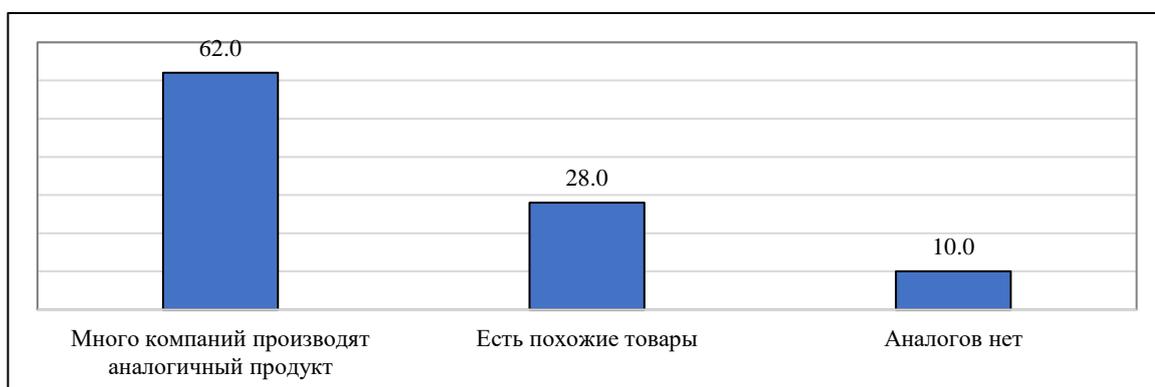
Состояние конкурентной среды на рынке услуг в сфере культуры республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,7 балла из

максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (38%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 26% – высокой, 20% – очень высокой, 8% – слабой, 2% – совсем отсутствующей (рис. 2.167).

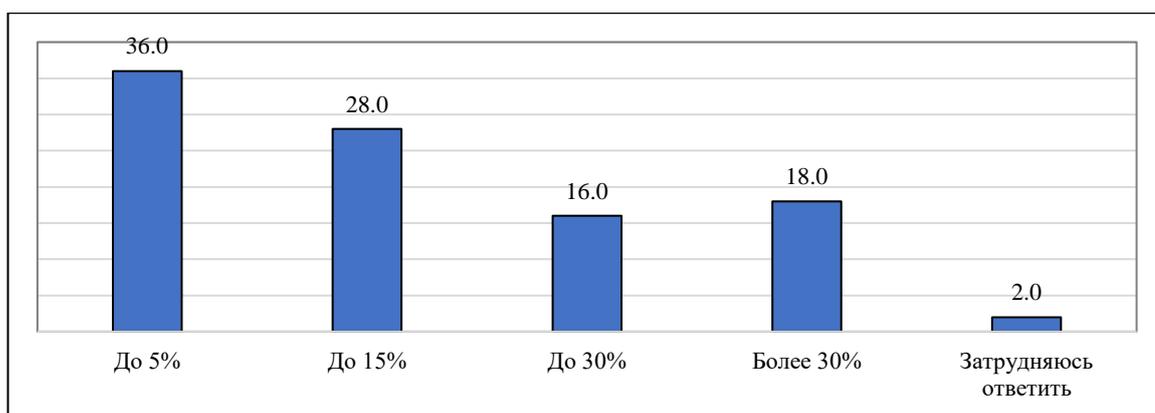


**Рисунок 2.167** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Абсолютное большинство опрошенных (62%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, кроме этого, треть (28%) – что есть похожие товары (рис. 2.168). Долю своей компании на рынке 36% респондентов оценивают размером до 5%, 28% – до 15%, 16% – до 30%, 18% – более 30% (рис. 2.169).

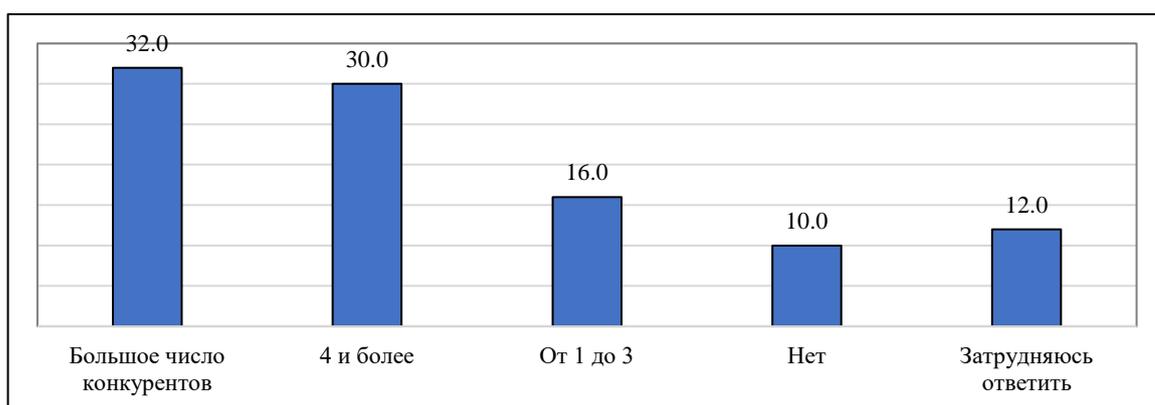


**Рисунок 2.168** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

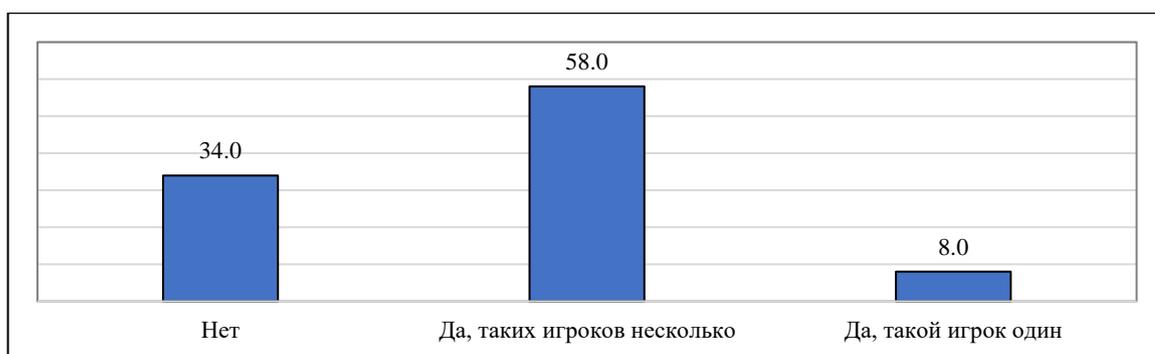


**Рисунок 2.169** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

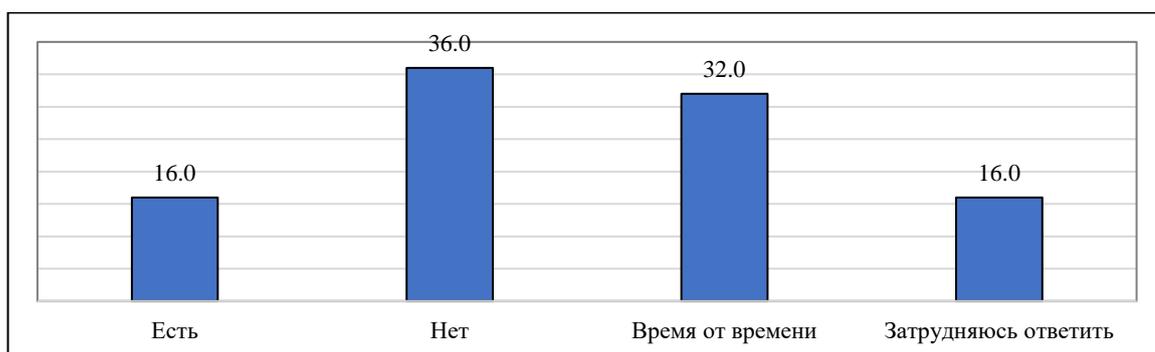
Две трети опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг в сфере культуры видят для себя большое число конкурентов (32%) и 4 и более конкурента (30%) (рис. 2.170). 34% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако около двух третей (58%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.171). Интенсивность антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка, с точки зрения опрошенных, ниже среднего: 32% сталкиваются с ним время от времени, 36% – не сталкиваются вообще (рис. 2.172).



**Рисунок 2.170** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

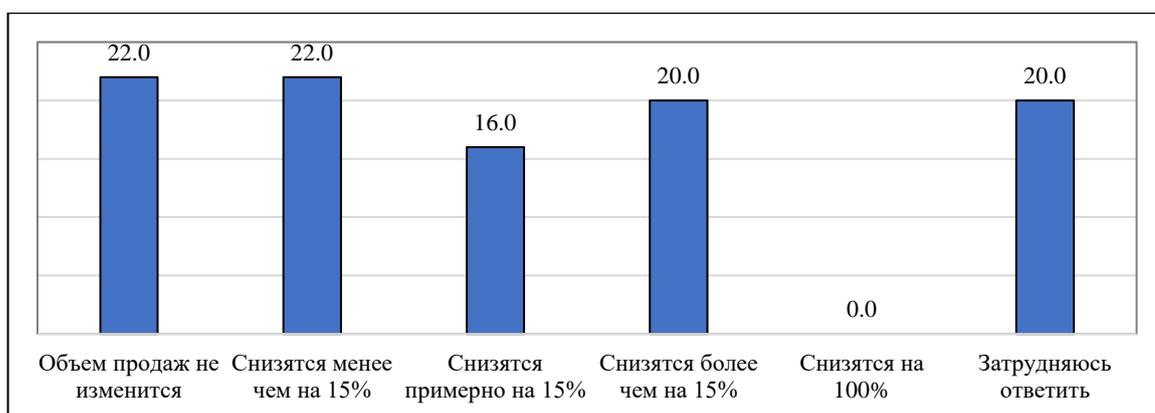


**Рисунок 2.171** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

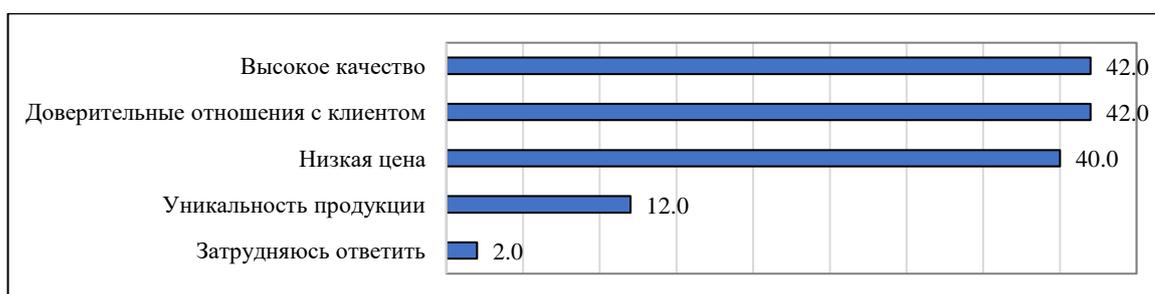


**Рисунок 2.172** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Неоднозначен прогноз изменения спроса на услуги в сфере культуры в случае повышения цены на них на 15%: по 22% предсказывают стабильный спрос и его снижение менее чем на 15%, по 20% говорят о снижении более чем на 15% и затрудняются ответить на вопрос, 16% убеждены в снижении спроса примерно на 15% (рис. 2.173). Низкая цена является также одним из трех важнейших факторов конкурентоспособности компаний данного рынка (40%), наряду с высоким качеством услуг и доверием клиентов (по 42%) (рис. 2.174).

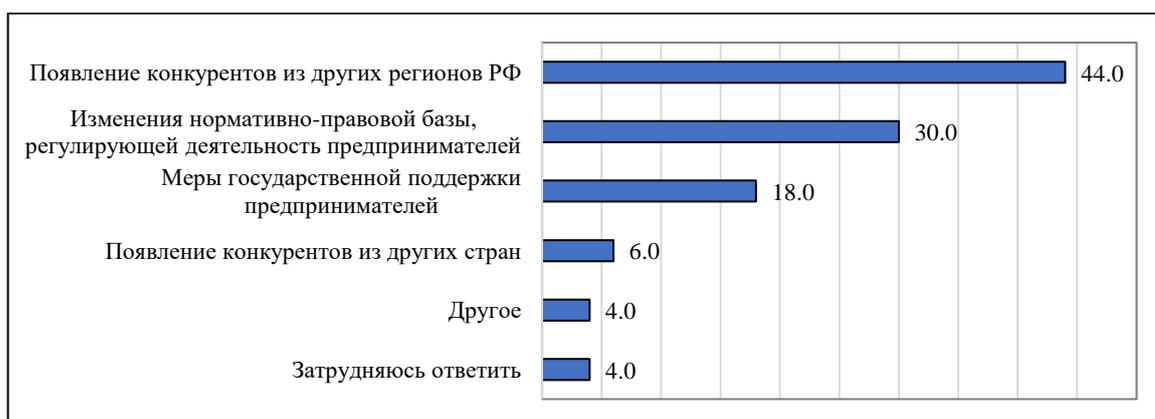


**Рисунок 2.173** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

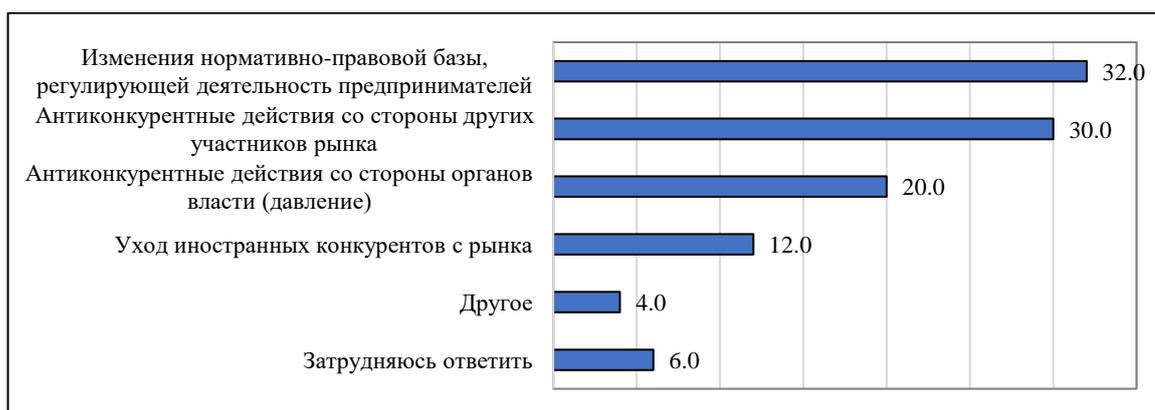


**Рисунок 2.174** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Что касается ключевых факторов изменения числа конкурентов на рынке, то среди факторов роста наибольшее число оценок получили такие, как появление конкурентов из других регионов РФ (44%) и изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (30%) (рис. 2.175), а среди факторов снижения – также изменения нормативно-правовой базы (32%) и антиконкурентные действия со стороны других участников рынка (30%) (рис. 2.176).

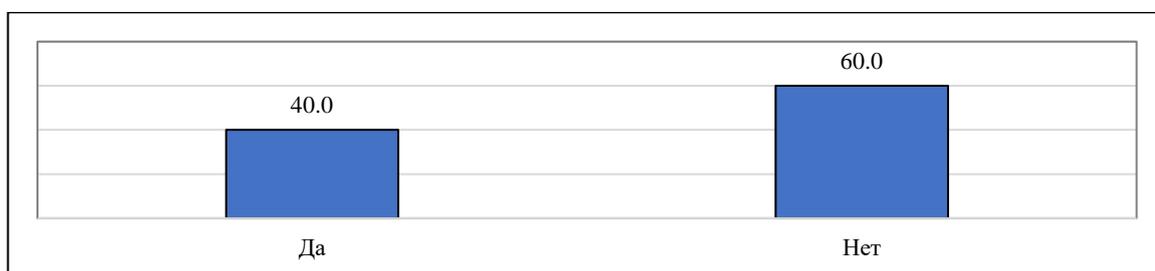


**Рисунок 2.175.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

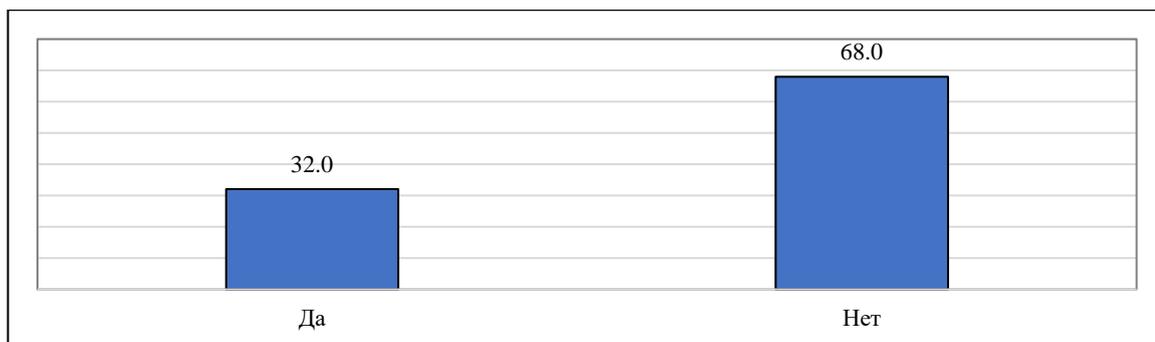


**Рисунок 2.176** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

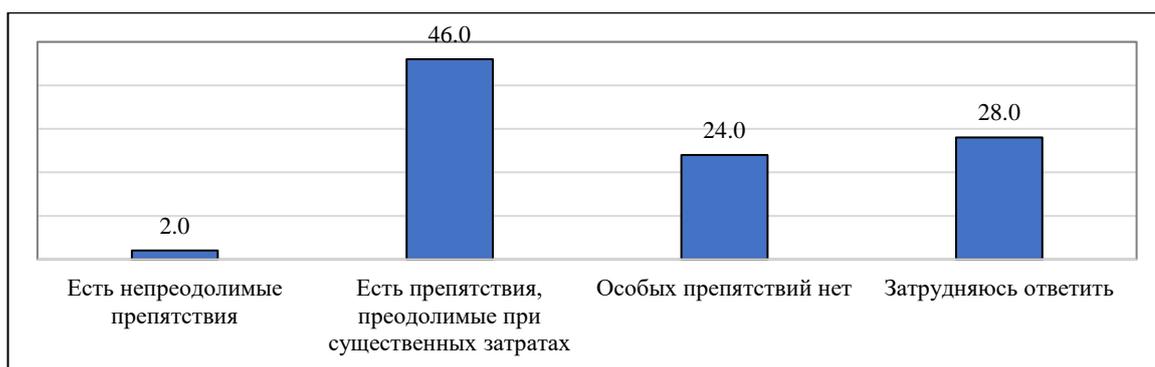
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (60%) (рис. 2.177) или географические рынки (68%) (рис. 2.178), однако число задумывающихся о расширении ассортимента услуг достаточно велико (40%). Уровни препятствий в обоих случаях оценены как средние: в отношении выхода на новые продуктовые рынки 46% видят преодолимые препятствия, 24% не видят препятствий, 28% затрудняются ответить (рис. 2.179); в отношении выхода на новые географические рынки 36% затрудняются ответить, 34% видят преодолимые при существенных затратах препятствия, 22% не видят препятствий (рис. 2.180).



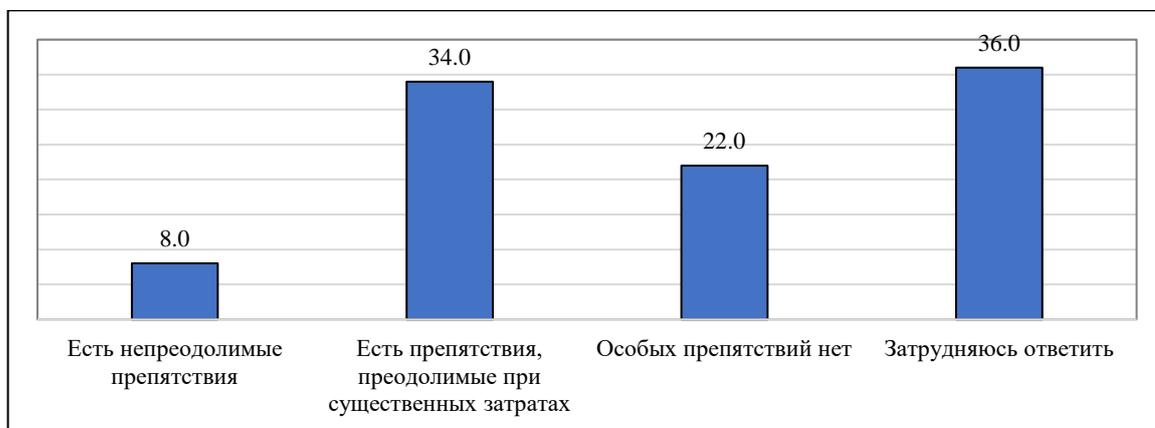
**Рисунок 2.177** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.178** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



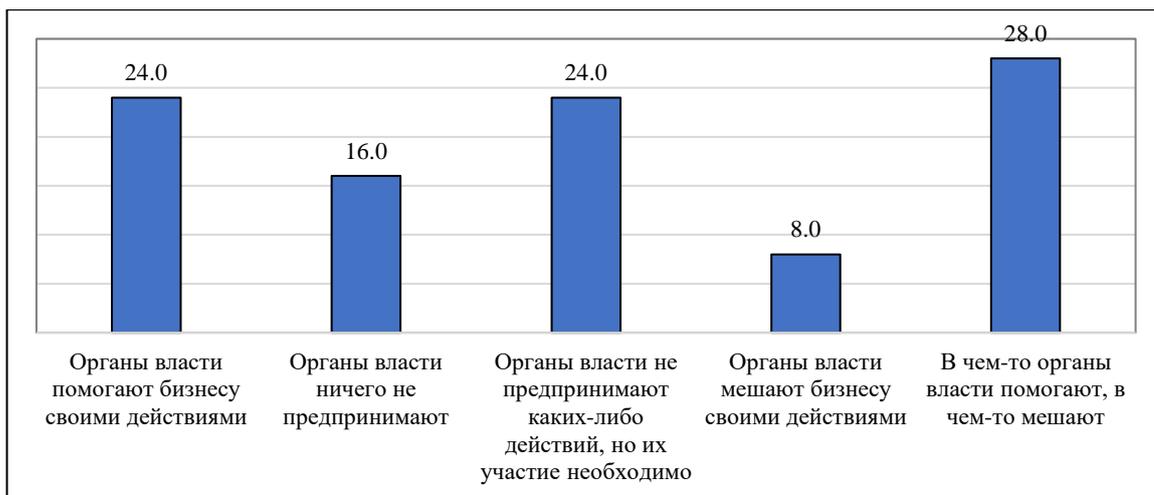
**Рисунок 2.179** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.180** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг организаций культуры оценивается неоднозначно. По 24% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, и что они должны помогать, но не делают для этого ничего, 28% – что в чем-то органы власти помогают, а в чем-то наоборот

вредят, 16% – что органы власти ничего не предпринимают, 8% – что они только мешают бизнесу своими действиями (рис. 2.181). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы услуг организаций культуры в Республике Татарстан, оказывается сложность получения доступа к земельным участкам (32%), также около трети респондентов (28%) в принципе не обнаруживают никаких барьеров (рис. 2.182).



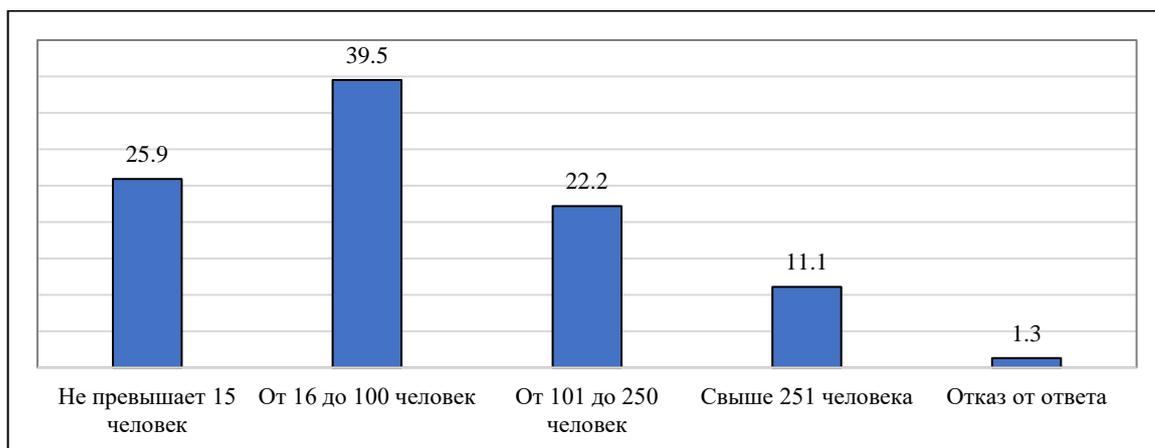
**Рисунок 2.181** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



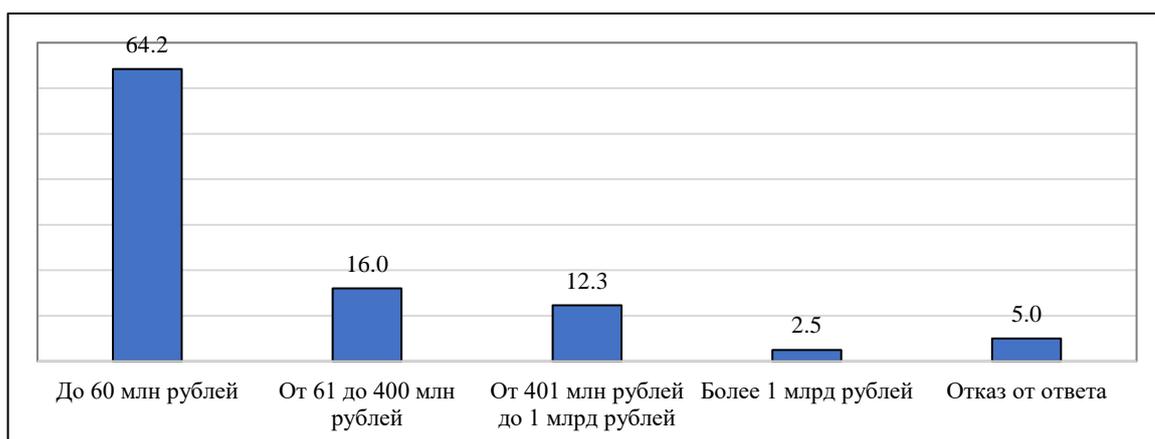
**Рисунок 2.182** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.7 Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства

В ходе исследования нами был опрошен 81 субъект предпринимательской деятельности на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (39,5%), еще четверти (25,9%) – не превышает 15 человек, пятой части (22,2%) – находится в интервале от 101 до 250 человек (рис. 2.183); объем выручки за 2017 год 64,2% компаний составил до 60 млн рублей (рис. 2.184).



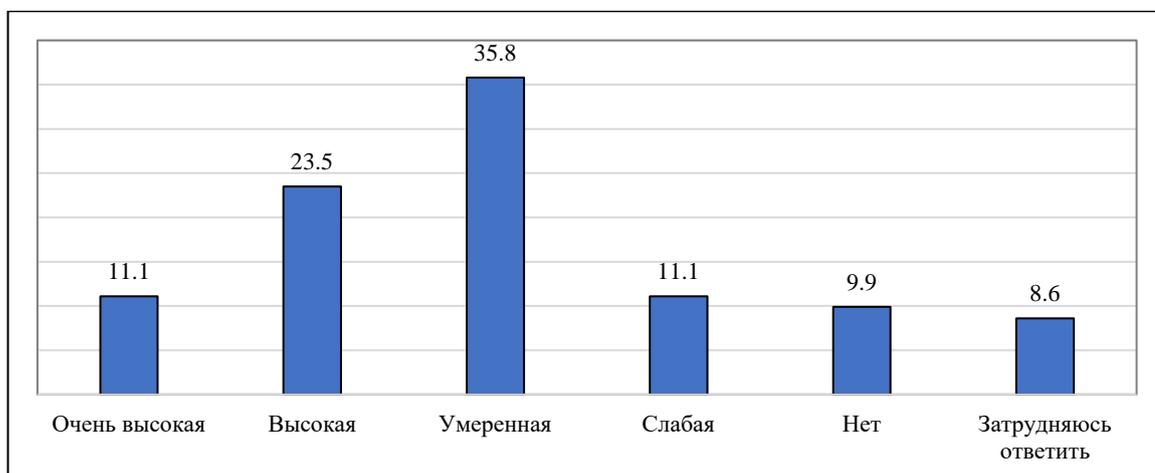
*Рисунок 2.183* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



*Рисунок 2.184* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

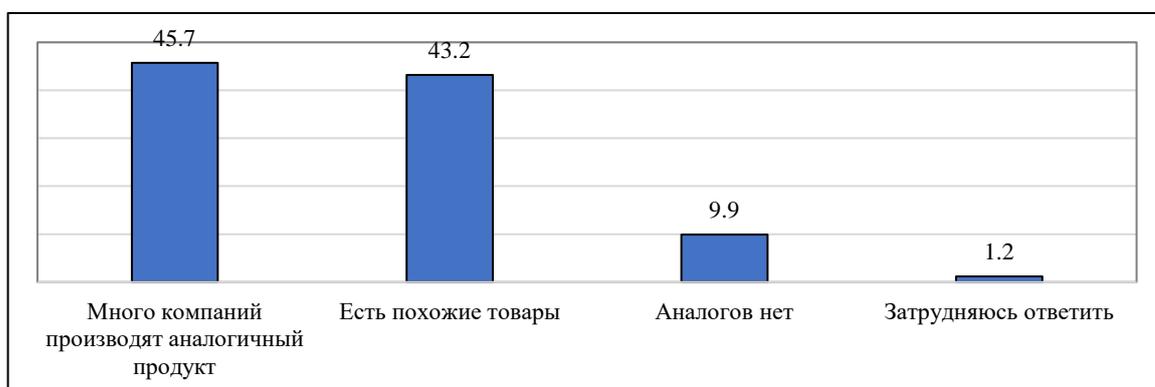
Состояние конкурентной среды на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства республики респондентами оценивается как «выше

среднего» – 3,63 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (35,8%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 23,5% – высокой, 11,1% – очень высокой, 11,1% – слабой, 9,9% – совсем отсутствующей (рис. 2.185).

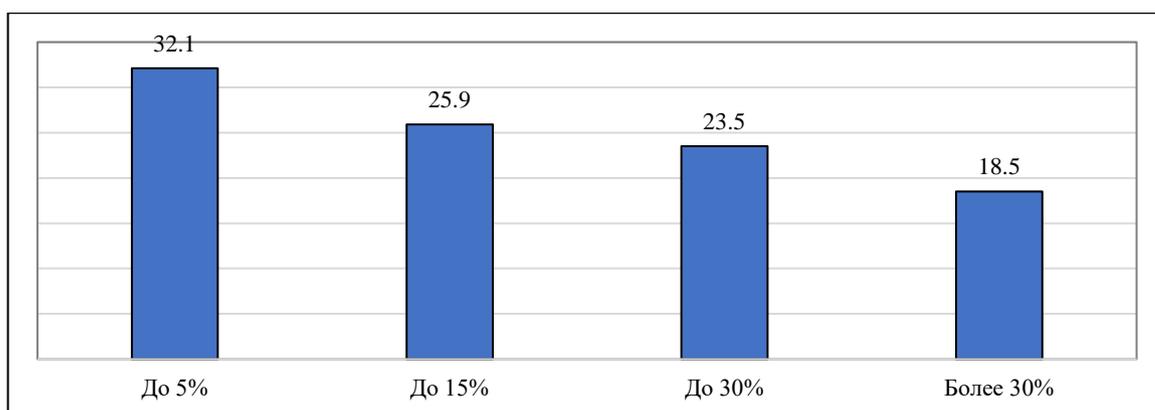


**Рисунок 2.185** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Практически равные доли опрошенных считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, и что есть похожие товары (45,7% и 43,2% соответственно) (рис. 2.186). Долю своей компании на рынке треть респондентов (32,1%) оценивают размером до 5%, еще две четверти – до 15% и до 30% (25,9% и 23,5% соответственно), одна пятая часть – более 30% (18,5%) (рис. 2.187).

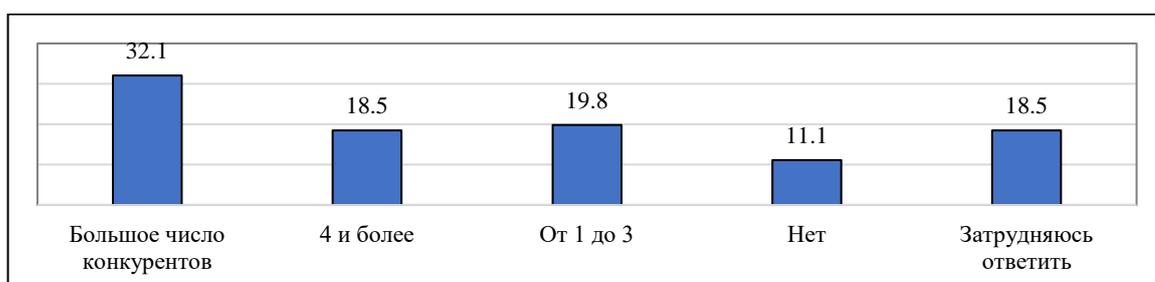


**Рисунок 2.186** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

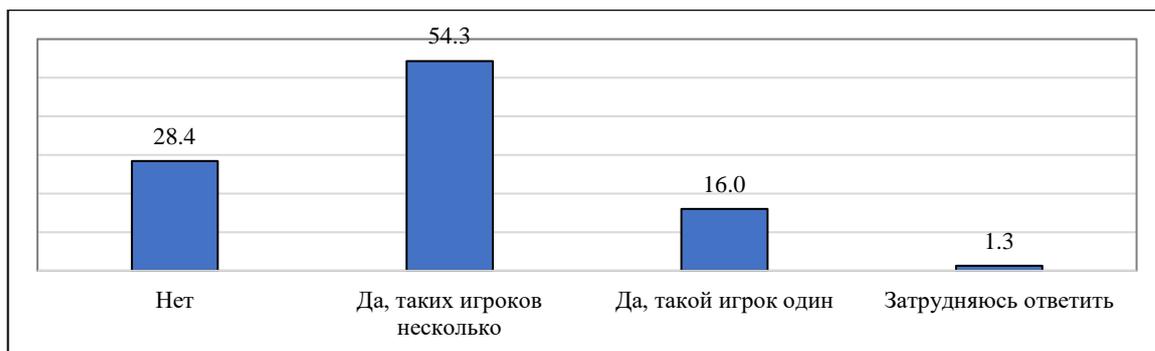


**Рисунок 2.187** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

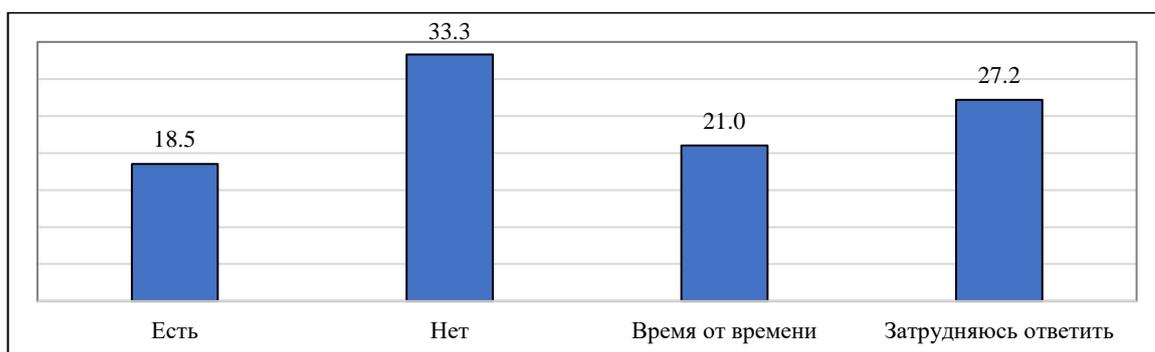
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства (32,1%) видят для себя большое число конкурентов, еще три пятые части опрошенных – 4 и более, от 1 до 3 конкурентов или затрудняются оценить их число (18,5%, 19,8% и 18,5% соответственно), десятая часть всех респондентов не видят конкурентов на своем рынке (11,1%) (рис. 2.188). 28,4% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако чуть более половины (54,3%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков, еще 16% – о существовании одного такого игрока (рис. 2.189). Неоднозначны оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка – почти треть опрошенных (27,2%) затрудняются ответить на вопрос, в то время как среди остальных большинство (33,3%) такого давления не ощущают (рис. 2.190).



**Рисунок 2.188** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

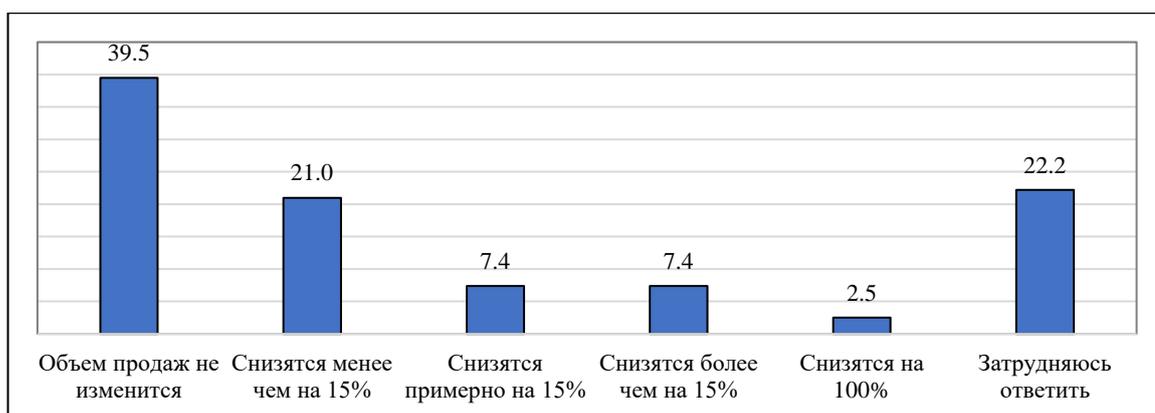


**Рисунок 2.189** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

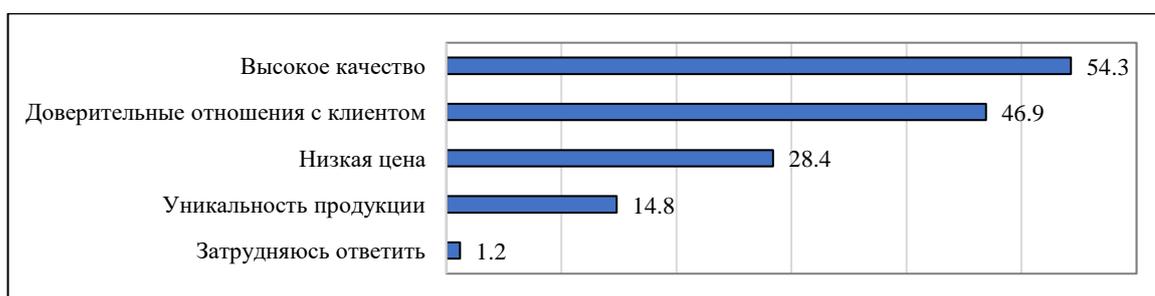


**Рисунок 2.190** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Несмотря на признание довольно активных действий своих конкурентов, большинство субъектов предпринимательской деятельности в области предоставления услуг жилищно-коммунального хозяйства (39,5%) предсказывают стабильный спрос на свои услуги в случае повышения цен на них на 15% (еще 21% опрошенных предполагают снижение спроса менее чем на 15%, а 22,2% затрудняются составить прогноз для этой ситуации) (рис. 2.191). Цена в данном случае является значимым фактором конкурентоспособности на рассматриваемом рынке (28,4%), но отнюдь не решающим; к ним, в свою очередь, относятся высокое качество услуг (54,3%) и доверительные отношения с клиентами (46,9%) (рис. 2.192).

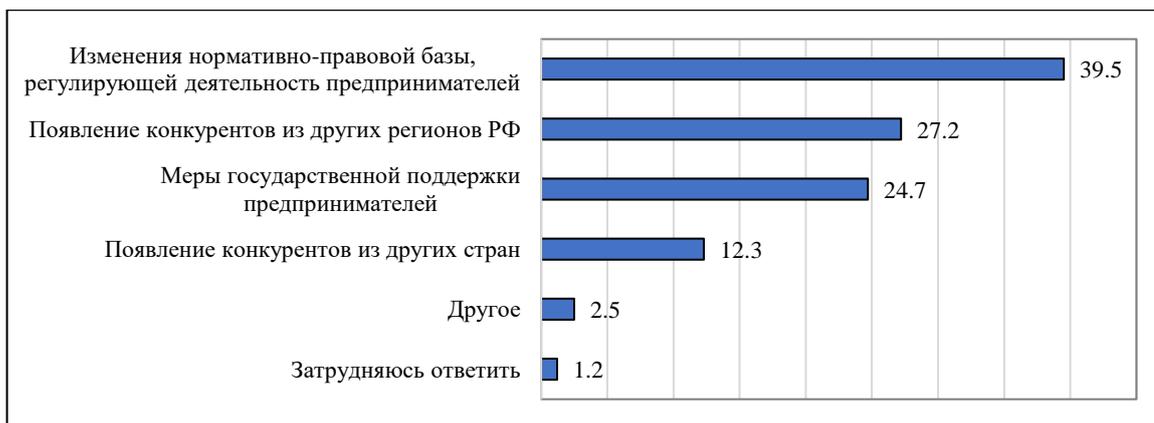


**Рисунок 2.191** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



**Рисунок 2.192** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К ключевым факторам изменения числа конкурентов на рынке респонденты отнесли изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (39,5% – в перечне факторов роста числа конкурентов, 43,2% – в перечне факторов снижения числа конкурентов), появление конкурентов из других регионов РФ (27,2% – в перечне факторов роста), меры государственной поддержки предпринимателей (24,7% – в перечне факторов роста), а также антиконкурентные действия со стороны властей и других участников рынка (27,2% и 24,7% соответственно – в перечне факторов снижения) (рис. 2.193, 2.194).

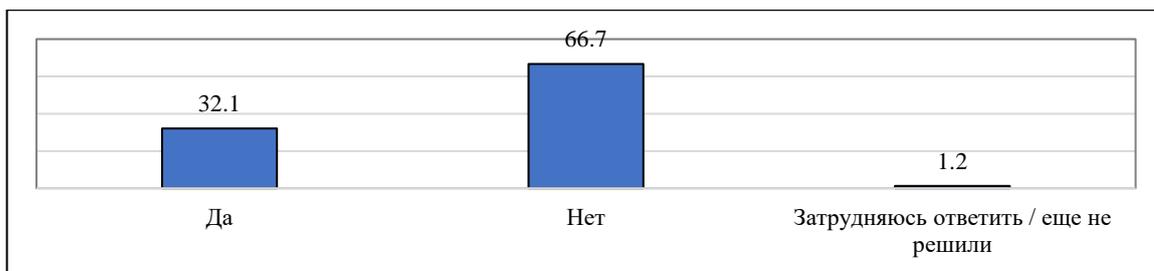


**Рисунок 2.193** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

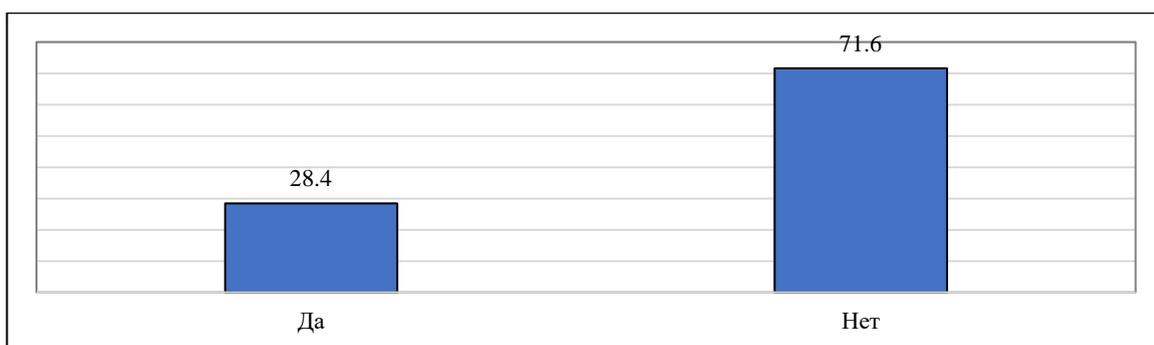


**Рисунок 2.194.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

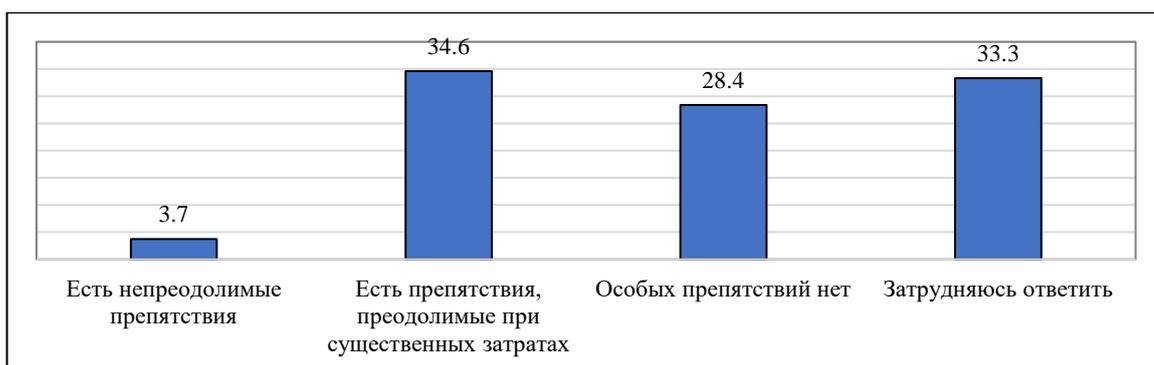
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (66,7%) (рис. 2.1985) или географические рынки (71,6%) (рис. 2.196). Уровни препятствий в обоих случаях оценены как «ниже среднего»: треть респондентов обнаруживают преодолимые при существенных затратах препятствия (34,6% – в отношении освоения новых продуктовых рынков, 30,9% – в отношении освоения новых географических рынков), близкая доля не видит препятствий вообще (28,4% и 25,9% соответственно); кроме этого, значительное число опрошенных затрудняются ответить на данный вопрос (33,3% и 37%) (рис. 2.197, 2.198).



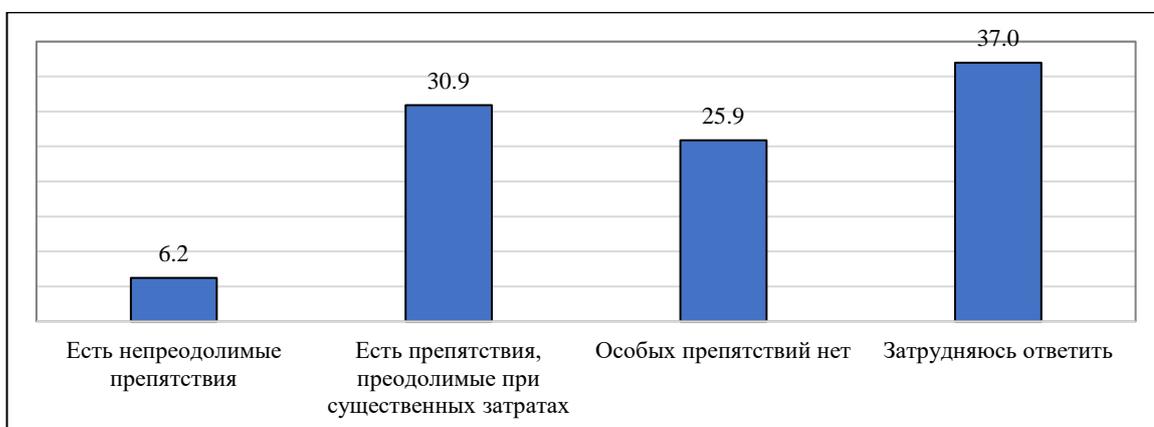
**Рисунок 2.195** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.196** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %

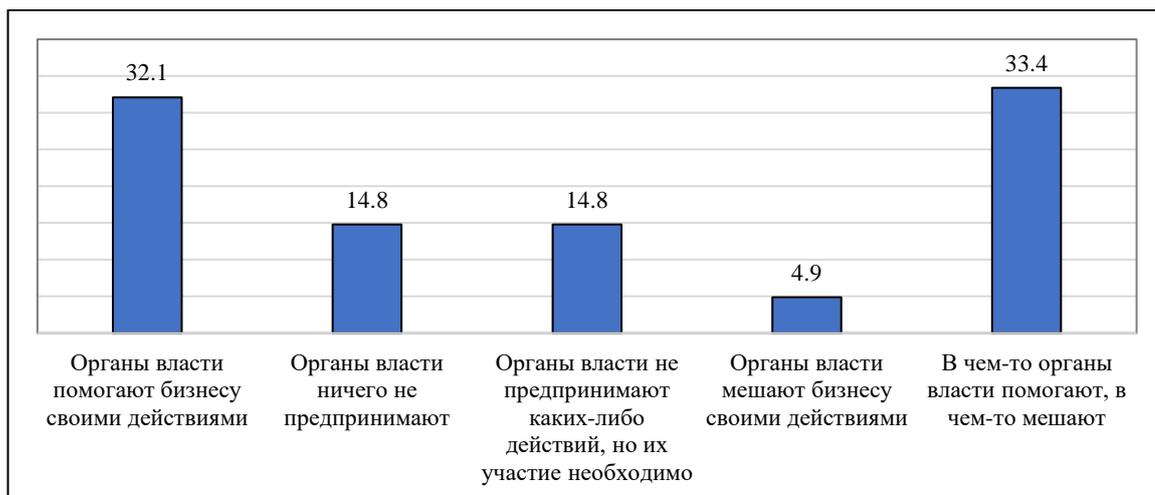


**Рисунок 2.197** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.198** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг жилищно-коммунального хозяйства оценивается довольно позитивно. Две трети респондентов считают, что власть своими действиями только помогает бизнесу или какими-то из них помогает, а какими-то скорее мешает (32,1% и 33,4% соответственно) (рис. 2.199). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы жилищно-коммунального хозяйства в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (37%), также недовольство у 25,9% респондентов вызывает ограниченность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий (рис. 2.200).



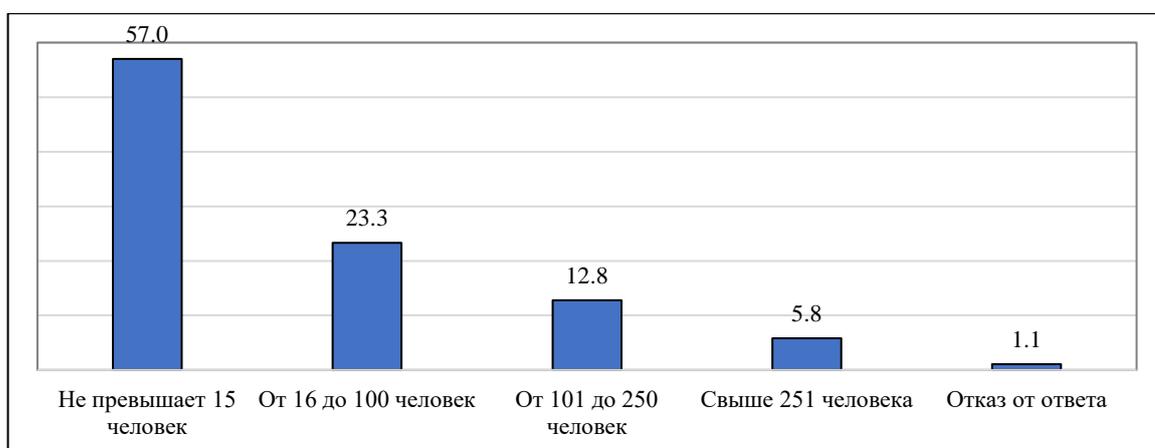
**Рисунок 2.199** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



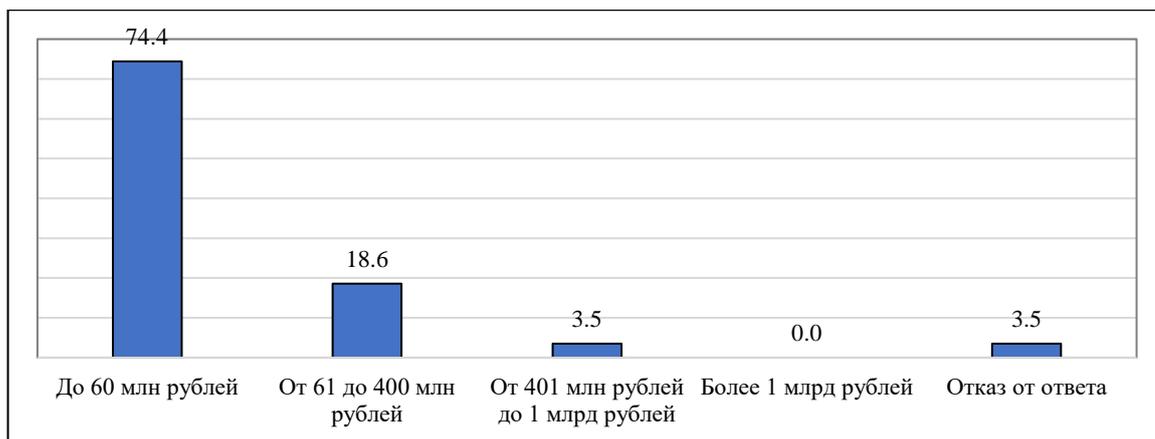
*Рисунок 2.200* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.8. Рынок розничной торговли

В ходе исследования нами было опрошено 86 субъектов предпринимательской деятельности на рынке розничной торговли Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых не превышает 15 человек (57%) (рис. 2.201), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (74,4%) (рис. 2.202).

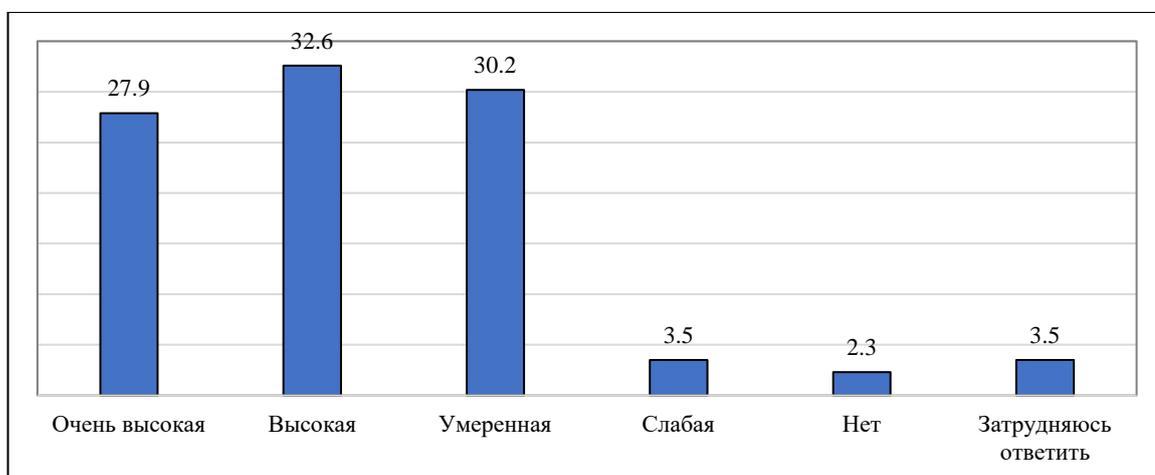


*Рисунок 2.201* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



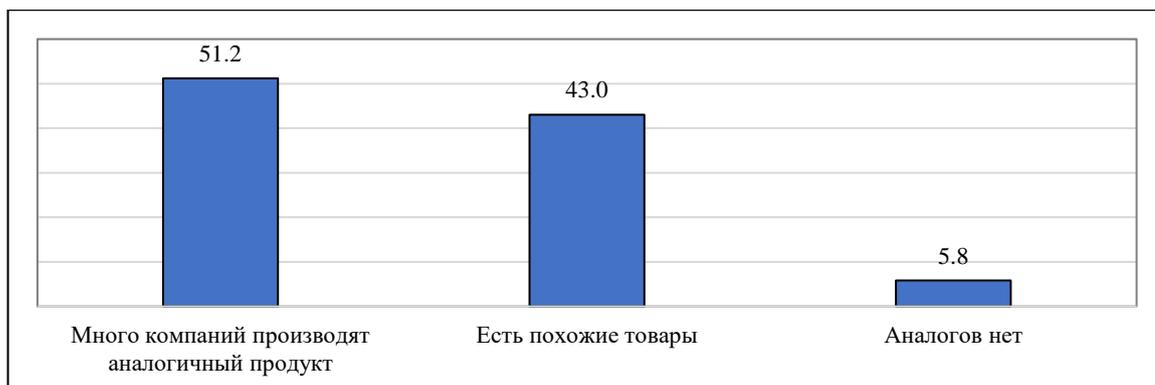
**Рисунок 2.202** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

Состояние конкурентной среды на рынке розничной торговли республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,86 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, значительно выше: две трети опрошенных считают конкуренцию на рынке очень высокой и высокой (27,9% и 32,6% соответственно), одна треть – умеренной (30,2) (рис. 2.203).

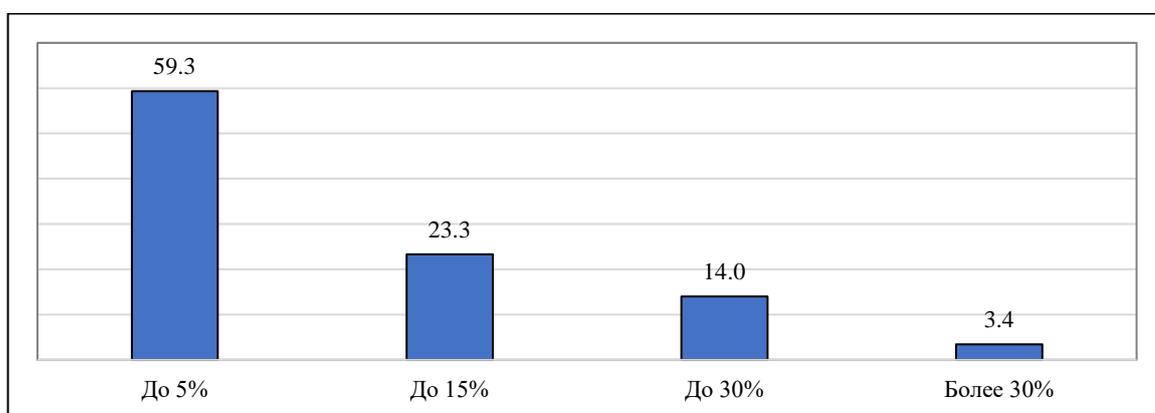


**Рисунок 2.203** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Половина опрошенных (51,2%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, близкая доля (43%) – что есть похожие товары (рис. 2.204). Долю своей компании на рынке подавляющее большинство респондентов (59,3%) оценивают размером до 5% (рис. 2.205).

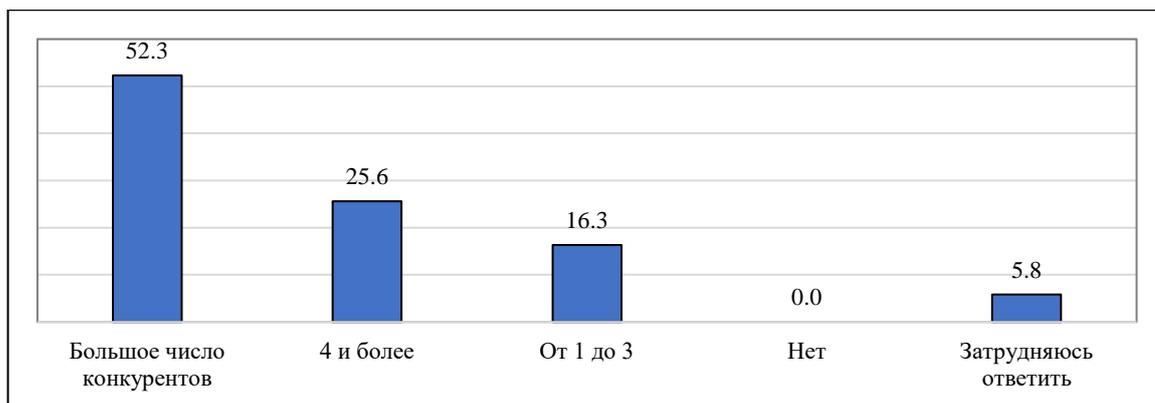


**Рисунок 2.204** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

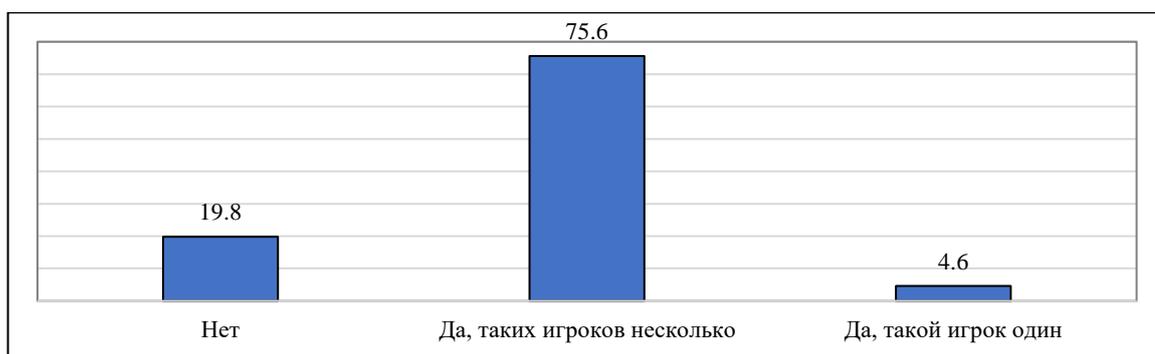


**Рисунок 2.205.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

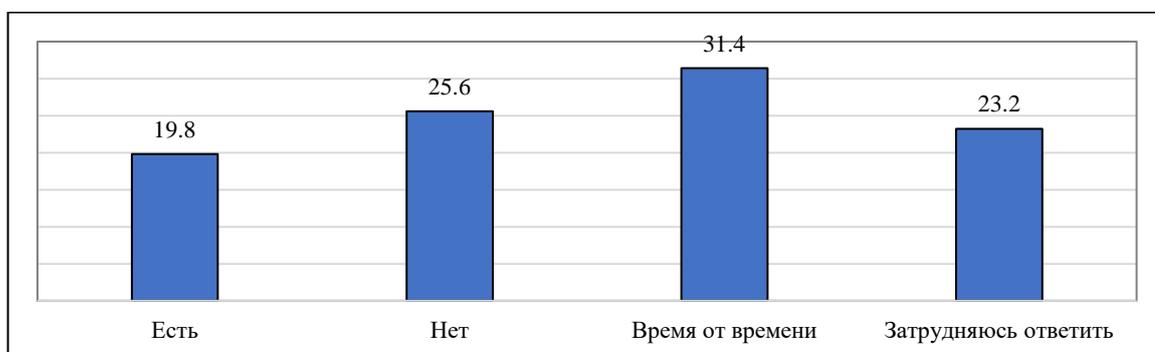
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке розничной торговли (52,3%) видят для себя большое число конкурентов, еще четверть (25,6%) – 4 конкурента и более (рис. 2.206). 19,8% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако абсолютное большинство (75,6%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.207). Неоднозначны оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка: 19,8% считают, что давление есть, 31,4% – что оно бывает время от времени, 25,6% – что его нет, 23,2% затрудняются ответить на вопрос (рис. 2.208).



**Рисунок 2.206** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %



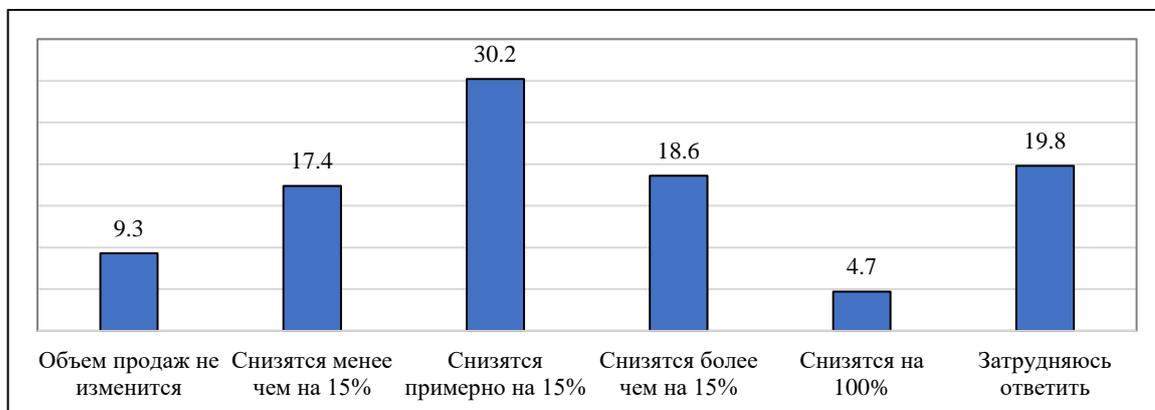
**Рисунок 2.207** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %



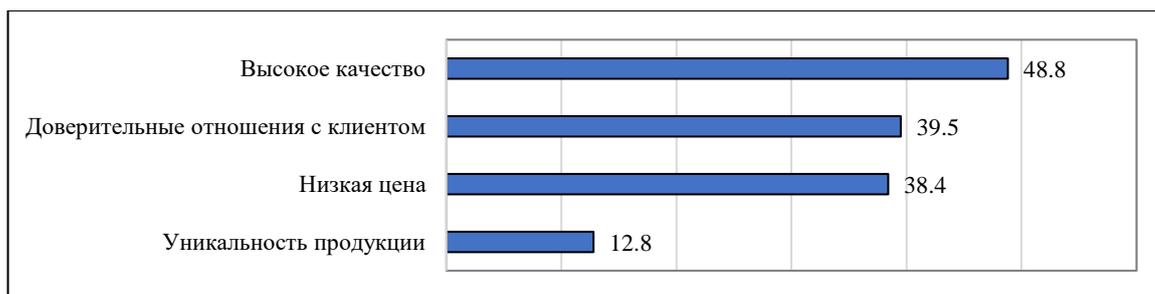
**Рисунок 2.208** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Большинство субъектов предпринимательской деятельности в области розничной торговли (30,2%) предсказывают снижение спроса на свои услуги в случае повышения цен на них на 15%, еще 9,3% предсказывают стабильный спрос, 17,4% – его снижение менее чем на 15%, 18,6% – снижение более чем на 15%, 4,7% – снижение на 100%; 19,8% затрудняются ответить на вопрос

(рис. 2.209). Цена в данном случае является значимым фактором конкурентоспособности (38,4%), по мнению респондентов, но отнюдь не решающим; им, в свою очередь, оказывается высокое качество услуг (48,8%) (рис. 2.210).

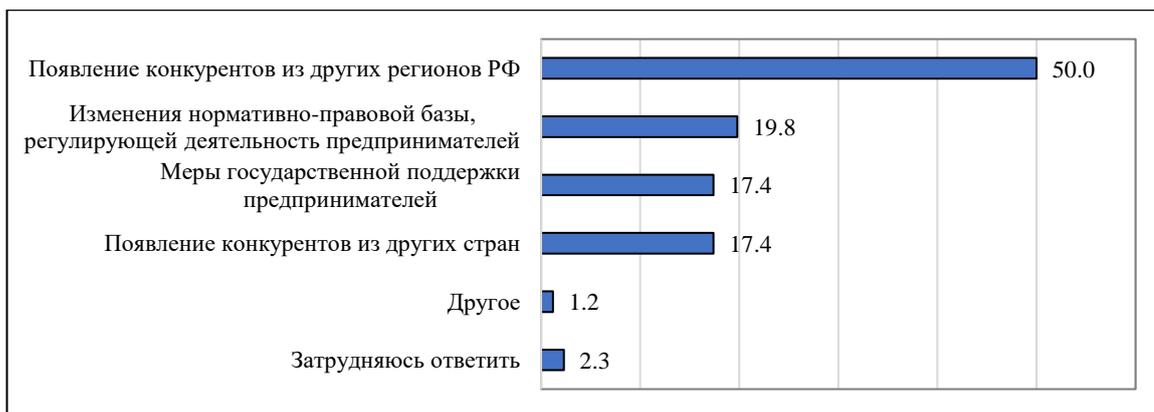


**Рисунок 2.209** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



**Рисунок 2.210** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Говоря о ключевых факторах изменения числа конкурентов на рынке, среди факторов роста опрошенные особенно отмечают появление конкурентов из других регионов РФ (50%) (рис. 2.211), а среди факторов снижения – изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (34,9%), антиконкурентные действия со стороны других участников рынка (26,7%) и уход с рынка иностранных конкурентов (24,4%) (рис. 2.212).

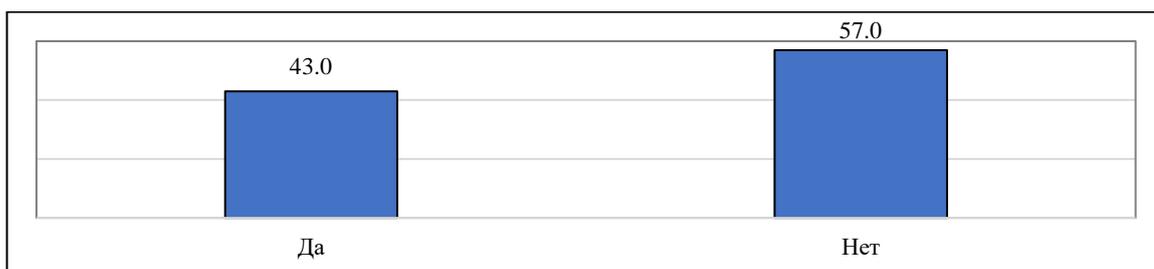


**Рисунок 2.211** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

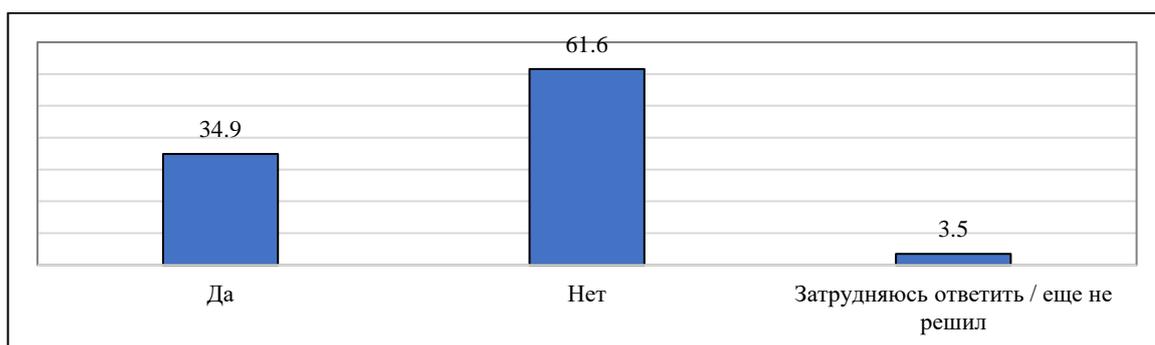


**Рисунок 2.212** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

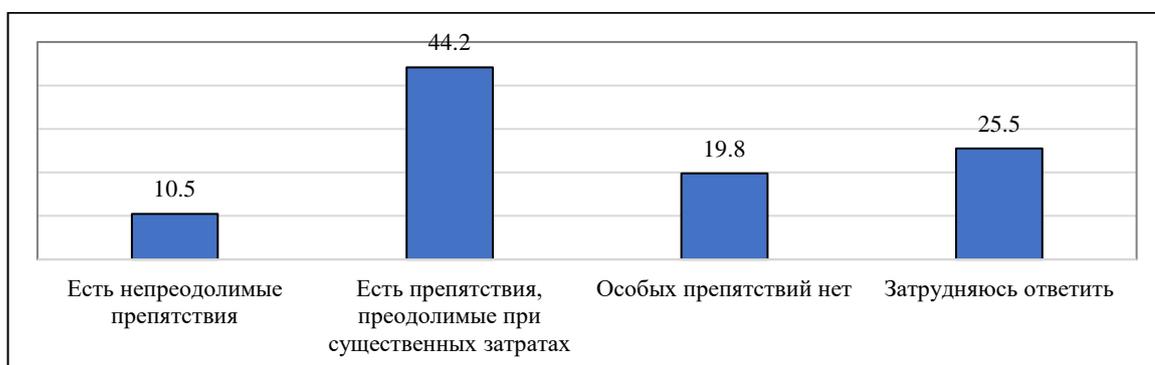
Большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (57%) (рис. 2.213) или географические рынки (61,6%), однако в первом случае доля желающих расширить ассортимент также значительна (43%) (рис. 2.214). Уровни препятствий в обоих случаях оценены средне – о существовании преодолимых при определенных затратах препятствий говорят 44,2% респондентов в отношении освоения новых продуктовых рынков и 48,8% – в отношении новых географических рынков (рис. 2.215, 2.216).



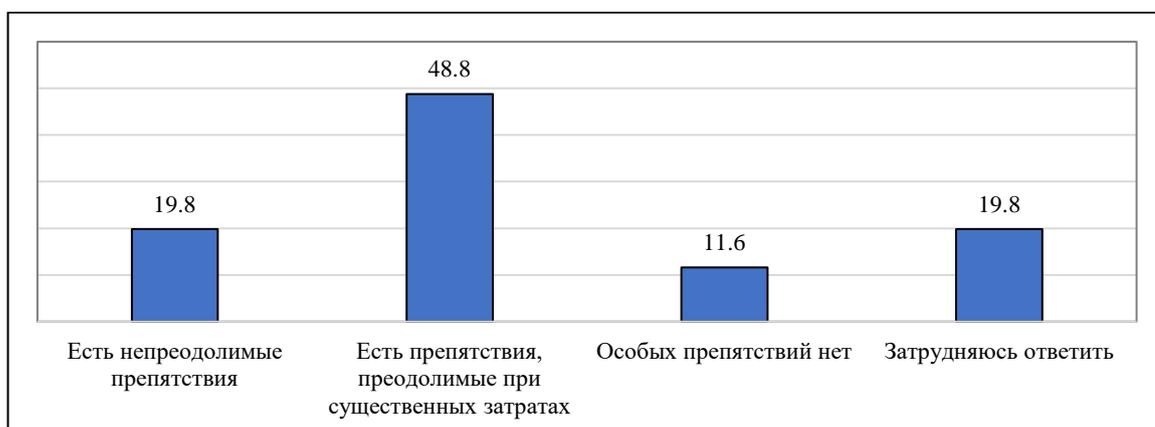
**Рисунок 2.213** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.214** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



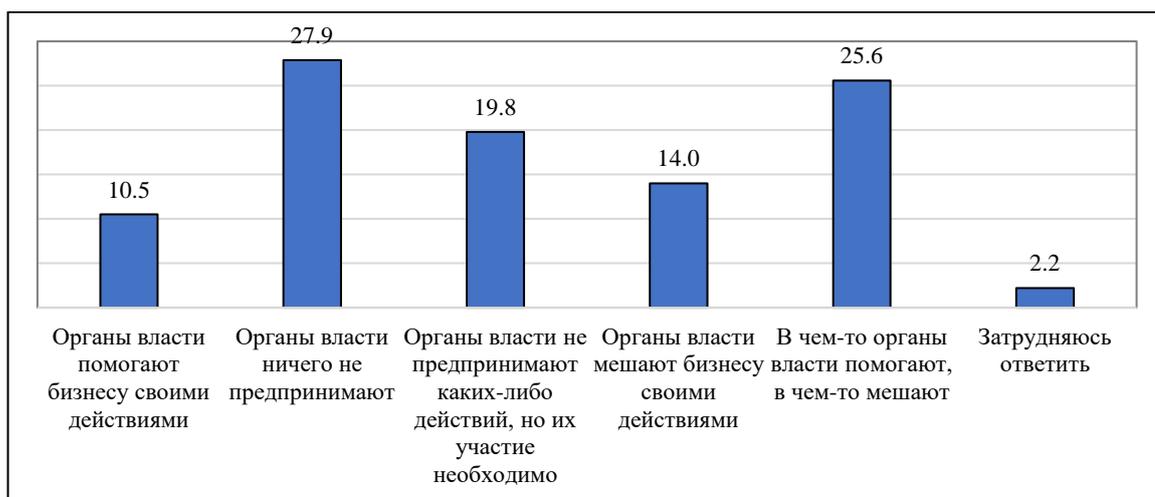
**Рисунок 2.215** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.216** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере розничной торговли оценивается ниже среднего: 27,9% респондентов считают, что органы власти ничего не предпринимают, 25,6% –

что предпринимаемые ими действия иногда полезны для бизнеса, а иногда наоборот вредны, 19,8% акцентируют внимание на том, что помощь власти необходима, но она не оказывается (рис. 2.217). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей сферы розничной торговли в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (37,2%), четвертая часть, кроме этого не удовлетворены нестабильностью законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (24,4%), пятая часть – ограниченностью доступа к поставкам товаров, оказанию госуслуг и выполнению работ в рамках госзакупок, к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, а также к земельным участкам (22,1%, 19,8% и 18,6% соответственно) (рис. 2.218).



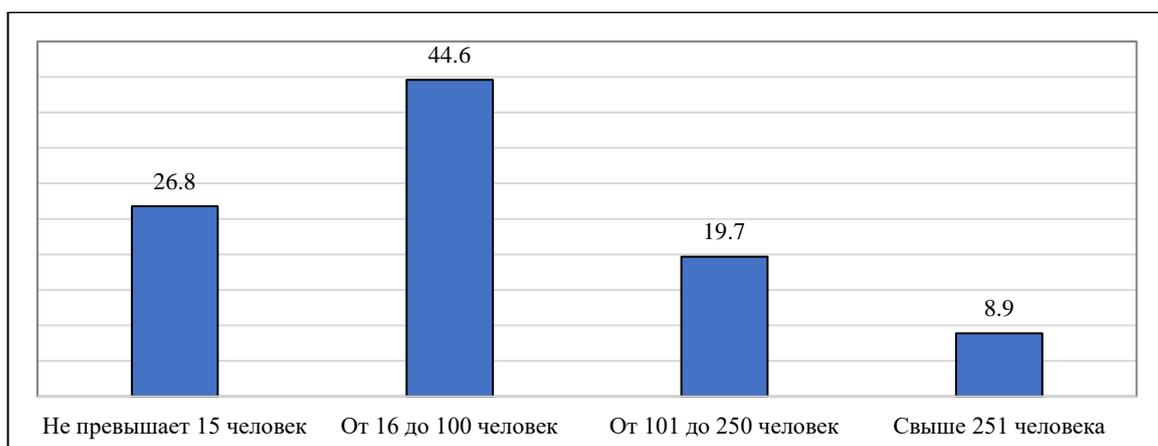
**Рисунок 2.217** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



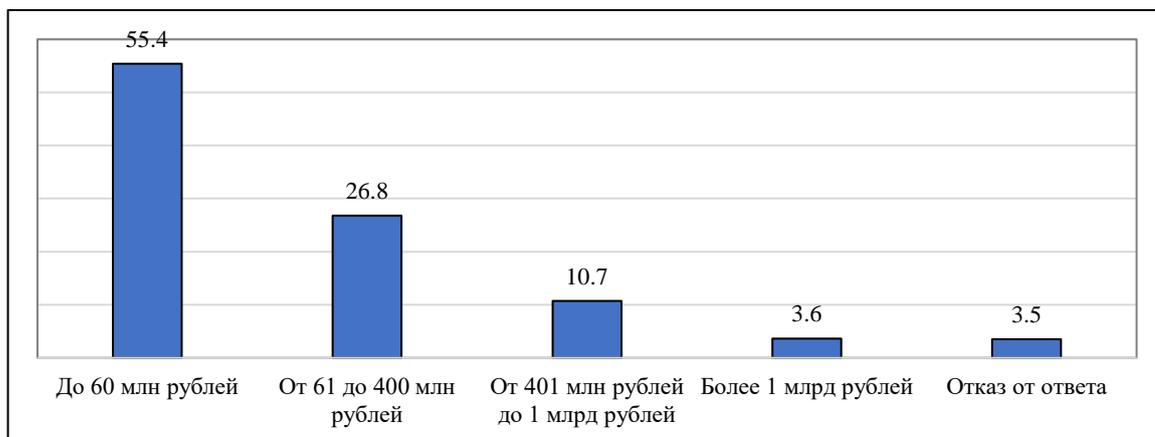
**Рисунок 2.218** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

В ходе исследования нами было опрошено 56 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (44,6%), а еще четвертой части не превышает 15 человек (26,8%) (рис. 2.219); объем выручки за 2017 год 55,4% компаний составил до 60 млн рублей, еще четвертой части – от 61 до 400 млн рублей (26,8%) (рис. 2.220).

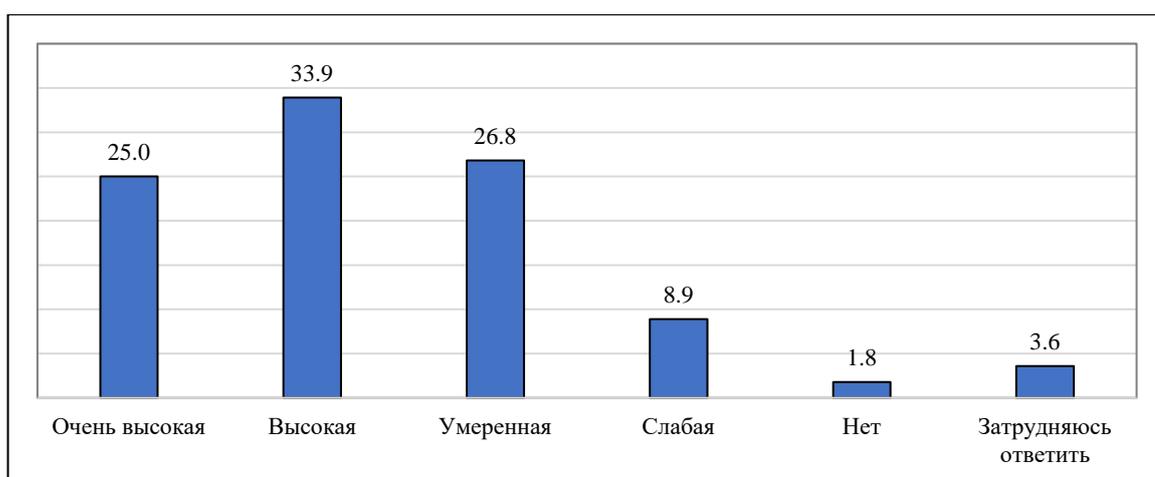


**Рисунок 2.219** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



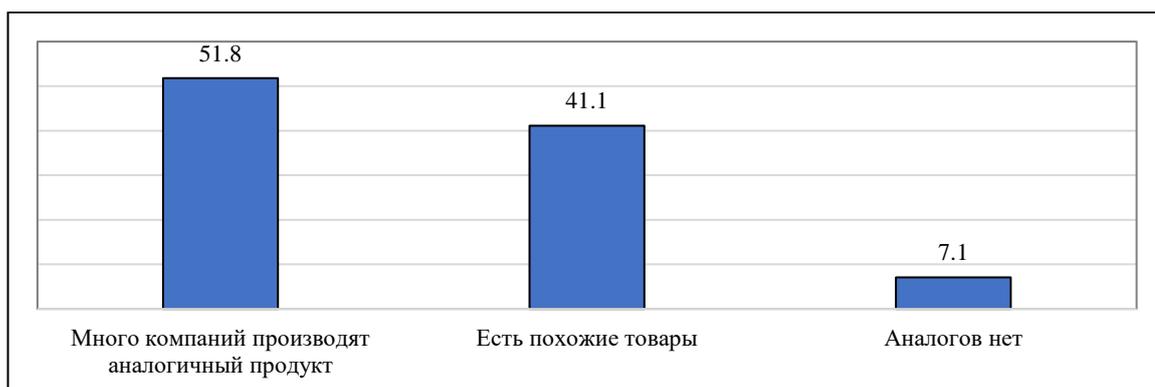
**Рисунок 2.220** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

Состояние конкурентной среды на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,84 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, значительно выше: большинство (33,9%) считают конкуренцию на рынке высокой, еще 25% – очень высокой, 26,8% – умеренной, 8,9% – слабой, 1,8% – совсем отсутствующей (рис. 2.221).

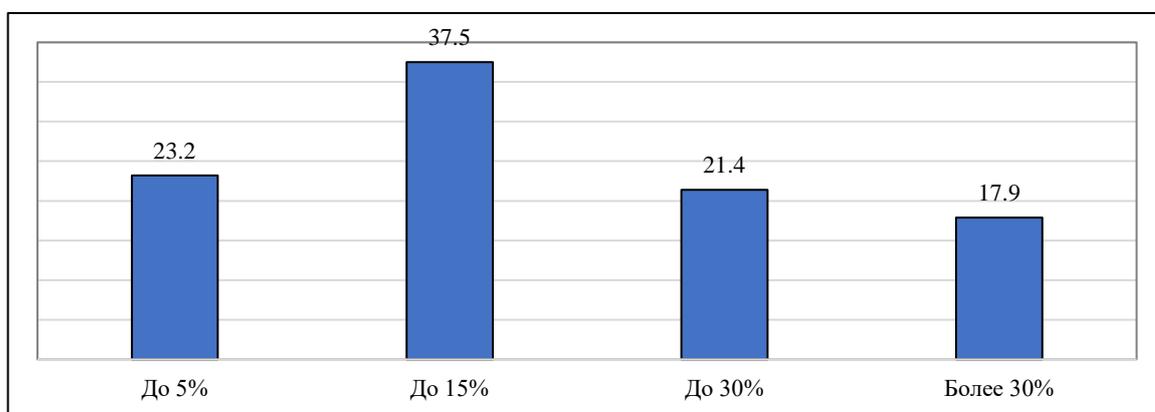


**Рисунок 2.221** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Половина опрошенных (51,8%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, близкая доля (41,1%) – что есть похожие товары (рис.2.222). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (37,5%) оценивают размером до 15%, еще три пятые части – размером до 5%, до 30% и более 30% (23,2%, 21,4% и 17,9% соответственно) (рис. 2.223).



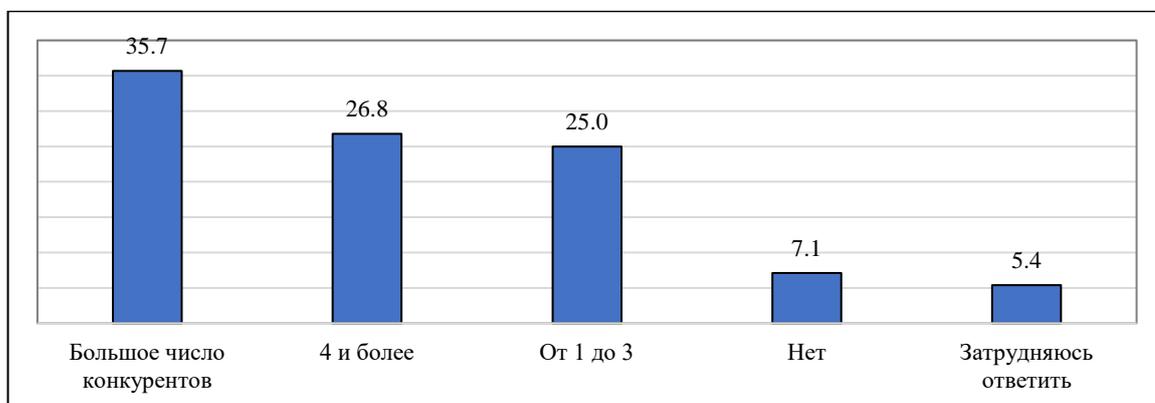
**Рисунок 2.222** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %



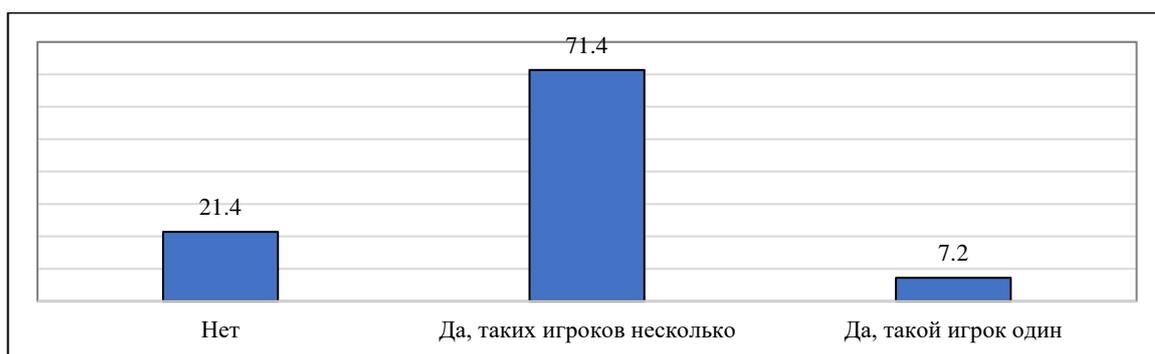
**Рисунок 2.223** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (35,7%) видят для себя большое число конкурентов, еще две четвертые части – 4 конкурента и более и от 1 до 3 конкурентов (26,8% и 25% соответственно) (рис. 2.224). 21,4% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако абсолютное большинство из них (71,4%), напротив,

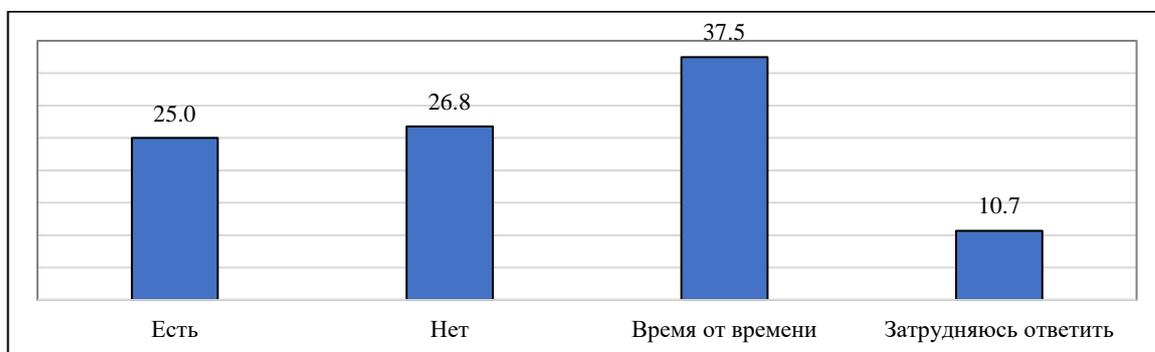
говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.225). Неоднозначны оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка: 25% считают, что давление есть, 37,5% – что оно бывает время от времени, 26,8% – что его нет, 10,7% затрудняются ответить на вопрос (рис. 2.226).



**Рисунок 2.224** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

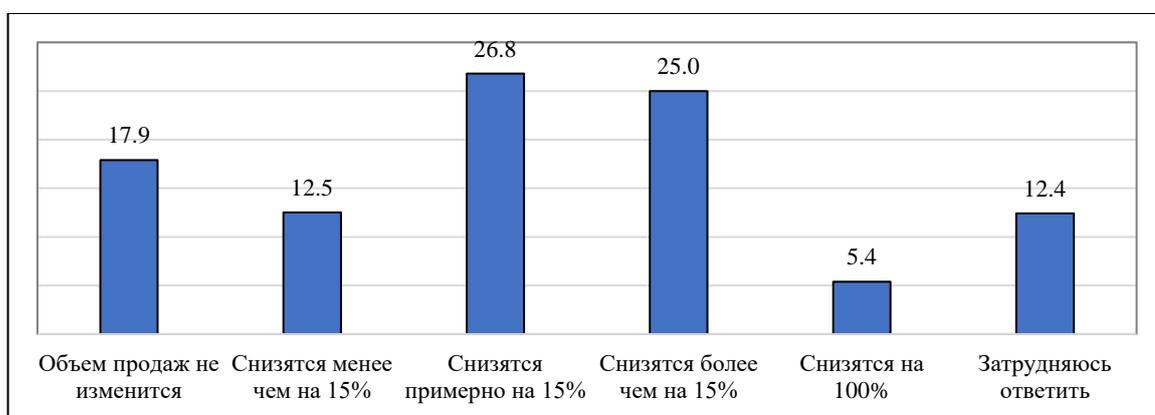


**Рисунок 2.225** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

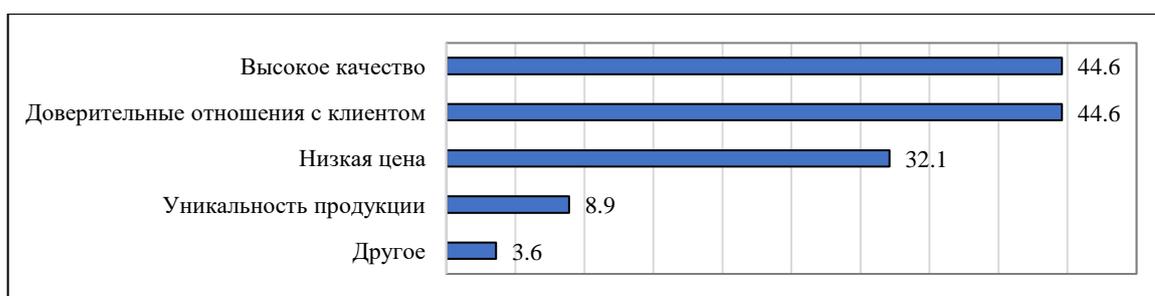


**Рисунок 2.226** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Пессимистичны оценки изменения спроса на свои услуги в случае повышения цен на них на 15% половины опрошенных субъектов предпринимательской деятельности в сфере услуг перевозок пассажиров наземным транспортом – предсказывают снижение спроса на 15% и больше (26,8% и 25% соответственно). Еще около пятой части респондентов, наоборот, прогнозируют стабильный спрос (17,9%) (рис. 2.227). Цена в данном случае оказывается вторым по значимости фактором конкурентоспособности на рынке (32,1%) после занимающих одну позицию качества предоставления услуг и доверия клиентов (по 44,6%) (рис. 2.228).



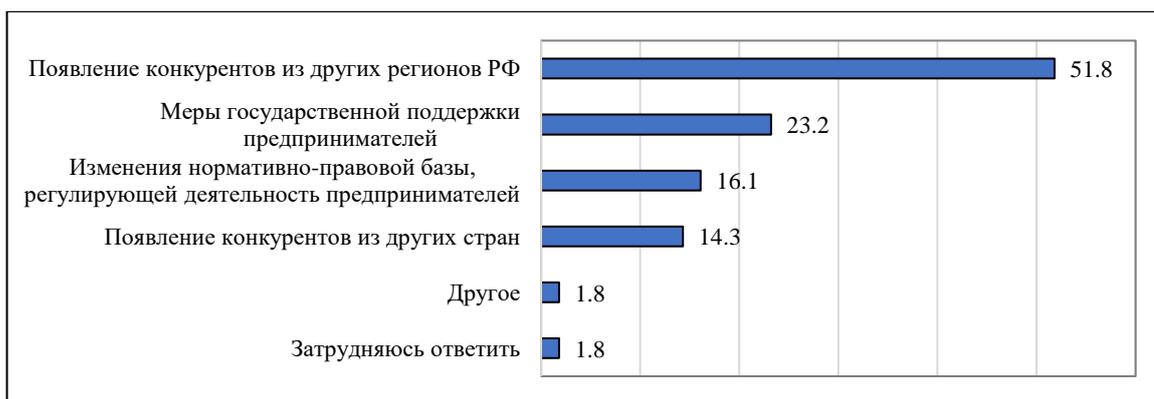
**Рисунок 2.227** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



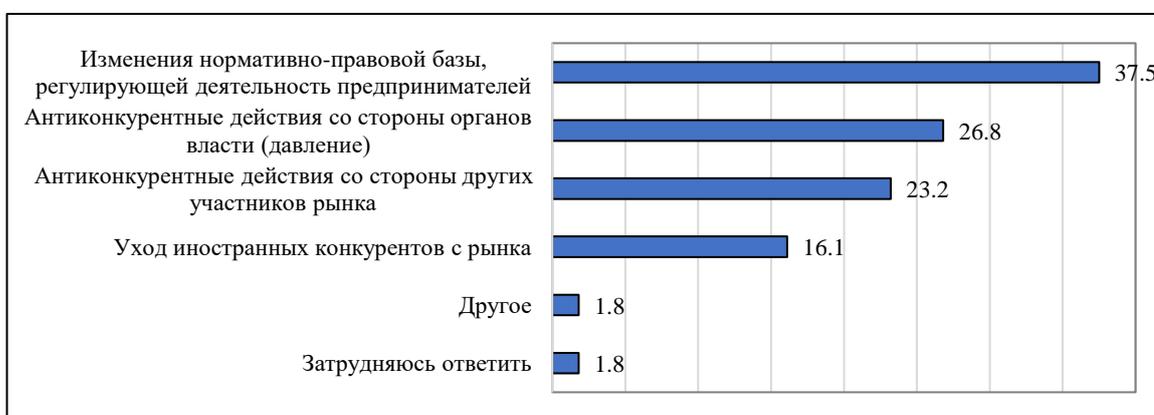
**Рисунок 2.228** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К ключевым факторам роста числа конкурентов на рынке опрошенные относят появление конкурентов из других регионов РФ (51,8%) и меры государственной поддержки предпринимателей (23,2%) (рис. 2.229). К ключевым факторам снижения числа конкурентов – изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (37,5%),

антиконкурентные действия со стороны органов власти (26,8%) и других участников рынка (23,2%) (рис. 2.230).

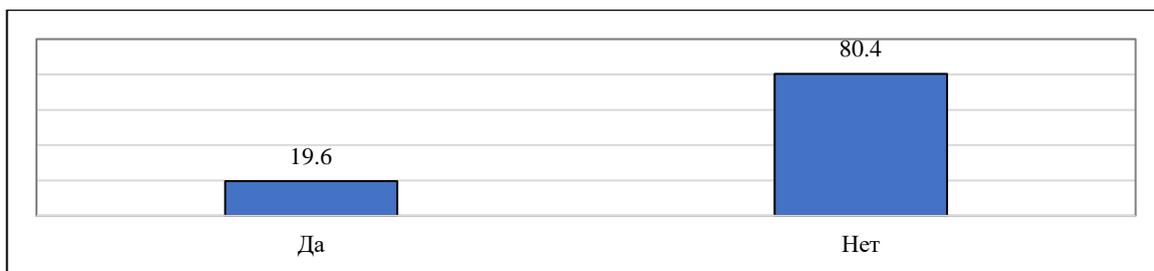


**Рисунок 2.229** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

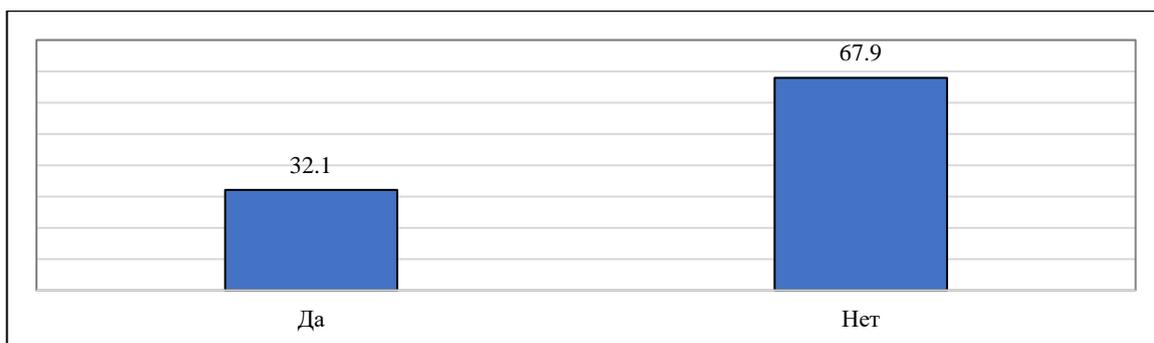


**Рисунок 2.230.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

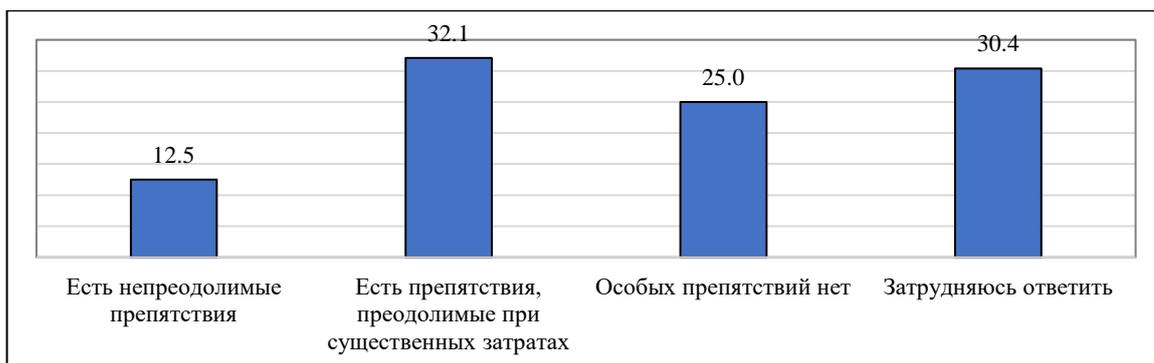
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (80,4%) (рис. 2.231) или географические рынки (67,9%) (рис. 2.232). Уровни препятствий в обоих случаях оцениваются как «ниже среднего»: треть респондентов затрудняются ответить (30,4% – в отношении освоения новых продуктовых рынков, 28,5% – в отношении освоения новых географических рынков), столько же видят преодолимые при существенных затратах препятствия (32,1% и 37,5% соответственно), в среднем около пятой части не видят препятствий (25% и 17,9%) (рис. 2.233, 2.234).



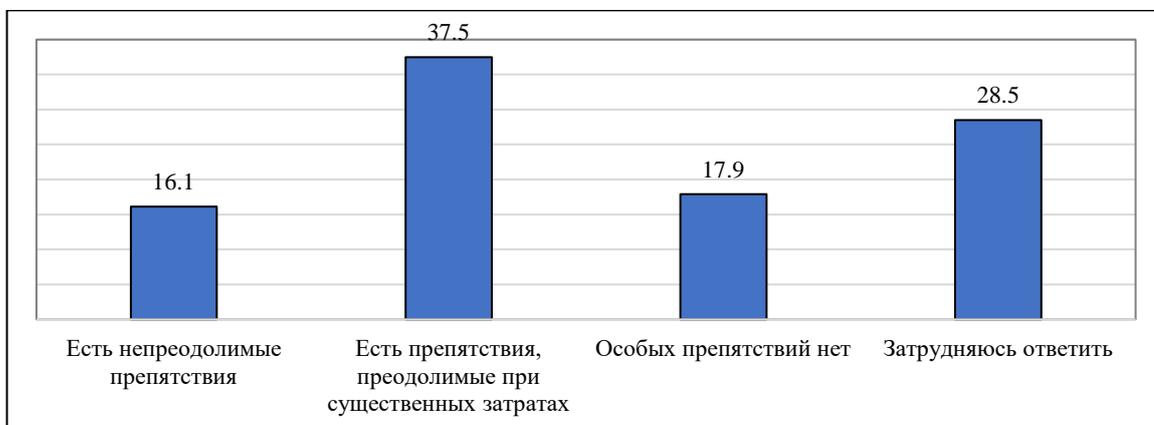
**Рисунок 2.231** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.232** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %

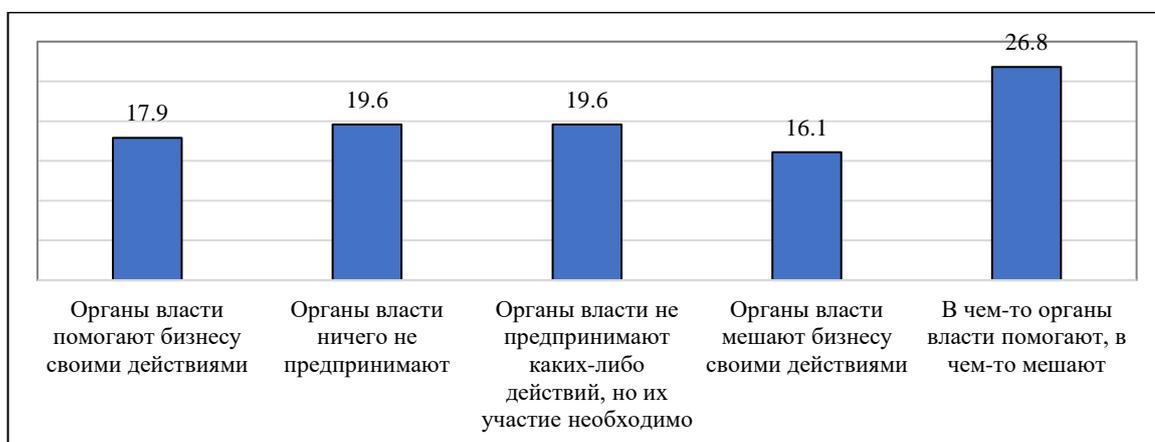


**Рисунок 2.233** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.234.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг перевозок пассажиров наземным транспортом оценена большинством респондентов позитивно и негативно одновременно – так, 26,8% считают, что органы власти чем-то помогают бизнесу, а чем-то наоборот мешают (рис. 2.235). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы услуг перевозок пассажиров наземным транспортом в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (44,6%) (рис. 2.236).



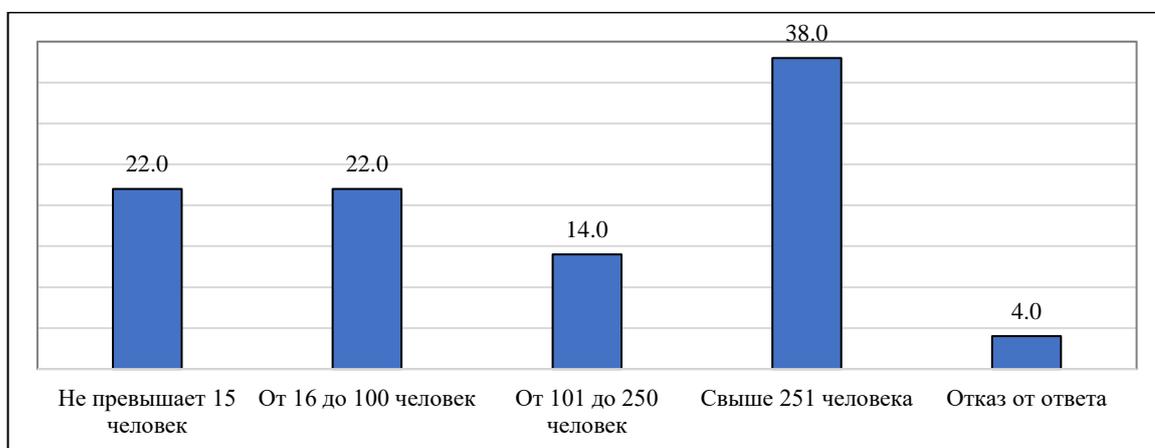
**Рисунок 2.235** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



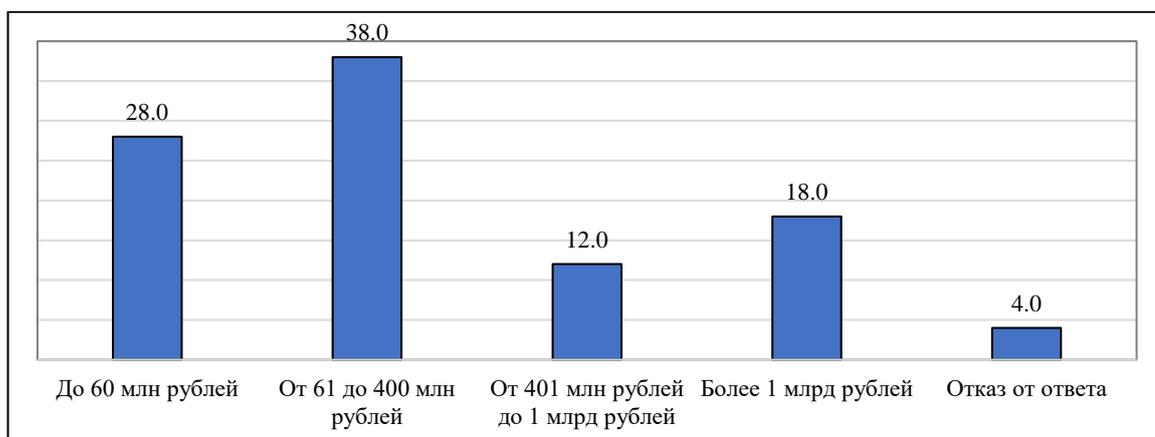
**Рисунок 2.236.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.10 Рынок услуг связи

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг связи Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых превышает 251 человека (38%), а еще двух пятых, напротив, не превышает 15 человек или варьируется от 16 до 100 человек (по 22%) (рис. 2.237); объем выручки за 2017 год 38% компаний составил от 61 до 400 млн рублей, еще трети – до 60 млн рублей (28%), одной пятой части – более 1 млрд рублей (18%) (рис. 2.238).

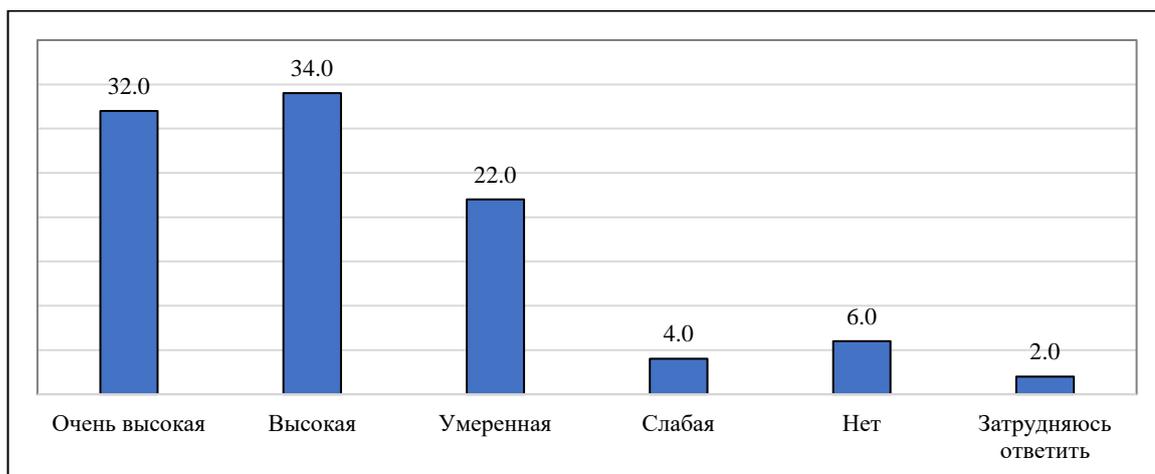


*Рисунок 2.237. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*



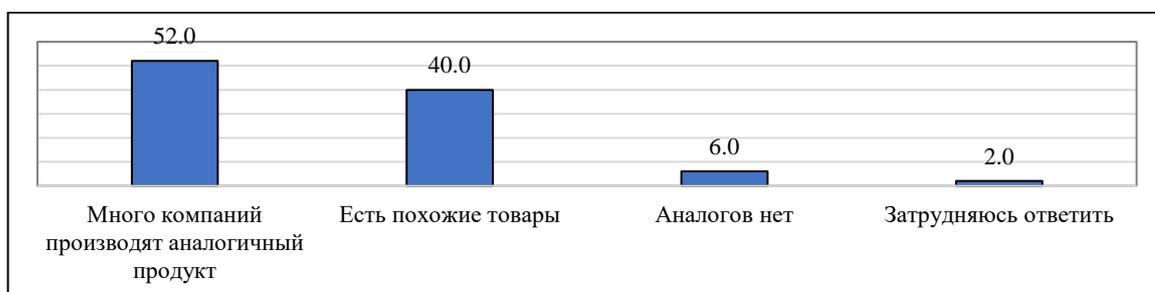
*Рисунок 2.238 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*

Состояние конкурентной среды на рынке услуг связи республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 4,04 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (34%) считают конкуренцию на рынке высокой, еще 32% – очень высокой, 22% – умеренной, 4% – слабой, 6% – совсем отсутствующей (рис. 2.239).

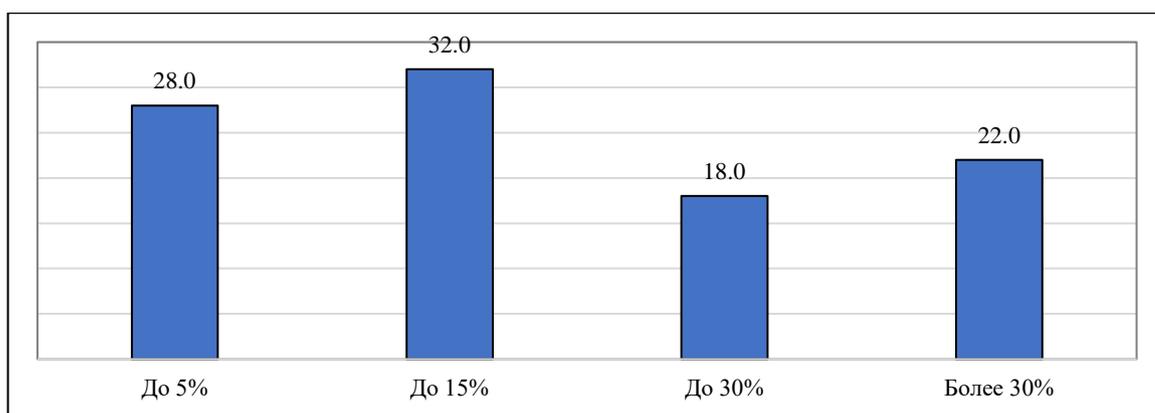


**Рисунок 2.239** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Половина опрошенных (52%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, близкая доля (40%) – что есть похожие товары (рис. 2.240). Долю своей компании на рынке две трети респондентов оценивают размером до 5% и до 15% (28% и 32% соответственно), две пятые части – до 30% и более 30% (18% и 22%) (рис. 2.241).

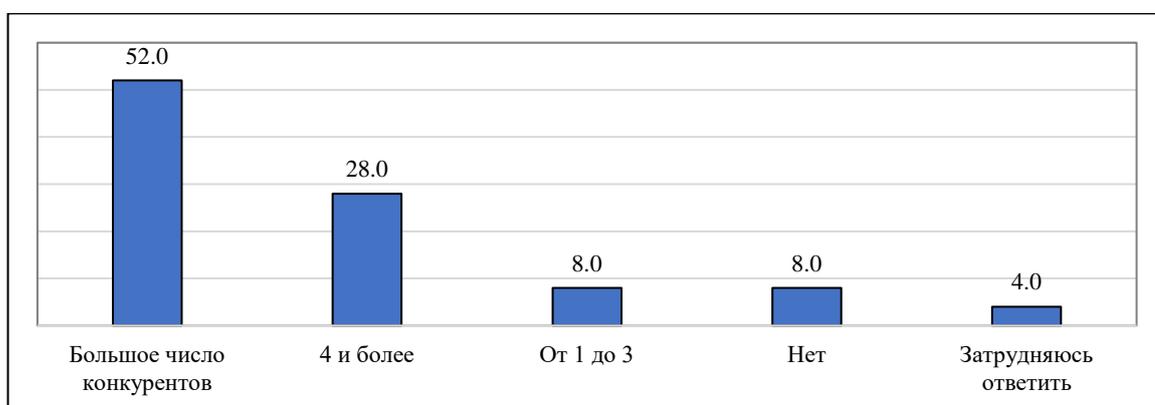


**Рисунок 2.240** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

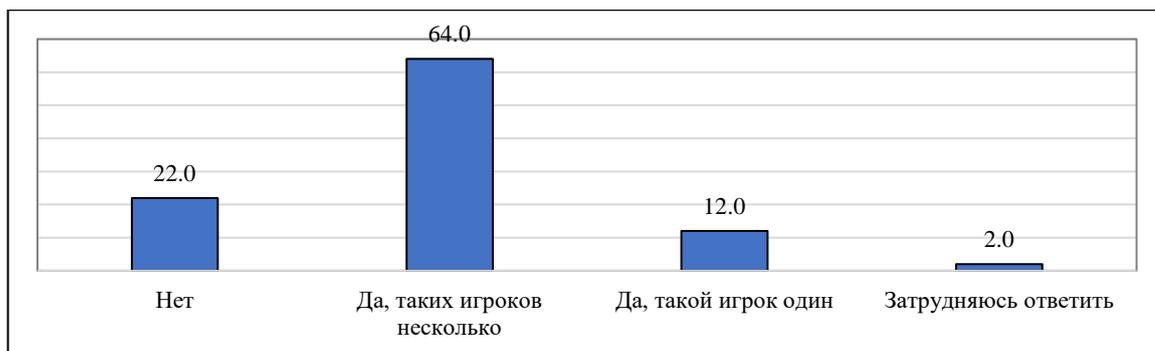


**Рисунок 2.241** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

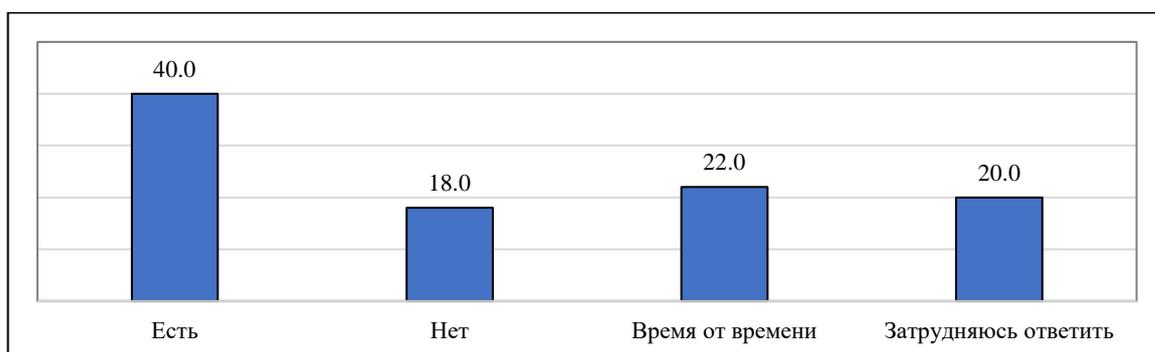
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг связи (52%) видят для себя большое число конкурентов, еще около трети (28%) – 4 конкурента и более (рис. 2.242). 22% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако две трети (64%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.243). Оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка высокие – большинство (40%) считают, что оно присутствует постоянно, еще по одной пятой части затрудняются ответить (20%), считают, что оно бывает время от времени (22%), или что его нет (18%) (рис. 2.244).



**Рисунок 2.242** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

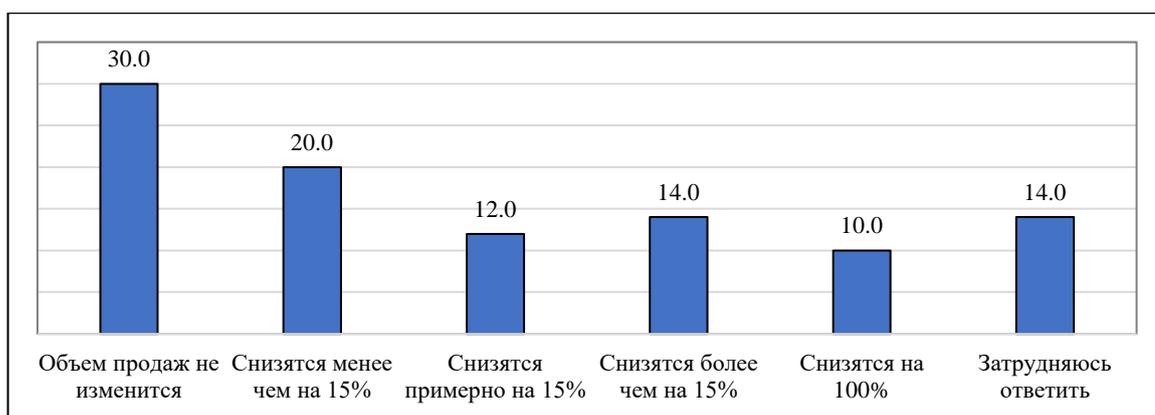


**Рисунок 2.243** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

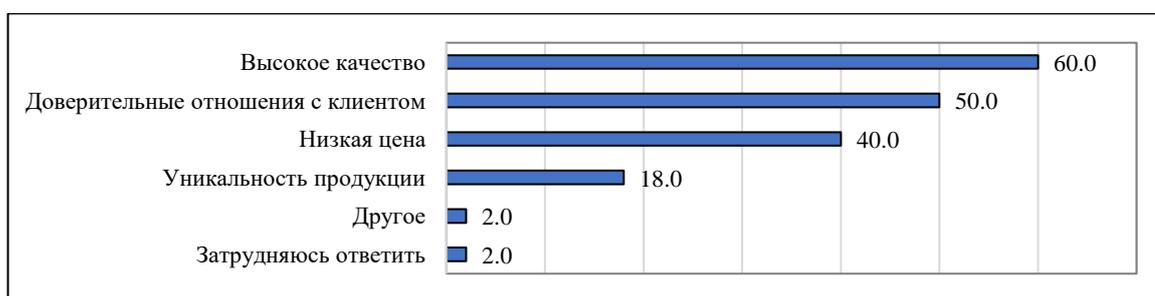


**Рисунок 2.244** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Несмотря на признание довольно активных действий своих конкурентов, большинство субъектов предпринимательской деятельности в области предоставления услуг связи (30%) предсказывают стабильный спрос на свои услуги в случае повышения цен на них на 15%, еще 20% опрошенных предполагают снижение спроса менее чем на 15% (рис. 2.246). Цена в данном случае является одним из важнейших факторов конкурентоспособности на рынке (40%), однако отнюдь не решающим. Намного больше значения участники рынка услуг связи придают высокому качеству своих услуг (60%) и доверительным отношениям с клиентами (50%) (рис. 2.247).



**Рисунок 2.245** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

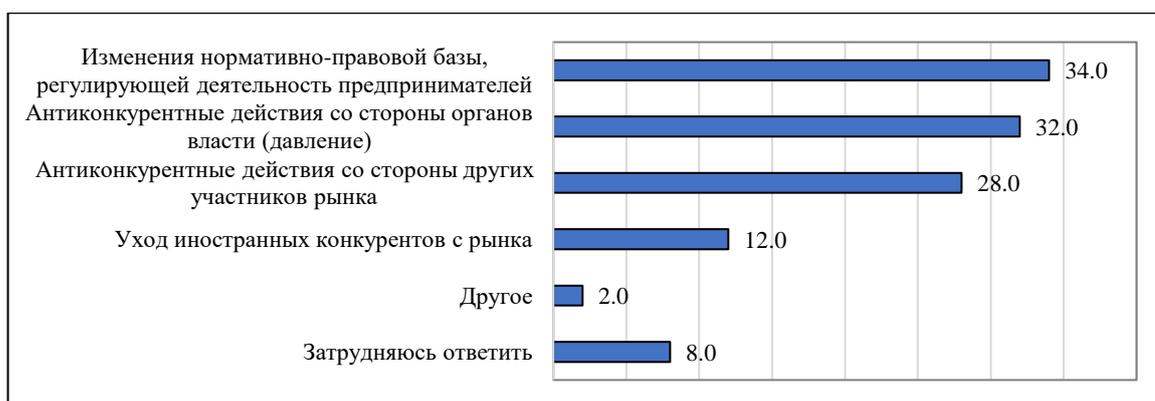


**Рисунок 2.246** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Что касается ключевых факторов изменения числа конкурентов на рынке, то среди факторов роста опрошенные особенно отмечают появление конкурентов из других регионов РФ (50%) (рис. 2.248), а среди факторов снижения – изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (34%), антиконкурентные действия со стороны органов власти (32%) и других участников рынка (28%) (рис. 2.249).

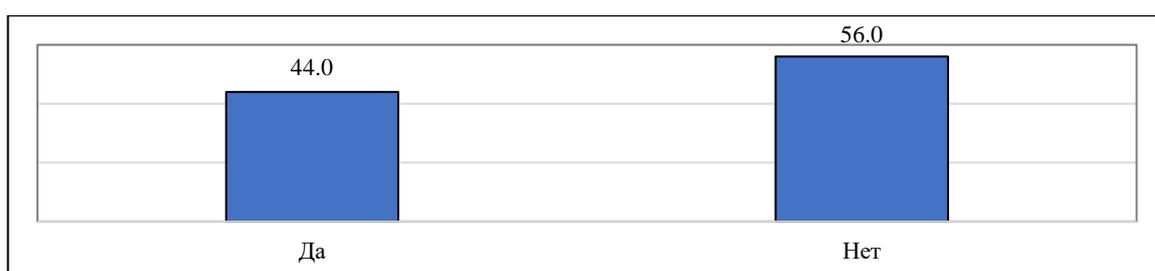


**Рисунок 2.248** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

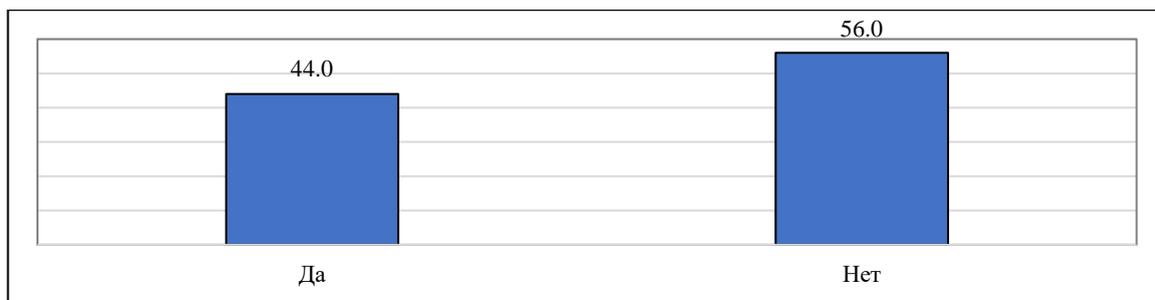


**Рисунок 2.249** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

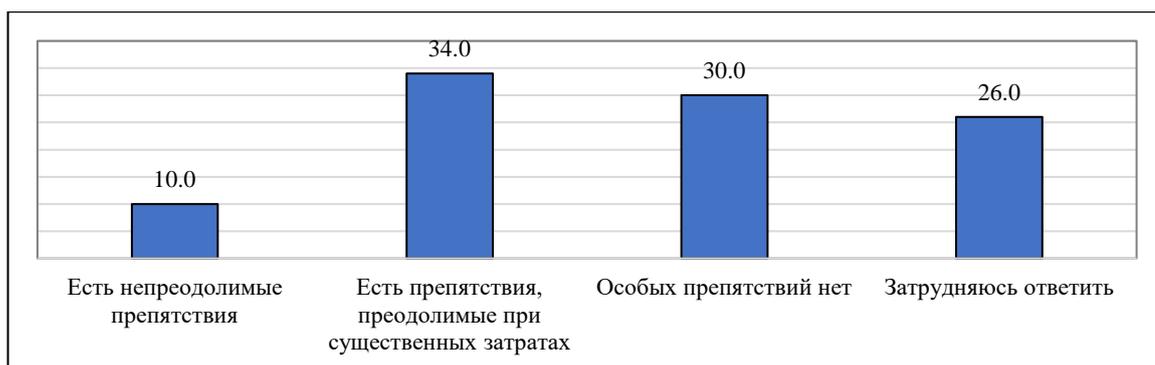
Большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые или географические рынки (по 56%), однако доли ответивших на данные вопросы положительно также очень велики (по 44%) (рис. 2.250, 2.251). Уровни препятствий в обоих случаях оценены как «ниже среднего». В отношении выхода на новые продуктовые рынки 26% затрудняются ответить, 10% видят непреодолимые препятствия, 34% – преодолимые при существенных затратах, 30% не видят препятствий (рис. 2.252). В отношении выхода на новые географические рынки 34% затрудняются ответить, 8% видят непреодолимые препятствия, 38% – преодолимые, 20% не видят препятствий (рис. 2.253).



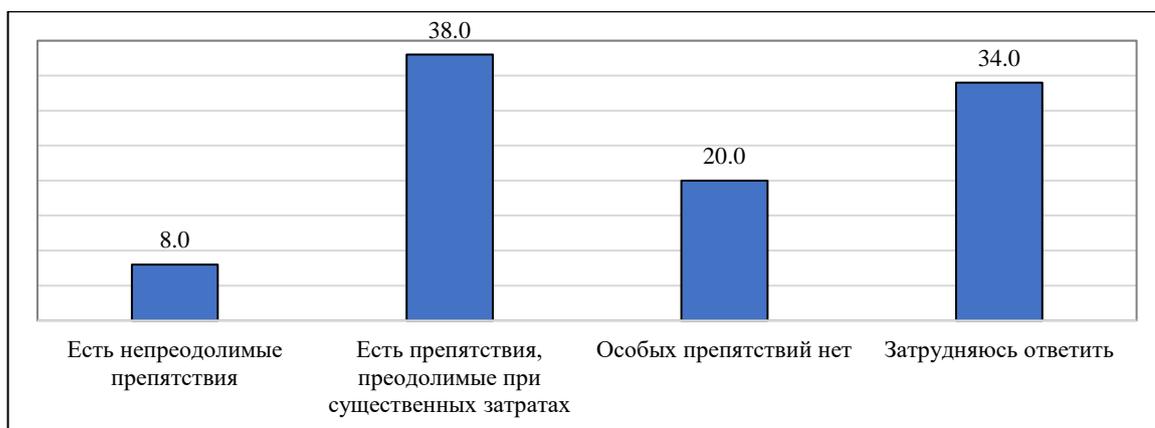
**Рисунок 2.250** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.251** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



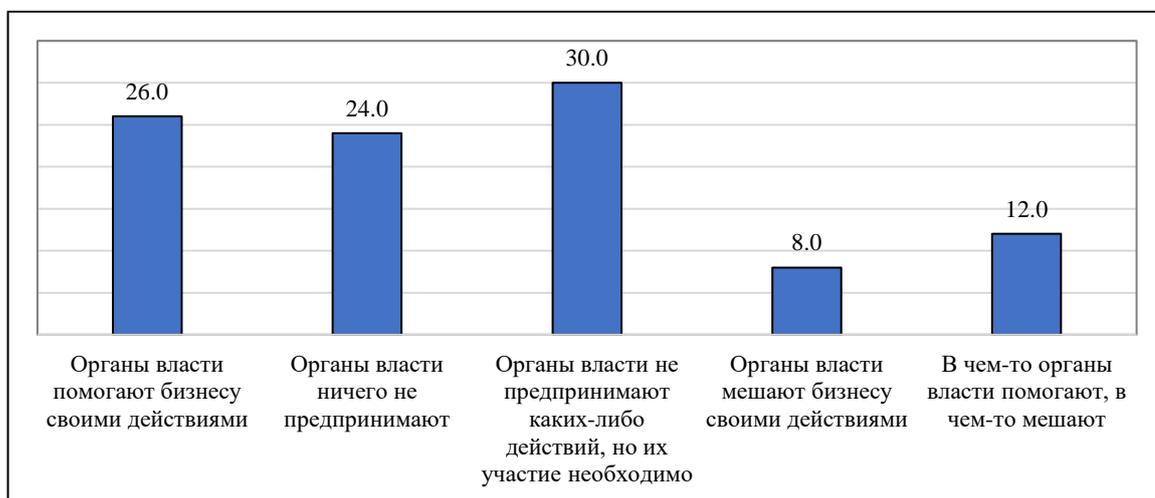
**Рисунок 2.252** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



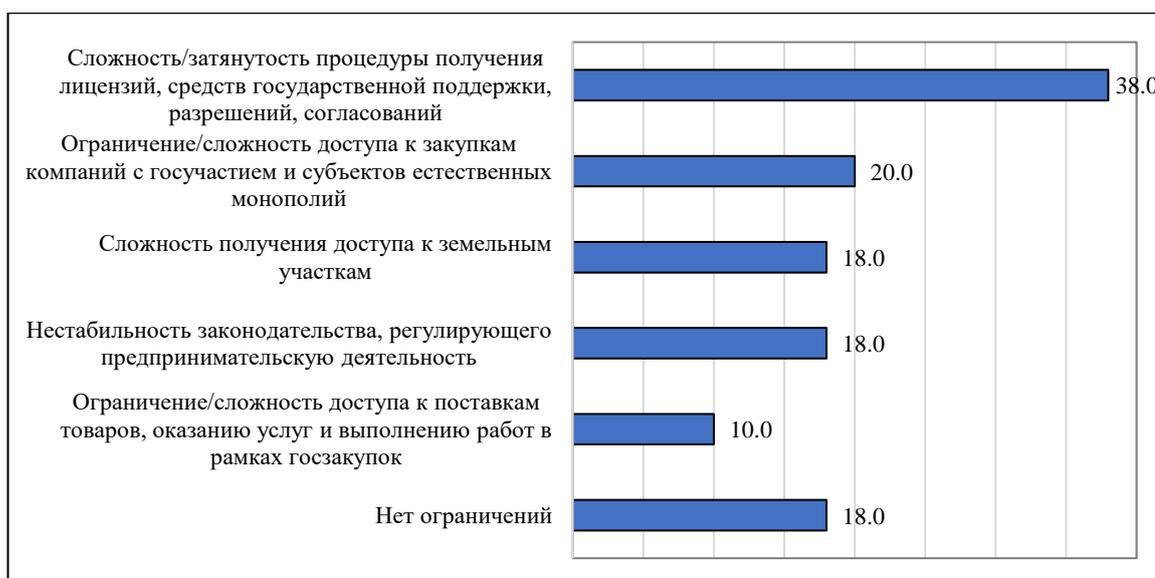
**Рисунок 2.253** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг связи оценивается неоднозначно. 26% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 24% – что они ничего не предпринимают, 30% отмечают, что участие власти необходимо, в то время как она не предпринимает никаких действий, 8% обнаруживают барьеры, которые органы власти создают для

предпринимателей своими действиями, 12% считают, что органы власти чем-то помогают, а чем-то мешают (рис. 2.254). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы предоставления услуг связи в Республике Татарстан, оказывается сложность, затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (38%), по одной пятой части также не удовлетворены ограниченностью доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий (20%), сложностью получения доступа к земельным участкам и нестабильностью законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (по 18%). 18%, напротив, не видят никаких ограничений (рис. 2.255).



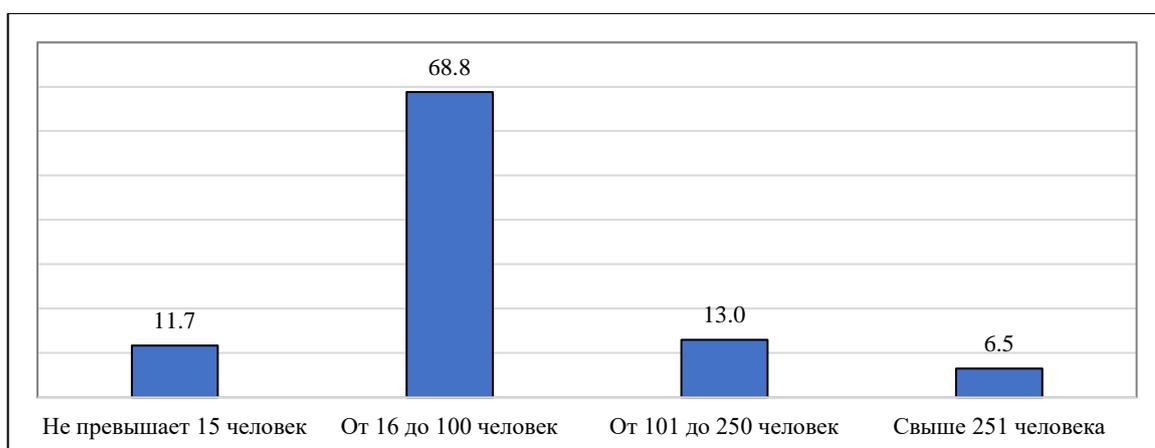
**Рисунок 2.254** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



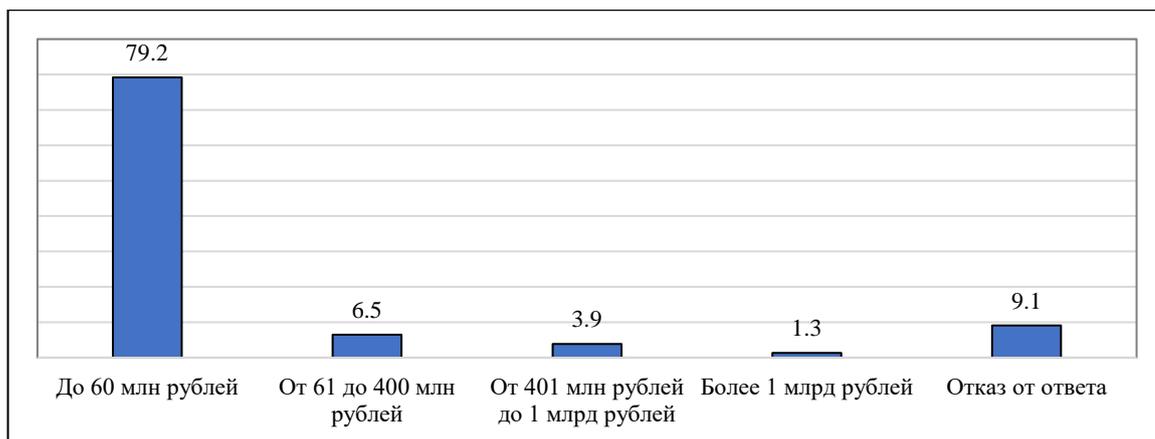
**Рисунок 2.255** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.1.11 Рынок услуг социального обслуживания населения

В ходе исследования нами было опрошено 77 субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг социального обслуживания населения Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых варьируется от 16 до 100 человек (68,8%) (рис. 2.256), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (79,2%) (рис. 2.257).

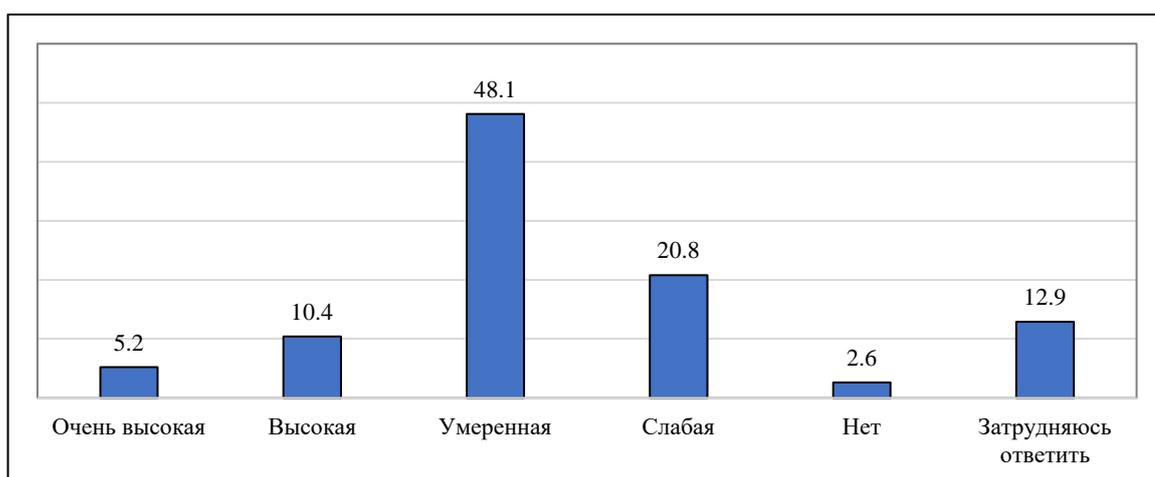


**Рисунок 2.256** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



**Рисунок 2.257** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

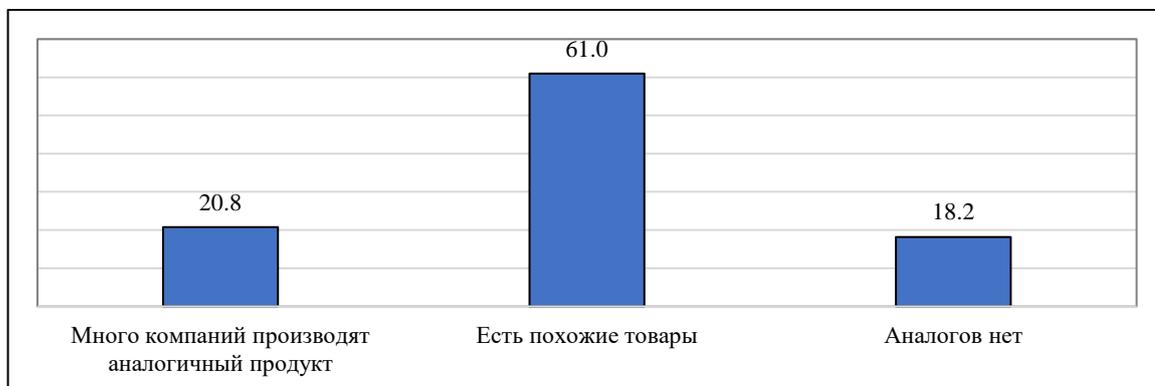
Состояние конкурентной среды на рынке услуг социального обслуживания населения республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,68 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, несколько ниже: большинство (48,1%) считают конкуренцию на рынке умеренной, еще 20,8% – слабой, 2,6% – совсем отсутствующей, 10,4% – высокой, 5,2% – очень высокой (рис. 2.258).



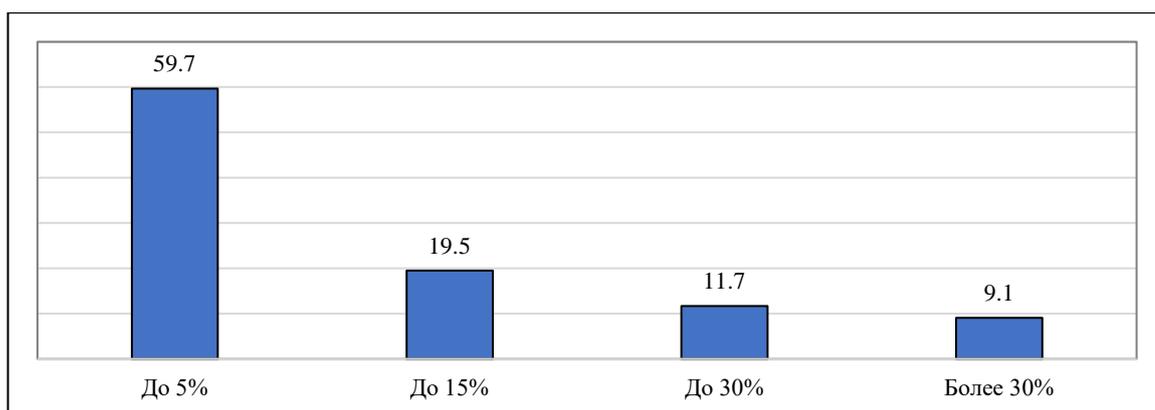
**Рисунок 2.258** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Две трети опрошенных (61%) считают, что на данном рынке есть похожие на предоставляемые ими услуги, еще по одной пятой части – что

существует много компаний, производящих аналогичный продукт (20,8%), и что аналогов на рынке нет (18,2%) (рис. 2.259). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (59,7%) оценивают размером до 5%, еще пятая часть (19,5%) – до 15% (рис. 2.260).



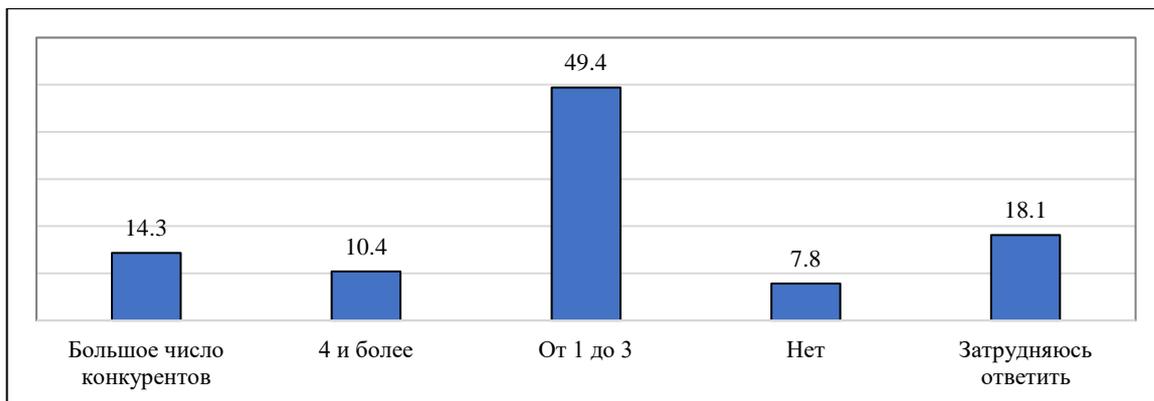
**Рисунок 2.259** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %



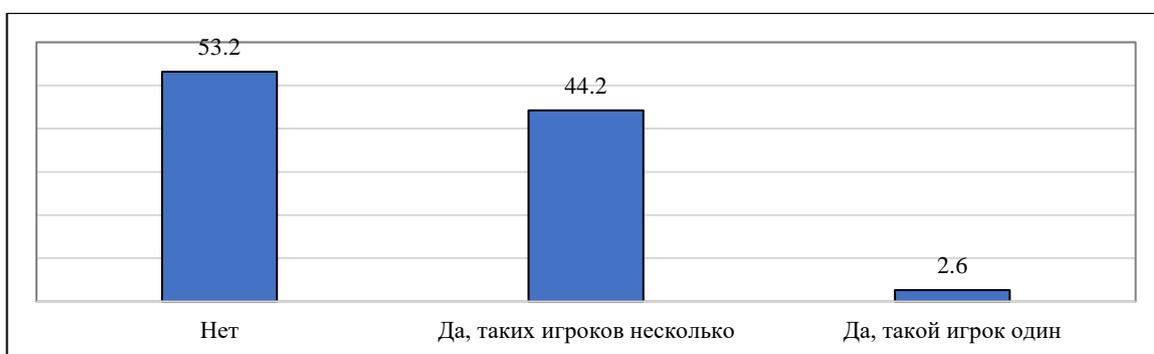
**Рисунок 2.260** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке услуг социального обслуживания населения (49,4%) видят для себя от 1 до 3 конкурентов (рис. 2.261). Половина всех респондентов (53,2%) считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, однако близкое число (44,2%) говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.262). Оценивая интенсивность антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка, большинство опрошенных (46,8%)

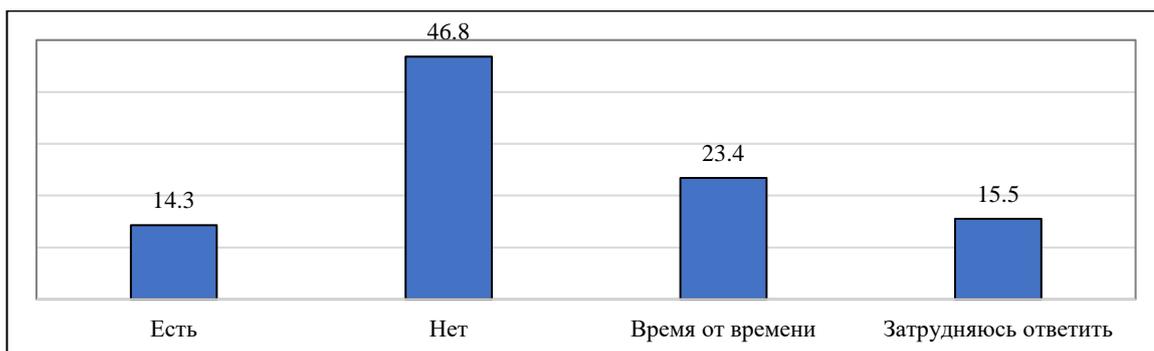
говорят, что его нет, еще около четвертой части ощущают его на себе время от времени (23,4%) (рис. 2.263).



**Рисунок 2.261** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %



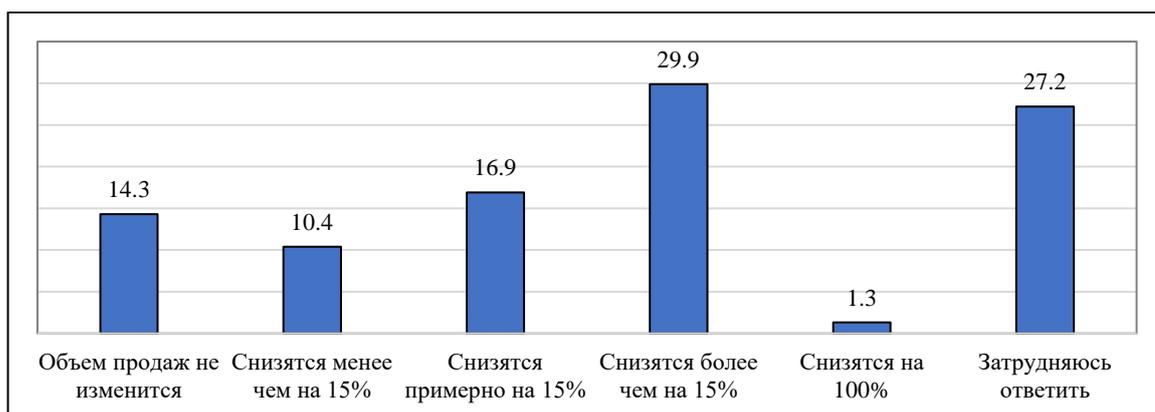
**Рисунок 2.262** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %



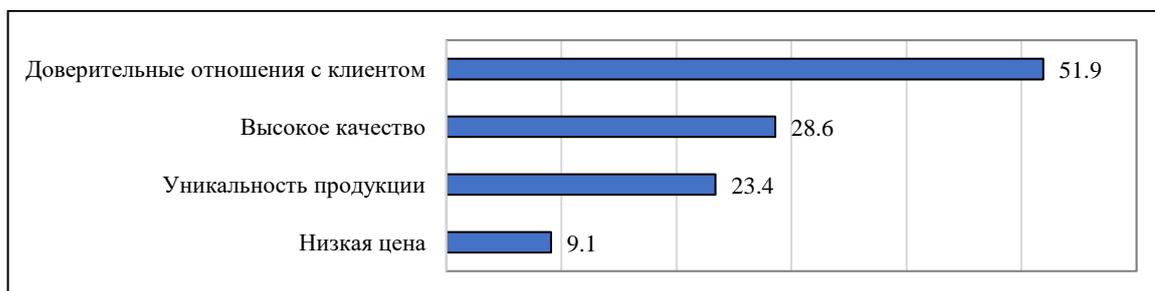
**Рисунок 2.263** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

В случае повышения цен на их услуги на 15%, по мнению большинства опрошенных субъектов предпринимательской деятельности в области социального обслуживания населения, спрос снизится более чем на 15%

(29,9%) (еще 27,2% опрошенных затрудняются составить прогноз для этой ситуации) (рис. 2.264). Цена в данном случае не является решающим фактором конкурентоспособности, занимая последнее место (9,1%). Намного больше значения участники рынка услуг социального обслуживания населения придают доверительным отношениям с клиентами (51,9%), высокому качеству своих услуг (28,6%), а также их уникальности (23,4%) (рис. 2.265).



**Рисунок 2.264** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %



**Рисунок 2.265** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К ключевым факторам роста числа конкурентов на рынке социального обслуживания населения респонденты относят изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (36,4%), меры государственной поддержки предпринимателей (32,5%) и появление конкурентов из других регионов РФ (24,7%) (рис. 2.254). К важнейшим факторам снижения числа конкурентов – антиконкурентное давление со стороны органов власти (36,4%), а также изменения нормативно-правовой базы (32,5%) (рис. 2.267).

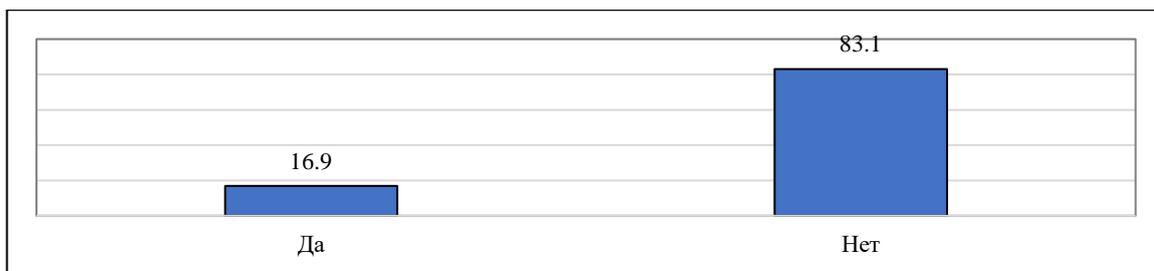


*Рисунок 2.266* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

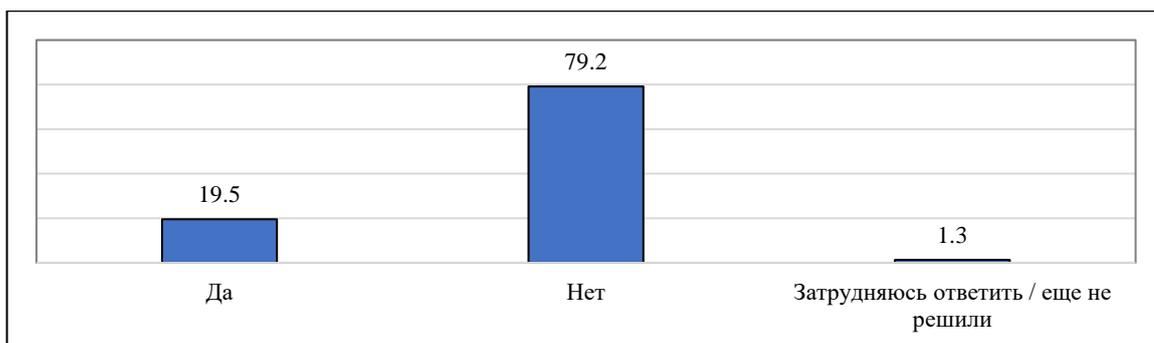


*Рисунок 2.267* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

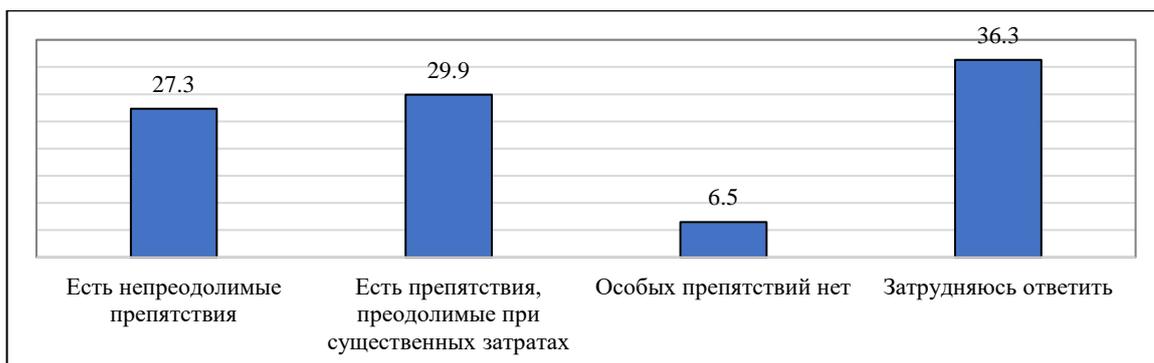
Абсолютное большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (83,1%) (рис. 2.268) или географические рынки (79,2%) (рис. 2.269). Уровни препятствий в обоих случаях оценены как «высокие». В отношении выхода на новые продуктовые рынки 36,3% затрудняются ответить, 27,3% видят непреодолимые препятствия, 29,9% – преодолимые при существенных затратах, 6,5% не видят препятствий (рис. 2.270). В отношении выхода на новые географические рынки 35% затрудняются ответить, 33,8% видят непреодолимые препятствия, 22,1% – преодолимые при существенных затратах, 9,1% не видят препятствий (рис. 2.271).



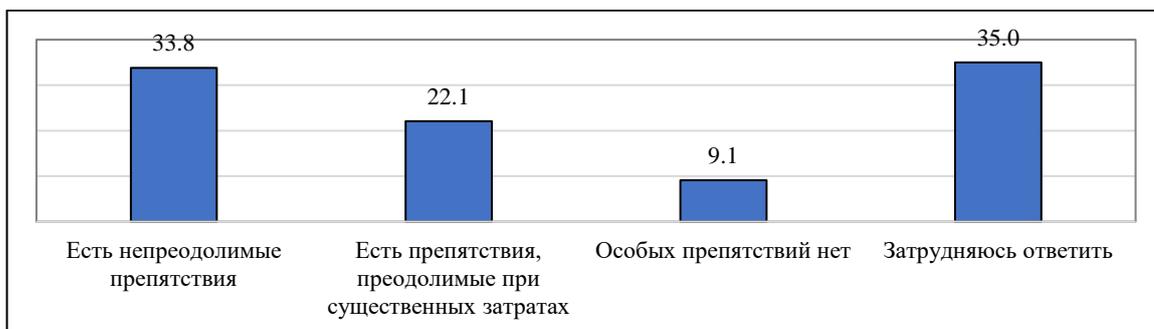
**Рисунок 2.268** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.269** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %

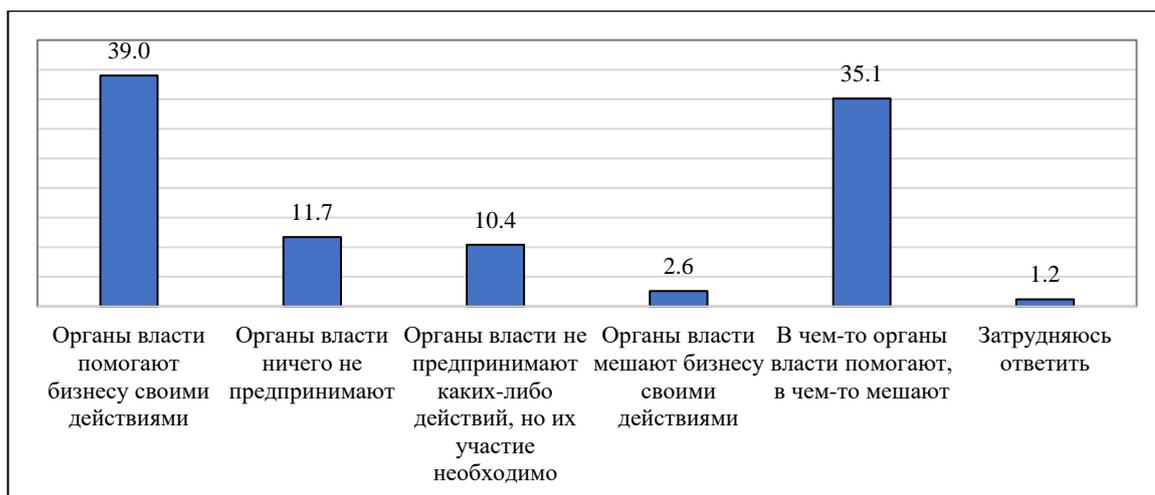


**Рисунок 2.270** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.271** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере предоставления услуг социального обслуживания населения оценивается достаточно позитивно: 39% респондентов считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 35,1% – что они чем-то помогают, а чем-то мешают (рис. 2.272). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций сферы социального обслуживания населения в Республике Татарстан, оказывается ограниченность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок (41,6%), четвертая часть также не удовлетворены сложностью, затянутостью процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (24,7%) (рис. 2.273).



**Рисунок 2.272** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



*Рисунок 2.273* Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

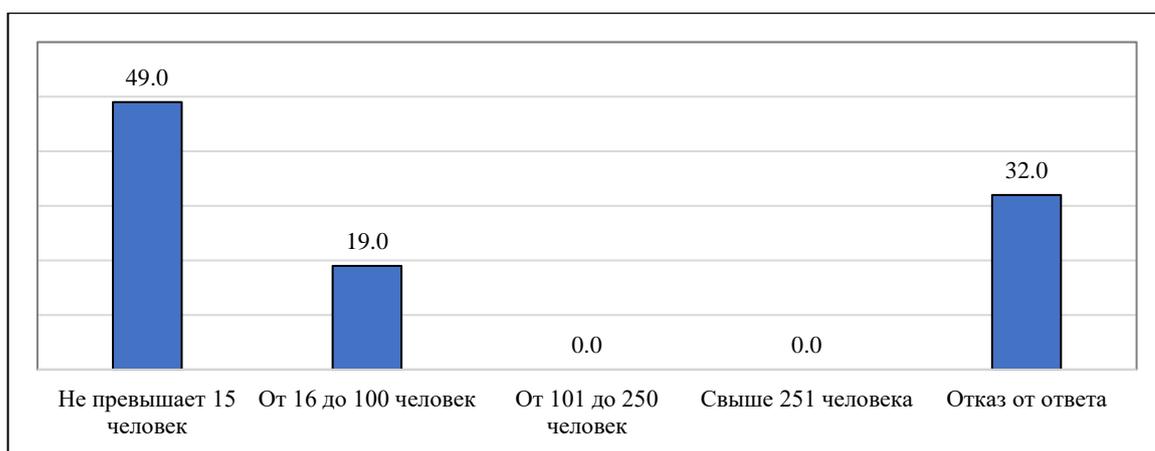
## 4.2 Приоритетные рынки

В рамках проведенного исследования осуществлен анкетный опрос 100 субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан по стратифицированной выборке, структура которой – распределение по рынкам товаров, работ и услуг – представлена в таблице 2.11.

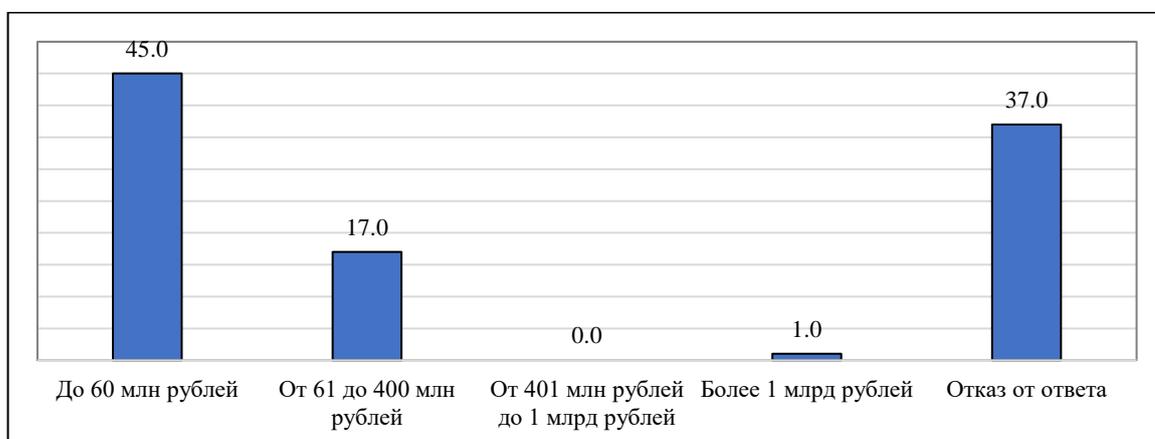
*Таблица 2.11.* Распределения признаков выборочной совокупности опроса субъектов предпринимательской деятельности на приоритетных рынках Республики Татарстан

Наименования рынков	Кол-во, чел.	Доля, %
Рынок строительных материалов	50	50,0
Рынок розничной продажи нефтепродуктов	50	50,0
<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Среднесписочная численность сотрудников половины опрошенных субъектов предпринимательства не превышает 15 человек (49%), еще одной пятой части – варьируется от 16 до 100 человек (19%) (рис. 2.274). Объем выручки за 2017 год, по словам большинства респондентов, не превысил 60 млн рублей (45%). Доход объемом от 61 до 400 млн рублей в 2017 году имели 17% опрошенных компаний, объемом более 1 млрд рублей – 1% (рис. 2.275).



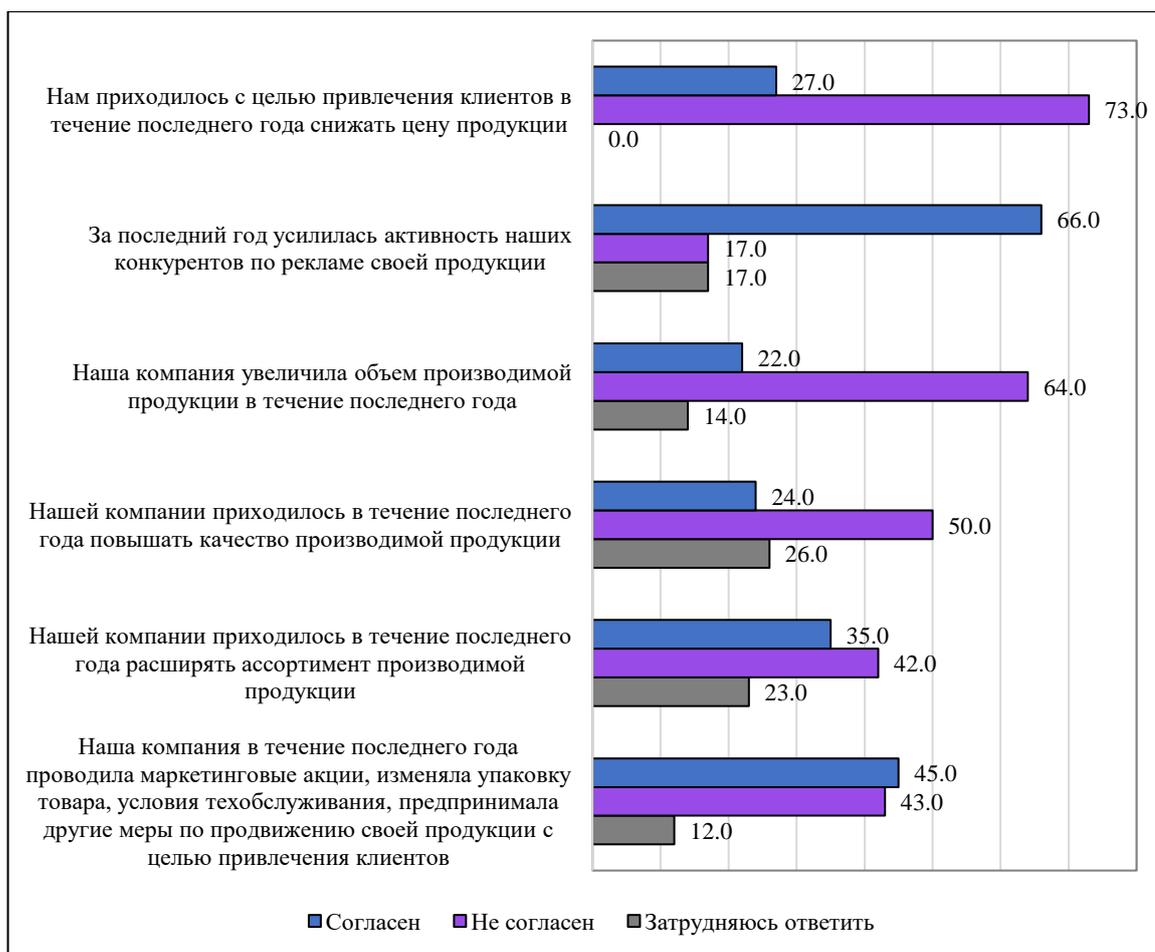
**Рисунок 2.274.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %



**Рисунок 2.275.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %

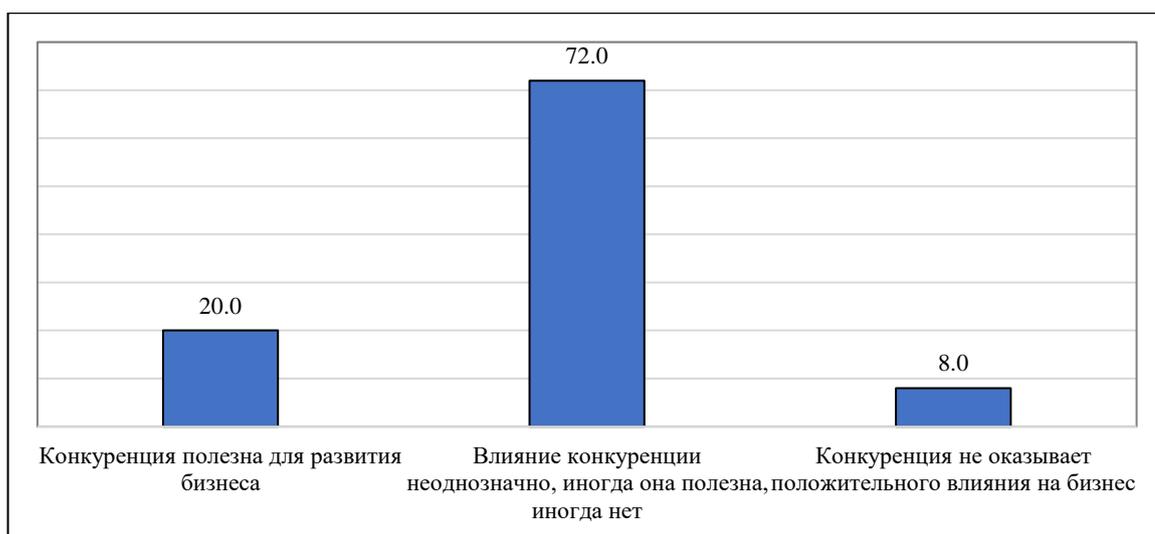
Как показали результаты опроса, в течение последнего года респондентам, представляющим изучаемые нами приоритетные рынки Республики Татарстан, не очень часто доводилось сталкиваться с явлением конкуренции. Так, 66% из них уверены в том, что их конкуренты стали активнее рекламировать свою продукцию, 45% опрошенных компаний в течение последнего года и сами предпринимали различные меры по продвижению своих товаров, работ и услуг, проводили маркетинговые исследования, однако снижать цены на свою продукцию, увеличивать объемы производства, ассортимент и качество товаров, работ и услуг большинству

респондентов в течение последнего года не приходилось (73%, 64%, 42% и 50% соответственно) (рис. 2.276).



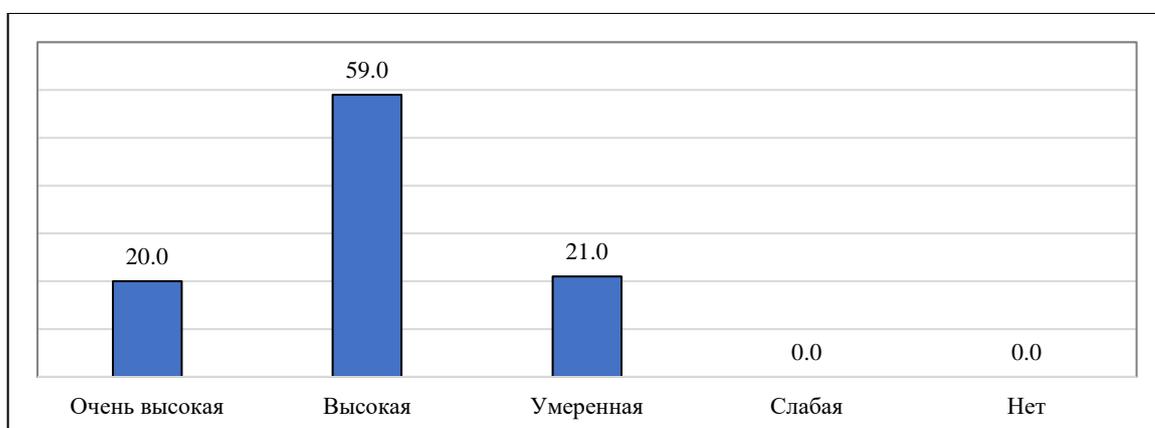
*Рисунок 2.276. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Укажите, с какими из приведенных ниже высказываний Вы согласны, а с какими нет», %*

Направленность воздействия явления конкуренции большинство респондентов находят неоднозначной, считая, что иногда она оказывается полезной для развития бизнеса, а иногда нет (72%). Исключительную пользу в явлении конкуренции видят 20% опрошенных, не видят пользы – 8% (рис. 2.277).



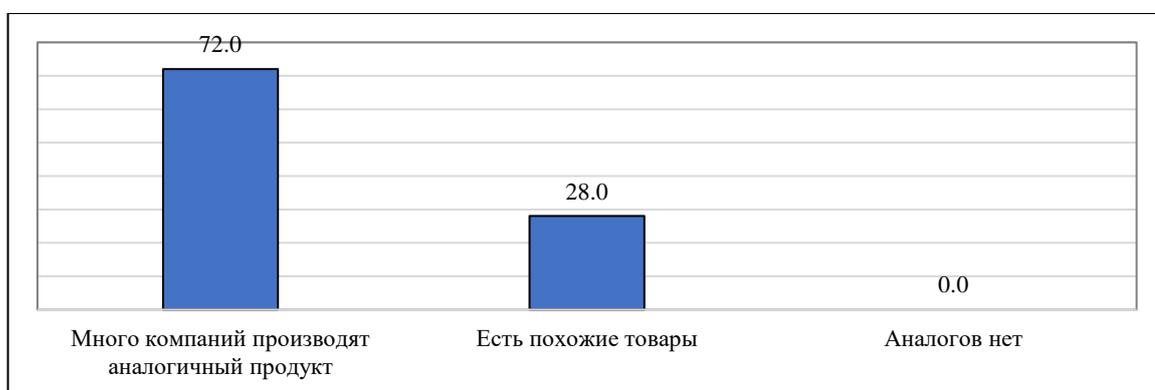
**Рисунок 2.277.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените влияние конкуренции на Ваш бизнес», %

Оценки состояния конкурентной среды на рассматриваемых рынках варьируются от 3,8 балла на рынке строительных материалов до 4 баллов на рынке розничной продажи нефтепродуктов. В целом, это «довольно высокий» уровень – 3,9 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). В соответствии с результатами, полученными с помощью другой измерительной шкалы, оценка состояния конкуренции на приоритетных рынках Республики Татарстан аналогичная – около двух третей опрошенных находят конкуренцию в республике высокой (59%), еще две пятые части – очень высокой и умеренной (20% и 21% соответственно). Никто из респондентов не посчитал конкуренцию в республике слабой или совсем отсутствующей (рис. 2.278).

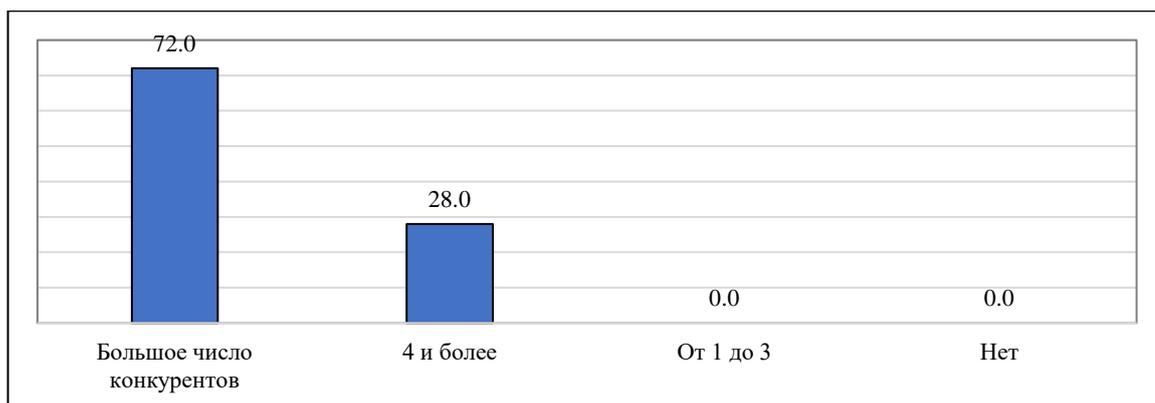


**Рисунок 2.278.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

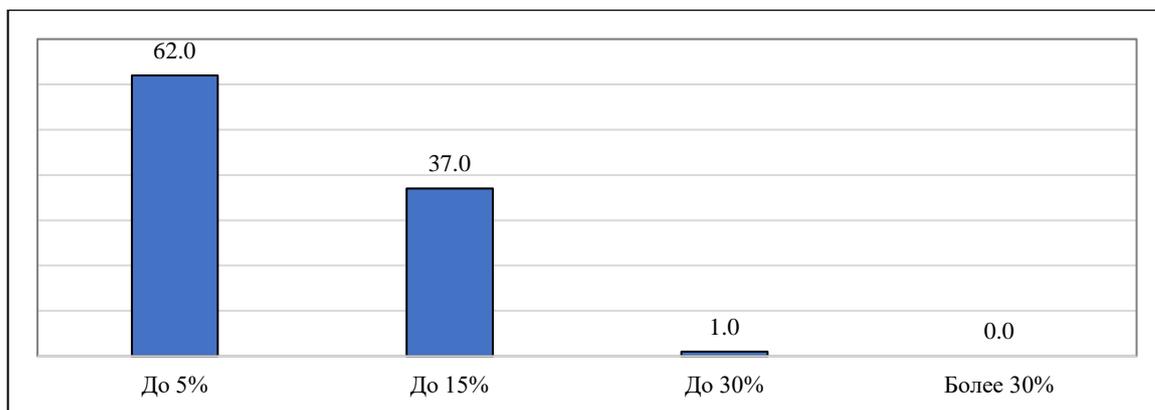
Абсолютное большинство респондентов информированы о многих компаниях, производящих аналогичный продукт, выполняющих аналогичные работы и оказывающих аналогичные услуги на рынках Республики Татарстан (72%), еще треть говорят о наличии похожих товаров (28%) (рис. 2.279). Оценивая количество своих конкурентов, две трети респондентов говорят об их большом числе (72%), одна треть – о 4 и более конкурентах (28%) (рис. 2.280). Долю своей компании на рынке большинство представителей оценивают размером до 5% (62%), еще треть – до 15% (37%), 1% – размером до 30% (рис. 2.281).



**Рисунок 2.279.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

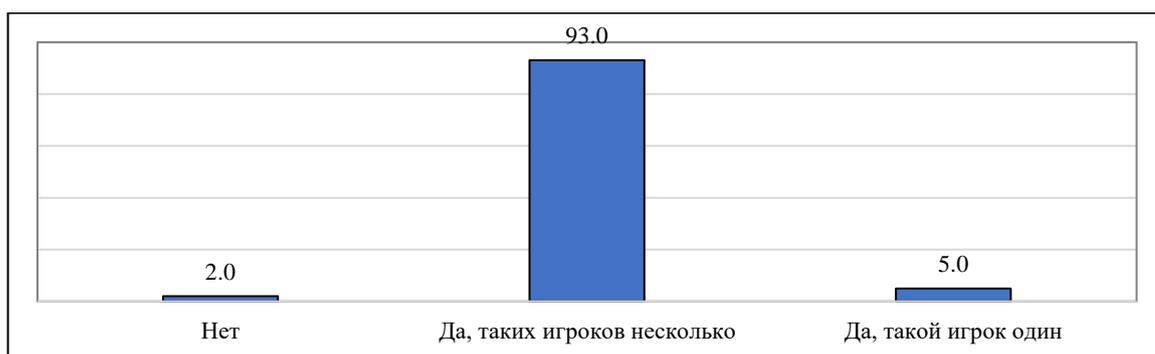


**Рисунок 2.280.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

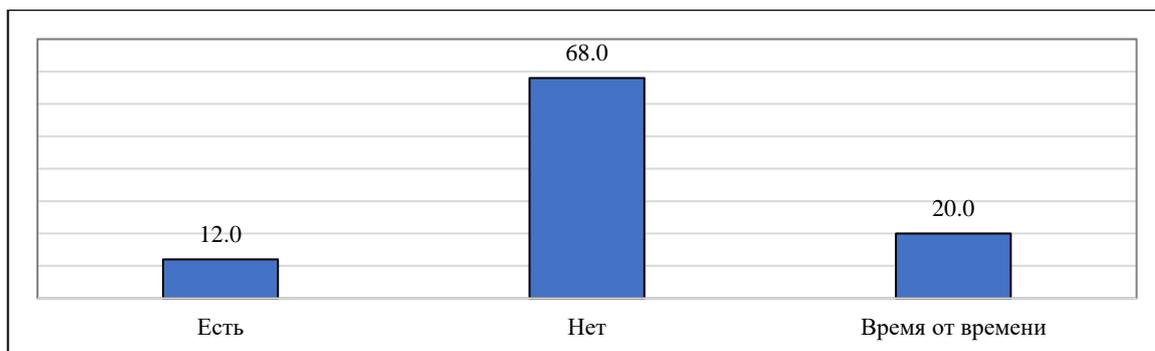


**Рисунок 2.281.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

Что касается степени монополизированности приоритетных рынков Республики Татарстан, с точки зрения участников опроса, то абсолютное большинство из них считают, что на их рынке есть несколько игроков, занимающих существенно большую долю по сравнению с другими его участниками (93%). О наличии одного монополиста говорят 5% респондентов, об отсутствии доминирующих на рынке игроков – 2% (рис. 2.282). Оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка позитивные: 68% опрошенных не ощущают на себе подобного давления, 20% сталкиваются с ним время от времени, а 12% – постоянно (рис. 2.283).

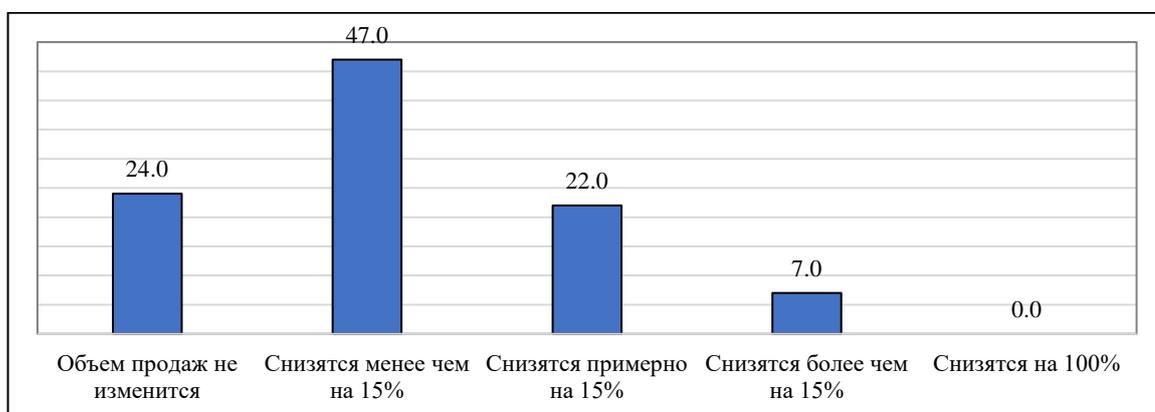


**Рисунок 2.282.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

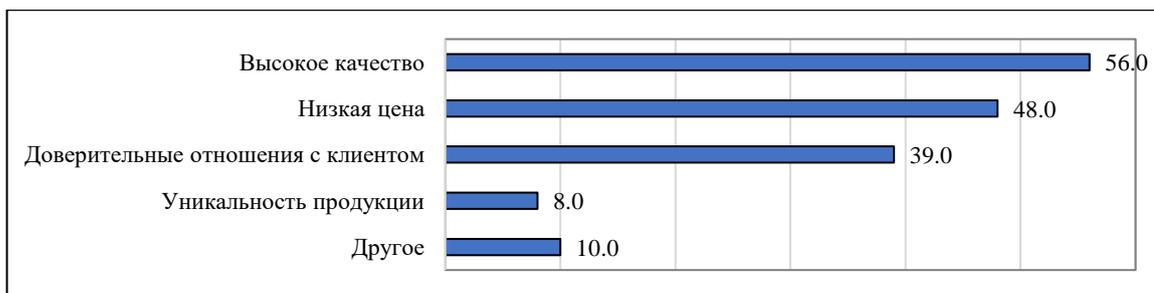


**Рисунок 2.283.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

При ответе на проективный вопрос, в котором представителям субъектов предпринимательской деятельности приоритетных рынков республики необходимо было сделать прогноз изменения спроса на их товары, работы и услуги в случае повышения цены на них на 15%, около половины опрошенных предположили снижение спроса менее чем на 15% (47%), примерно равные доли – снижение примерно на 15% и стабильный спрос (22% и 24% соответственно), 7% – снижение спроса более чем на 15% (рис. 2.284). Низкая цена на товары, работы и услуги, по мнению подавляющего большинства респондентов, является одним из ключевых факторов конкурентоспособности на их рынке, занимая второе место (48%). Несколько большее значение в этом отношении имеют высокое качество товаров, работ и услуг (56%, 1 место), несколько меньшее – доверительные отношения с клиентами (39%, 3 место) (рис. 2.285).



**Рисунок 2.284.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

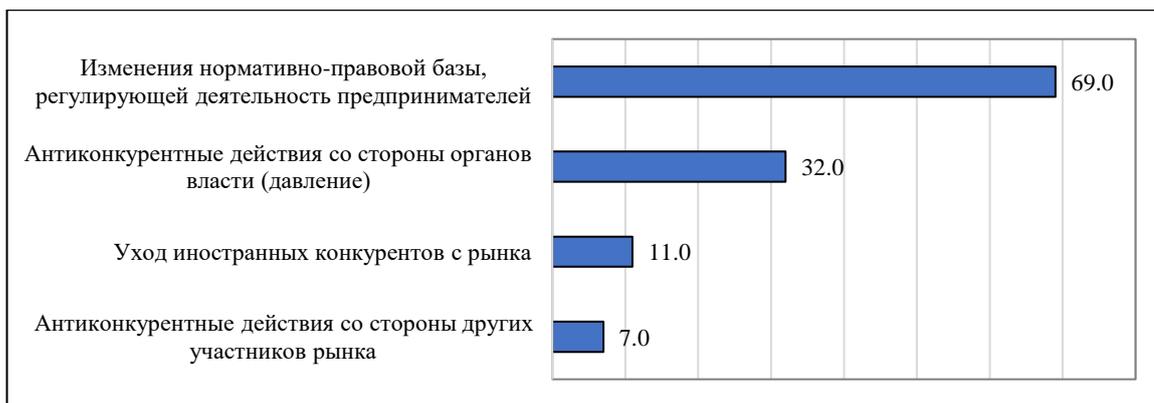


**Рисунок 2.285.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

К важнейшим факторам снижения числа конкурентов на рынках республики респонденты отнесли, главным образом, изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (69%; данный фактор актуален также с точки зрения увеличения числа конкурентов – 46%); несколько более низкой значимостью, по их мнению, обладают антиконкурентные действия со стороны органов власти (32%). Главный из факторов роста числа конкурентов – освоение рынка Республики Татарстан предпринимателями из других регионов РФ (52%) (рис. 2.286, 2.287). Тем не менее, более двух третей наших респондентов видят значительные трудности для нетатарстанских производителей при попытке обосноваться на рынке республики (67%) (рис. 2.288).



**Рисунок 2.286.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

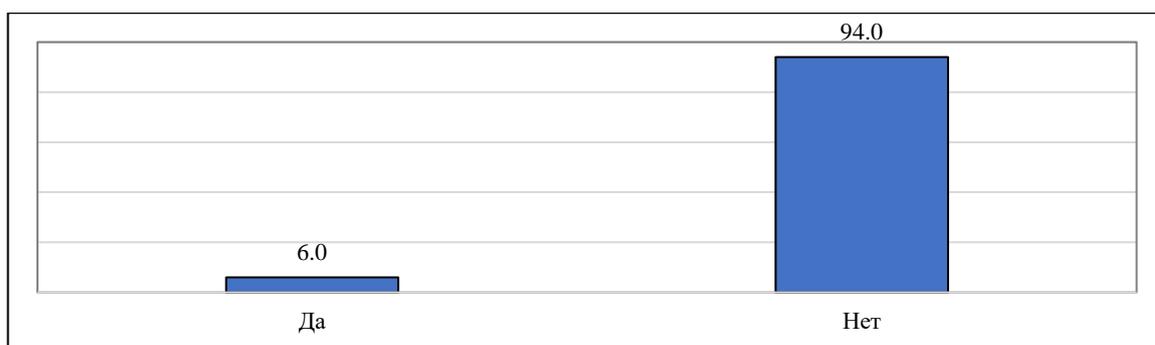


**Рисунок 2.287.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

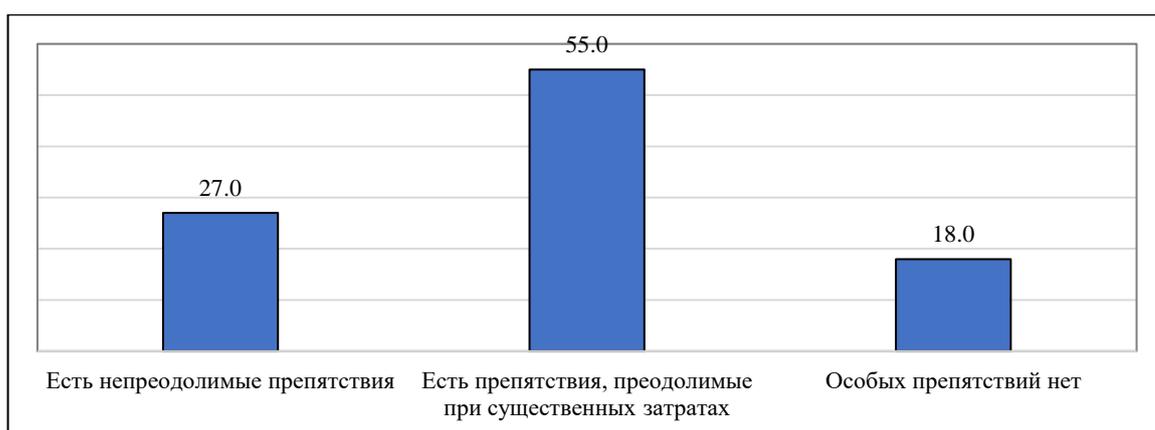


**Рисунок 2.288.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько легко компании из другого региона обосноваться на рынке в Республике Татарстан?», %

Что касается освоения татарстанскими предпринимателями новых географических рынков, то большинство из них не строят подобных планов на ближайшие 3 года (94%) (рис. 2.289), причем, невысоко оценивая непосредственный уровень препятствий (55% – есть преодолимые при существенных затратах препятствия). Еще около трети видят непреодолимые препятствия (27%), а около пятой части не видят препятствий вообще (18%) (рис. 2.290). В числе основных препятствий: высокие начальные издержки для организации бизнеса (56%), нехватка финансовых средств (46%) и насыщенность рынков сбыта (43%) (рис. 2.291).



**Рисунок 2.289.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %



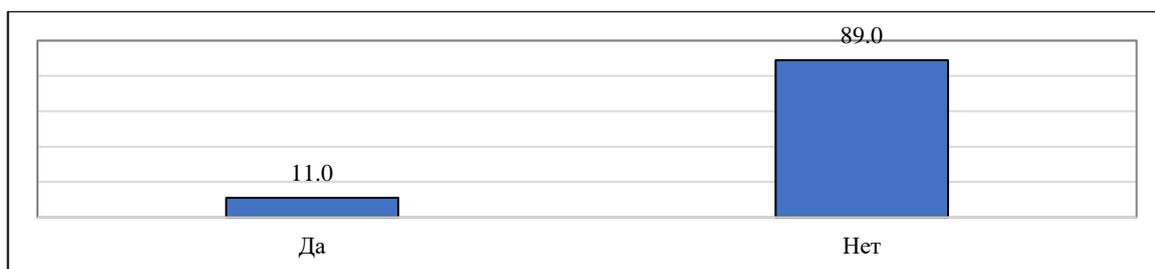
**Рисунок 2.290.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %



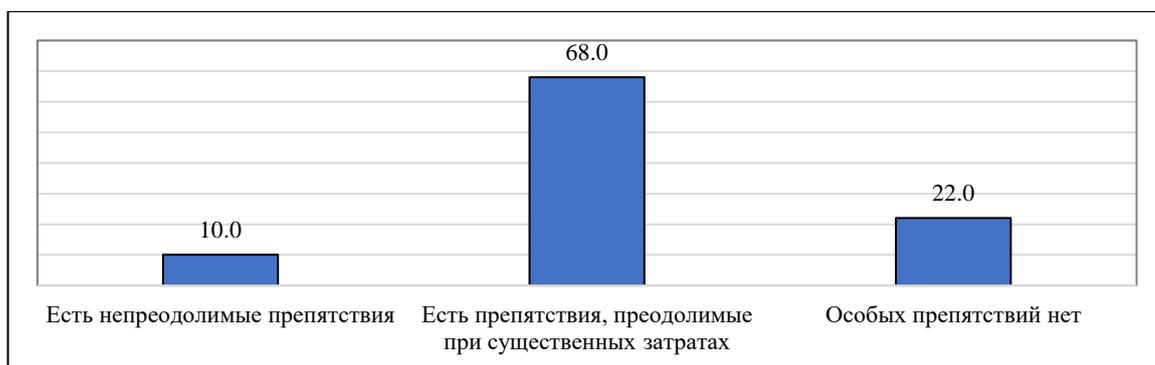
**Рисунок 2.291.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Выделите ключевые препятствия для выхода на новые географические рынки», %

Большинство респондентов не планируют также выход на новые продуктовые рынки (89%) (рис. 2.292), впрочем, оценивая уровень препятствий несколько более позитивно, чем при оценке освоения новых географических рынков. Непреодолимые препятствия видят 10%

опрошенных, преодолимые при определенных затратах – 68%, не видят препятствий – 22% (рис. 2.293).



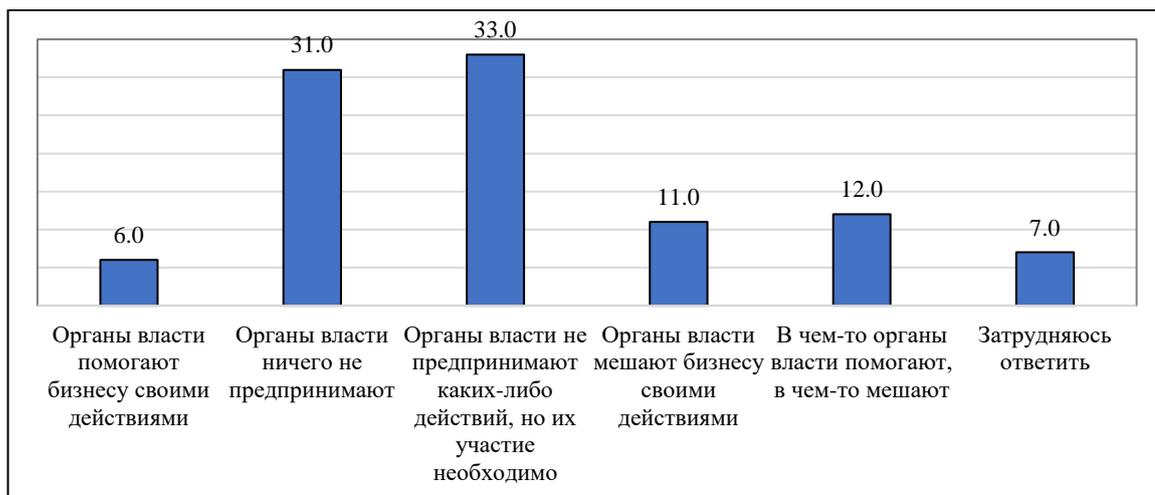
**Рисунок 2.292.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



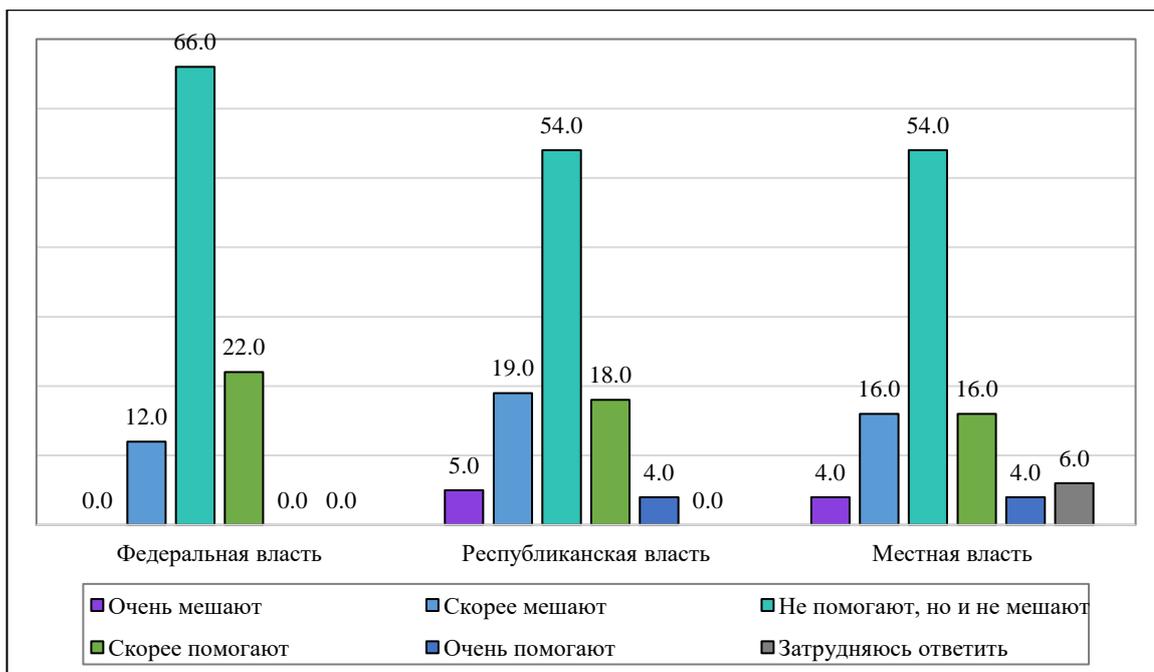
**Рисунок 2.293.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %

Оценки роли государственной власти в регулировании отношений на приоритетных рынках республики говорят о недостатке ее участия – две трети опрошенных считают, что органы власти не предпринимают каких-либо действий для оказания помощи их бизнесу (31%), в то время как их помощь необходима (33%) (рис. 2.294). Что касается оценок пользы государственного регулирования рыночных отношений в разрезе уровней власти, то ее влияние во всех случаях признается невыраженным. Так, по мнению большинства опрошенных субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан, органы власти не помогают, но и не мешают ведению бизнеса (66% – в отношении влияния федеральных органов власти, 54% – республиканских органов власти, 54% – местных органов власти), в среднем, по одной пятой части респондентов считают, что органы власти очень мешают и скорее мешают (12%, 24% и 20% соответственно), либо очень помогают и скорее помогают (22%, 22% и 20%) (рис. 2.295). Сила влияния органов власти на

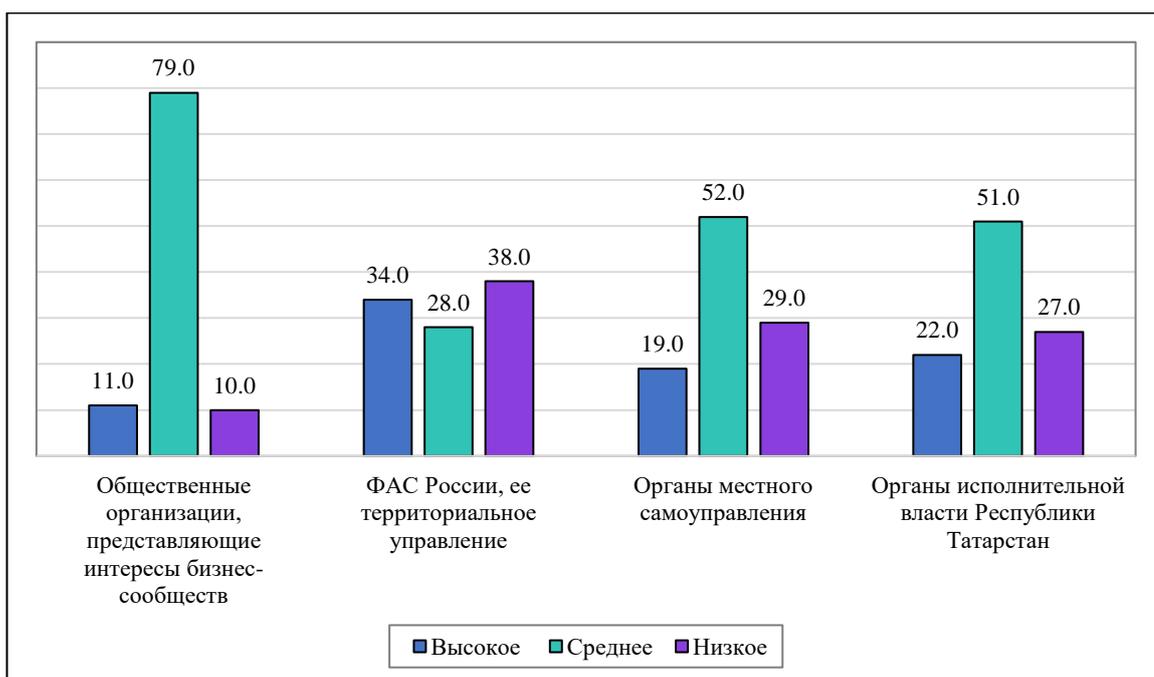
рынок признается средней (79% в отношении общественных организаций, представляющих интересы бизнес-сообществ, 52% – в отношении органов местного самоуправления, 51% – в отношении органов исполнительной власти Республики Татарстан), исключение составляет ФАС России, силу влияния которой большинство респондентов посчитали низкой (38%), а близкие доли также высокой (34%) и средней (28%) (рис. 2.296). Наиболее существенным административным барьером, по мнению опрошенных представителей рассматриваемых рынков, оказывается сложность получения доступа к земельным участкам (53%), две трети респондентов, кроме этого, обеспокоены нестабильностью законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность в республике (35%), и сложностью, затянутостью процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (33%) (рис. 2.297).



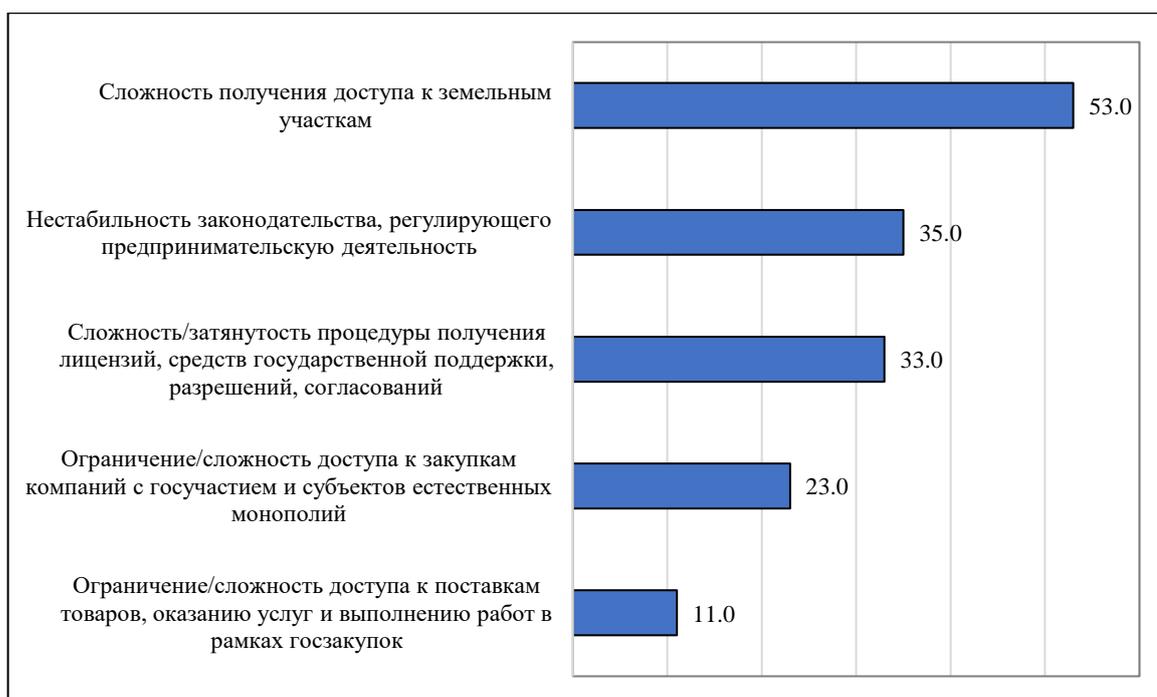
**Рисунок 2.294.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



**Рисунок 2.295.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое влияние оказывают власти различного уровня на ведение бизнеса?», %



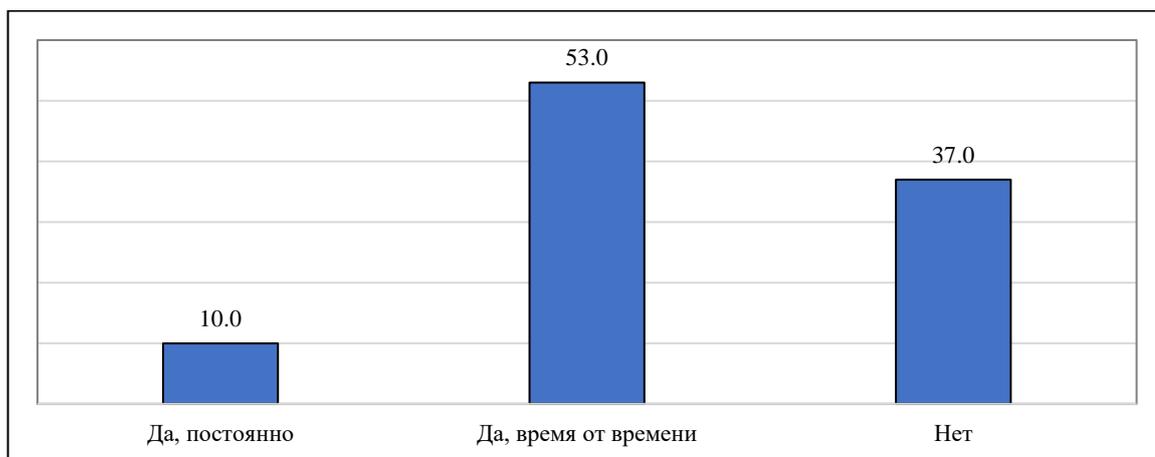
**Рисунок 2.296.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените влияние на конкурентную среду следующих органов власти», %



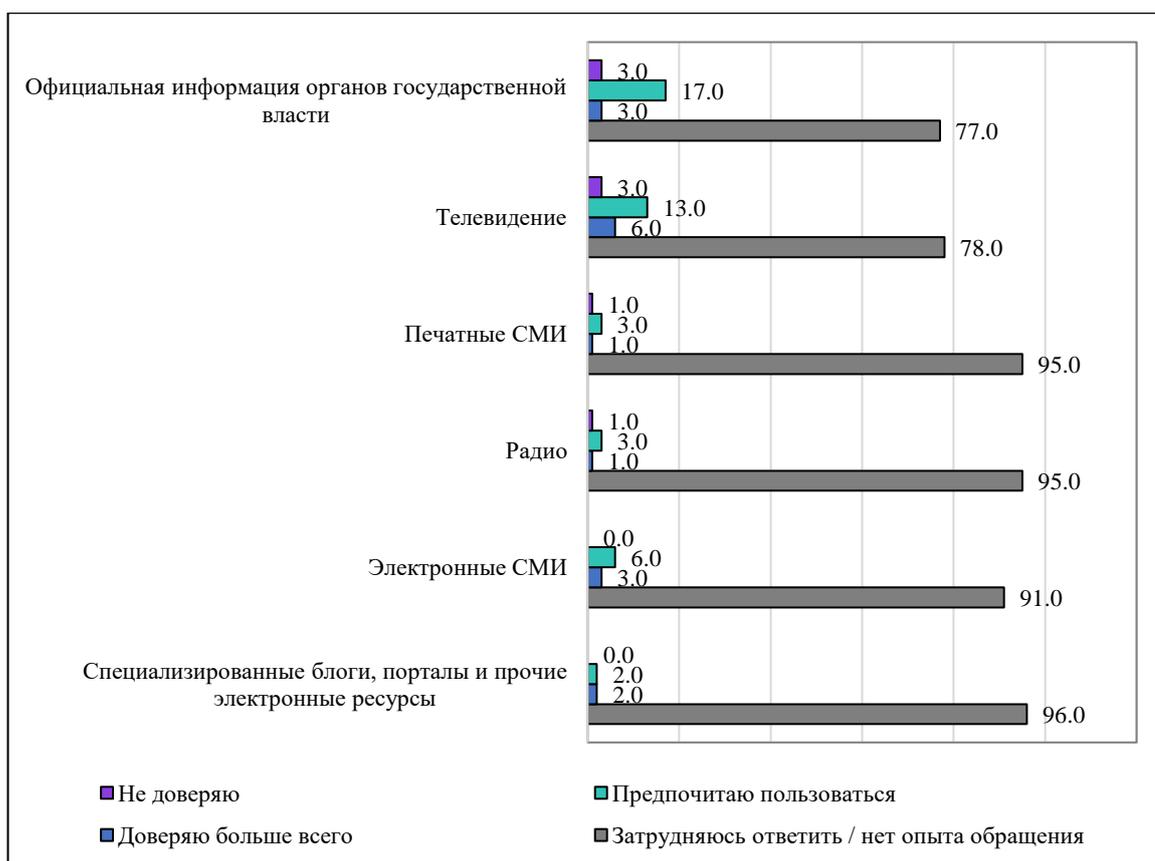
*Рисунок 2.297. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %*

53% опрошенных представителей субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан время от времени обращаются к информации о состоянии конкурентной среды на их рынке и о деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, еще 10% осуществляют постоянный мониторинг данных сведений. Не интересуются этой информацией 37% респондентов (рис. 2.298). Участники опроса не имели опыта использования большинства предложенных к оценке источников информации о состоянии конкурентной среды и о деятельности по содействию конкуренции в регионе (здесь следует понимать не отсутствие опыта пользования данными источниками в принципе, но поиск с их помощью информации преимущественно по другим темам): 77% не искали информацию в официальных документах, 78% – на телевидении, 95% и 91% – в печатной и электронной прессе соответственно, 95% – на радио, 96% – в блогах, на порталах и прочих электронных ресурсах. Главными источниками информации для заинтересованных в ее получении и имевших опыт обращения к тем или иным источникам являются официальные материалы

авторства представителей органов государственной власти (предпочитают пользоваться ими 17% опрошенных; выступления лиц, совещания и конференции, официальные сайты министерств и т. д.) и телевидение (13%; «Первый канал», «Россия 1», «Эфир», «ТНВ» и т. д.). Намного реже обращаются к электронным и печатным СМИ, радио и специализированным блогам, порталам и прочим электронным ресурсам (6%, 3%, 3% и 2% соответственно). Больше всего доверия у респондентов вызывает информации, транслируемая по телевидению (6%) (рис. 2.299).

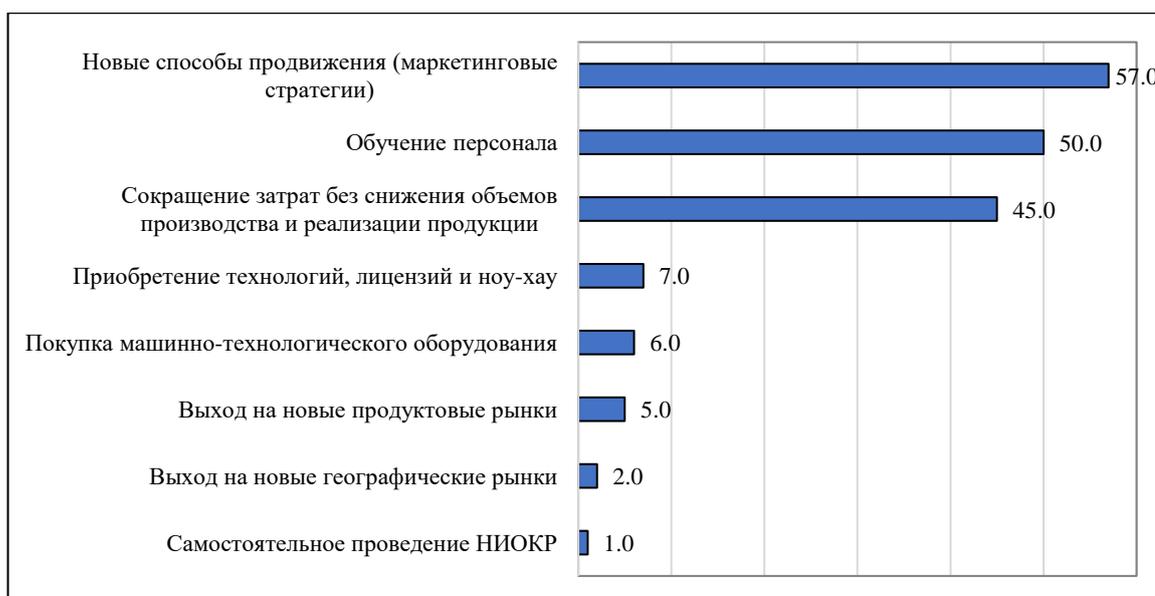


*Рисунок 2.298. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Интересуетесь ли Вы информацией о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе?», %*

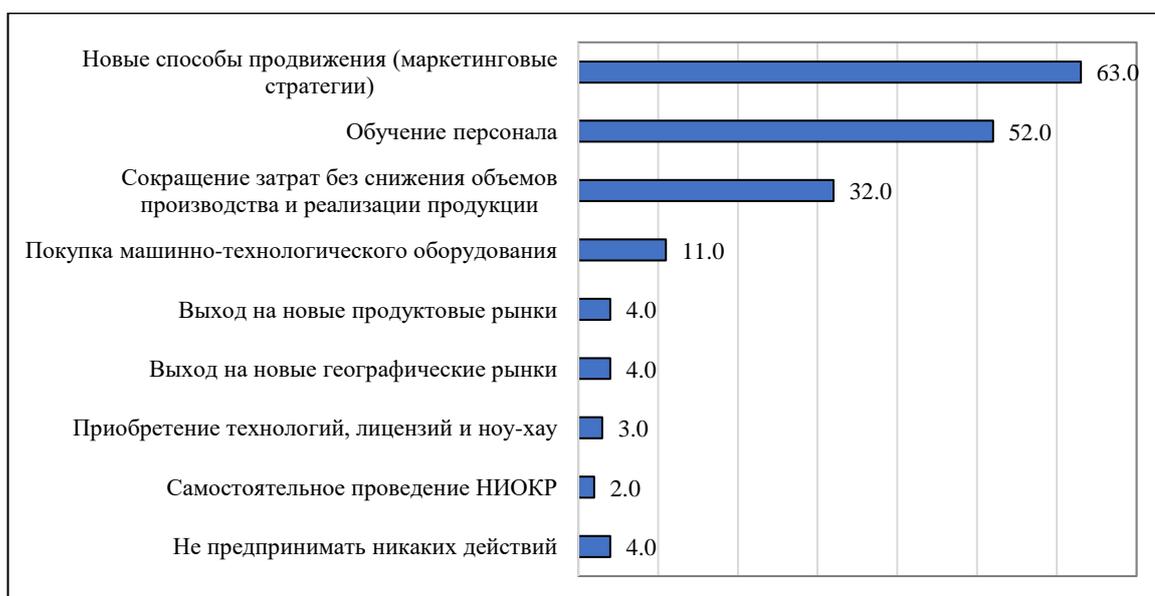


**Рисунок 2.299.** *Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе Вы предпочитаете пользоваться и каким доверяете больше всего?», %*

Опыт в планировании и реализации конкурентной борьбы имеют все опрошенные субъекты предпринимательской деятельности. 57% из них разрабатывали новые маркетинговые стратегии, 50% занимались обучением персонала, 45% – сокращением затрат без снижения объемов производства и реализации продукции, 7% – приобретением технологий, лицензий и ноу-хау, 6% – покупкой машинно-технологического оборудования, 5% – выходом на новые продуктовые рынки, 2% – выходом на новые географические рынки, 1% – самостоятельным проведением НИОКР (рис. 2.300). В будущем наши респонденты собираются придерживаться той же линии поведения (иерархия способов повышения конкурентоспособности практически сохранена), уделяя еще больше внимания рекламе и маркетингу (рис. 2.301).



**Рисунок 2.300.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие способы повышения конкурентоспособности Вы использовали в прошлом?», %



**Рисунок 2.301.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие способы повышения конкурентоспособности Вы планируете использовать в будущем?», %

Оценивая степень проблематичности процедур, связанных с началом предпринимательской деятельности, большинство опрошенных настроены пессимистично. Процесс регистрации бизнеса у половины респондентов сопровождался большими и непреодолимыми проблемами (52%), у трети – средними проблемами (31%). Лицензирование без проблем или с минимальными проблемами прошло у 27% опрошенных субъектов

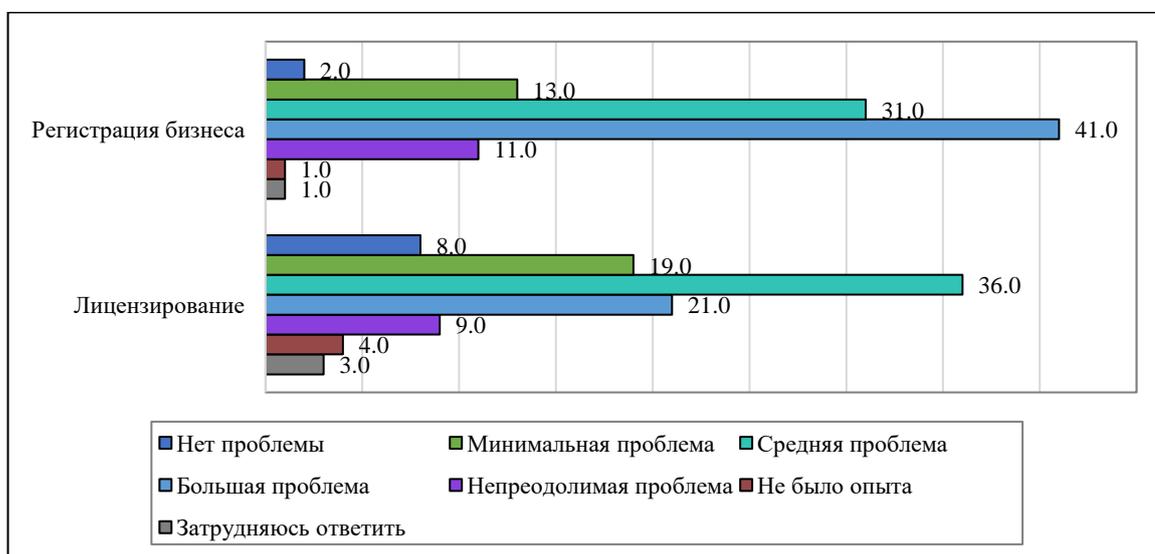
предпринимательской деятельности Республики Татарстан, со средними – 36%, с большими и непреодолимыми – у 30% (рис. 2.302).

Степень проблематичности процедур, связанных с размещением бизнеса, также в целом оценена высоко: большие и непреодолимые проблемы, по словам участников опроса, возникли у них в процессе приобретения зданий и помещений (40%), получения земель под строительство (46%), получения разрешения на строительство (28%; кроме этого, 25% не проходили данную процедуру), перевода помещений в нежилые (34%; кроме этого, 20% не проходили данную процедуру). Исключение составляет лишь процедура аренды зданий, при прохождении которой у большинства респондентов не возникло проблем или возникли минимальные проблемы (44%) (рис. 2.303).

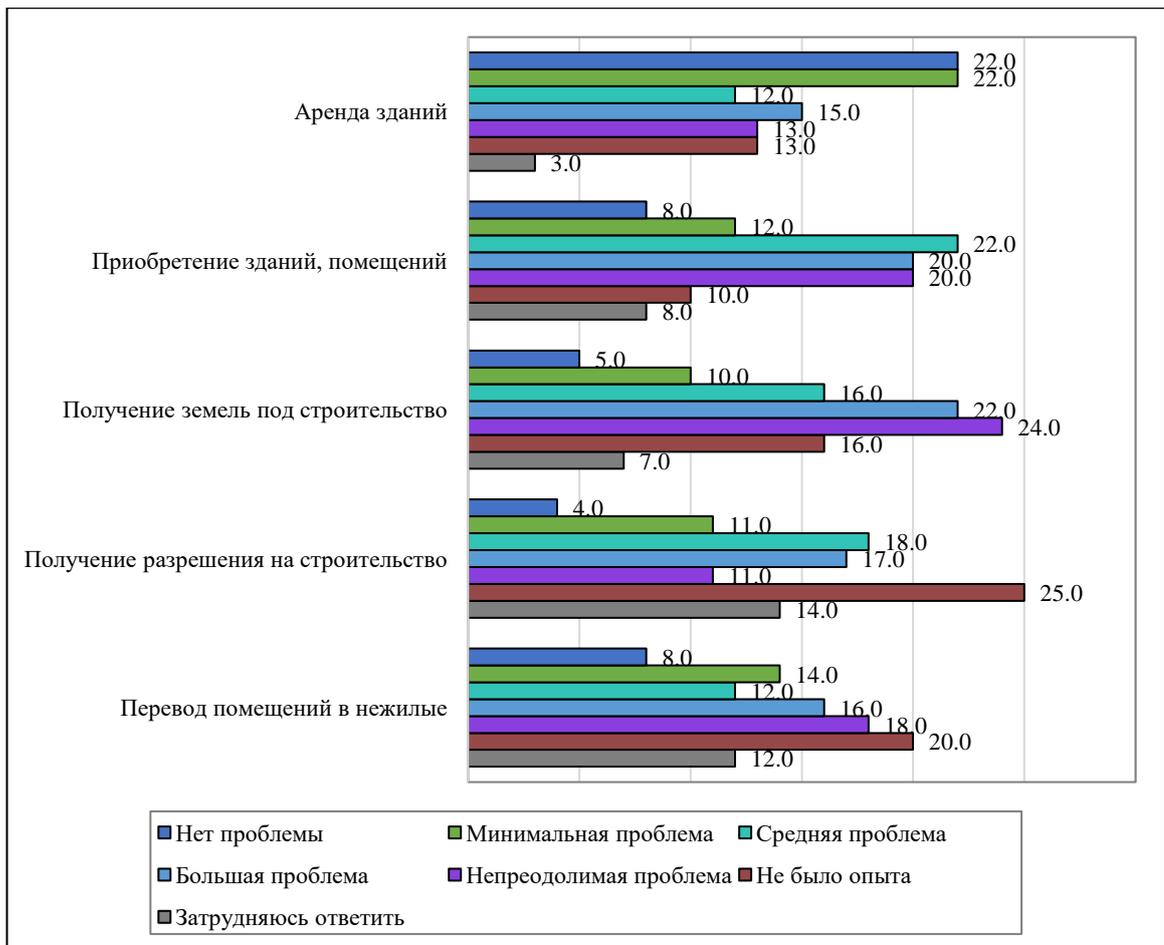
Аспекты ведения предпринимательской деятельности также оценены в основном отрицательно: большие и непреодолимые проблемы у опрошенных возникали при построении трудовых отношений в коллективах (42%), при подборе квалифицированного персонала (38%), при прохождении процедур сертификации и стандартизации бизнеса (45%), регистрации прав интеллектуальной собственности (31%; кроме этого, 23% не проходили данную процедуру), при прохождении процедур, связанных с ведением внешнеэкономической деятельностью (33%; кроме этого, 20% не проходили данную процедуру), а также при получении доступа к инфраструктуре (49%). Не столь однозначно оценена проблематичность ведения налогового и бухгалтерского учета (не возникло проблем или возникли минимальные проблемы у 28%, возникли средние проблемы у 27%, возникли большие и непреодолимые проблемы у 29%), процесса реорганизации бизнеса (30%, 20% и 26% соответственно) и получения доступа к финансированию (23%, 27% и 28%) (рис. 2.304).

В целом негативны и оценки степени проблематичности проверочных процедур и деятельности органов власти. Так, большие и непреодолимые проблемы у опрошенных представителей приоритетных рынков республики возникли во время проверок Росприроднадзора (33%), Роспотребнадзора

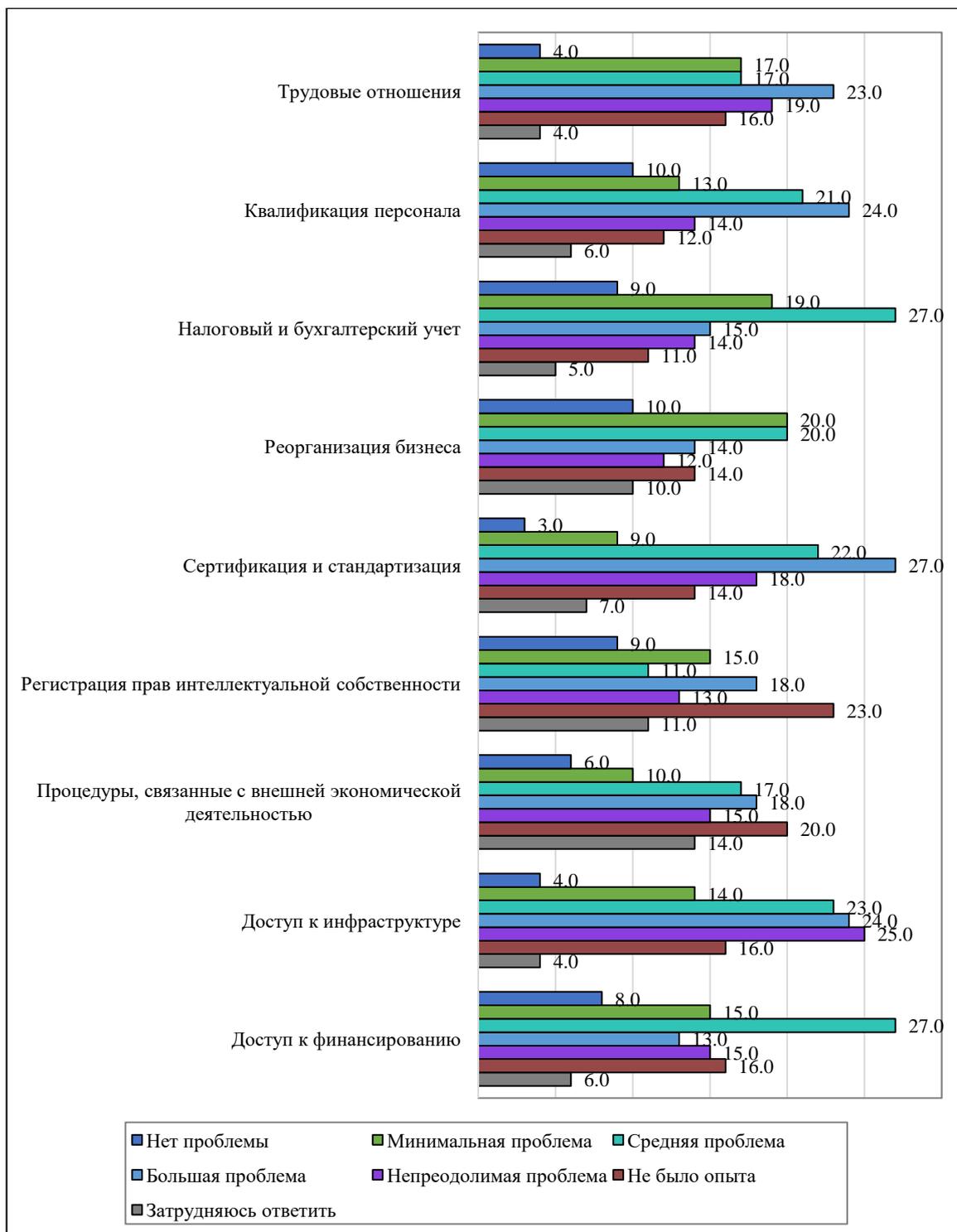
(34%), Министерства внутренних дел (39%; кроме этого, 18% не проходили данную процедуру), пожарной инспекции (41%), государственных внебюджетных фондов (33%), налоговой инспекции (40%), во время столкновения с мерами антимонопольного регулирования (39%) и антиконкурентными мерами местных властей (37%). Несколько неоднозначны оценки степени проблематичности проверок Рострудинспекции: не вызвали проблем или вызвали минимальные проблемы они у 28% опрошенных, средние проблемы – у 16%, большие и непреодолимые проблемы – у 28%; кроме этого, 18% никогда не проходили проверки трудовой инспекции (рис. 2.305).



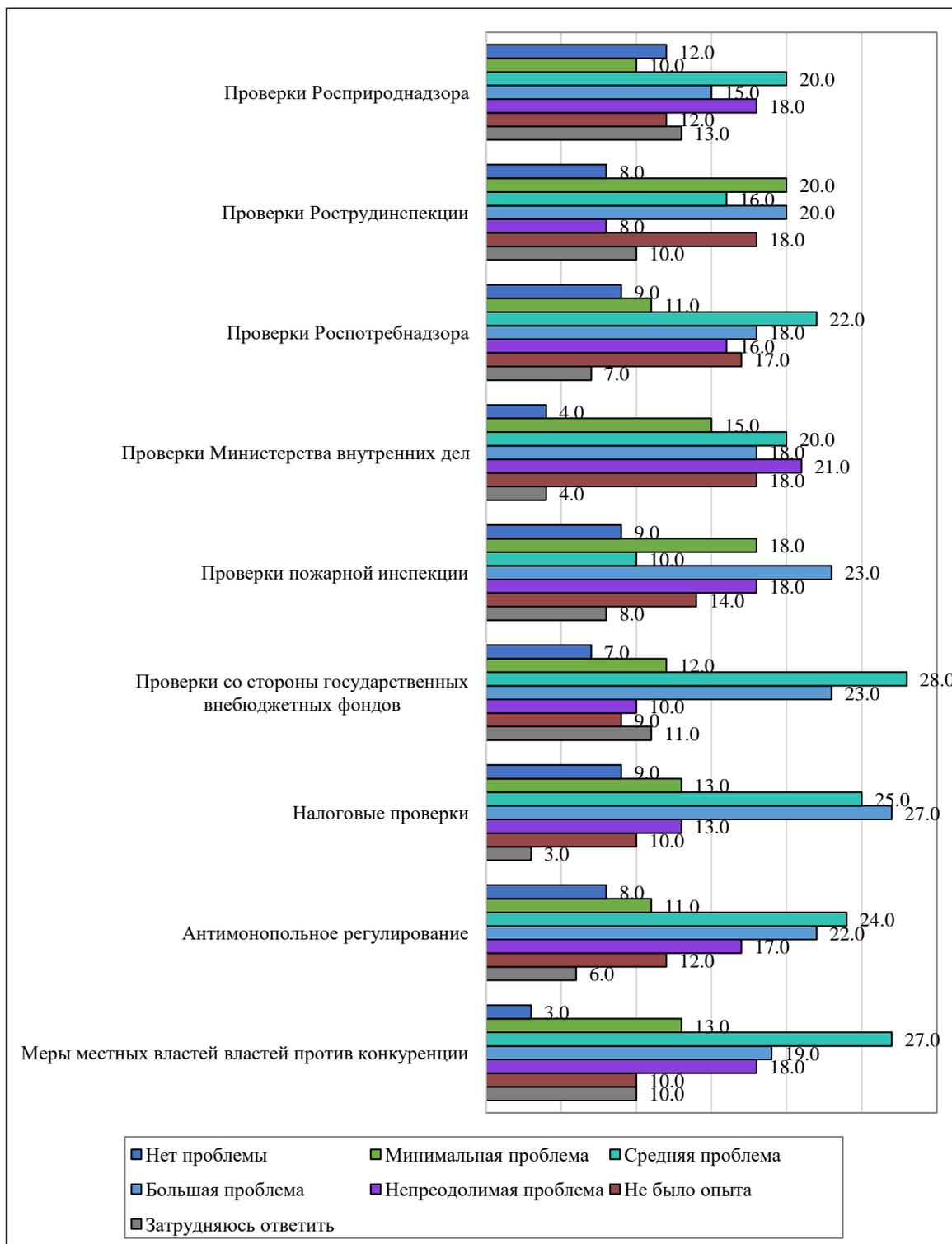
**Рисунок 2.302.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с началом предпринимательской деятельности», %



**Рисунок 2.303.** *Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с размещением бизнеса», %*



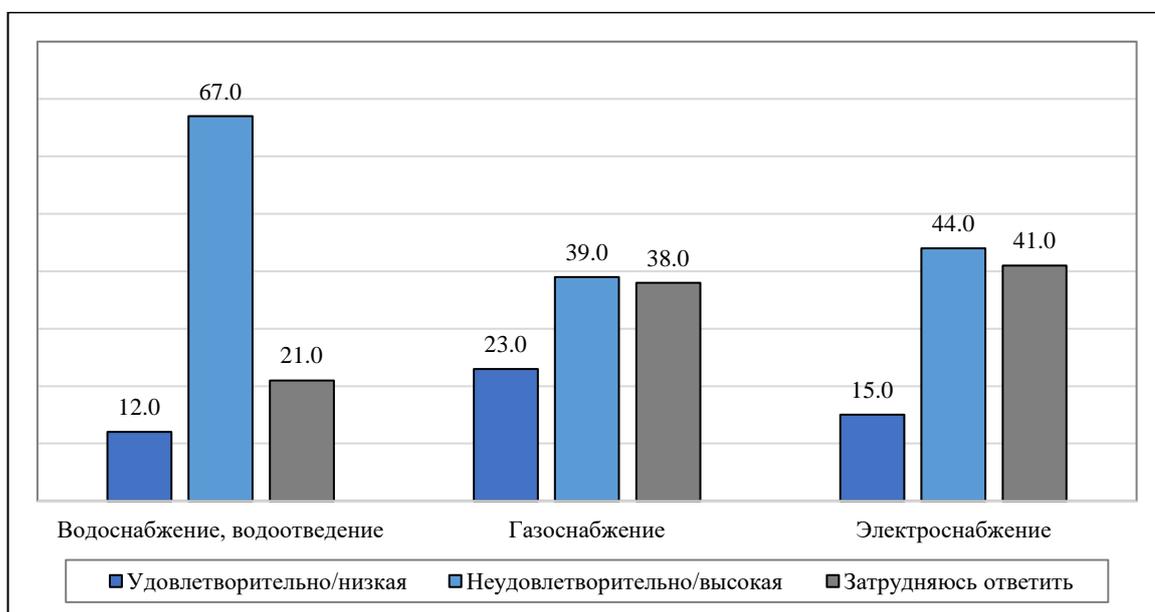
**Рисунок 2.304.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности процедур, связанных с ведением предпринимательской деятельности», %



**Рисунок 2.305.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените степень проблематичности проверочных процедур и деятельности органов власти», %

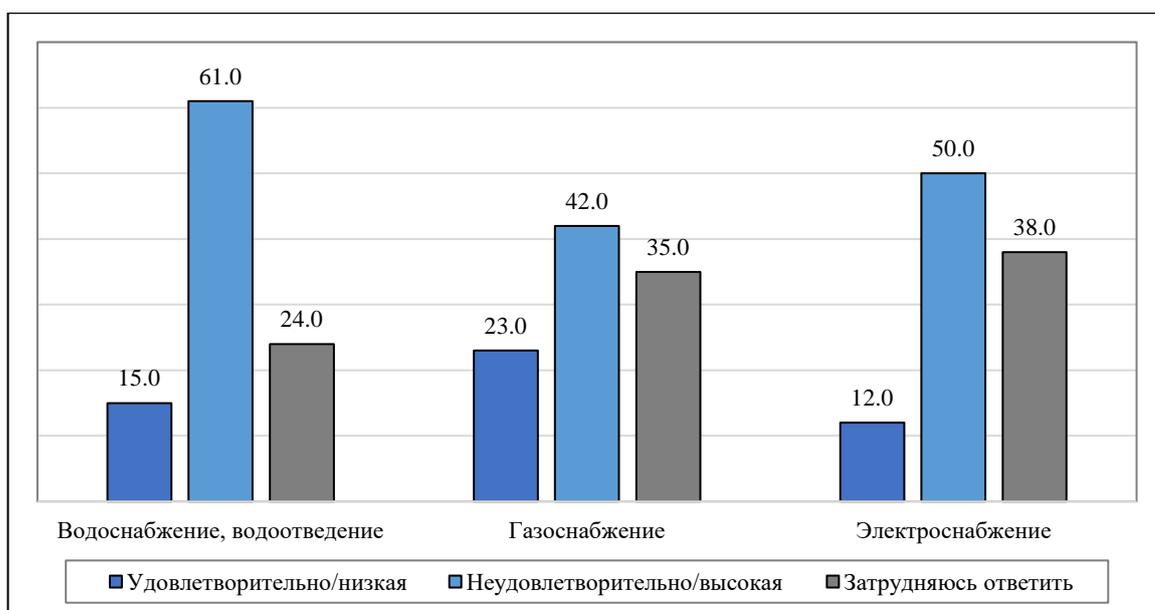
Качество предложенных к оценке услуг естественных монополий респонденты исследования, в целом и при значительной доле затруднившихся ответить, оценили ниже среднего. Большинство из них негативно рассматривают долгие сроки получения доступа к этим услугам: 67% – по

отношению к срокам получения услуг водоснабжения и водоотведения в Республике Татарстан, 39% – по отношению к срокам получения услуг газоснабжения, 44% – по отношению к срокам получения услуг электроснабжения (рис. 2.306). Значительна также неудовлетворенность сложностью (количеством) процедур подключения данных услуг: неудовлетворительно высокой ее считают 61%, 42% и 50% получателей услуг водо-, газо- и электроснабжения соответственно (рис. 2.307). Аналогичная ситуация сложилась и при оценке приемлемости цен на услуги; доли респондентов, находящих их завышенными, равны соответственно 66%, 52% и 55% (рис. 2.308).

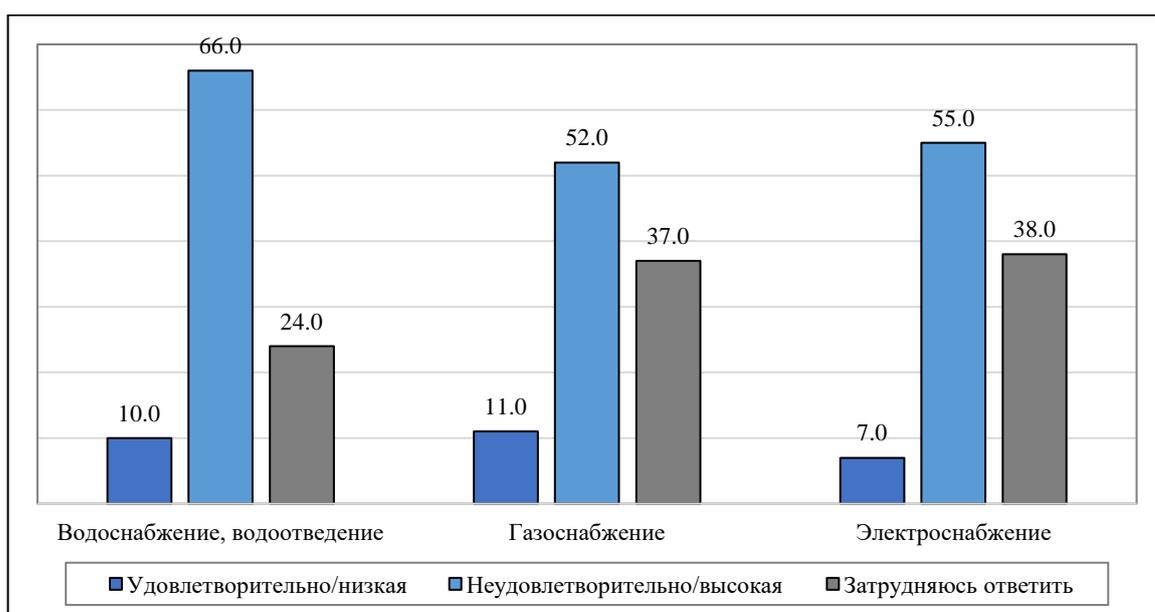


**Рисунок 2.306.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по срокам получения доступа»,

%



**Рисунок 2.307.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по сложности (количеству) процедур подключения», %

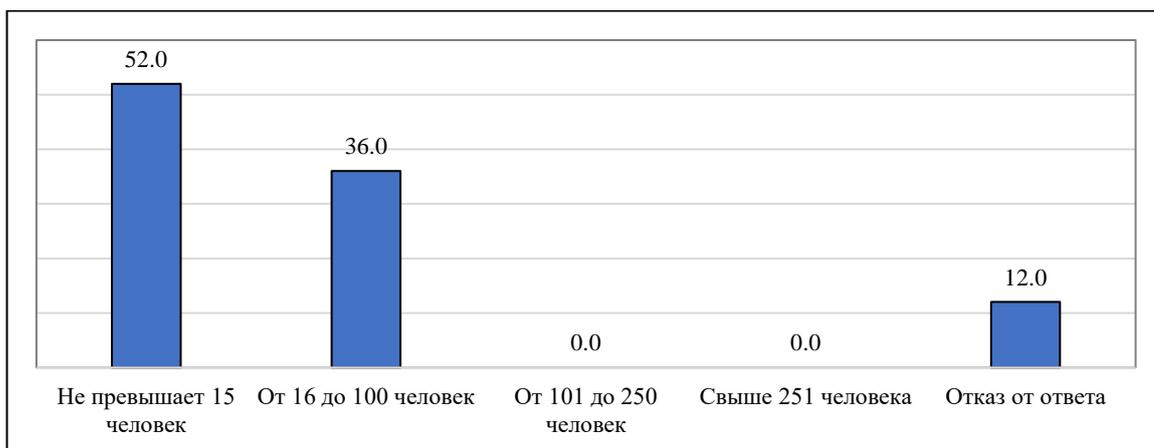


**Рисунок 2.308.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените качество услуг естественных монополий в Республике Татарстан по стоимости подключения», %

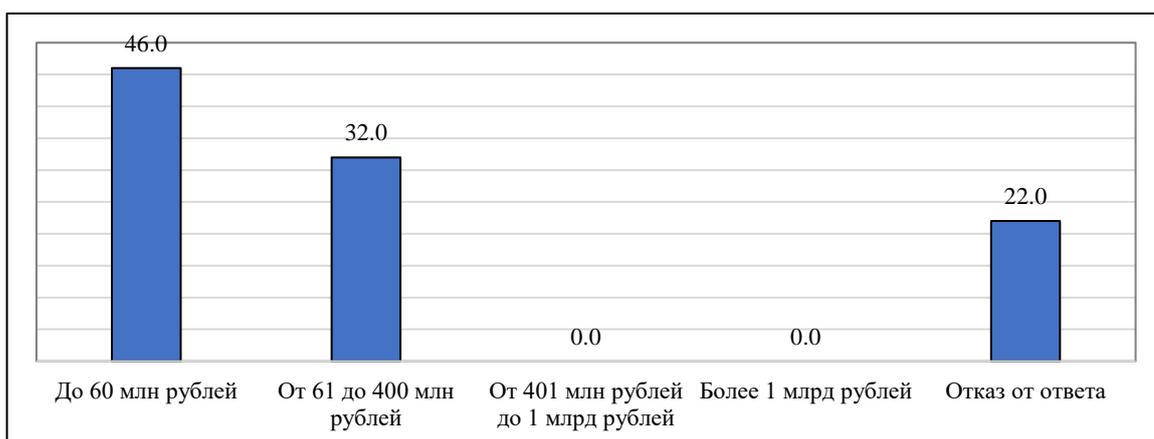
Далее, в целях определения специфики состояния конкуренции в разрезе сегментов, представлен анализ по каждому из двух приоритетных рынков Республики Татарстан по ключевым для изучения проблемы вопросам анкеты.

#### 4.2.1 Рынок строительных материалов

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке строительных материалов Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников половины из которых не превышает 15 человек (52%), а еще трети – варьируется от 16 до 100 человек (36%) (рис. 2.309); объем выручки за 2017 год 46% участвовавших в опросе компаний составил до 60 млн рублей, еще 32% респондентов – от 61 до 400 млн рублей (рис. 2.310).



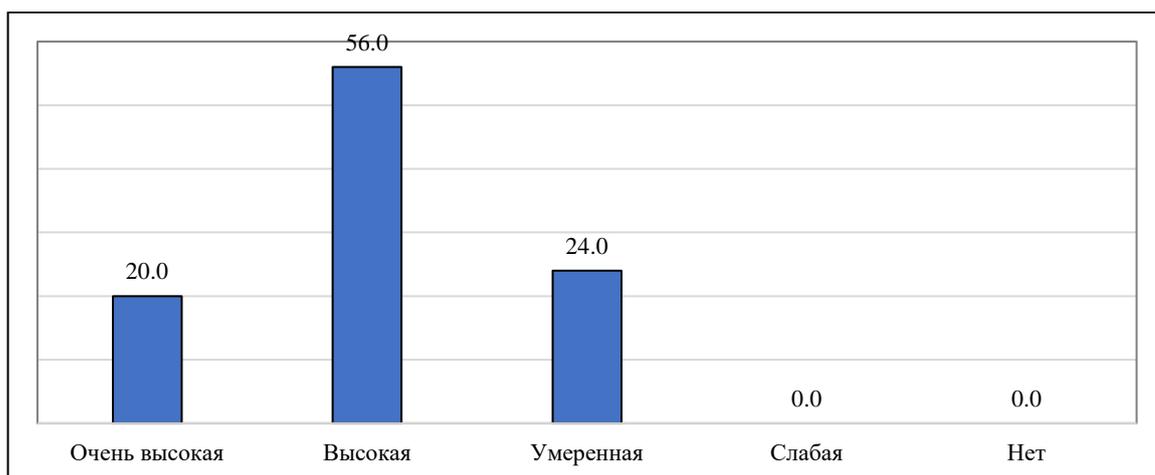
*Рисунок 2.309. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*



*Рисунок 2.310. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*

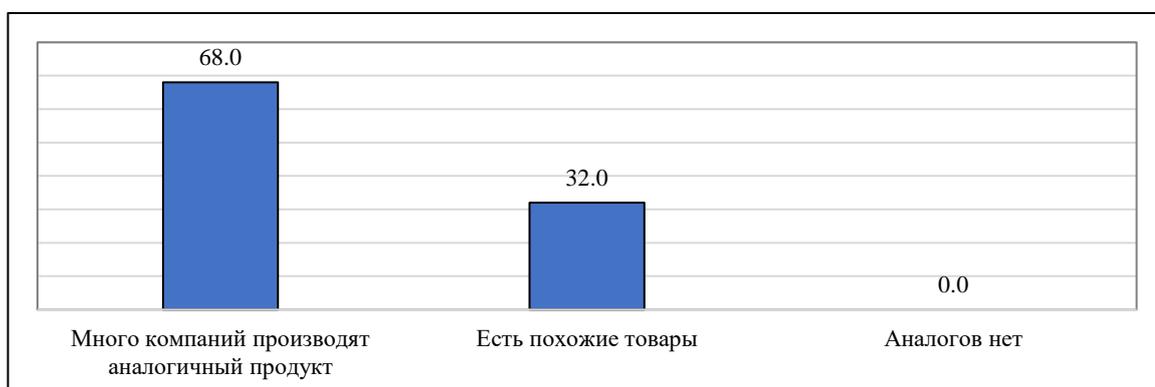
Состояние конкурентной среды на рынке строительных материалов республики респондентами оценивается как «выше среднего» – 3,8 балла из

максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, значительно выше: половина (56%) считает конкуренцию на рынке высокой, еще пятая часть (20%) – очень высокой, четверть (24%) – умеренной. Никто из опрошенных не посчитал конкуренцию на рынке слабой или совсем отсутствующей (рис. 2.311).

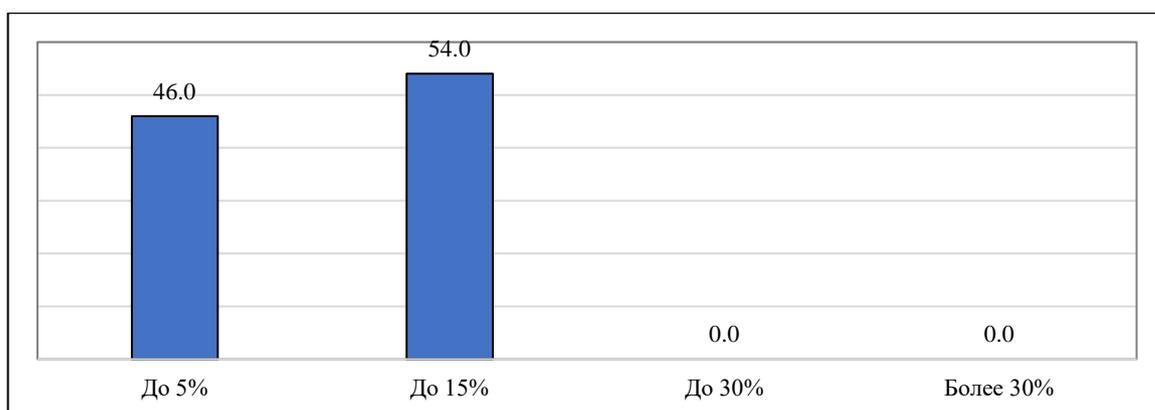


**Рисунок 2.311.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Более двух третей опрошенных (68%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, еще одна треть (32%) – что есть похожие товары (рис. 2.312). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (54%) оценивают размером до 15%, близкая доля (46%) – размером до 5% (рис. 2.313).

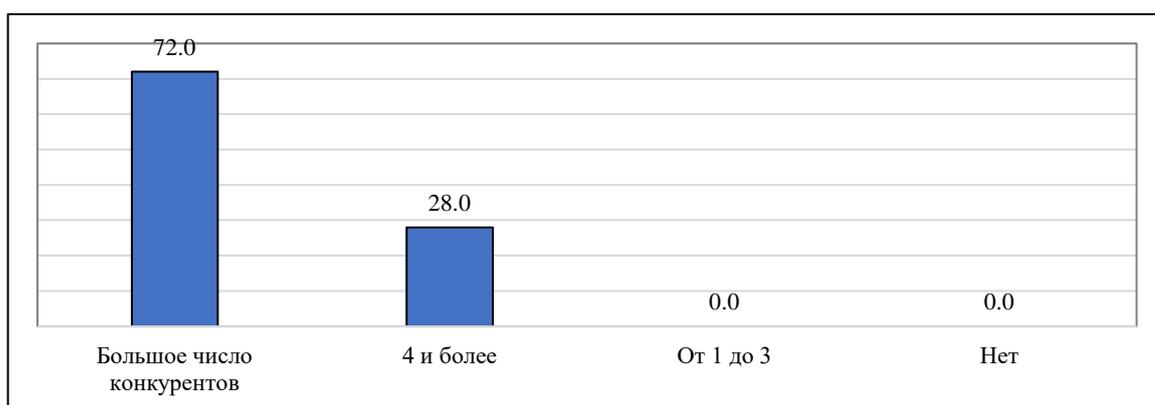


**Рисунок 2.312** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

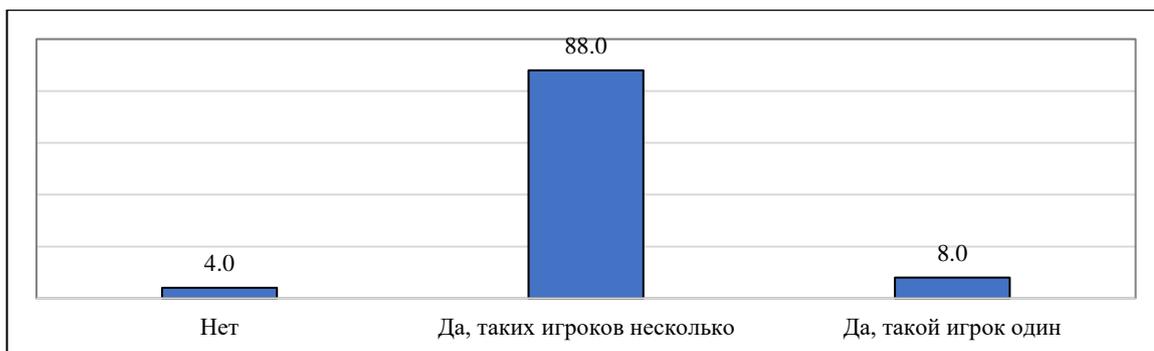


**Рисунок 2.313.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %

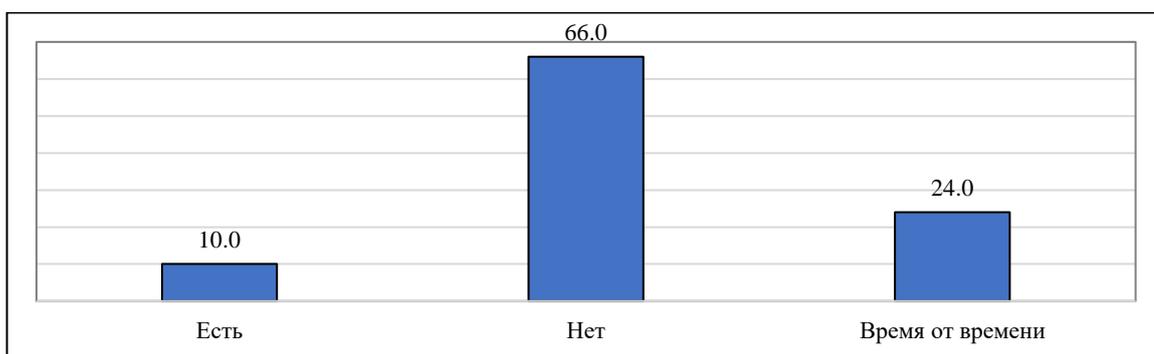
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке строительных материалов (72%) видят для себя большое число конкурентов, еще треть (28%) – 4 конкурента и более (рис. 2.314). Лишь 4% респондентов считают, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, в то время как абсолютное большинство опрошенных (88%), напротив, говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.315). Однако оценки интенсивности антиконкурентного давления со стороны доминирующих участников рынка в основном позитивные: 66% не ощущают этого давления в принципе, 24% сталкиваются с ним время от времени, 10% сталкиваются постоянно (рис. 2.316).



**Рисунок 2.314.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %

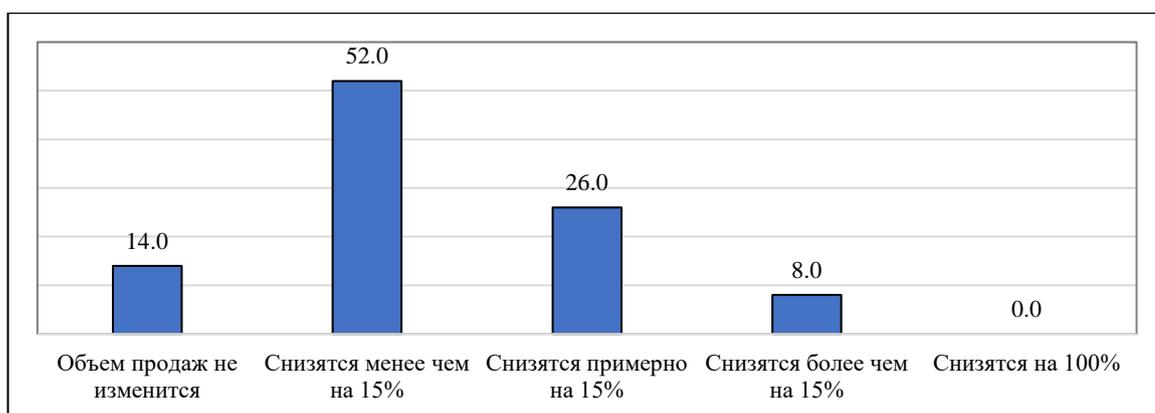


**Рисунок 2.315.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

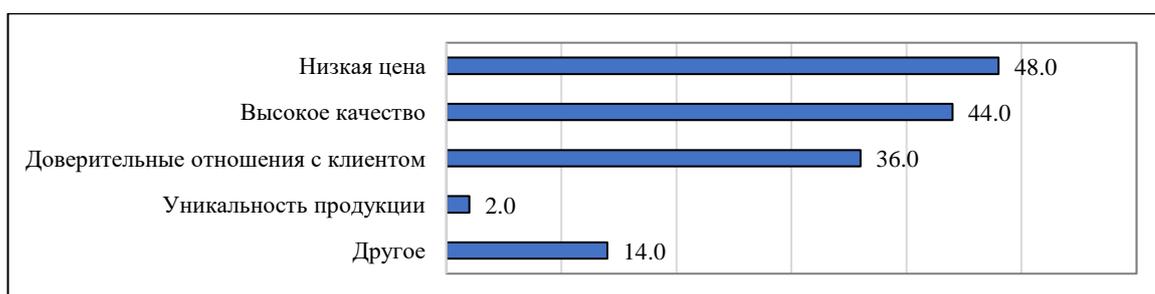


**Рисунок 2.316.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Половина опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке строительных материалов Республики Татарстан (52%) предсказывают снижение спроса на свои услуги менее чем на 15% в случае повышения цен на них на 15%. Кроме этого, еще четверть респондентов (26%) говорят о снижении спроса примерно на 15%, 8% – о снижении более чем на 15%; 14% прогнозируют стабильный спрос (рис. 2.317). Соответственно высоки оценки опрошенных в отношении значимости низкой цены на товары, работы и услуги в качестве ключевого фактора конкурентоспособности (48%). Вторым и третьим по значимости факторами являются высокое качество продукции (44%) и доверительные отношения с клиентами (36%) (рис. 2.318).



**Рисунок 2.317.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

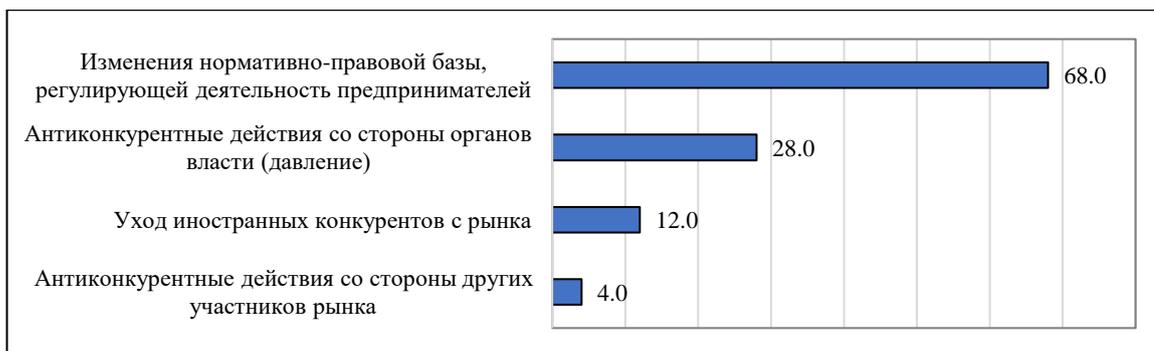


**Рисунок 2.318.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

Говоря о ключевых факторах изменения числа конкурентов на рынке, среди факторов роста опрошенные отмечают изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (48%), и появление конкурентов из других регионов РФ (46%) (рис. 2.319). Основной фактор уменьшения числа конкурентов – также изменения нормативно-правовой базы (68%) (рис. 2.320).

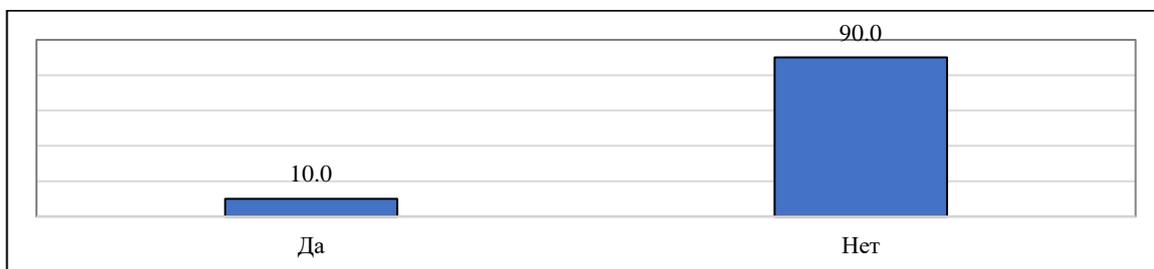


**Рисунок 2.319.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %



**Рисунок 2.320.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

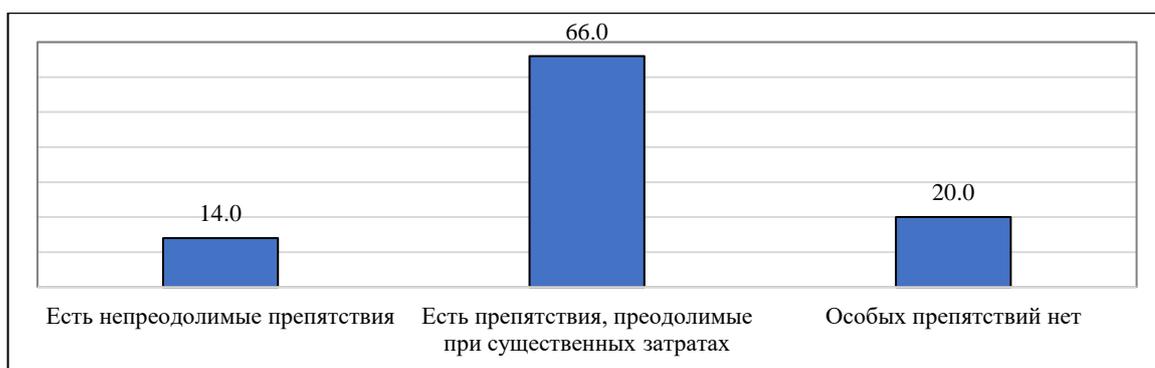
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (90%) (рис. 2.321) или географические рынки (92%) (рис. 2.322). Уровни препятствий в обоих случаях оценены как средние. В отношении выхода на новые продуктовые рынки 66% находят преодолимые при существенных затратах препятствия, 14% видят непреодолимые препятствия, 20% не видят препятствий вообще (рис. 2.323). В отношении выхода на новые географические рынки соответствующие доли равны 52%, 30% и 18% (рис. 2.324).



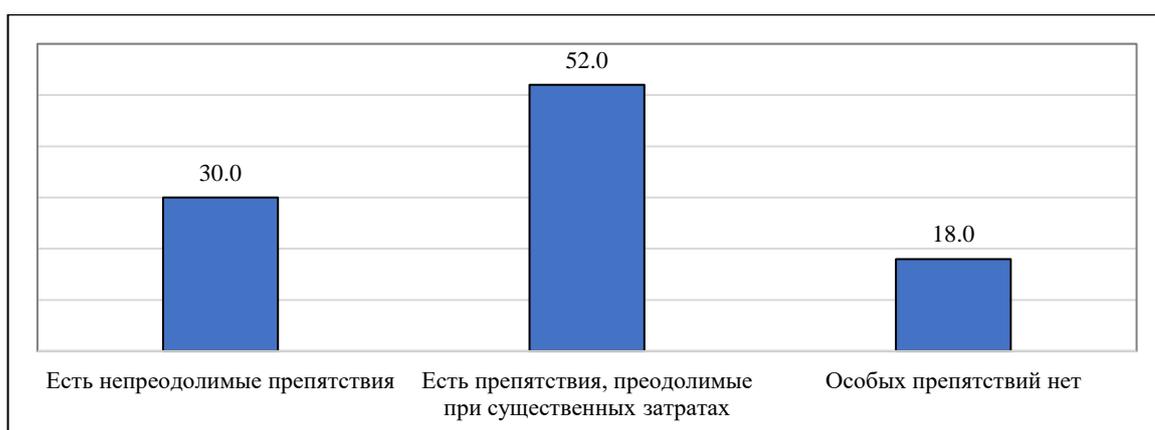
**Рисунок 2.321.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.322.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %

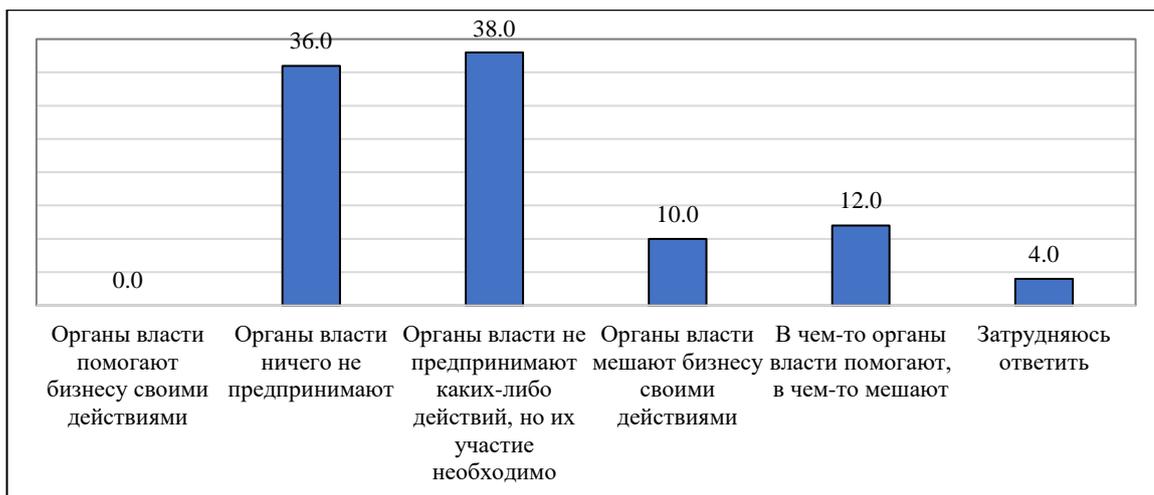


**Рисунок 2.323.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %

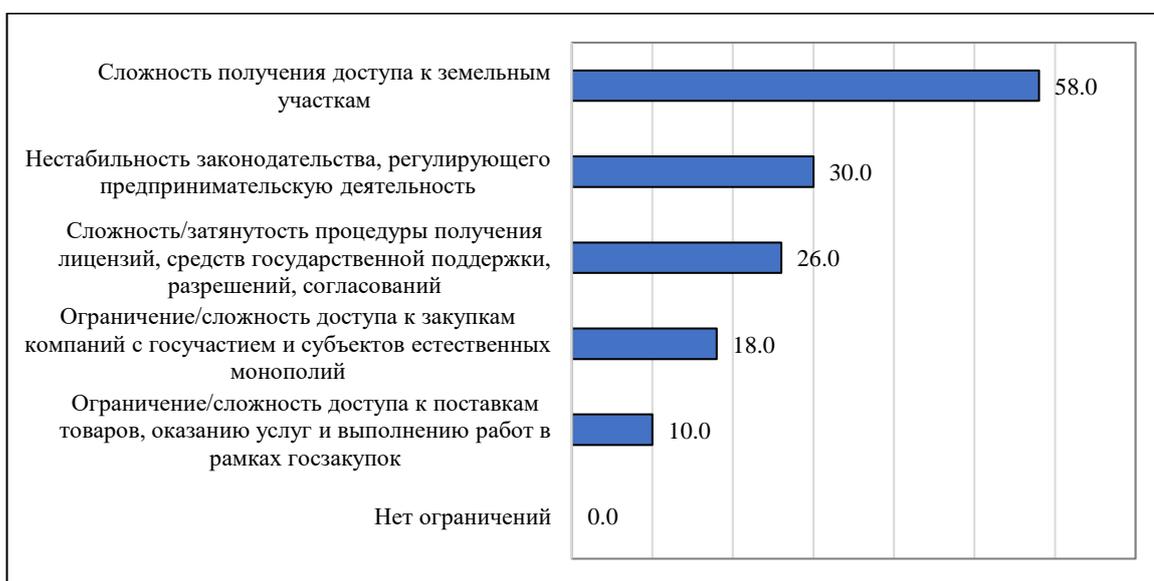


**Рисунок 2.324.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании отношений на рынке строительных материалов оценивается респондентами на уровне малого участия. Так, более двух третей опрошенных субъектов предпринимательской деятельности считают, что органы власти ничего не предпринимают для оказания помощи их бизнесу (36%), однако их вмешательство необходимо (38%) (рис. 2.325). Наиболее существенным административным барьером, по мнению представителей организаций рынка строительных материалов в Республике Татарстан, оказывается сложность получения доступа к земельным участкам (58%). Третья и четвертая части опрошенных, кроме этого, обеспокоены нестабильностью законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность в республике (30%), и сложностью, затянутостью процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований (26%) (рис. 2.326).



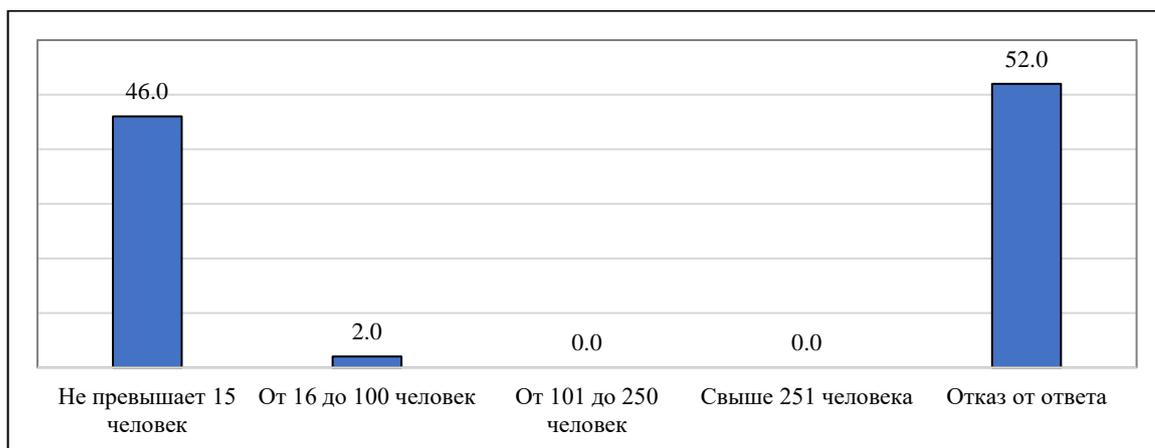
**Рисунок 2.325.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



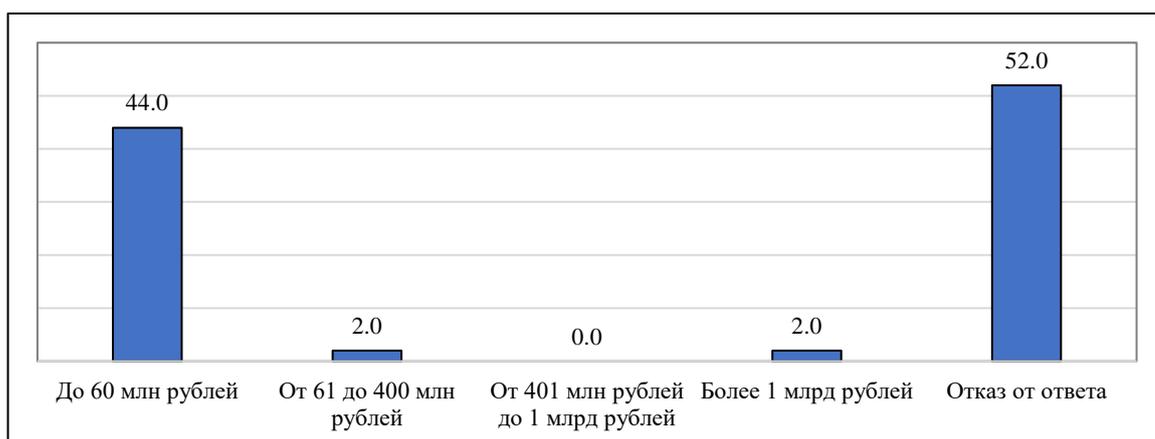
**Рисунок 2.326.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

#### 4.2.2 Рынок розничной продажи нефтепродуктов

В ходе исследования нами было опрошено 50 субъектов предпринимательской деятельности на рынке розничной продажи нефтепродуктов Республики Татарстан, среднесписочная численность сотрудников большинства из которых не превышает 15 человек (46%; еще 52% отказались отвечать на данный вопрос) (рис. 2.327), а объем выручки за 2017 год составил до 60 млн рублей (44%; еще 52% отказались отвечать на данный вопрос) (рис. 2.328).



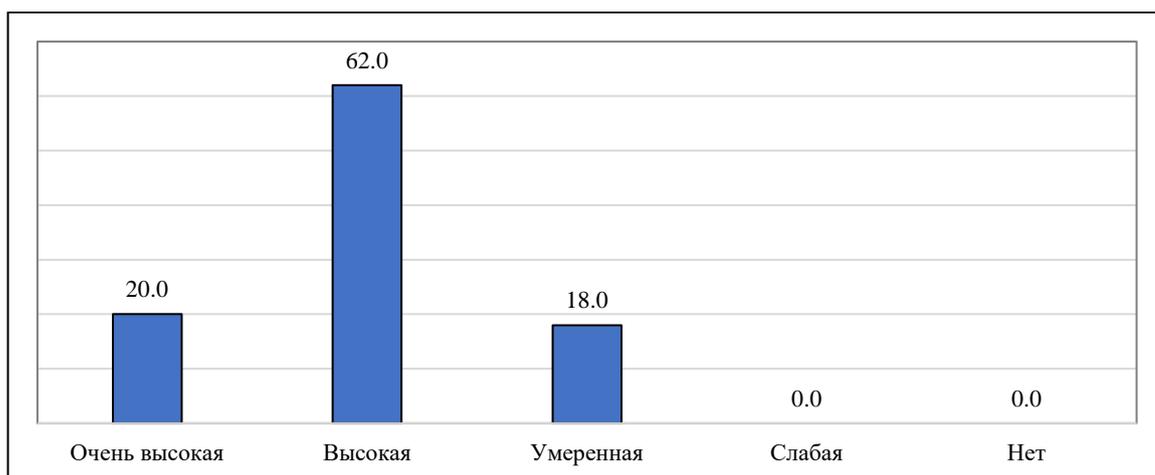
*Рисунок 2.327. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова среднесписочная численность сотрудников Вашей компании, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*



*Рисунок 2.328. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каков объем годовой выручки Вашей компании за прошлый год, включая все ее подразделения и филиалы в Республике Татарстан?», %*

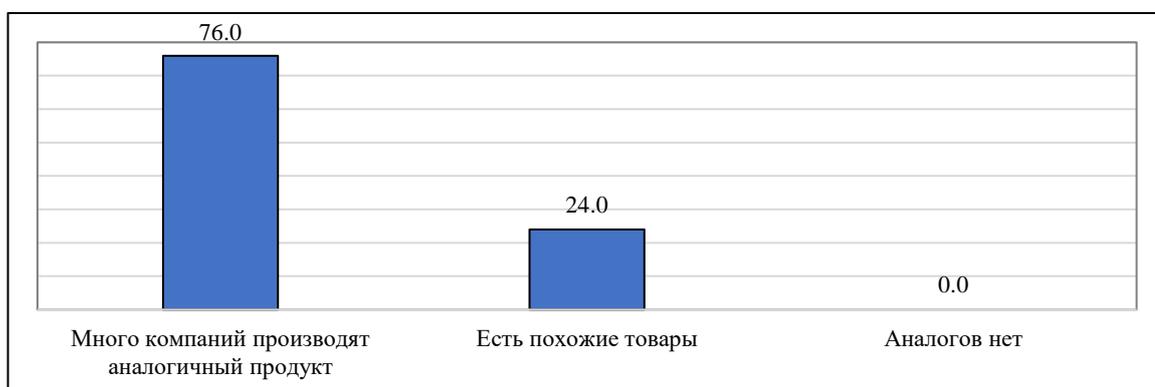
Состояние конкурентной среды на рынке розничной продажи нефтепродуктов республики респондентами оценивается как «довольно

высокая» – 4 балла из максимальных 5 (где «5» – «отлично, высокий уровень»). Результаты, полученные с помощью другой измерительной шкалы, аналогичны: большинство (62%) считают конкуренцию на рынке высокой, еще две пятые части – очень высокой и умеренной (20% и 18% соответственно). Никто из респондентов не посчитал конкуренцию на рынке слабой или совсем отсутствующей (рис. 2.329).

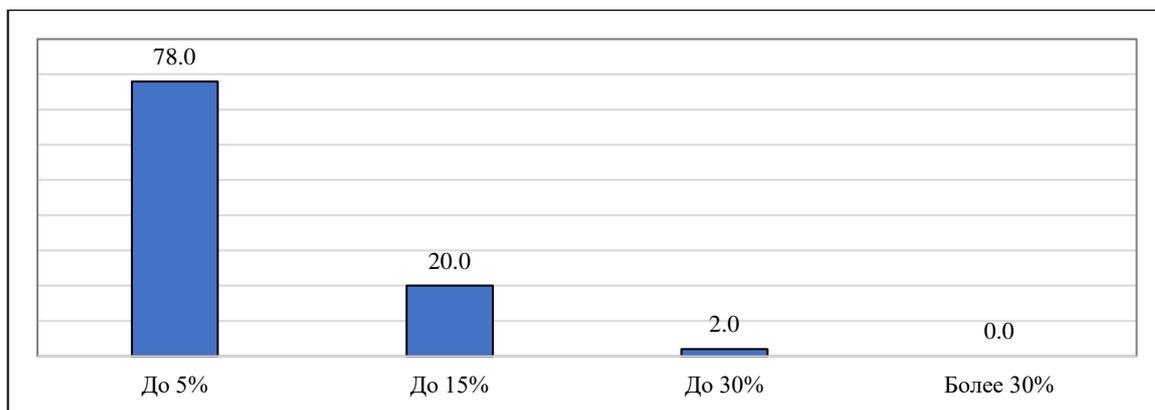


**Рисунок 2.329.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените состояние конкуренции на Вашем рынке», %

Большинство опрошенных (76%) считают, что на их рынке много компаний, производящих аналогичный продукт, еще четвертая часть из них (24%) – что есть похожие товары (рис. 2.330). Долю своей компании на рынке большинство респондентов (78%) оценивают размером до 5%, еще 20% – до 15% (рис. 2.331).

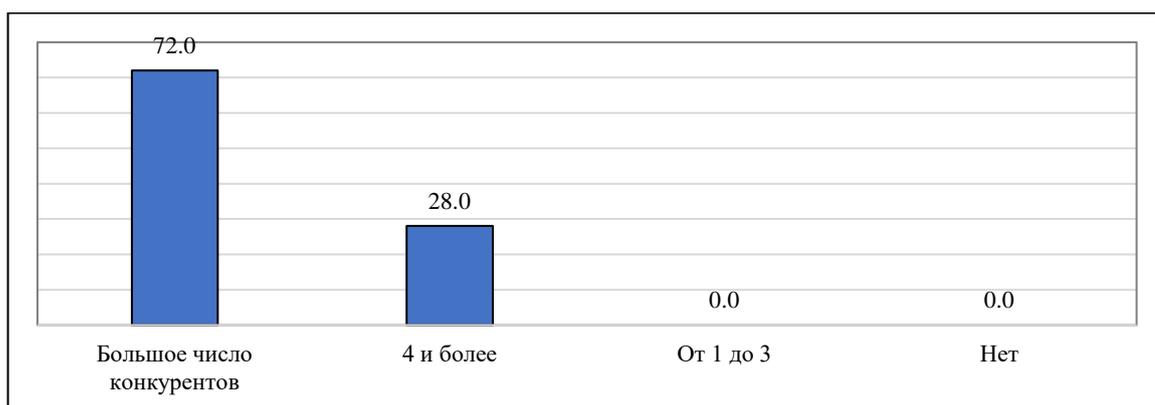


**Рисунок 2.330.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке аналоги производимого Вами продукта (выполняемых работ, оказываемых услуг)?», %

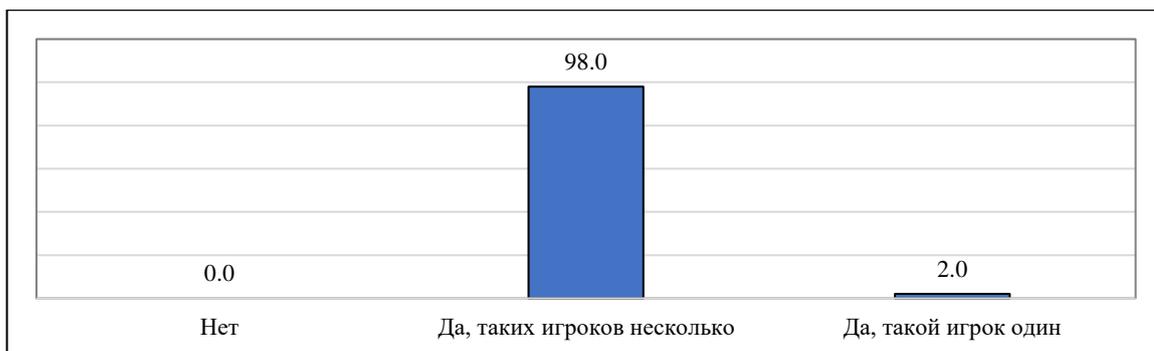


*Рисунок 2.331. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете долю своей компании на рынке?», %*

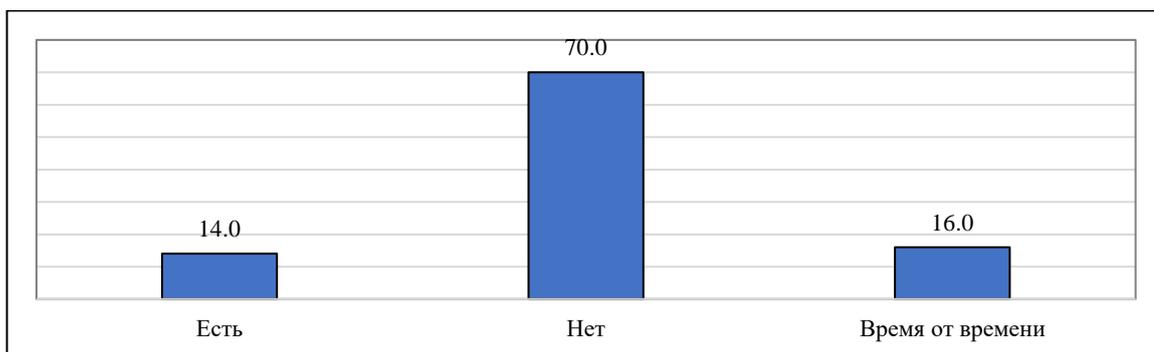
Большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности на рынке розничной продажи нефтепродуктов (72%) видят для себя большое число конкурентов, еще треть (28%) – 4 и более конкурентов (рис. 2.332). Никто из респондентов не считает, что на их рынке нет игроков, занимающих значительно большую долю по сравнению с другими участниками, и абсолютное большинство из них (98%) говорят о существовании нескольких таких игроков (рис. 2.333). Тем не менее, антиконкурентное давление доминирующими участниками рынка, по мнению большинства опрошенных (70%), не осуществляется. Среди остальных 14% ощущают его постоянно, а 16% – время от времени (рис. 2.334).



*Рисунок 2.332. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените число конкурентов на Вашем рынке», %*

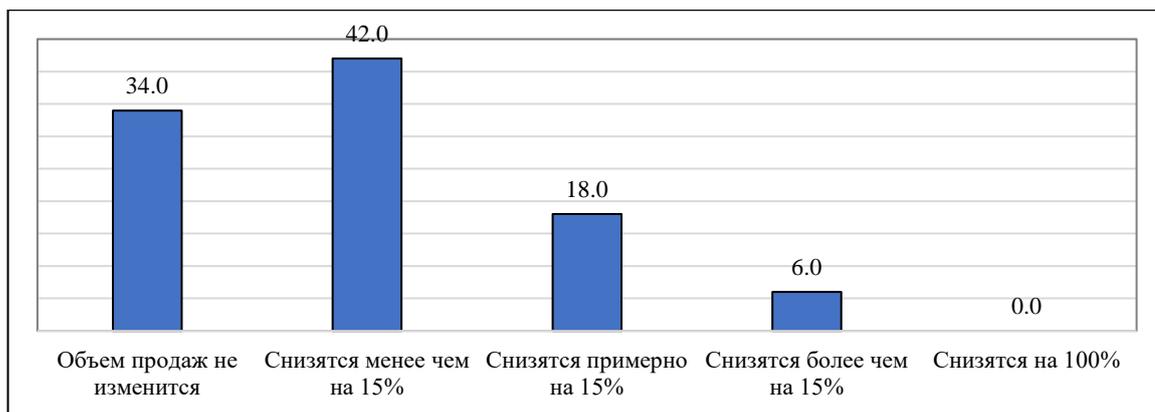


**Рисунок 2.333.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли на региональном рынке игрок, который занимает существенно большую долю рынка по сравнению с другими участниками?», %

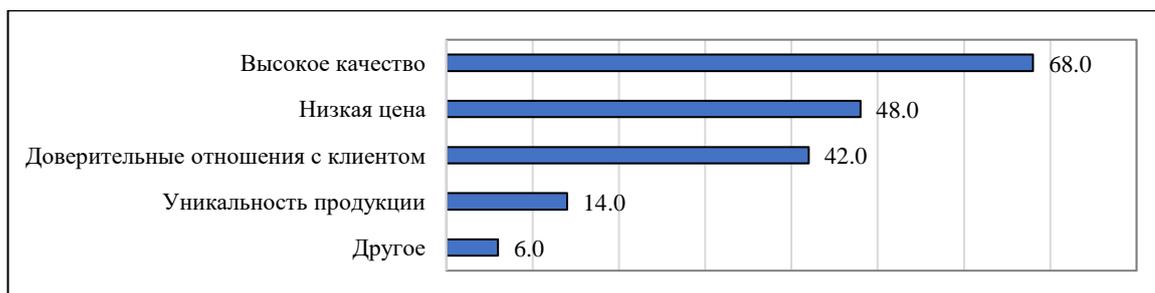


**Рисунок 2.334.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените антиконкурентное давление со стороны доминирующих участников Вашего рынка», %

Большинство субъектов предпринимательской деятельности в области розничной продажи нефтепродуктов (42%) предсказывают снижение спроса на свою продукцию, свои работы и услуги менее чем на 15% в случае повышения цен на них на 15%, однако близкая доля также прогнозируют стабильный спрос (34%) (рис. 2.335). Цена, по мнению опрошенных, занимает не первое место (48%) в иерархии ключевых факторов конкурентоспособности на данном рынке; первое место – высокое качество продукции (68%), третье – доверительные отношения с клиентами (42%) (рис. 2.336).

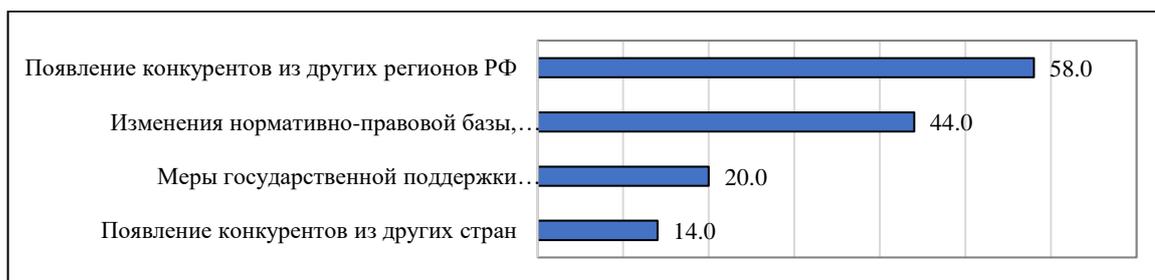


**Рисунок 2.335.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как изменится спрос на вашу продукцию, если Вы поднимите цены на 15%?», %

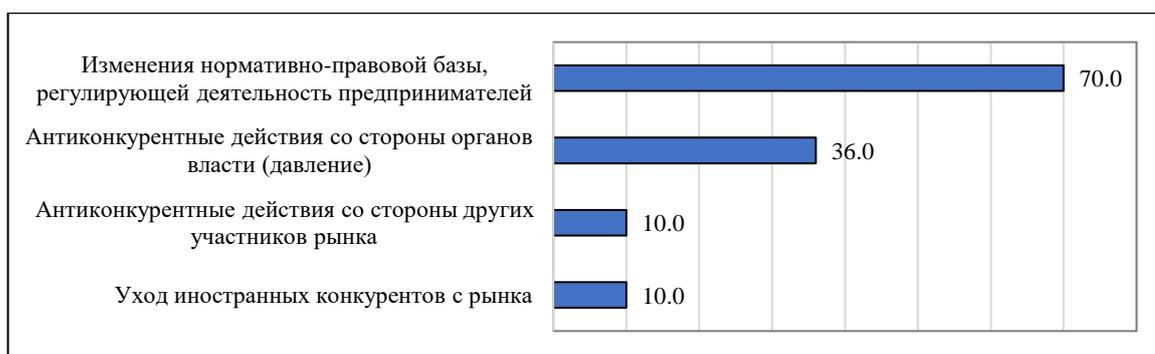


**Рисунок 2.336.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Отметьте ключевые факторы конкурентоспособности на Вашем рынке», %

В числе важнейших факторов увеличения числа конкурентов, по мнению респондентов: появление конкурентов из других регионов РФ (58%) и изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей (44%) (рис. 2.337). Изменения нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности также, вместе с антиконкурентными действиями со стороны органов власти, оказываются значимыми факторами снижения числа конкурентов на рынке розничной продажи нефтепродуктов (70% и 36% соответственно) (рис. 2.338).

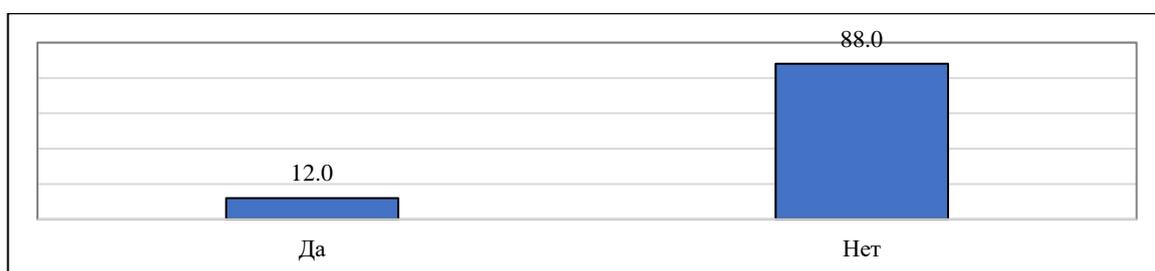


**Рисунок 2.337.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют увеличение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

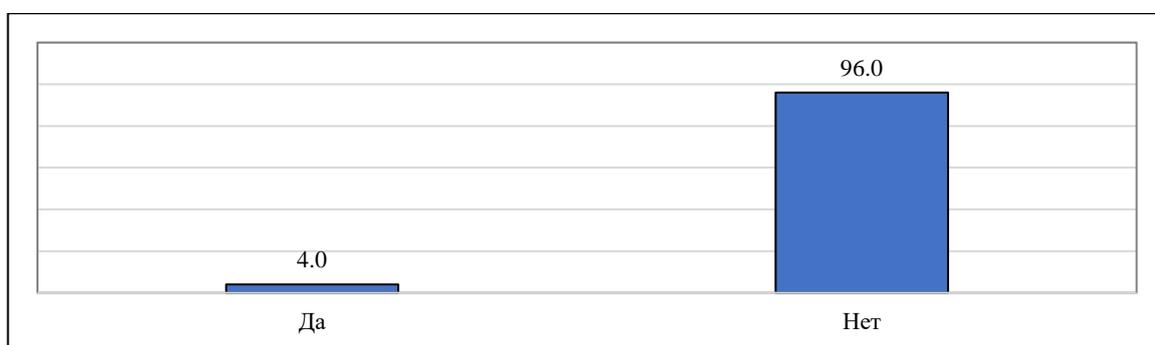


**Рисунок 2.338.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие факторы определяют снижение числа конкурентов на Вашем рынке?», %

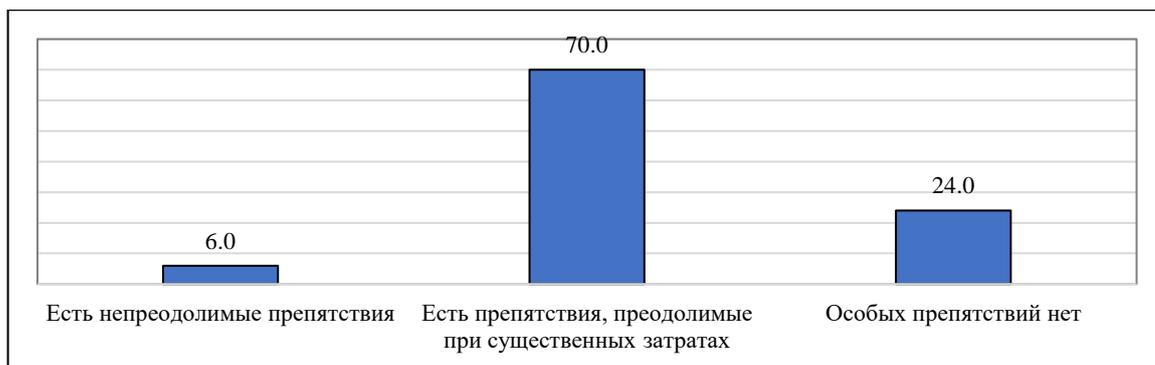
Подавляющее большинство опрошенных компаний не планируют в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые (88%) (рис. 2.339) или географические рынки (96%) (рис. 2.340). Уровни препятствий в обоих случаях респонденты оценивают как средние – большинство из них обнаруживают преодолимые при определенных затратах препятствия (70% в отношении уровня препятствий при освоении новых продуктовых рынков, 58% – при освоении новых географических рынков) (рис. 2.341).



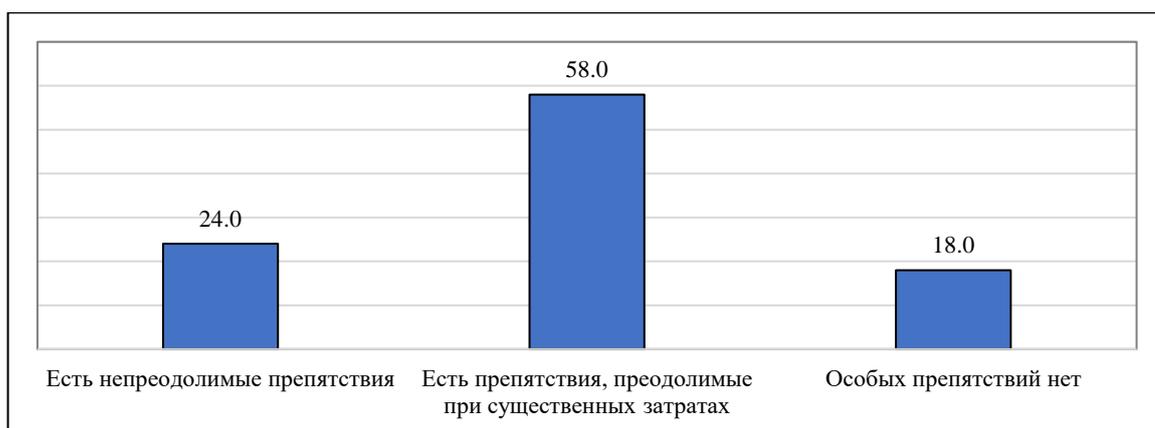
**Рисунок 2.339.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые продуктовые рынки?», %



**Рисунок 2.340.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие 3 года выход на новые географические рынки?», %

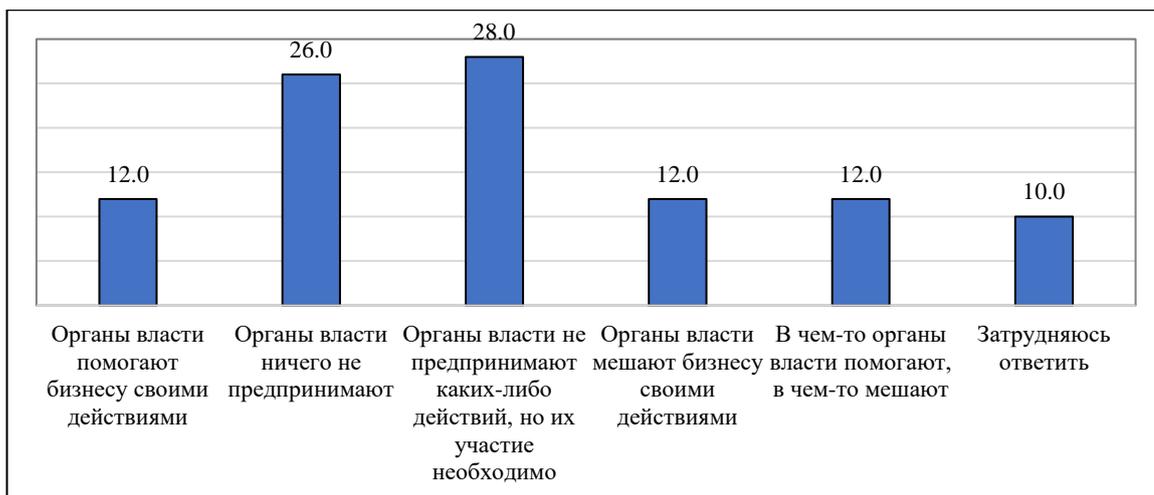


**Рисунок 2.341.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые продуктовые рынки», %



**Рисунок 2.342.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените уровень препятствий при выходе на новые географические рынки», %

Роль органов государственной власти в регулировании рыночных отношений в сфере розничной продажи нефтепродуктов представляется респондентами весьма малой. Около двух третей опрошенных считают, что органы власти не предпринимают каких-либо действий с целью оказания помощи их бизнесу (26%), в то время как их участие необходимо (28%), еще по 12% видят в деятельности органов власти реальную пользу, исключительный вред, а также пользу и вред одновременно в зависимости от конкретных действий (рис. 2.342). К наиболее существенным административным барьерам участники опроса отнесли сложность получения доступа к земельным участкам (48%), затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований и нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (по 40%) (рис. 2.343).



**Рисунок 2.343.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет Ваша организация?», %



**Рисунок 2.344** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из административных барьеров являются наиболее существенными на рынке, который представляет Ваша организация?», %

## Выводы

Ответы субъектов предпринимательской деятельности приоритетных рынков Республики Татарстан позволяют судить о довольно высоком уровне конкуренции на них. Так, по признаниям большинства опрошенных, на их рынке многие компании производят аналогичные товары, выполняют аналогичные работы и предоставляют аналогичные услуги. Количество основных конкурентов на рынках большое, и на каждом из них есть несколько «монополистов», имеющих собственную, существенно большую экономическую нишу по сравнению с остальными участниками рынка, однако не оказывающих на них ощутимого антиконкурентного давления.

В целом уровень активности конкурентной среды на рассмотренных рынках выше среднего (для формирования показателя использованы вопросы № 1 и 8 анкеты). Несколько более высокие значения характерны для рынка розничной продажи нефтепродуктов, опрошенные представители которого также признают за своей компанией меньшую долю рынка (объемом до 5%), чем представители рынка строительных материалов (до 15%). Интересно отметить несоответствие мнения предпринимателей с мнением потребителей, ответы которых говорят о более высоком уровне конкуренции на рынке строительных материалов, будь то количество организаций, возможности выбора, качество товара, а также направления изменений по данным параметрам. Предполагаем, что значимую роль в данном отношении играет ориентация представителей рынка строительных материалов на понижение цен на свою продукцию с целью повышения конкурентоспособности компании, поскольку именно низкие цены оказываются для потребителей решающим фактором выбора и, следовательно, более высокой удовлетворенности ситуацией на рынке. Субъекты предпринимательской деятельности рынка розничной продажи нефтепродуктов, в свою очередь, отдают предпочтение качеству товара.

Вне зависимости от сферы деятельности, подавляющее большинство опрошенных представителей приоритетных рынков Республики Татарстан не

планируют кардинальных изменений своей стратегии конкурентного поведения. Наиболее частой мерой повышения конкурентоспособности организаций было и остается обновление и эффективизация рекламного сопровождения своей продукции; такие радикальные меры, как освоение новых продуктовых и географических рынков, редко оказываются востребованными, хотя препятствия респондентам представляются вполне преодолимыми.

## **5. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории Республики Татарстан**

### **5.1 Формирование перечня рынков, на которых присутствуют субъекты естественных монополий на территории Республики Татарстан**

На сегодняшний день на территории Республики Татарстан существует следующие сферы, на которых присутствуют субъекты естественных монополий:<sup>4</sup>

- в сфере водоснабжения и водоотведения;
- в сфере газораспределения и транспортировки газа по трубопроводам;
- в сфере коммунальной инфраструктуры и ЖКХ;
- в сфере электрической и тепловой энергетики.

Государственное регулирование цен (тарифов, надбавок, наценок и др.) на указанных сферах осуществляет Государственный комитет Республики Татарстан по тарифам.

Госкомитет является органом исполнительной власти Республики Татарстан в области государственного регулирования тарифов, входящим в систему органов исполнительной власти Республики Татарстан.

Положение и структура Госкомитета утверждены постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 15.06.2010 года № 468 «Вопросы Государственного комитета Республики Татарстан по тарифам».

Госкомитет руководствуется в своей деятельности Конституцией Российской Федерации, Конституцией Республики Татарстан, федеральными законами, законами Республики Татарстан, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, Президента Республики Татарстан, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, Кабинета Министров Республики Татарстан, актами федерального органа

---

<sup>4</sup> [http://consummonopol.tatarstan.ru/rus/consummonopoly/analit/control\\_invest.htm](http://consummonopol.tatarstan.ru/rus/consummonopoly/analit/control_invest.htm)

исполнительной власти в области регулирования тарифов, другими нормативными правовыми актами, а также Положением.

Госкомитет осуществляет регулирование более 1000 предприятий по сорока пяти направлениям. Основными, из которых являются регулирование цен и тарифов на электрическую энергию, газ, тепловую энергию, воду, стоки, захоронение и обработку ТКО, транспортные услуги, услуги потребительского рынка, а также установление платы за технологическое присоединение к сетям.

Основной задачей в сфере регулирования тарифной политики является соблюдение баланса интересов производителей регулируемых видов услуг и потребителей, в том числе населения. Указанная задача, в первую очередь, включает необходимость принятия экономически обоснованных тарифных решений.

## **5.2 Сбор и анализ данных об уровнях тарифов (цен) за текущий и прошедший периоды**

Формирование экономически обоснованных тарифов осуществляется на основании действующих Федеральных законов, Постановлений Правительства Российской Федерации, приказов Федеральной антимонопольной службы. Регулирование тарифов жёстко регламентировано нормативными правовыми актами Российской Федерации.

По итогам 2017 года Госкомитетом было принято 8233 тарифных решений, из них на 2018 год – 6017, на долгосрочный период – 2216; 128700 показателей региональных стандартов оплаты ЖКУ в разрезе 913 муниципальных образований Республики Татарстан, в том числе:

Сфера государственного тарифного регулирования	Количество тарифов	Региональные стандарты
Газ	4	
Электроэнергия	904	
Тепловая энергия	1259	

Коммунальный комплекс (водоотведение, водоснабжение, обращение с твердыми коммунальными отходами)	3717	128700
Технологическое присоединение сетей	825	
Транспортные услуги	585	
Социальная сфера	939	

С 1 июля 2017 произошли изменения тарифов, но в пределах установленных предельных индексов изменения размера вносимой гражданами платы за коммунальные услуги. Распоряжением Правительства Российской Федерации индекс изменения размера вносимой гражданами платы за коммунальные услуги для Республики Татарстан с 1 июля 2017 года принят на уровне 4,2%. Цена на газ для населения с 1 июля 2017 года установлена в размере 5,48 руб./куб.м. (с учётом НДС), с ростом 3,9 %. Тариф для населения на электрическую энергию с 1 июля 2017 года установлен с ростом 3,8 % и составит 3,56 руб./кВтч (с НДС). Для населения, проживающего в городских населенных пунктах в домах, оборудованных в установленном порядке стационарными электроплитами и (или) электроотопительными установками, а также для населения, проживающего в сельских населенных пунктах, тарифы установлены с максимально возможным понижающим коэффициентом 0,7. Тариф на тепловую энергию для населения в среднем по Республике Татарстан с 1 июля 2017 года увеличились на 2,2% и составит 1648,86 руб./Гкал (с НДС). Размеры тарифов в сферах водоснабжения и водоотведения для населения в среднем на 2017 год составят: — на водоснабжение: -с 1 июля — 23,70 руб./куб.м (с НДС) с ростом на 3,5%. — на водоотведение: -с 1 июля — 17,36 руб./куб.м (с НДС) с ростом на 3,8%.

Анализ динамики тарифов с 2013 по 2017 гг. представлен в таблицах 3.1, 3.2.

Таблица 3.1 - Динамика цен (тарифов) на электрическую энергию для населения и приравненных к нему категорий потребителей, руб./кВт\*ч (с учетом НДС) на 2013 – 2017 годы

Тарифы	С 01.01.20 13	С 01.01.2014	С 01.01.2015	С 01.01.2016	С 01.01.2017 по 30.06.2017	С 01.07.2017 по 31.12.2017
1.1. Население, за исключением указанного в пункте 1.2, и потребители, приравненные к населению (с учетом НДС)						
1	2	3	4	5	6	7
одноставочный	2,57	2,88	2,99	3,2	3,43	3,56
рост, в %	105,8	112,1	103,8	107,02	107,19	103,79
дифференцированный по двум зонам суток (пиковая)	2,81	3,13	3,25	3,68	3,94	4,09
рост, в %	115,6	111,4	103,8	113,23	107,07	103,81
дифференцированный по двум зонам суток (ночная)	1,89	2,3	2,39	2,08	2,26	2,49
рост, в %	154,9	121,7	103,9	87,029	108,65	110,18
дифференцированный по трем зонам суток (пиковая)	3,56	3,5	3,63	3,88	4,18	4,34
рост, в %	102	98,3	103,7	106,89	107,73	103,83
дифференцированный по трем зонам суток (полупиковая)	2,47	2,88	2,99	3,2	3,43	3,56
рост, в %	110,3	116,6	103,8	107,02	107,19	103,79
дифференцированный по трем зонам суток (ночная)	1,89	2,3	2,39	2,08	2,26	2,49
рост, в %	119,6	121,7	103,9	87,029	108,65	110,18
одноставочный	1,8	2,02	2,09	2,24	2,40	2,49

1	2	3	4	5	6	7
рост, в %	105,9	112,2	103,5	107,18	107,14	103,75
дифференцированный по двум зонам суток (пиковая)	1,97	2,19	2,27	2,57	2,76	2,86
рост, в %	115,9	111,2	103,7	113,22	107,39	103,62
дифференцированный по двум зонам суток (ночная)	1,32	1,61	1,67	1,45	1,58	1,74
рост, в %	155,3	122	103,7	86,826	108,97	110,13
дифференцированный по трем зонам суток (пиковая)	2,49	2,45	2,53	2,71	2,93	3,03
рост, в %	102	98,4	103,3	107,11	108,12	103,41
дифференцированный по трем зонам суток (полупиковая)	1,73	2,02	2,09	2,24	2,40	2,49
рост, в %	110,2	116,8	103,5	107,18	107,14	103,75
дифференцированный по трем зонам суток (ночная)	1,32	1,61	1,67	1,45	1,58	1,74
рост, в %	118,9	122	103,7	86,826	108,97	110,13

Таблица 3.2 - Динамики розничных цен на газ, реализуемый населению Республики Татарстан, на период с 01.01.2014 по 31.12.2018

Тарифы	С 01.01.2014	С 01.01.2015	С 01.01.2016	С 01.01.2017	С 01.01.2018 по 30.06.2018	С 01.07.2018 по 31.12.2018
Розничные цены на природный газ, руб./куб.м						
Цена (с учетом НДС)	4,61	4,80	5,16	5,27	5,48	5,57
Розничные цены на сжиженный газ						
- без стоимости транспортных расходов по доставке газа	23,30	24,28	26,10	26,62	27,66	28,60
-с учетом стоимости транспортных расходов по доставке газа	27,00	28,13	30,24	30,84	32,04	33,13

Изменения тарифов, произошедшие за 2017 год не превышают предельно допустимые нормы.

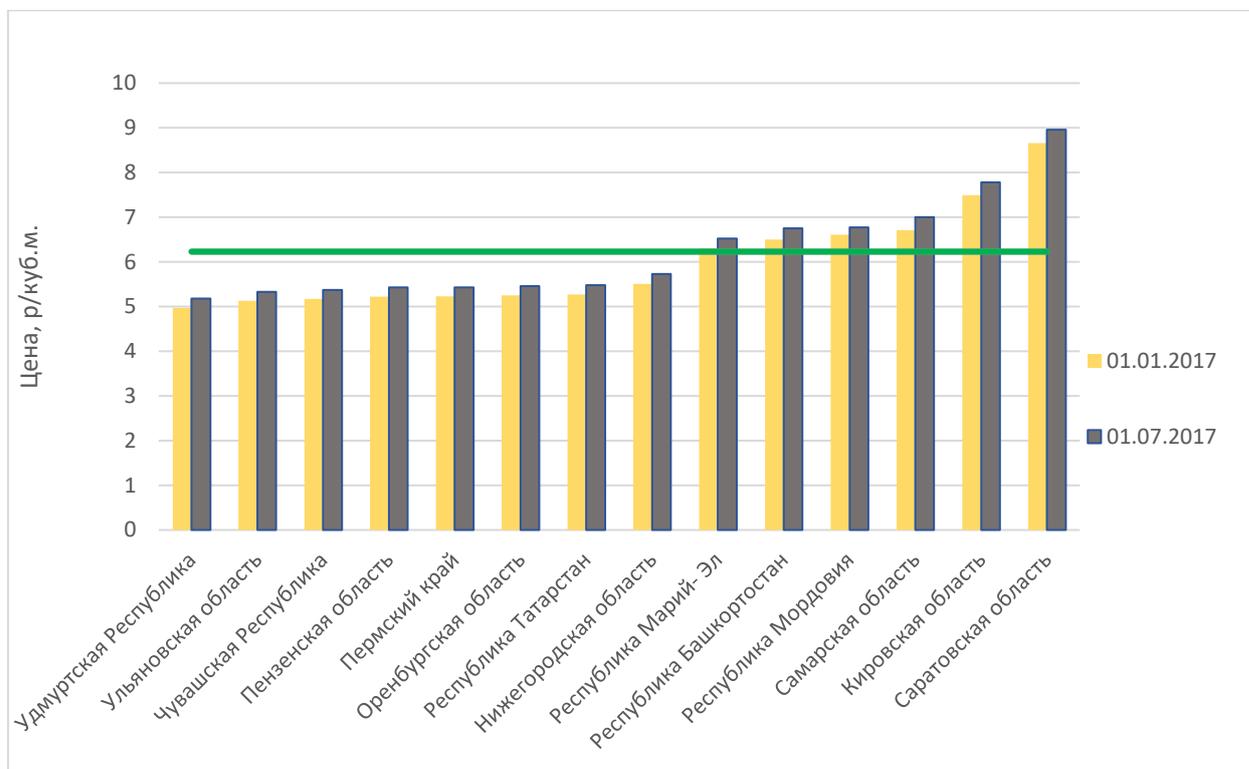


Рис. 3. \_\_ - Розничные цены на природный газ в регионах ПФО, руб./куб.м.

## **6. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия Республики Татарстан или муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов**

На начало 2018 года в регионе осуществляло деятельность 39 хозяйствующих субъектов, доля участия Республики Татарстан в уставном капитале которых в совокупности превышает 50%. Информация по отдельным предприятиям представлена в таблице 4.1 (полный перечень – приложение 2). Крупнейшими из них по объему годовой выручки (более 10 млн.руб.) являются АО «Альметьевск водоканал» (доля РТ 56%), АО «Лесная транспортная компания» (доля РТ 100%) и АО «Корпорация экспорта Республики Татарстан» (доля РТ 100%). Данные хозяйствующие субъекты не занимают существенных долей в общей величине стоимостного оборота товарного рынка (по объему реализованных на рынке товаров, работ и услуг в натуральном выражении).

Количество юридических лиц (муниципальных унитарных предприятий и хозяйственных обществ), в уставном капитале которых доля участия муниципального образования в совокупности превышает 50%, составило 156 субъектов. Данные по распределению таких предприятий по муниципальным районам представлены на рис.4.1., перечень юридических лиц – в приложении 3. Лидерами по количеству муниципальных унитарных предприятий остаются г.Казань и Набережные Челны (23 и 20 ед. соответственно). Большое количество таких юридических лиц (более 10) сконцентрировано в Альметьевском, Верхнеуслонском и Зеленодольском районах.

За анализируемый период доля в республике действовало 14 государственных унитарных предприятий:

1. ГУП РТ «Татарстанский центр научно-технической информации»
2. ГУП РТ «Центр развития закупок Республики Татарстан»
3. ГУП «Татарское книжное издательство»
4. ГУП «Головная территориальная проектно-изыскательская научно-производственная фирма «Татинвестгражданпроект»

5. ГУП «Научно-производственное объединение по геологии и использованию недр Республики Татарстан»
6. ГУП «Медицинская техника и фармацевтика Татарстана»
7. ГУП РТ «Электрические сети»
8. ГУП РТ «Центр информационных технологий РТ»
9. ГУП РТ «Национальная торговая марка»
- 10.ГУП РТ «Теплоэнергосети»
- 11.ГУП РТ «Татлизинг»
- 12.ГУП РТ «Инженерный центр «ПромСтройБезопасность»
- 13.(Презжнее наименование- ГУП «Завод железобетонных изделий «Элеваторстрой»)
- 14.ГУП РТ «Транссервис»

Таблица 4.1 Перечень хозяйственных обществ, в уставном капитале которых доля участия Республики Татарстан в совокупности превышает пятьдесят процентов

Номер п/п	Наименование хозяйствующего субъекта	Суммарная доля участия (собственности) государства (субъекта РФ и муниципалитетов) в хозяйствующем субъекте, в процентах	Наименование рынка присутствия хозяйствующего субъекта	Рыночная доля хозяйствующего субъекта в натуральном выражении (по объемам реализованных товаров/ работ/ услуг), в процентах	Рыночная доля хозяйствующего субъекта в стоимостном выражении (по выручке от реализации товаров/ работ/ услуг), в процентах	Суммарный объем государственного (со стороны субъекта РФ и муниципальных образований) финансирования хозяйствующего субъекта, в рублях
1	АО «Региональный инжиниринговый центр медицинских симуляторов «Центр Медицинской Науки» (АО «Центр Медицинской Науки»)	51	73.10	н/д	0,0413	н/д
2	АО «АЛЬМЕТЬЕВСК-ВОДОКАНАЛ»	56	41.00	н/д	0,1930	н/д
3	ПАО «РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНЖИНИРИНГОВЫЙ ЦЕНТР ПРОМЫШЛЕННЫХ ЛАЗЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАИ-ЛАЗЕР»	72	28.51	н/д	н/д	н/д
4	АО «Региональный центр инжиниринга в сфере химических технологий»	75	74.20.14	н/д	н/д	н/д
5	ОАО «Буинское МПП ЖКХ (Инженерные сети)»	75	90.00.2	н/д	0,1404	н/д
6	АО «Центр цифровых технологий»	100	74.14	н/д	н/д	н/д

7	АО «Мобильная государственная связь»	100	74.8	н/д	0,0096	н/д
8	АО «Волжский научно-исследовательский институт углеводородного сырья» (АО «ВНИИУС»)	100	73.10	н/д	0,0244	н/д
9	АО «КАЗАНЬ АРЕНА»	100	93.04	н/д	н/д	н/д
10	АО «Информационно-издательский центр»	100	н/д	н/д	н/д	н/д
11	АО «АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ ПАРК «КАЗАНЬ»	100	70.20.2	н/д	0,0007	н/д
12	АО «Корпорация развития Республики Татарстан»	100	65.2	н/д	0,0155	н/д
13	АО «Главное племенное предприятие «Элита»	100	01.42	н/д	0,0619	н/д
14	АО «Корпорация экспорта Республики Татарстан»	100	50.10.1	н/д	0,0756	н/д
15	АО «АК БАРС ОСНОВА»	100	70.32	н/д	н/д	н/д
16	АО «Лесная транспортная компания»	100	60.24	н/д	0,0846	н/д

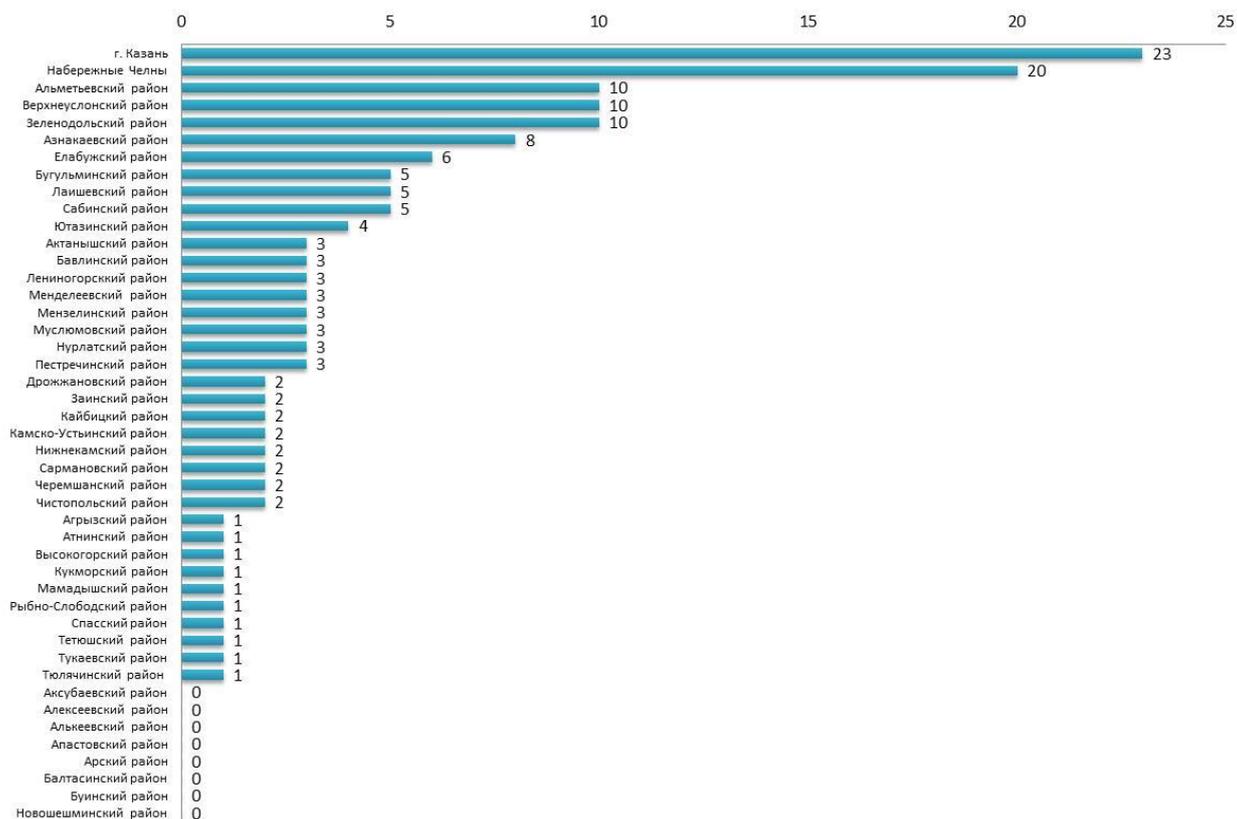


Рис. 4.1 Количество юридических лиц - муниципальных унитарных предприятий и хозяйственных обществ, в уставном капитале которых доля участия муниципального образования в совокупности превышает пятьдесят процентов

**7 Обоснование выбора в перечень каждого социально значимого рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со стандартом и приложением к нему, и дополненных индивидуальными социально значимыми рынками для содействия развитию конкуренции с учетом региональной специфики, анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей**

В соответствии с методическими подходами, используемыми в настоящем исследовании, а также полагаясь на методику ФАС РФ по расчету ключевого показателя развития конкуренции в отраслях экономики субъекта РФ (Приказ ФАС РФ от 29.08.2018 №1232/18), являющейся составной частью Национального плана развития конкуренции, утвержденного Указом Президента РФ от 21 декабря 2017г. №618 “Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции”, перечень рынков, включаемых в состав дорожной карты развития конкурентной среды субъекта федерации определен и включает в себя 41 рынок. В состав данного перечня включены и социально-значимые рынки, классифицируемые в соответствии с Стандартом развития конкуренции (Таблица **1**).

В соответствии с этим обоснование выбора в перечень каждого социально значимого рынка для содействия развитию конкуренции не требуется, поскольку состав рынков определен и не подлежит пересмотру на этапе первичного исследования развития конкурентной среды.

Таблица 1 – Социально значимые рынки из перечня рынков, утвержденных ФАС РФ для развития конкурентной среды на период до 2022г.

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительной орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
<b>Рынки, определенные ФАС России</b>				
1	медицинские услуги	10%	6,9%	Министерство здравоохранения Республики Татарстан
2	психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	3%	н/д	Министерство образования и науки Республики Татарстан
3	социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам	10%	3,10%	Министерство труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан
4	дошкольное образование	не менее 1	6 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан
5	общее образование	не менее 1	2 организации	Министерство образования и науки Республики Татарстан
6	среднее профессиональное образование	не менее 1	7 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан
7	высшее профессиональное образование	не менее 1	16 организаций	Министерство образования и науки Республики Татарстан
8	услуги отдыха и оздоровления детей	20%	15,2%	Министерство по делам молодежи Республики Татарстан
9	дополнительное образование детей	5%	2%	Министерство образования и науки Республики Татарстан
10	теплоснабжение (производство тепловой энергии)	20%	70%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
				хозяйства Республики Татарстан
11	услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	20%	89%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
12	выполнение работ по благоустройству городской среды	20%	40,54%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
13	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта	20%	51,4%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
14	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	30%	100%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан

**8. Обоснование выбора в перечень каждого приоритетного рынка для содействия развитию конкуренции, сформированного в соответствии со стандартом, с учетом анализа результатов мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, включая анализ результатов опросов и представленных данных субъектов предпринимательской деятельности, экспертов, представителей научного сообщества, потребителей товаров, работ и услуг и общественных организаций, представляющих интересы предпринимателей и потребителей, в том числе с учетом рекомендаций пунктов 19 - 20 стандарта**

В соответствии с методическими подходами, используемыми в настоящем исследовании, а также полагаясь на методику ФАС РФ по расчету ключевого показателя развития конкуренции в отраслях экономики субъекта РФ (Приказ ФАС РФ от 29.08.2018 №1232/18), являющейся составной частью Национального плана развития конкуренции, утвержденного Указом Президента РФ от 21 декабря 2017г. №618 “Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции”, перечень рынков, включаемых в состав дорожной карты развития конкурентной среды субъекта федерации определен и включает в себя 41 рынок. В состав данного перечня включены и приоритетные рынки, классифицируемые в соответствии с Стандартом развития конкуренции (Таблица **1**).

В соответствии с этим обоснование выбора в перечень каждого приоритетного рынка для содействия развитию конкуренции не требуется, поскольку состав рынков определен и не подлежит пересмотру на этапе первичного исследования развития конкурентной среды.

Таблица 1 – Приоритетные рынки из перечня рынков, утвержденных ФАС РФ для развития конкурентной среды на период до 2022г.

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
<b>Рынки, определенные ФАС России</b>				
1	розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами	60%	88,19%	Министерство здравоохранения Республики Татарстан
2	племенное животноводство	20%	92,79%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
3	семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур	20%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
4	жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)	80%	96,2%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
5	строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	80%	95%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
6	дорожное строительство	80%	76,92%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан
7	архитектурно-строительное проектирование	80%	88%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительный орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
				хозяйства Республики Татарстан
8	вылов водных биоресурсов	80%	100%	Государственный комитет РТ по биологическим ресурсам Республики Татарстан
9	переработка водных биоресурсов	80%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
10	товарная аквакультура	80%	100%	Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан
11	добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	80%	100%	Министерство экологии и природных ресурсов Республики Татарстан
12	выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	20%	98,1%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
13	поставка сжиженного газа в баллонах	50%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
14	розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах	30%	26,9%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
15	производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации	100%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительной орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
16	розничная продажа нефтепродуктов	90%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
17	услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	70%	100%	Министерство транспорта и дорожного хозяйства Рес-публики Татарстан
18	легкая промышленность	70%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
19	обработка древесины и производство изделий из дерева	70%	100%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
20	производство кирпича	70%	100%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
21	производство бетона	70%	100%	Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан
22	ремонт автотранспортных средств	40%	99,83%	Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан
23	услуги в сфере наружной рекламы	100%	н/д	Ассоциация «Совет муниципальных образований Республики Татарстан»
24	Кадастровые и землеустроительные	80%	н/д	Министерство земельных и

№ п/п	Наименование рынков	Ключевой показатель (план), установленный ФАС России (значение доли частных организаций на рынке к 01.01.2022)	Фактическое значение показателя (факт) на 01.01.2018 (согласно сведениям ИОГВ)	Исполнительной орган государственной власти, ответственный за достижение показателей
1	2	3	4	5
	работы			имущественных отношений Республики Татарстан
25	Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	20%		
26	ритуальные услуги	20%		
27	услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет	98%		

**9. Обоснование выбора в перечень каждого рынка для содействия развитию конкуренции с учетом анализа данных документов стратегического планирования в области инвестиционной деятельности муниципальных образований, а также показателей социально-экономического развития каждого из муниципальных образований**

В соответствии с методическими подходами, используемыми в настоящем исследовании, а также полагаясь на методику ФАС РФ по расчету ключевого показателя развития конкуренции в отраслях экономики субъекта РФ (Приказ ФАС РФ от 29.08.2018 №1232/18), являющейся составной частью Национального плана развития конкуренции, утвержденного Указом Президента РФ от 21 декабря 2017г. №618 “Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции”, перечень рынков,

включаемых в состав дорожной карты развития конкурентной среды субъекта федерации определен и включает в себя 41 рынок.

В соответствии с этим обоснование выбора в перечень каждого приоритетного рынка для содействия развитию конкуренции не требуется, поскольку состав рынков определен и не подлежит пересмотру на этапе первичного исследования развития конкурентной среды.

## **10. Выявление аргументированного перечня «инвестиционных ниш» Республики Татарстан на основе выбранных приоритетных рынков (5 «инвестиционных ниш») и разработка мероприятий (5 мероприятий) по их использованию**

Важную роль при выборе «инвестиционных ниш» стратегического развития региона выполняют товарные группы международной ориентации, которые имеют наибольший экономический эффект. Они участвуют в развитии структуры промышленности региона, определяя его позицию в международном разделении труда.

Развитие экспорта является одним из критических факторов, обеспечивающих устойчивое и эффективное функционирование региональной экономики. Важность экспорта для региона заключается не только в наполнении бюджета, но и возможности позиционировать себя в мировом масштабе, именно экспорт выступает фактором, который определяет конкурентоспособность региона на мировых рынках. Развитие экспорта зависит во многом от привлекательности товарных групп и применяемых управленческих воздействий, ориентированных на формирование приоритетных направлений экспортного развития с целью повышения конкурентоспособности региона на международных рынках. Сегодня значимость региональной поддержки промышленности усиливается, приобретая целевой характер воздействия на приоритетные направления. Сосредоточение воздействия в рамках приоритетных направлений экспорта позволит максимально задействовать потенциал территории и обеспечить ее рост.

Согласно данным Приволжского таможенного управления Федеральной таможенной службы Российской Федерации, На начало 2018 года экспорт Республики Татарстан составил 11408,3 млн. долл. США (это составило 3,3% совокупного экспорта РФ). Экспорт рос до 2014 года и начиная с 2014 года (также как и по РФ и ПФО) имеет тенденцию к снижению: за 2017-2016 гг. снижение составило 37%, за 2016-2015 – 19%. Динамика как и отрицательную

(2016-2017 гг.), так и положительную (2011-2013 гг.) в целом соответствовала макроэкономическим показателям (страновые и округа). При этом снижение темпов роста по региону существенно опережает аналогичные показатели по ПФО и стране в целом. В 2017 году приращение падения объемов экспорта по сравнению со страновыми превышает в 1,19 раз, в 2016 – 3,38 раза, при этом рост также опережал в 1,47 и 1,14 раза соответственно в 2013 и 2012 гг.. По сравнению с ПФО рост объемов экспорта отставал (0,5 раза), прирост падения превышает окружные показатели соответственно в 2,56 и 1,09 раза в 2015 и 2016 гг. в целом за 2011-2017 гг. Сокращение экспорта опережает макроэкономические показатели в 1,5 раза.

Экспорт РТ на начало 2018 года представлен 624 товарными группами (четырёхзначная классификация товарных групп ТН ВЭД), объединенными в 86 товарных групп более высокого порядка. Для удобства проведения дальнейших исследований (обеспечение идентичности и сопоставимости статических данных с международными базами) товарные группы экспортного портфеля РТ объединены в 55 групп. В качестве информационной базы глобального рынка выбрана база данных ООН, которая аккумулирует статистические данные в разрезе товарных групп по странам в разрезе различных временных периодов. Данные об экспортной деятельности регионов РФ собраны в статистической базе Федеральной таможенной службы РФ. Сопоставление товарных групп и объединение их в единую группу осуществлено согласно классификаторам указанных баз данных. Дальнейший анализ и оценку будем проводить в рамках обозначенных товарных групп.

Структура экспортного портфеля РТ на начало 2018 года следующая (рисунок 6.1). Основную долю в экспорте как и по РФ занимают нефть и нефтепродукты (73%). Среди экспортируемых лидеров-товарных групп как и по России - машины и оборудование (кроме автомобилей, тракторов, ...), которая занимает 2,019% экспортного портфеля РТ; черные и цветные металлы и изделия из них (1,443%). Среди наиболее экспортируемых

товарных групп также отметим: натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину) (8,042%); пластмассы и изделия из них (3,008%); средства наземного транспорта (1,850%); резиновые изделия (1,243%); органические химические вещества (0,838%). Менее всего представлены (менее 0,01%) предметы одежды и одежные принадлежности, кожа, обувь, бумажная масса и макулатура, сырьевые материалы растительного происхождения, различные готовые изделия, не включенные в другие категории, сахар, изделия из сахара и мед, транспортное оборудование (железнодорожные или трамвайные подвижные составы, плавучие конструкции), игрушки, игры и спортивный инвентарь, живые животные, готовые продукты из мяса, рыбы, масличные семена и масличные плоды, дорожные принадлежности, сумки и аналогичные контейнеры, пушнина. Таким образом, основную долю в экспорте Республики занимают товарные группы нефтехимического и машиностроительного комплексов.

Динамика за 2015-2017 гг. в структуре экспортного портфеля РТ следующая. Заметно уменьшение доли товарных групп нефтехимического комплекса, (нефть, органические химические соединения, остаточные нефтепродукты, неорганические химические вещества и др.), рост товарных групп строительной, пищевой и сельскохозяйственной отраслей экономики (удобрения, строительные материалы, зерновые, продукты мукомольной промышленности). Спад по товарным группам нефтехимического комплекса может быть обусловлен снижением не только физических объёмов экспорта, также изменением цен и принятием ограничительных мер на мировых рынках.



Рис.5.1. Структура экспортного портфеля РТ на начало 2018 г.  
(источник: по данным Федеральной таможенной службы РФ)

Существенный рост доли в структуре экспортного портфеля региона за 2015-2018 гг. (более 500%) наблюдается по товарным группам, имеющим наименьший вес в экспортном портфеле региона: бумажная масса и макулатура; печатная продукция; мясо и пищевые мясные субпродукты; предметы одежды и одежные принадлежности; минеральные или химические удобрения, азотные; игрушки, игры и спортивный инвентарь; соль; сера; земли и камень; штукатурные материалы, известь и цемент; удобрения; осветительные приспособления и оборудование. Снижение доли в экспортном портфеле наблюдается по товарным группам: органические химические вещества; нефть сырая и нефтепродукты сырые; сырьевые материалы растительного происхождения; напитки; готовые продукты из мяса, рыбы или ракообразных, моллюсков; кожа; транспортное оборудование (железнодорожные или трамвайные подвижные составы, плавучие конструкции); нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды.

Заметны незначительные изменения в структуре промышленного экспорта, что может говорить о наличии слабого движения в сторону

диверсификации (таблица 6.1). Растущее разнообразие экспортного портфеля региона отражает тенденцию усиления промышленного сектора (изменение в долях экспорта сырьевых и промышленных отраслей). Не смотря на это, экспортный портфель остается моноспециализированным, отсутствует достаточное разнообразие экспортных товарных групп. Это может оказать тормозящее воздействие на экономический рост региона. Поэтому вопросы расширения направлений производственной специализации и углубление интеграции в мировую экономику при увеличении экспортного разнообразия и диверсификации остаются актуальными.

Таблица 5.1. Изменение доли отдельных товарных групп в структуре экспорта РТ за 2015-2017 гг. (источник: по данным Федеральной таможенной службы РФ)

	Изменение доли 2016/2015	Изменение доли 2017/2016	Тр 2015/2013
нефть сырая и нефтепродукты сырые	↓	↓	83,664%
нефтяные масла и нефтепродукты	↑	↓	108,716%
натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину)	↓	↑	115,461%
пластмассы и изделия из них	↓	↑	135,842%
машины и оборудование (кроме автомобилей, тракторов, ...)	↓	↑	139,441%
средства наземного транспорта	↓	↑	136,989%
черные и цветные металлы и изделия из них	↑	↑	276,411%
резиновые изделия	↓	↑	109,086%
органические химические вещества	↑	↓	87,943%
минеральные или химические удобрения, азотные	↓	↑	1228,9%
пробка и лесоматериалы и изделия из них	↑	↑	371,239%
специальные, научные и контрольные приборы и аппараты	↑	↑	241,254%

мыло, моющие и полирующие средства	↓	↑	121,245%
пищевые продукты и препараты, не включенные в другие категории	↑	↑	171,668%
остаточные нефтепродукты	↑	↓	109,177%

По темпу роста объемов экспорта товарные группы экспортного портфеля РТ были разделены на пять групп. Наиболее высокие и положительные показатели за 2015-2017 гг. оказались у следующих товарных групп: черные и цветные металлы, азотные минеральные или химические удобрения, пробка и лесоматериалы и изделия из них, специальные, научные и контрольные приборы и аппараты, растительные масла и жиры (мягкие), химические материалы и продукция, соль, штукатурные материалы, известь и цемент; удобрения, зерновые и продукция мукомольно-крупяной промышленности и др. При этом показатели роста по данным товарным группам опережают аналогичные региональные. Доля данных товарных групп составляет 3,5 % экспортного портфеля РТ. Представленные товарные группы относятся к целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей, текстильной, сельскохозяйственной и пищевой, машиностроительной отраслям экономики, промышленности строительных материалов.

Следующая группа, характеризующаяся некоторым спадом, но в целом положительной динамикой экспорта за 2015-2017 гг., представлена товарными группами: мебель; постельные принадлежности, кофе, чай, какао, пряности и продукты из них, животные и растительные масла и жиры, обработанные; воски и технические смеси или препараты, фотографическая аппаратура, оборудование, оптические изделия, сахар, изделия из сахара и мед, игрушки, игры и спортивный инвентарь, дорожные принадлежности, сумки и аналогичные контейнеры.

Суммарная доля данных товарных групп в экспортном портфеле незначительная и составила 0,172%. В целом динамика по представленным

товарным группам опережает среднереспубликанские значения (исключение дорожные принадлежности, спад по товарной группе превосходит среднее значение по республике).

К товарным группам, которые имеют общий отрицательный рост объемов экспорта за 2015-2017 гг., но по которым наблюдается восстановление объемов экспорта к 2015 году, относятся товарные группы машиностроительного и химического комплекса: пластмассы и изделия из них, машины и оборудование (кроме автомобилей, тракторов, железнодорожного или трамвайного подвижного состава, плавучих конструкции), средства наземного транспорта.

Динамика по представленным товарным группам опережает среднереспубликанские значения. Совокупная доля данных товарных групп в экспортном портфеле составляет 6,9%:

В экспортном портфеле занимают 0,9% товарные группы, которые к 2017 году уменьшили объемы экспорта. К 2016 году по данным товарным группам наблюдался рост, то 2017 году наблюдается спад, в целом динамика за три года отрицательна. Товарные группы представлены нефтехимической отраслью (нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды, медицинская и фармацевтическая продукция и др.), пищевой и сельскохозяйственной (молочные продукты и яйца птицы, сырьевые материалы растительного происхождения, не включенные в другие категории и др.), продукцией легкой промышленности (пушнина, обувь и др.).

Темпы роста объемов экспорта ниже среднерегиональных (спад выше, чем по РТ) по следующим товарным группам: нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды, кожа, сырьевые материалы растительного происхождения, не включенные в другие категории, пушнина.

Товарные группы, имеющие отрицательную динамику как по отдельным анализируемым годам, так и в целом, представлены следующими: нефть сырая и нефтепродукты сырые, нефтяные масла и нефтепродукты, натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную

резину), резиновые изделия, органические химические вещества, мыло, моющие и полирующие средства и др. Эти товарные группы занимают 89 % экспортного портфеля РТ. Товарные группы относятся к нефтехимической, пищевой и сельскохозяйственной отраслям. По большинству товарных групп падение сильнее среднерегионального значения.

Об изменении структуры экспортного портфеля говорит и показатель концентрации портфеля, рассчитываемый на основе индекса Херфиндаля-Хиршмана. Показатель на протяжении всех трех лет остается высоким, что говорит о низкой степени диверсификации портфеля и наличия узкого спектра экспортируемых товарных групп, однако имеет тенденцию к снижению: 3217,05 (2015 г.); 3143,32 (2016 г.); 2792,30 (2017 г.). Рассчитанный индекс диверсификации на мировом рынке также свидетельствует о моноспециализации экспортного портфеля региона. Индекс отклонения структуры товарных групп в экспортном портфеле региона от мирового экспорта значителен и составил 0,7.

Таким образом, основными экспортными товарными группами РТ на начало 2018 года выступают товарные группы нефтехимического комплекса (нефть сырая и нефтепродукты сырые, нефтяные масла и нефтепродукты, натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину), пластмассы и изделия из них, резиновые изделия, органические химические вещества, азотные минеральные или химические удобрения), а также машиностроительного комплекса (машины и оборудование (кроме автомобилей, ...), средства наземного транспорта), металлургии (черные и цветные металлы и изделия из них). Темп роста большинства представленных товарных групп отрицательный и имеет тенденцию к снижению.

Сравнивая структуру мирового экспортного портфеля по анализируемым товарным группам, а также доли, занимаемые товарными группами в экспортном портфеле лидеров со структурой портфеля РТ, получили следующие выводы. В структуре экспортного портфеля РТ, как было отмечено выше, преобладает продукция нефтехимического комплекса,

наибольшую долю занимают товарные группы нефть сырая, нефтяные масла и нефтепродукты, каучук, пластмассы, машины и оборудования, черные и цветные металлы. Анализ исследуемых товарных групп в мировом экспортном портфеле показал, что преобладающим экспортом характеризуются товарные группы машины и оборудования, средства наземного транспорта, черные и цветные металлы, нефть сырая, нефтепродукты, медицинская и фармацевтическая продукция. В целом в структуре мирового и регионального портфеля топовые товарные группы, имеющие больший удельный вес в портфеле, имеют схожий состав. Среди наиболее экспортируемых странами-лидерами товарных групп: нефть сырая (доля в портфеле экспортера-лидера достигает 64,39%); машины и оборудование (42,1%); средства наземного транспорта (17,83%), транспортное оборудование (11,43%), масличные семена (11,05%). Доли отдельных лидирующих в экспортном портфеле товарных групп представлены в таблице:

Таблица 5.2 Доли отдельных лидирующих в экспортном портфеле товарных групп, на начало 2018 г. (источник: по данным Федеральной таможенной службы РФ, статистической службы ООН)

Региональный портфель		Мировой портфель		Портфель лидеров	
Товарная группа	Доля	Товарная группа	Доля	Товарная группа	Доля
нефть сырая ...	38,39%	машины и оборудование ...	26,21%	нефть сырая ...	64,39%
нефтяные масла ...	34,70%	средства наземного транспорта	8,13%	машины и оборудование ...	42,06%
натуральный каучук...	8,04%	черные и цветные металлы...	4,17%	средства наземного транспорта	17,83%
пластмассы ...	3,01%	нефть сырая ...	3,69%	транспортное оборудование (...)	11,43%
машины и оборудование ...	2,02%	нефтяные масла ...	3,66%	масличные семена ...	11,05%
средства наземного транспорта	1,85%	пластмассы ...	3,32%	фотографическая аппаратура...	7,89%
черные и цветные металлы...	1,44%	медицинская и фармацевтическая продукция	3,26%	растительные масла и жиры (мягкие)	7,85%

резиновые изделия	1,24%	предметы одежды ...	2,73%	черные и цветные металлы...	7,73%
органические химические вещества	0,84%	специальные, научные ...	2,43%	предметы одежды ...	7,66%
минеральные или химические удобрения, азотные	0,46%	транспортное оборудование (...)	2,30%	медицинская и фармацевтическая продукция	5,74%
пробка и лесоматериалы...	0,42%	органические химические вещества	2,08%	нефтяные масла ...	4,84%
специальные, научные ...	0,42%	продукция из нерудных ископаемых	1,94%	текстильная пряжа, ткани, ...	4,78%
мыло, моющие...	0,39%	текстильная пряжа, ткани, ...	1,83%	сахар, изделия из сахара и мед	4,11%
пищевые продукты ...	0,26%	овощи и фрукты и продукты их переработки	1,37%	специальные, научные...	4,02%
остаточные нефтепродукты	0,23%	химические материалы ...	1,24%	напитки	3,17%
растительные масла и жиры (мягкие)	0,19%	мебель; постельные принадлежности	1,04%	эфирные масла, ...	3,06%
химические материалы и продукция...	0,17%	бумага, картон и изделия из них	1,03%	пластмассы ...	2,78%

Сопоставление товарной структуры экспортного портфеля РТ со средней товарной структурой мира позволяет говорить о специализации региона на следующих товарных группах как конкурентном преимуществе на мировых рынках: натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину) (индекс RCA составил 41,23); нефть сырая и нефтепродукты сырые (10,40); нефтяные масла и нефтепродукты (9,49); минеральные или химические удобрения, азотные (3,62); нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды (2,17); мыло, моющие и полирующие средства (1,62); резиновые изделия (1,56); животные и растительные масла и жиры, обработанные; воски и технические смеси или препараты (1,12); остаточные нефтепродукты (1,02). О более глубокой специализации региона в международной экономической деятельности свидетельствует высокое значение показателя, приоритетными направлениями внешнеэкономической

деятельности РТ выступают нефтехимические производства: каучук, нефть и нефтепродукты, удобрения. Показатели по данным товарным группам намного превышают среднемировые значения товарных групп. Близкими значениями, характеризующими специализацию региона на мировом рынке, располагают также товарные группы: растительные масла и жиры (мягкие) (0,92); пластмассы и изделия из них (0,90).

Сравнение товарной структуры текущего экспортного портфеля региона со структурой экспортеров лидеров по отдельным товарным группам позволило выявить следующие товарные группы, в которых РТ имеет более глубокую специализацию (как и по индексу RCA): нефтяные масла и нефтепродукты (индекс L составил 7,17); натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину) (3,07); азотные минеральные или химические удобрения (2,16); резиновые изделия (1,47); мыло, моющие и полирующие средства (1,09); пластмассы и изделия из них (1,08) . Отставание от лидера при опережающих мировых значениях показателей наблюдается по товарным группам: остаточные нефтепродукты (0,73); нефть сырая и нефтепродукты сырые (0,6); нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды (0,19); животные и растительные масла и жиры, обработанные; воски и технические смеси или препараты (0,05). Опережающие показатели в сравнении с лидерами позволяет говорить о том, что конкурентное преимущество состоит в достаточно большой доле и рынок анализируемых товарных групп не находится в сильной зависимости от лидера-экспортера товарной группы.

При этом необходимо заметить, что товарные группы, занимающие существенную долю в экспортном портфеле РТ, сохранили мировое и лидирующее сравнительное преимущество: нефтяные масла и нефтепродукты; натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину). Исключение составила сырая нефть, на рынке которой согласно проведенным расчетам оперируют игроки с существенной долей экспортного рынка. Резиновые изделия, азотные минеральные и

химические удобрения, мыло, моющие и полирующие средства также, находясь в лидерах экспортируемых товаров РТ, являются товарными группами экспортной специализации Республики Татарстан.

Близкими позициями к лидирующим товарным группам также располагают пластмассы и изделия из них, остаточные нефтепродукты, пробка и лесоматериалы. Таким образом, товарными группами, представляющими позиции высокой конкурентоспособности на внешних рынках текущего экспортного портфеля региона и формирующими его производственную специализацию, является продукция нефтехимического комплекса региона.

В экспортных поставках, осуществленных в 2017 году, выявлено 25 товарных групп Республики Татарстан, пользующихся спросом на внешних рынках, что подтверждается значениями индекса внутреннего сравнительного преимущества, которые превышают 0. В целом анализ полученных результатов свидетельствует, что основными конкурентоспособными товарами на мировых рынках является (как и по другим показателям сравнительного преимущества) продукция нефтехимического комплекса, в частности, нефть сырая и нефтепродукты сырые; нефтяные масла и нефтепродукты; натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину); резиновые изделия; азотные минеральные или химические удобрения. Самые высокие значения индекса внутреннего сравнительного преимущества характерны для экспортных поставок нефть сырая и нефтепродукты сырые (1,61); нефтяные масла и нефтепродукты (1,61), растительные масла и жиры (1,61); животные и растительные масла и жиры (1,61), зерновые и продукция мукомольной промышленности (1,61).

В товарные группы с меньшим по сравнению с портфелем положительным вкладом в торговый баланс (значениями индекса внутреннего сравнительного преимущества меньшим 1, но большим 0) вошли пластмассы и изделия из них; черные и цветные металлы и изделия из них; напитки; молочные продукты; мясо и пищевые мясные субпродукты; красящие и дубильные вещества и красители; соль; сера; земли и камень; штукатурные

материалы, известь и цемент; удобрения; неорганические химические вещества; осветительные приспособления и оборудование; обувь; органические химические вещества.

Менее всего ориентированы на экспорт в текущем экспортном портфеле РТ товарные группы: машины и оборудование (кроме автомобилей, тракторов, железнодорожного или трамвайного подвижного состава, плавучих конструкции); пушнина, дорожные принадлежности, кожа. По данным товарным группам индекс отрицательный и составил менее -1.

Принимая во внимание подход к оценке сравнительных преимуществ с позиции внутриотраслевой экономической деятельности - внутреннего фактора конкурентоспособности (индекс внутреннего сравнительного преимущества) и выражения экспортной ориентации данной товарной группы региона относительно мировой экономики - внешнего фактора конкурентоспособности продукции на мировом рынке (индекс мирового сравнительного преимущества, индекс лидерства), внешнеэкономическую (экспортную) специализацию региона можно определить как ориентированную на следующие «инвестиционные ниши»:

- нефтяные масла и нефтепродукты;
- натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину);
- резиновые изделия;
- минеральные или химические удобрения, азотные;
- мыло, моющие и полирующие средства;
- нефть сырая и нефтепродукты сырые;
- остаточные нефтепродукты;
- животные и растительные масла и жиры, обработанные; воски и технические смеси или препараты.

Товарные группы, которые являются внешне и внутренне конкурентоспособными, а также обладают сравнительным преимуществом

относительно мирового лидера экспортера, представлены продукцией нефтехимического комплекса: нефтяные масла и нефтепродукты; натуральный каучук (включая синтетический каучук и регенерированную резину); резиновые изделия; минеральные или химические удобрения, азотные; мыло, моющие и полирующие средства. Обладают конкурентоспособностью на внешних рынках, а также формируют положительный торговый баланс региона товарные группы: нефть сырая и нефтепродукты сырые; остаточные нефтепродукты; животные и растительные масла и жиры, обработанные; воски и технические смеси или препараты. Рассмотренные товарные группы являются областью специализации РТ, обладают сильной позицией на мировых рынках.

Преимущество РТ в экспорте на мировых рынках имеется по товарным группам нефтяные газы и прочие газообразные углеводороды; пластмассы и изделия из них. Ориентированы на внешний спрос, но отстают от мировых значений показатели по товарным группам: пробка и лесоматериалы и изделия из них; пищевые продукты и препараты, не включенные в другие категории; растительные масла и жиры (мягкие); зерновые и продукция мукомольно-крупяной промышленности; кофе, чай, какао, пряности и продукты из них; ракушки и аналогичные материалы, отходы этих продуктов. Данные товарные группы будут рассмотрены как потенциальные для развития в экспортном портфеле РТ, формирующего производственную специализацию региона.

## **11. Подготовка плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции**

План мероприятий, включающий в себя разработку индикаторов по оценке изменения качества конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан; исходную фактическую информацию (в том числе числовую) в отношении ситуации и проблематики развития конкурентной среды на анализируемых рынках; мероприятия, обеспечивающие достижение установленных целей (результатов), с указанием ответственных исполнителей и соисполнителей, а также срока реализации таких мероприятий представлен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью исследования.

## Заключение

Мониторинг административных барьеров в рамках исследуемых рынков проводился на основе реализованного социологического исследования, оценивающего мнение участников рынка о состоянии конкурентной среды, механизмах ее совершенствования и перспективах ее дальнейшего развития. Всего в опросе приняло участие около 1204 респондентов. Основные итоги данного блока работ приведены в разделе 2.2.

Важнейшей составляющей, способствующей определению уровня административных барьеров, стал проведенный анализ опубликованных аналитических отчетов, раскрывающих особенности развития конкурентной среды на отраслевых рынках. В качестве основных из них использовались:

- «Мониторинг эффективности деятельности органов исполнительной власти Республики Татарстан, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти по Республике Татарстан, органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Республики Татарстан по реализации антикоррупционных мер на территории Республики Татарстан (2017г.)», подготовленный Комитетом Республики Татарстан по социально-экономическому мониторингу;

- Отчет о результатах проверки реализации мероприятий по обеспечению медицинских учреждений и отдельных категорий граждан лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения в 2015-2016 годах и истекшем периоде 2017 года, подготовленным Счетной палатой Республики Татарстан;

- Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму;

- Данные Управления Федеральной антимонопольной службы в сфере нарушения антимонопольного законодательства;

- Аналитический отчет «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан»;

и др.

В целом уровень активности конкурентной среды на рынках республики выше среднего, однако анализ в разрезе рассмотренных сфер предпринимательской деятельности выявляет группы лидеров и аутсайдеров. Далее представляем рейтинг, сформированный на данных опроса компетентных сотрудников компаний, представляющих социально-значимые рынки Республики Татарстан (в частности, вопросы № 1 и 8 анкеты).

Три первых места в порядке снижения уровня активности конкурентной среды занимают рынки услуг связи, розничной торговли и перевозок пассажиров наземным транспортом. К группе лидеров с менее выраженными качествами рынка-лидера примыкает рынок услуг дошкольного образования. Места с пятого по девятое занимают соответственно рынки дополнительного образования детей, услуг в сфере культуры, медицинских услуг, услуг сферы жилищно-коммунального хозяйства, а также сферы детского отдыха и оздоровления. Группу аутсайдеров составляют рынки услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (одиннадцатое место) и социального обслуживания населения (десятое место). Что характерно, выявленные группы с наиболее высоким и наиболее низким уровнями конкуренции практически совпадают с группами рынков-лидеров и –аутсайдеров, определенных по итогам проведения опроса потребителей. В случае рынков-лидеров это отчасти связано с тем, что в отсутствие других значительных преимуществ цены на услуги представляющих их компаний не кажутся потребителям чрезмерно завышенными, а также с тем, что лишь компании-представители данных рынков, в отличие от всех прочих, считают низкие цены на продукцию одним из важнейших факторов конкурентоспособности фирмы. В случае же рынков-аутсайдеров дело в адресности предоставляемых их компаниями услуг, их невостребованности у большинства татарстанцев и, соответственно, малой численности организаций данного профиля, а также их достаточной информационной закрытости. В этой ситуации логичным представляется тот факт, что в среднем компании-

представители рынков услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями и услуг социального обслуживания населения закрепляют за собой несколько большую долю на рынке и чаще предсказывают стабильный спрос на свои услуги при увеличении цен на них.

Вне зависимости от сферы деятельности и места в нашем рейтинге активности конкурентной среды, подавляющее большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан не планируют кардинальных изменений своей стратегии конкурентного поведения. Наиболее частой мерой повышения конкурентоспособности организаций было и остается обучение персонала; такие радикальные меры, как освоение новых продуктовых и географических рынков, редко оказываются востребованными, хотя препятствия респондентам представляются вполне преодолимыми.

### **Выводы и планируемые действия**

#### **1) Степень выполнения намеченных мероприятий**

Одним из ключевых результатов исследования стал разработанный проект плана мероприятий, включающий в себя разработку индикаторов по оценке изменения качества конкурентной среды на приоритетных рынках Республики Татарстан; исходную фактическую информацию (в том числе числовую) в отношении ситуации и проблематики развития конкурентной среды на анализируемых рынках; мероприятия, обеспечивающие достижение установленных целей (результатов), с указанием ответственных исполнителей и соисполнителей, а также срока реализации таких мероприятий представлен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью исследования.

Разработанные мероприятия обеспечивают достижимость ключевых параметров развития конкурентной среды на исследуемых рынках Республики Татарстан. Данный вывод основывается в рамках использования научно обоснованных выводов и оценок, формирующих основу для разработки

«дорожной карты», а также их согласованием со стороны профильных органов исполнительной власти Республики Татарстан.

## **2) Оценка достижения целевых показателей развития конкуренции на приоритетных и социально-значимых рынках**

Результаты проведенного мониторинга позволяют сделать следующие выводы:

**На 29 рынках ключевой показатель эффективности, определенный методикой ФАС РФ, уже выполнен (по данным ОИГВ):**

1. Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами (Рынок 1 по методике ФАС).
2. Дошкольное образование (Рынок 5 по методике ФАС)
3. Общее образование (Рынок 6 по методике ФАС);
4. Среднее профессиональное образование (Рынок 7 по методике ФАС);
5. Высшее профессиональное образование (Рынок 8 по методике ФАС);
6. Племенное животноводство (Рынок 13 по методике ФАС);
7. Семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур (Рынок 14 по методике ФАС);
8. Жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки) (Рынок 15 по методике ФАС);
9. Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (Рынок 16 по методике ФАС);
10. Архитектурно-строительное проектирование (Рынок 18 по методике ФАС);
11. Вылов водных биоресурсов (Рынок 20 по методике ФАС);
12. Переработка водных биоресурсов (Рынок 21 по методике ФАС);
13. Товарная аквакультура (Рынок 22 по методике ФАС);
14. Добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (Рынок 23 по методике ФАС);

15. Теплоснабжение (производство тепловой энергии) (Рынок 24 по методике ФАС);
16. Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (Рынок 25 по методике ФАС);
17. Выполнение работ по благоустройству городской среды (Рынок 26 по методике ФАС);
18. Выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (Рынок 27 по методике ФАС);
19. Поставка сжиженного газа в баллонах (Рынок 28 по методике ФАС);
20. Производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации (Рынок 30 по методике ФАС);
21. Розничная продажа нефтепродуктов (Рынок 31 по методике ФАС);
22. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта (Рынок 32 по методике ФАС);
23. Перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (Рынок 33 по методике ФАС);
24. Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации (Рынок 34 по методике ФАС);
25. Легкая промышленность (Рынок 35 по методике ФАС);
26. Обработка древесины и производство изделий из дерева (Рынок 36 по методике ФАС);
27. Производство кирпича (Рынок 37 по методике ФАС);
28. Производство бетона (Рынок 38 по методике ФАС);
29. Ремонт автотранспортных средств (Рынок 39 по методике ФАС).

**На 6 рынках значение ключевого показателя будет достигнуто, согласно прогнозным оценкам профильных органов исполнительной власти Республики Татарстан, к 01.01.2022 г.:**

1. Медицинские услуги (Рынок 2 по методике ФАС)
2. Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам (Рынок 4 по методике ФАС);
3. Услуги отдыха и оздоровления детей (Рынок 9 по методике ФАС);
4. Дополнительное образование детей (Рынок 10 по методике ФАС);
5. Дорожное строительство (Рынок 17 по методике ФАС);
6. Розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах (Рынок 29 по методике ФАС).

**Данные по 3 рынкам отсутствуют (в связи с непредоставлением информации от профильных ОИГВ или отсутствием данных у профильных ОИГВ):**

1. Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья
2. Кадастровые и землеустроительные работы.
3. Услуги в сфере наружной рекламы.

**3) оценка активности бизнес-сообщества в вопросах защиты и развития конкуренции в регионе**

Ответы субъектов предпринимательской деятельности Республики Татарстан позволяют судить о довольно высоком уровне конкуренции на них. Так, по признаниям большинства опрошенных, на их рынке многие компании производят аналогичные товары, выполняют аналогичные работы и предоставляют аналогичные услуги. Количество основных конкурентов на рынках большое, и на каждом из них есть несколько «монополистов», имеющих собственную, существенно большую экономическую нишу по сравнению с остальными участниками рынка, однако не оказывающих на них ощутимого антиконкурентного давления.

В целом уровень активности конкурентной среды на рассмотренных рынках выше среднего (для формирования показателя использованы вопросы № 1 и 8 анкеты).

Вне зависимости от сферы деятельности, подавляющее большинство опрошенных представителей приоритетных рынков Республики Татарстан не планируют кардинальных изменений своей стратегии конкурентного поведения. Наиболее частой мерой повышения конкурентоспособности организаций было и остается обновление и эффективизация рекламного сопровождения своей продукции; такие радикальные меры, как освоение новых продуктовых и географических рынков, редко оказываются востребованными, хотя препятствия респондентам представляются вполне преодолимыми.

#### **4) оценка бюджетного и социального эффекта от реализации мероприятий по развитию конкуренции в регионе**

Бюджетный и социальный эффект в ходе реализации мероприятий по развитию конкурентной среды на анализируемых рынках Республики Татарстан выражается в активизации динамики роста ВРП, вследствие интенсификации процессов стимулирования развития бизнес среды на основе формирования комфортных условий хозяйствования и развития конкуренции на рассматриваемых рынках.

#### **5) основные достижения по развитию конкуренции в отчетный период**

Фактическое значение показателя эффективности развития конкурентной среды на каждом рынке рассчитано в соответствии с Методикой по расчету ключевого показателя развития конкуренции в отраслях экономики субъекта РФ Приказ ФАС РФ от 29.08.2018 №1232/18.

Таблица – Результаты мониторинга и сопоставления фактических и ключевых значений развития конкурентной среды на рынках Республики Татарстан

№ рынка по методике ФАС РФ	Наименование рынков	Ключевой показатель	Фактическое значение на 01.01.2018	Статус
1.	Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами	60%	88,19%	+
2.	Медицинские услуги	10%	6,9%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
3.	Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	3%	н/д	н/д
4.	Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам	10%	3,10%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
5.	дошкольное образование	не менее 1 организации	6 организаций	+
6.	общее образование	не менее 1 организации	2 организации	+
7.	среднее профессиональное образование	не менее 1 организации	7 организаций	+
8.	высшее профессиональное образование	не менее 1 организации	16 организаций	+
9.	услуги отдыха и оздоровления детей	20%	15,2%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
10.	дополнительное образование детей	5%	2%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
11.	ритуальные услуги	20%	8,17%	- Риск разгосударствления муниципальных

				предприятий (МУП "Ритуал", МУП «Горкоммунхоз») (доля гос участия- 91,83%)
12.	лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	20%	0%	-
13.	племенное животноводство	20%	92,79%	+
14.	семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур	20%	100%	+
15.	жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)	80%	96,2%	+
16.	строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	80%	95%	+
17.	дорожное строительство	80%	76,92%	+ (к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
18.	архитектурно-строительное проектирование	80%	88%	+
19.	кадастровые и землеустроительные работы	80%	н/д	н/д
20.	вылов водных биоресурсов	80%	100%	+
21.	переработка водных биоресурсов	80%	100%	+
22.	товарная аквакультура	80%	100%	+
23.	добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	80%	100%	+

24.	теплоснабжение (производство тепловой энергии)	20%	70%	+
25.	услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	20%	89%	+
26.	выполнение работ по благоустройству городской среды	20%	40,54%	+
27.	выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	20%	98,1%	+
28.	поставка сжиженного газа в баллонах	50%	100%	+
29.	розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах	30%	26,9%	+(к 2022г. ключевое значение будет достигнуто)
30.	производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации	30%	100%	+
31.	розничная продажа нефтепродуктов	90%	100%	+
32.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта	20%	51,4%	+
33.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	30%	100%	+
34.	услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на	70%	100%	+

	территории субъекта Российской Федерации			
35.	легкая промышленность	70%	100%	+
36.	обработка древесины и производство изделий из дерева	70%	100%	+
37.	производство кирпича	70%	100%	+
38.	производство бетона	70%	100%	+
39.	ремонт автотранспортных средств	40%	99,83%	+
40.	услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет	98%	87,7%	- Риск разгосударствления ПАО «Таттелеком» (доля гос участия-76%)
41.	услуги в сфере наружной рекламы	100%	н/д	н/д

**б) направления развития конкуренции на среднесрочную перспективу.**

Очевидно, что в целях развития конкуренции в Республике Татарстан, в том числе на региональном и муниципальном уровне, и устранения угроз экономике региона в целом, обеспечения интересов потребителей товаров, работ, услуг и реализации Национального плана развития конкуренции требуется принятие комплекса стратегических мер.

Разработанные мероприятия ориентированы на реализацию мер общего характера, направленных на улучшение конкурентной среды в целом, а также специальных мер, обеспечивающих развитие конкуренции в отдельных отраслях экономики Республики Татарстан.

В целях создания условий для развития конкуренции необходимо добиться активизации процессов малой приватизации, то есть приватизации неэффективно используемого имущества, находящегося в собственности республики и ее муниципалитетов.

В этой связи значимым импульсом к сокращению доли государственного участия в экономике может стать развитие так называемой

инициативной (заявительной) приватизации недвижимого имущества для небольших имущественных комплексов. Как правило, такие объекты остаются неприватизированными из-за необходимости осуществления значительных (по сравнению со стоимостью продажи имущества) бюджетных затрат на оформление документов (кадастрирование, оценка). В целях сокращения расходов бюджетов всех уровней целесообразно предусмотреть возможность оформления объектов за счет третьих лиц (заявителя или юридических лиц, привлекаемых для осуществления функций продавца) с последующей компенсацией затрат за счет покупателя. Инициативная приватизация должна проводиться на условиях полной прозрачности и конкурентности процедуры, определения рыночной стоимости объектов при формировании начальной цены, а также в ограниченные сроки.

Важным направлением должно стать формирование системы действенных стимулов для скоординированной работы органов власти всех уровней по развитию конкуренции

Необходимо предусмотреть требование по максимальной открытости работы органов власти по содействию развитию конкуренции и применение мер дисциплинарной и административной ответственности к должностным лицам, ответственным за невыполнение «дорожных карт» по развитию конкуренции.

Требуется продолжить работу по развитию конкуренции. В том числе необходимо закрепить как обязательный элемент, что использование проконкурентных подходов при решении задач социально-экономического развития должно войти в повседневную практику деятельности органов власти всех уровней.

Для этого требуется проводить постоянный мониторинг состояния конкурентной среды и на основе анализа проделанной работы, достигнутых результатов развития конкуренции на муниципальном и региональном уровнях, периодически, не реже чем через каждые 5 лет, осуществлять

актуализацию программных документов республиканской государственной политики по развитию конкуренции.

## Список использованной литературы

1. Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации.
2. Доклад о приоритетных направлениях деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в Российской Федерации.
3. Методика по расчету ключевого показателя развития конкуренции в отраслях экономики субъекта РФ (Приказ ФАС РФ от 29.08.2018 №1232/18).
4. 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.
5. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на товарных рынках региона рекомендуется использовать при формировании и корректировке Перечня приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации.
6. Результаты опроса потребителей и производителей на сайте Министерства экономики Республики Татарстан.
7. Правовые акты ФАС. - URL: <http://solutions.fas.gov.ru/>, свободный.
8. Методологический подход разработан на основе развития подходов классиков теории межрегиональной и глобальной конкуренции и территориального развития Ф. Перру, М. Портера, Й. Шумпетера и др.
9. Стратегия социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года.
10. Открытые статистические данные информационных ресурсов «Открытый Татарстан», раздел «Тарифы» (URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/search?category=10172193>) и

Комитета по тарифам Республики Татарстан, раздел «Тарифы» (URL: <https://kt.tatar.ru/rus/ntarif.htm>).

11. Послание Президента Республики Татарстан Государственному Совету Республики Татарстан.

12. Мониторинг эффективности деятельности органов исполнительной власти Республики Татарстан, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти по Республике Татарстан, органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Республики Татарстан по реализации антикоррупционных мер на территории Республики Татарстан (2017г.)», подготовленный Комитетом Республики Татарстан по социально-экономическому мониторингу.

13. Отчет о результатах проверки реализации мероприятий по обеспечению медицинских учреждений и отдельных категорий граждан лекарственными средствами, изделиями медицинского назначения в 2015-2016 годах и истекшем периоде 2017 года, подготовленным Счетной палатой Республики Татарстан.

14. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму.

15. Данные Управления Федеральной антимонопольной службы в сфере нарушения антимонопольного законодательства.

16. Аналитический отчет «Индекс делового климата в районах Республики Татарстан.

17. Итоги работы с обращениями граждан в Управлении Роспотребнадзора по Республике Татарстан и его территориальных отделах за I полугодие 2017 года. - URL: [http://16.rospotrebnadzor.ru/bytag7/-/asset\\_publisher/5YmY/content/итоги-работы-с-обращениями-граждан-в-управлении-роspotrebnadzora-и-его-территориальных-отделах-за-i-полугодие-2017-года;jsessionid=AAAC13204FE3C934360A3EFE6386DC772?redirect=http%3A%2F%2F16.rospotrebnadzor.ru%2Fbytag7%3Bjsessionid%3DAAC13204FE3C9343](http://16.rospotrebnadzor.ru/bytag7/-/asset_publisher/5YmY/content/итоги-работы-с-обращениями-граждан-в-управлении-роspotrebnadzora-и-его-территориальных-отделах-за-i-полугодие-2017-года;jsessionid=AAAC13204FE3C934360A3EFE6386DC772?redirect=http%3A%2F%2F16.rospotrebnadzor.ru%2Fbytag7%3Bjsessionid%3DAAC13204FE3C9343)

60A3EFE6386DC772%3Fp\_p\_id%3D101\_INSTANCE\_5YmY%26p\_p\_lifecycle  
%3D0%26p\_p\_state%3Dnormal%26p\_p\_mode%3Dview%26p\_p\_col\_id%3Dcolu  
mn-1%26p\_p\_col\_count%3D1, свободный.

## Методика по расчету ключевого показателя развития конкуренции для представленного перечня рынков

№	Наименование рынков	Методика расчета, сформированная ФАС России
1.	Розничная торговля лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами	Доля частных аптечных организаций (не хозяйствующих субъектов) на рынке <b>(количество частных предприятий к общему числу предприятий на рынке, шт. )</b>
2.	Медицинские услуги	Доля участия медицинских организаций частной формы собственности и индивидуальных предпринимателей в выполнении территориальной программы ОМС <b>(объем оказания медицинской помощи, распределённый комиссией по разработке территориальной программы ОМС медицинским организациям частной формы собственности и индивидуальным предпринимателям к общему объему оказания медицинской помощи, распределённый комиссией по разработке территориальной программы ОМС, руб.)</b>
3.	Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	Доля выручки негосударственных и немунципальных организаций, полученной от оказания услуг ранней диагностики, социализации и реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья (в возрасте до 6 лет) в общем объеме выручки на рынке, <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке, рублей)</b>

4.	Социальные услуги инвалидам и престарелым гражданам	Доля бюджетных средств, выделяемых на предоставление социальных услуг инвалидам и престарелым гражданам негосударственными и немуниципальными организациями, в общем объеме бюджетных средств, выделяемых на предоставление социальных услуг <b>(объем бюджетных средств субъекта Российской Федерации, направленных негосударственным и немуниципальным организациям в целях оказания социальных услуг инвалидам и престарелым гражданам в отчетном году к общему объему бюджетных средств субъекта Российской Федерации, направленных на оказание социальных услуг инвалидам и престарелым гражданам в отчетном году, руб.)</b>
5.	дошкольное образование	Количество организаций негосударственной и немуниципальной формы собственности, оказывающих услуги в сфере дошкольного образования <b>(количество организаций частной формы собственности)</b>
6.	общее образование	Количество организаций негосударственной и немуниципальной формы собственности, оказывающих услуги в сфере общего образования <b>(количество организаций частной формы собственности)</b>
7.	среднее профессиональное образование	Количество организаций негосударственной и немуниципальной формы собственности, оказывающих услуги в сфере среднего профессионального образования <b>(количество организаций частной формы собственности, шт.)</b>
8.	высшее профессиональное образование	Количество организаций негосударственной и немуниципальной формы собственности, оказывающих услуги в сфере высшего профессионального образования <b>(количество организаций частной формы собственности, шт.)</b>

9.	услуги отдыха и оздоровления детей	Соотношение численности детей, которым были оказаны услуги отдыха и оздоровления организациями негосударственной и немуниципальной формы собственности к общей численности детей, которым были оказаны услуги отдыха и оздоровления ( <b>численность детей, которым были в отчетном году оказаны услуги отдыха и оздоровления организациями негосударственной и немуниципальной формы собственности к общей численности детей, которым в отчетном году были оказаны услуги отдыха и оздоровления, чел.</b> )
10.	дополнительное образование детей	Соотношение численности детей, которым были оказаны услуги дополнительного образования организациями негосударственной и немуниципальной формы собственности к общей численности детей, которым были оказаны услуги отдыха и оздоровления ( <b>численность детей, которым были в отчетном году оказаны услуги дополнительного образования организациями негосударственной и немуниципальной формы собственности к общей численности детей, которым в отчетном году были оказаны услуги дополнительного образования, чел.</b> )
11.	ритуальные услуги	Доля участия ритуальных организаций частной формы собственности в общем объеме рынка ритуальных услуг ( <b>выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке, руб.</b> )
12.	лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	Доля частных хозяйствующих субъектов ( <b>число частных предприятий к общему числу предприятий на рынке, шт.</b> )

13.	племенное животноводство	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора <b>(объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, усл. гол.)</b>
14.	семеноводство по основным видам сельскохозяйственных культур	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора <b>(объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, тонн)</b>
15.	жилищное строительство (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки)	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора <b>(объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, кв.м.)</b>
16.	строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора <b>(объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, кв. м.)</b>

17.	дорожное строительство	Доля (объем) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка хозяйствующих субъектов частного сектора ( <b>выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке</b> ) , руб.
18.	архитектурно-строительное проектирование	Доля (объем) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка хозяйствующих субъектов частного сектора ( <b>выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке, руб.</b> )
19.	кадастровые и землеустроительные работы	Доля (объем) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка хозяйствующих субъектов частного сектора ( <b>выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке</b> ) , руб.
20.	вылов водных биоресурсов	Доля (объем) добычи (вылова) рыбы, других водных биоресурсов, за исключением изъятия объектов товарной аквакультуры (товарного рыбоводства), с распределением на объем добычи (вылова) хозяйствующих субъектов частного сектора и объем добычи (вылова) хозяйствующих субъектов с государственным или муниципальным участием ( <b>объем добычи (вылова) рыбы других водных биоресурсов организаций частной формы собственности к общему объему вылова</b> ), тонн
21.	переработка водных биоресурсов	Доля (объем) продукции, произведенной из водных биоресурсов, с распределением на объем продукции хозяйствующих субъектов частного сектора и объем продукции хозяйствующих субъектов с государственным или муниципальным участием ( <b>объем продукции организаций частной формы собственности к общему объему продукции на рынке</b> ), тонн

22.	товарная аквакультура	Доля (объем) изъятия объектов товарной аквакультуры (товарного рыбоводства) с распределением на объем изъятия хозяйствующих субъектов частного сектора и объем изъятия хозяйствующих субъектов с государственным или муниципальным участием <b>(объем изъятия объектов товарной аквакультуры (товарного рыбоводства) организаций частной формы собственности к общему объему изъятия), тонн</b>
23.	добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	Доля (объем) добычи общераспространенных полезных ископаемых, с распределением на объем добычи хозяйствующих субъектов частного сектора и объем добычи хозяйствующих субъектов с государственным или муниципальным участием <b>(объем добычи общераспространенных полезных ископаемых организаций частной формы собственности к общему объему добычи на рынке), куб.м, тонны (в зависимости от полезного ископаемого)</b>
24.	теплоснабжение (производство тепловой энергии)	Доля объема полезного отпуска тепловой энергии организациями частной формы собственности <b>(объем полезного отпуска тепловой энергии организациями частной формы собственности к общему объему полезного отпуска тепловой энергии, Гкал)</b>
25.	услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	Доля объема транспортируемых твердых коммунальных отходов организациями частной формы собственности <b>(объем транспортируемых твердых коммунальных отходов организациями частной формы собственности к общему объему транспортируемых твердых коммунальных отходов), куб.м.</b>
26.	выполнение работ по благоустройству городской среды	Доля объема выручки организаций частной формы собственности <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке, руб.)</b>

27.	выполнение работ по содержанию общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	Доля общей площади помещений ( <b>м2</b> ), входящих в состав общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, находящихся в управлении у всех хозяйствующих субъектов (за исключением товариществ собственников жилья, жилищных, жилищно-строительных кооператоров или иных специализированных потребительских кооперативов), осуществляющих деятельность по управлению многоквартирными домами, с находящиеся в управлении у хозяйствующих субъектов частного сектора, <b>кв. м.</b>
28.	поставка сжиженного газа в баллонах	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора ( <b>объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке</b> ), <b>куб.м.</b>
29.	розничная купля-продажа электроэнергии (мощности) в ценовых и неценовых зонах	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора ( <b>объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, кВт ч</b> )
30.	производство электрической энергии на розничном рынке, включая производство электрической энергии в режиме когенерации	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора ( <b>объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, кВт ч</b> )
31.	розничная продажа нефтепродуктов	Реализованные товары, работы, услуги в натуральном выражении хозяйствующими субъектами частного сектора ( <b>объем реализованных на рынке товаров в натуральном</b>

		<b>выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке), тонн</b>
32.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (городской транспорт) за исключением городского наземного электрического транспорта	Доля (объем) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка хозяйствующих субъектов частного сектора <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке), руб.</b>
33.	перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	Доля (объем) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка хозяйствующих субъектов частного сектора <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке) , руб.</b>
34.	услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	Доля частных хозяйствующих субъектов <b>(количество частных предприятий к общему числу предприятий на рынке), шт.</b>
35.	легкая промышленность	Доля выручки частных хозяйствующих субъектов <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке), руб.</b>
36.	обработка древесины и производство изделий из дерева	Доля выручки частных хозяйствующих субъектов <b>(выручка частных предприятий к общему объему выручки на рынке), руб.</b>

37.	производство кирпича	Доля частных хозяйствующих субъектов ( <b>объем реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, шт.</b> )
38.	производство бетона	Доля частных хозяйствующих субъектов ( <b>объем (доля) реализованных на рынке товаров в натуральном выражении организациями частной формы собственности к общему объему реализации на рынке, шт.</b> )
39.	ремонт автотранспортных средств	Доля частных хозяйствующих субъектов ( <b>количество частных предприятий к общему числу предприятий на рынке</b> ), шт.
40.	услуги связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет	Минимальная доля присутствия организаций частной формы собственности на рынке услуг связи по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет. Показатель упрощения доступа операторов связи к объектам инфраструктуры, находящимся в государственной и муниципальной собственности, путем удовлетворения заявок операторов связи на размещение сетей и сооружений связи на объектах государственной и муниципальной собственности. <b>(1. По перечню хозяйствующих субъектов на рынке; 2. По объему товарного рынка; Гб</b>
41.	услуги в сфере наружной рекламы	Доля частных хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность в сфере наружной рекламы ( <b>достижение доли 100% ГУПов, МУПов, МКУ, МБУ, ГКУ, ГБУ и других предприятий с государственным участием, прекративших свою деятельность в сфере наружной рекламы</b> ), шт

## Перечень

**хозяйственных обществ, в уставном капитале которых доля участия  
Республики Татарстан в совокупности превышает пятьдесят процентов**

№	Наименование акционерного общества	Доля МЗИО РТ от устав. капит., %
1	ОАО «Центр развития земельных отношений Республики Татарстан»	50,00
2	АО «Иннополис-Сити»	50,00
3	АО «Региональный инжиниринговый центр медицинских симуляторов «Центр Медицинской Науки» (АО «Центр Медицинской Науки»)	50,93
4	АО «АЛЬМЕТЬЕВСК-ВОДОКАНАЛ»	56,35
5	ПАО «РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНЖИНИРИНГОВЫЙ ЦЕНТР ПРОМЫШЛЕННЫХ ЛАЗЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАИ-ЛАЗЕР»	71,73
6	АО «Региональный центр инжиниринга в сфере химических технологий»	74,66
7	ОАО «Буинское МПП ЖКХ (Инженерные сети)»	75,00
8	ОАО «СЕТЕВАЯ КОМПАНИЯ»	77,24
9	АО «ТАТАГРОЛИЗИНГ»	77,78
10	АО «ТАТКОММУНПРОМКОМПЛЕКТ»	81,02
11	АО «Управление Капитального Строительства Инженерных Сетей и Развития Энергосберегающих Технологий Республики Татарстан» (АО «УКС»))»	91,43
12	АО «Центр прототипирования и внедрения отечественной робототехки»	94,74
13	АО «АГЕНТСТВО ПО ИПОТЕЧНОМУ ЖИЛИЩНОМУ КРЕДИТОВАНИЮ»	96,67
14	АО «Центр цифровых технологий»	99,91
15	АО «Центральный депозитарий Республики Татарстан»	99,99
16	АО «ОСОБАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «ИННОПОЛИС»	100,00
17	АО «ОСОБАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА ППТ «АЛАБУГА»	100,00
18	АО «Мобильная государственная связь»	100,00
19	АО «Волжский научно-исследовательский институт углеводородного сырья» (АО «ВНИИУС»))	100,00

20	АО «КАЗАНЬ АРЕНА»	100,00
21	АО «Информационно-издательский центр»	100,00
22	АО «АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ ПАРК «КАЗАНЬ»	100,00
23	АО «СВЯЗЬИНВЕСТНЕФТЕХИМ»	100,00
24	АО «Корпорация развития Республики Татарстан»	100,00
25	АО «Головное племенное предприятие «Элита»	100,00
26	АО «Корпорация экспорта Республики Татарстан»	100,00
27	АО «АК БАРС ОСНОВА»	100,00
28	АО «ТАТАВТОДОР»	100,00
29	АО «Компания «Юл»	100,00
30	АО «РПО «ТАТКОММУНЭНЕРГО»	100,00
31	АО «Лесная транспортная компания»	100,00
32	АО «БЕЗОПАСНОСТЬ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ»	100,00
33	АО «ТАТМЕДИА»	100,00
34	АО «ХИМГРАД»	100,00
35	АО «ПРОЕКТЫ ТАТАРСТАНА»	100,00
36	АО «РАЦИН»	100,00
37	АО «РИВЦ»	100,00
38	АО «АГЗРТ»	100,00
39	АО «БТИ РТ»	100,00

**Перечень**  
**юридических лиц - муниципальных унитарных предприятий и**  
**хозяйственных обществ, в уставном капитале которых доля участия**  
**муниципального образования в совокупности превышает пятьдесят**  
**процентов**

№ п/п	Муниципальный район	Наименование юридического лица
1	2	3
1	Агрызский район	Всего, в том числе:
1.1		Муниципальное унитарное предприятие «Управление строительства» Агрызского муниципального района
2	Азнакаевский район	Всего, в том числе:
2.1		МУП «Многоотраслевое производственное предприятие благоустройства и озеленения г. Азнакаево»
2.2		МУП «Сельхозжилсервис»
2.3		МУП «Управление капитального строительства Азнакаевского муниципального района Республики Татарстан»
2.4		МУП «Школьное питание Азнакаевского муниципального района»
2.5		МУП «Департамент жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства Азнакаевского муниципального района Республики Татарстан»
2.6		МУП «Актюба»
2.7		ОАО «Комбинат школьного питания»
2.8		АО «Многоотраслевое производственное предприятие благоустройства и озеленения города Азнакаево» ( на стадии ликвидации)
3	Аксубаевский район	Всего, в том числе:
4	Актанышский район	Всего, в том числе:
4.1		МУП «Актанышский полигон ТБО»
4.2		МУП Оздоровительный центр «Шифа»
4.3		МУП «Актанышское АТХ»
5	Алексеевский район	Всего, в том числе:
6	Алькеевский район	Всего, в том числе:
7	Альметьевский район	Всего, в том числе:
7.1		МУП «Городское управление автомобильных дорог» (МУП «ГУАД»)
7.2		МУП Альметьевского района и г.Альметьевска «Дорсигнал»

		(МУП «Дорсигнал»)
7.3		МУП Альметьевского района и города Альметьевск «Светсервис» (МУП «Светсервис»)
7.4		МУП «Альметьевское транспортное управление» (МУП «АТУ»)
7.5		МУП «Жилищно-коммунальное хозяйство (Инженерные сети)»
7.6		МУП «Управление ресурсами Альметьевского муниципального района» (МУП «Управление ресурсами»)
7.7		МУП п.г.т. Нижняя Мактама Альметьевского р-на «Управляющая Компания «Комфорт» (МУП «УК «Комфорт»)
7.8		МУП «Управление капитального строительства Альметьевского муниципального района» (МУП «УКС»)
7.9		МУП «Комбинат здоровья Альметьевского муниципального района» (МУП «Комбинат здоровья»)
7.10		МУП «Альметьевское троллейбусное управление»
8	Апастовский район	Всего, в том числе:
9	Арский район	Всего, в том числе:
10	Атнинский район	Всего, в том числе:
10.1		Муниципальное унитарное предприятие «Атнинское ЖКХ» Атнинского муниципального района Республики Татарстан
11	Бавлинский район	Всего, в том числе:
11.1		Муниципальное казенное предприятие г. Бавлы «Управление по благоустройству и озеленению»
11.2		Муниципальное казенное предприятие Бавлинского муниципального района «Водоканал»
11.3		Муниципальное казенное предприятие «Бавлы-Горсервис»
12	Балтасинский район	Всего, в том числе:
13	Бугульминский район	Всего, в том числе:
13.1		Муниципальное унитарное предприятие «Департамент жилищно-коммунального хозяйства»
13.2		Муниципальное унитарное предприятие «Управление архитектуры и градостроительства»
13.3		Муниципальное унитарное предприятие «Бугульма-медиа»
13.4		МУП «УК Карабашское ЖС управление»
13.5		ОАО «Гостиничный комплекс «Бугульма»
14	Буинский район	Всего, в том числе:
15	Верхнеуслонски й район	Всего, в том числе:
15.1		МУП "Волжанка"
15.2		МУП "Макулово"
15.3		МУП "Куралово"
15.4		МУП "Вахитово"

15.5		МУП "Октябрьский"
15.6		МУП "Коргуза"
15.7		МУП "Шеланга"
15.8		МУП "Печищи"
15.9		МУП "Нижний Услон"
15.10		МУП "Татарское Бурнашево"
16	Высокогорский район	Всего, в том числе:
16.1		МУП «Центр недвижимости»
17	Дрожжановский район	Всего, в том числе:
17.1		МУП «Прогресс»
17.2		МУП «Перспектива»
18	Елабужский район	Всего, в том числе:
18.1		МУП «Агентство по привлечению инвестиций и развитию территории Елабужского муниципального района» (на стадии ликвидации)
18.2		МУП «Департамент ЖКХ и строительства Елабужского муниципального района»
18.3		МУП «Агентство по территориальному планированию Елабужского муниципального района»
18.4		МУП «Елабужский Водоканал»
18.5		МУП «Управление благоустройства и озеленения Елабужского муниципального района РТ»
18.6		МУП «Управляющая компания» (на стадии ликвидации)
19	Заинский район	Всего, в том числе:
19.1		Муниципальное унитарное предприятие «Комбинат здоровья» Заинского муниципального района РТ
19.2		Муниципальное унитарное предприятие «Центр жилищно-коммунального хозяйства и технологического контроля» Заинского муниципального района РТ
20	Зеленодольский район	Всего, в том числе:
20.1		МУП «Нурлатское многоотраслевое производственное предприятие жилищно-коммунального хозяйства»
20.2		АО «Дары природы»
20.3		МУП «Городское зеленое хозяйство г.Зеленодольск»
20.4		МУП «Коммунальное хозяйство»
20.5		МУП города Зеленодольск «Экоресурс»
20.6		МУП «Информационно-расчетный центр города Зеленодольска Республики Татарстан»
20.7		МУП «Служба технического надзора Зеленодольского муниципального района»
20.8		МУП «Нур»
20.9		МУП «Ресурс»
20.10		МУП «Нижневязовской жилкомсервис»
21	Кайбицкий район	Всего, в том числе:
21.1		МУП «Кайбицкое ЖКХ»
22.2		МУП «Автотехнический центр»

22	Камско-Устьинский район	Всего, в том числе:
22.1		МУП "Бэркут"
22.2		МУП "Уют"
23	Кукморский район	Всего, в том числе:
23.1		Муниципальное унитарное предприятие "Гарант"
24	Лаишевский район	Всего, в том числе:
24.1		Муниципальное унитарное предприятие «Земля» Лаишевского муниципального района
24.2		Муниципальное унитарное предприятие «Лаишево»
24.3		Муниципальное унитарное предприятие «Управление капитального строительства Лаишевского района Республики Татарстан»
24.4		Муниципальное унитарное предприятие «Архитектурно- планировочное бюро Лаишевского муниципального района Республики Татарстан»
24.5		Муниципальное унитарное предприятие «Фабрика заготовок»
25	Лениногорский район	Всего, в том числе:
25.1		МУП «Городской парк»
25.2		АО «Благстройдорхоз»
25.3		ОАО «Центр информационных ресурсов ЖКХ и С»
26	Мамадышский район	Всего, в том числе:
26.1		Муниципальное унитарное предприятие «Городское хозяйство» Мамадышского муниципального района Республики Татарстан
27	Менделеевский район	Всего, в том числе:
27.1		МУП «Менделеевск-Сервис»
27.2		МУП «Управление благоустройства»
27.3		МУП «Управление ЖКХ»
28	Мензелинский район	Всего, в том числе:
28.1		АО «Коммунальные сети Мензелинского района»
28.2		МУП «Чистый город»
28.3		МУП «Управление капитального строительства»
29	Муслимовский район	Всего, в том числе:
29.1		Муниципальное унитарное предприятие «Благоустройство и озеленение» Муслимовского муниципального района РТ
29.2		Муниципальное унитарное предприятие «Хозяйственное обеспечение» Муслимовского муниципального района РТ
29.3		Муниципальное унитарное предприятие «Управление капитального строительства» Муслимовского муниципального района РТ

30	Набережные Челны	Всего, в том числе:
30.1		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Предприятие автомобильных дорог»
30.2		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Горсвет»
30.3		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Челныкоммунхоз»
30.4		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Дирекция содержания городской инфраструктуры»
30.5		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Горкоммунхоз»
30.6		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Электротранспорт»
30.7		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Управляющая компания Автозаводский»
30.8		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Управляющая компания Центральный»
30.9		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Управляющая компания Комсомольский»
30.10		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Служба градостроительного развития»
30.11		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Управление контроля качества жилищно-коммунальных и транспортных услуг»
30.12		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Парк культуры и отдыха»
30.13		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «ДорСервис»
30.14		Муниципальное казенное предприятие города Набережные Челны «Городские бани»
30.15		Муниципальное казенное предприятие города Набережные Челны «Дирекция инжиниринга и аудита строительства»
30.16		Муниципальное казенное предприятие города Набережные Челны «Дирекция муниципального заказа»
30.17		Муниципальное унитарное предприятие города Набережные Челны «Общежитие»
30.18		Общество с ограниченной ответственностью "Электротранспорт"
30.19		Открытое акционерное общество «Горзеленхоз»
30.20		Открытое акционерное общество «Геополис»
31	Нижнекамский район	Всего, в том числе:
31.1		МУП «Комплексное предприятие благоустройства города»
31.2		МУП «Департамент строительства жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства»
32	Новошешминский район	Всего, в том числе:
33	Нурлатский район	Всего, в том числе:

33.1		Муниципальное унитарное предприятие «Управление архитектурного планирования и градостроительства» Нурлатского муниципального района
33.2		Муниципальное унитарное предприятие «Управление строительства и жилищно-коммунального хозяйства» Нурлатского муниципального района Республики Татарстан
33.3		Муниципальное унитарное предприятие «Управляющая компания жилищно-коммунального хозяйства Нурлатского муниципального района Республики Татарстан»
34	Пестречинский район	Всего, в том числе:
34.1		Муниципальное унитарное предприятие «Центр капитального строительства Пестречинского района Республики Татарстан»
34.2		Муниципальное унитарное предприятие «Управляющая компания» (на стадии ликвидации)
34.3		Муниципальное унитарное предприятие «Многофункциональный центр Пестречинского муниципального района Республики Татарстан» (на стадии ликвидации)
35	Рыбно-Слободский район	Всего, в том числе:
35.1		Муниципальное унитарное предприятие «Теплоэнергосервис» Рыбно-Слободского муниципального района РТ
36	Сабинский район	Всего, в том числе:
36.1		МУП «Служба единого заказчика»
36.2		МУП «Сабылён» (находится на стадии ликвидации)
36.3		АО «Сабинское МПП ЖКХ»
36.4		ОАО «Шеморданское МПП ЖКХ Сабинского района»
36.5		АО "Харам"
37	Сармановский район	Всего, в том числе:
37.1		Муниципальное унитарное предприятие «Хозяйственное обеспечение» Сармановского муниципального района Республики Татарстан
37.2		ОАО «Джалильское ЖКХ (Благоустройство)»
38	Спасский район	Всего, в том числе:
38.1		МУП «Городская баня»
39	Тетюшский район	Всего, в том числе:
39.1		Муниципальное унитарное предприятие "Многоотраслевое производственное предприятие "Тетюшское"
40	Тукаевский район	Всего, в том числе:
40.1		Муниципальное унитарное предприятие «Служба капитального строительства»

41	Тюлячинский район	Всего, в том числе:
41.1		МУП «Тюлячинские тепловые сети»
42	Черемшанский район	Всего, в том числе:
42.1		Муниципальное унитарное предприятие "Коммунальные сети Черемшанского района"
42.2		Муниципальное унитарное предприятие "Служба заказчика" Черемшанского муниципального района
43	Чистопольский район	Всего, в том числе:
43.1		МУП "Атмосфера"
43.2		МУП "Комбинат здоровья"
44	Ютазинский район	Всего, в том числе:
44.1		Муниципальное унитарное предприятие «Урусинское предприятие по благоустройству и озеленению»
44.2		Муниципальное унитарное предприятие «Теплосервис»
44.3		Муниципальное унитарное предприятие «Проектно-сметное бюро Ютазинского района»
44.4		Муниципальное унитарное предприятие «Управление капитального строительства» Ютазинского муниципального района Республики Татарстан
45	г. Казань	Всего, в том числе:
45.1		МУП г.Казани "Водоканал"
45.2		МУП "Городской производственный трест водного и зеленого хозяйства "Горводзеленхоз"
45.3		МУП г.Казани "Городские мосты"
45.4		МУП г.Казани "Городское благоустройство"
45.5		МУП г.Казани "Дирекция муниципальных жилищных программ"
45.6		МУП "Дорожное ремонтно-эксплуатационное управление" Кировского района
45.7		МУП "Жилищно-коммунальное управление Московского района" г.Казани
45.8		МУП "Казанский энергосервисный центр"
45.9		МУП "Метроэлектротранс"
45.10		МУП г.Казани "Пассажирское автотранспортное предприятие №2"
45.11		МУП г.Казани "Пассажирское автотранспортное предприятие №4"
45.12		МУП "Риуал"
45.13		МУП г.Казани "Служба технического надзора за реализацией городских программ по содержанию ЖКХ и внешнего благоустройства"
45.14		МУП г.Казани "Центр подготовки исходной документации"
45.15		ОАО "Дирекция внебюджетных программ развития города"
45.16		ОАО "Казанская ярмарка"
45.17		ОАО "Московский рынок"
45.18		ОАО "Городская клиническая больница №12"

45.19		ОАО «Больница скорой медицинской помощи»
45.20		ОАО "Жилсервис"
45.21		ОАО "Казметрострой"
45.22		ОАО "Казэнерго"
45.23		АО «Департамент продовольствия и социального питания г.Казани»