

Конкурентная среда на
рынках товаров и
услуг Саратовской
области: состояние и
развитие
Аналитический отчет

2014

Содержание

Описание исследования.....	2
Раздел 1. Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе субъектами предпринимательской деятельности.....	3
Детерминирующие факторы конкурентной среды в регионе.....	27
Раздел 2 . Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе населением.....	40
Выводы	60
Приложение 1.....	63
Приложение 2.....	70
Приложение 3.....	75
Приложение 4.....	79
Приложение 5.....	85

Описание исследования

Переход России к рыночным отношениям обусловил возрождение и рост влияния конкуренции на деятельность экономических субъектов. В связи с этим для каждого отдельно взятого предприятия, отраслей народного хозяйства и в целом для экономики существенно возрастает значение механизма конкуренции, который можно рассматривать как определенную форму развития производительных сил, форму развития факторов производства, или экономических ресурсов общества, а также как основной инструмент координации действий всех участников общественного производства.

В этой связи возникает необходимость проведения социологического исследования с **целью** выявления особенностей конкурентной среды в Саратовской области и выработки комплекса мер, способствующих формированию эффективной политики в целях улучшения предпринимательского климата в регионе.

Основными **исследовательскими задачами** было выявление мнений предпринимателей и населения по следующим проблемам:

- наличие административных барьеров для занятия бизнесом и оценка состояния конкурентной среды;
- уровень удовлетворённости качеством товаров и услуг на товарных рынках в Саратовской области и состоянием ценовой конкуренции;
- оценка уровня удовлетворённости информационной составляющей о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и деятельности по содействию развития конкуренции в регионе.

Для решения поставленных исследовательских задач в октябре – ноябре 2014 года был проведен массовый опрос предпринимателей и населения г. Саратова. Выборка проведенного опроса репрезентирует:

- предпринимательское сообщество по критерию отраслевой принадлежности и организационно-правовой форме – пропорционально их доле в экономике Саратовской области;
- трудоспособное население по полу, возрасту и району проживания.

В результате бесповторной квотно-стратифицированной выборки было опрошено 100 представителей малого и среднего бизнеса в возрасте от 18 до 59 лет, 487 горожан в возрасте от 15 до 89 лет. Исследование проводилось методом личного раздаточного анкетирования по месту работы предпринимателей и по месту жительства населения.

Раздел 1. Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе субъектами предпринимательской деятельности

В опросе приняли участие 100 предпринимателей г. Саратова, 79% из которых – мужчины, 21% – женщины. Что касается возрастных критериев, то средний возраст по выборке составил 37 лет. (Таблица 1,2)

Таблица 1

Распределение по полу

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Мужской	79	79,0
Женский	21	21,0
Итого	100	100,0

Таблица 2

Распределение по возрасту

Варианты ответов	Частота	Процент, %
18-30 лет	15	15
31-44 лет	54	54
45-59 лет	31	31
Итого	100	100,0

Что касается семейного положения опрошенных, то:

- 78 % – состоят в официальном браке;
- 14% – холост / не замужем;
- 7% – состоят в незарегистрированном браке;
- 1% – являются вдовцом / вдовой.

Отметим также, что:

- 42% воспитывают одного ребенка,
- 23 % имеют двух детей,
- 4% воспитывают трех и более детей,
- 31% указали на отсутствие детей.

Уровень образования распределяется следующим образом (Таблица 3):

- 47% – специалисты с высшим образованием;
- 39%–специалисты со средним специальным образованием;
- 6% закончили магистратуру,

- 5% – бакалавриат,
- за плечами 2% опрошенных общее среднее образование;
- 1% представителей выборочной совокупности имеют ученую степень.

Таблица 3

Уровень образования предпринимателей

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Основное общее (10-11 классов)	2	2,0
Среднее специальное (техникум, колледж)	39	39,0
Высшее (бакалавриат)	5	5,0
Высшее (специалитет)	47	47,0
Высшее (магистратура)	6	6,0
Научное	1	1,0
Итого	100	100,0

Относительно материального уровня полученные данные, на наш взгляд несколько занижены, что связано с нежеланием предпринимателей разглашать «коммерческую тайну» социологам. 68% предпринимателей указали, что имеют среднемесячный доход семьи в расчете на одного человека от 10000 до 15000 рублей. Средний доход по выборке составил 14144 рубля. (см. Таблица 4)

Таблица 4

Среднемесячный доход семьи в расчете на одного человека

Варианты ответов	Частота	Процент
5000	1	1,0
7000	3	3,0
8000	2	2,0
8500	1	1,0
9000	1	1,0
10000	28	28,0
11000	15	15,0
12000	3	3,0
13000	7	7,0
14000	9	9,0
15000	6	6,0
17000	2	2,0
18000	1	1,0
19200	1	1,0

20000	8	8,0
25000	1	1,0
30000	2	2,0
40000	2	2,0
50000	2	2,0
Не указали доход	5	5,0
Итого	100	100,0

В сфере услуг заняты 27% предпринимателей, 15% – в сфере строительства, 10% – в оптовой и розничной торговле. Всего 1% представителей бизнеса работает в сфере лесного хозяйства, по 2% – в сфере жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, на транспорте, в сфере культуры и досуга (Таблица 5)

Таблица 5

Отраслевая форма предприятия

Варианты ответов	Частота	Процент
Промышленность	5	5,0
Оптовая и розничная торговля	10	10,0
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	2	2,0
Здравоохранение, социальное обеспечение	3	3,0
Транспорт	2	2,0
Телекоммуникации и связь	3	3,0
Сельское хозяйство	9	9,0
Образование и наука	8	8,0
Культура и досуг	2	2,0
Финансы, кредит, страхование	4	4,0
Строительство	15	15,0
Лесное хозяйство	1	1,0
Сфера услуг	27	27,0
Средства массовой информации	3	3,0
Реклама, консалтинг, PR	6	6,0
Итого	100	100,0

В опросе приняли участие 52% предпринимателей, имеющих ООО, 43% составили ИП, у 4% зарегистрировано ОАО и у 1% – ЗАО. При этом 77% опрошенных владеют одним предприятием, 11% имеют несколько предприятий в одной сфере деятельности, 5% отметили, что имеют несколько предприятий в разных сферах деятельности. Относительно

масштабов бизнеса 65% предпринимателей являются представителями малого бизнеса, 35% – среднего бизнеса. (Таблица 6).

Таблица 6

Организационно-правовая форма предприятия

Варианты ответов	Частота	Процент, %
ОАО	4	4,0
ООО	52	52,0
ЗАО	1	1,0
ИП	43	43,0
Итого	100	100,0

Выявляя уровень предпринимательской активности, треть опрошенных предпринимателей уверены, что в г. Саратове открыть свое дело достаточно легко (Таблица 7).

Таблица 7

Мнение предпринимателей о том, насколько легко открыть свое дело в городе

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Очень сложно	1	1,1
Достаточно сложно	6	6,6
Трудно сказать	31	34,1
Достаточно легко	28	30,8
Очень легко	25	27,5
Итого	91	100,0

Однако, главными барьерами при открытии бизнеса саратовские предприниматели считают бумажную волокиту (19%) и высокие налоги (18%). 22% представителей бизнеса затруднились с ответом. (Таблица 8)

В связи с вышесказанным еще более показательным становится уровень информированности бизнесменов о том, где можно пройти обучение для открытия дела: 62% опрошенных не встречали в последнее время соответствующей информации, 11% вообще затруднились ответить. (Таблица 9).

**Барьеры при открытии собственного дела в городе
Саратове**

Варианты ответов	Частота	Процент
Отсутствие капитала	17	17,0
Высокие налоги	18	18,0
Коррупция	4	4,0
Бумажная волокита	19	19,0
Конкуренция	4	4,0
Отсутствие помощи государства	1	1,0
Неосведомленность	4	4,0
Лень	2	2,0
Страхи	9	9,0
Затрудняюсь ответить	22	22,0
Итого	100	100,0

Таблица 9

**Наличие обучающей информации для открытия
собственного бизнеса**

Вариант ответов	Частота	Процент
Да, встречал (а)	27	27,0
Нет, не встречал (а)	62	62,0
Затрудняюсь ответить	11	11,0
Итого	100	100,0

В ходе опроса предприниматели оценивали ряд параметров, характеризующих обстановку для ведения бизнеса в г. Саратове. Большинство бизнесменов – 46% не удовлетворены тем, как представлена информация о состоянии рынков города/района (средний балл по 5- бальной шкале 2,59), спросом и возможностью у населения оплачивать товары или услуги (46%, средний балл 2,94). 44% предпринимателей не удовлетворены тем, как снижаются барьеры для занятия бизнесом (средний балл 2,63), 33% - механизмом получения разрешения на открытие бизнеса.

В то же время предприниматели оценивают как удовлетворительные следующие параметры:

- взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами (60%);
- возможность аренды помещений (45%);
- взаимодействие бизнеса с органами власти (43%);

- возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями (37%);
- доступность государственных и муниципальных услуг (35%);
- объем требований и отчетности для налоговых служб (31%).

Более трети бизнесменов считают, что с возможностью получения кредитов и разрешения на открытие бизнеса в Саратове дела обстоят «хорошо» (33 и 31 % соответственно).

**Оценка состояния конкурентной среды (в % по строке),
где 1 балл – неудовлетворительно, 5 баллов – отлично**

	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов	Не могу оценить
1.Наличие информации о состоянии рынков города/района	4	46	21	20	4	5
2.Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	3	46	27	19	2	3
3.Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2	10	60	18	4	6
4.Возможность получения кредитов	4	30	16	33	10	7
5.Получение разрешение на открытие бизнеса	3	33	21	31	8	4
6.Возможности аренды помещений	1	13	45	23	11	7
7.Взаимодействие бизнеса с органами власти	1	4	43	28	19	5
8.Объем требований и отчетности для налоговых служб	1	28	31	15	20	5
9.Доступность государственных и муниципальных услуг	10	28	35	16	6	5

10 Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	9	23	37	16	10	5
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	3	44	25	18	5	5
12. Преодоление семейственности и клановости в органах власти	3	31	22	28	7	9

Предприниматели разошлись в оценках приблизительного уровня конкуренции, с которым сталкивается их бизнес на основном целевом рынке. Так, 39% оценивают данный уровень как высокий. Слабость конкуренции отмечают 25% представителей бизнеса, столько же опрошенных утверждают, что конкуренция умеренная (Таблицу 10).

Таблица 10

Оценка уровня конкуренции на основном целевом рынке

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Слабая конкуренция	25	25,0
Умеренная конкуренция	25	25,0
Высокая конкуренция	39	39,0
Очень высокая конкуренция	11	11,0
Итого	100	100,0

При этом у 41% предпринимателей есть более 4-х конкурентов на основном целевом рынке. 26% бизнесменов отметили, что у них много конкурентов и их количество трудно определить (Таблицу 11).

Таблица 11

Количество конкурентов на основном целевом рынке

Варианты ответов	Частота	Процент
1-3 конкурента	16	16,0
Более 4 конкурентов	41	41,0
Большое количество (трудно сосчитать)	26	26,0
Затрудняюсь ответить	17	17,0
Итого	100	100,0

Таким образом, можно заключить, что уровень конкуренции, по оценкам саратовских бизнесменов умеренно высок, и в основном речь идет о наличии 4-х и более конкурентов. 17% предпринимателей затруднились ответить на вопрос о количестве конкурентов на основном целевом рынке, что связано, скорее всего, с незнанием особенностей сегмента рынка, в котором они функционируют..Этот факт подтверждает и неудовлетворенность 46% предпринимателей тем, как представлена информация о состоянии рынков города/района.

Неоднозначно отношение представителей бизнеса к работе власти. С одной стороны, у них есть вопросы к снижению барьеров для занятия бизнесом, к получению разрешения на открытие бизнеса, преодолению семейственности и клановости. С другой – они в большинстве своем удовлетворены взаимодействием с органами власти, возможностью участвовать в тендерах и конкурсах, доступностью госуслуг и требованиями налоговой службы.

Немаловажным фактором функционирования бизнеса на отечественном рынке является возрастание количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке. Так, большинство опрошенных указали на увеличение количества конкурентов (57% опрошенных), сокращение количества конкурентов отметили лишь 9% предпринимателей (Таблица 12). Скорее всего, это является следствием безболезненного выхода предпринимателей из затянувшегося кризиса и поддержки со стороны аппарата администрации. Таким образом, конкурентоспособность отдельной фирмы (предприятия), с одной стороны, зависит от конкурентоспособности национальной экономики в целом, а с другой стороны, определяет ее конкурентоспособность.

Таблица 12

Изменение количества конкурентов на целевом рынке за последние 3 года

Варианты ответов	Частота	Процент
Увеличилось	57	57,0
Сократилось	9	9,0
Не изменилось	7	7,0
Затрудняюсь ответить	27	27,0
Итого	100	100,0

Соперничество между действующими конкурентами принимает известную форму гонки за передовыми позициями с использованием тактик, основанных на ценовой конкуренции, рекламных битвах, освоении новой продукции, расширении обслуживания потребителей и предоставлении гарантий. Конкуренция разгорается, когда один или

несколько участников испытывают давление или видят возможности улучшения своих позиций. В большинстве отраслей конкурентные действия одной фирмы оказывают заметное воздействие на ее конкурентов и могут спровоцировать ответные действия.

Анализ конкурентного влияния отечественных и иностранных компаний показал, что большинство предпринимателей указывают на заметное влияние со стороны отечественных конкурентов (42%) и на практическое отсутствие влияния иностранных конкурентов (52% и 54% соответственно) – Таблица 13.

Таблица 13

**Влияние отечественных и иностранных конкурентов на бизнес
(в% по строке)**

	Не влияют	Слабо влияют	Заметно влияют	Сильно влияют	Затрудняюсь ответить
Отечественные производители	17	16	42	23	2
Иностранные производители из стран Таможенного союза	52	39	4	3	2
Иностранные производители из стран, не входящих в Таможенный союз	54	27	3	1	15

При анализе существующих и особо острых проблем, стоящих перед предпринимателями, были выявлены следующие показатели. Так, большая часть предпринимателей указали, что в их организации существуют проблемы использования родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ (58,8% опрошенных) и конкурентное давление посредством рекламы (52,5% предпринимателей). В то же время большая часть предпринимателей указали на добросовестную конкуренцию качества со стороны местных компаний и демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен как особо острые проблемы, стоящие перед их фирмой (55,3% и 48,7% опрошенных). (Таблица 14 и 14.1)

Таблица 14

Существующие проблемы с конкуренцией на рынке

Варианты ответов	Частота	Процент
Конкуренция со стороны дешевого импорта	16	20,0
Добросовестная ценовая конкуренция со стороны местных компаний	22	27,5
Добросовестная конкуренция качества со стороны местных компаний	26	32,5
Конкурентное давление посредством рекламы	42	52,5
Использование административного давления с целью создания проблем конкурентам	39	48,8
Использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ	47	58,8
Демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен	33	41,3
Итого	225	281,3

Таблица 14.1

Наиболее острые проблемы с конкуренцией

Варианты ответов	Частота	Процент
Конкуренция со стороны дешевого импорта	3	3,9
Добросовестная ценовая конкуренция со стороны местных компаний	20	26,3
Добросовестная конкуренция качества со стороны местных компаний	42	55,3
Конкурентное давление посредством рекламы	29	38,2
Использование административного давления с целью создания проблем конкурентам	26	34,2
Использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ	34	44,7
Итого	154	202,3

Анализ и оценка экономической ситуации в России в целом и в Саратовской области, по мнению предпринимателей, показывает, что большинство из них отмечают ухудшающееся положение российской экономики, вызванное отрицательными последствиями глобального финансово-экономического кризиса. В целом ими дается достаточно

пессимистический краткосрочный прогноз экономической ситуации в России. Основным негативный фактор, влияющий на характер оценки, состоит в том, что, по их мнению предпринимаемые российским правительством антикризисные меры реализуются очень медленно, что делает их малоэффективными. Так по данным исследования 41% предпринимателей оценивают экономическую ситуацию в России как очень плохую (средний балл 1,58), 66% – оценивая экономическую ситуацию в Саратовской области, также указывают на ее неудовлетворительное состояние. На неудовлетворительное состояние экономической ситуации в районе и в семье указали 32% и 31% предпринимателей (средний балл 1,98 и 2,31 соответственно).

Таблица 15

**Оценка экономической ситуации в России (в % по сроке),
где 1 балл – неудовлетворительно, 5 баллов – отлично.**

	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов	Не могу оценит ь
В России	41	19	17	7	0	16
В Саратовской области	38	28	23	5	0	6
В вашем районе	32	29	26	5	2	6
В вашей семье	31	19	18	22	4	6

Для решения задачи по поводу уровня удовлетворённости качеством товаров и услуг на товарных рынках предприниматели оценивали широту представленности компаний разной направленности в г. Саратове. Наиболее широкое распространение, по мнению респондентов, имеют предприятия, занимающиеся реализацией одежды и обуви. 42% респондентов охарактеризовали наличие данной отрасли как избыточное, 47% как достаточное. На втором месте по представленности, по мнению бизнесменов, – компании, реализующие бытовую технику. Вариант ответа «избыточно много» выбирают 26% респондентов, «достаточно» – 53%. Недостаток предложений товаров и услуг предприниматели г. Саратова ощущают, прежде всего, в сфере услуг учреждений дошкольного образования, в сфере общественного питания и услуг, в сфере услуг по управлению многоквартирными домами, в сфере общественного транспорта. Также часть предпринимателей отмечает недостаток предложений в сфере здравоохранения (стоматологических услуг – 28%), лекарственных препаратов – 22%. (Таблица 16)

**Оценка насыщенности
товарных рынков Саратовской области (в % по строке)**

	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Загруд. ответить
Продукты питания	35	46	4	8	7
Одежда и обувь	42	47	4	0	7
Мебель	20	61	12	0	7
Бытовая техника	26	53	14	0	7
Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	7	39	46	0	8
Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	6	60	27	0	7
Общественный транспорт	9	33	51	0	7
Бензин и дизель	11	59	21	1	8
Лекарственные препараты	15	55	22	1	7
Стоматология	5	51	28	8	8
Медицинские услуги	6	51	35	1	7
Услуги учреждений дошкольного образования	14	38	35	6	7
Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	5	52	31	5	7
Услуги по управлению многоквартирными домами	27	26	39	1	7
Сотовая связь	25	37	31	0	7
Интернет	30	50	13	0	-
Водопровод	26	45	22	0	-
Электроснабжение	28	22	43	0	-
Теплоснабжение	15	38	38	2	-
Газоснабжение	17	36	38	2	-

Таким образом, по оценкам предпринимателей можно выделить социально значимые рынки для содействия развитию конкуренции в Саратовской области:

- Рынок сельскохозяйственной техники;
- Рынок услуг общественного транспорта;
- Рынок услуг дошкольных учреждений;
- Рынок услуг по управлению многоквартирными домами;
- Рынок электро-тепло-и газоснабжения.

Оценивая уровень удовлетворенности товарными рынками, предпринимателям задавался вопрос: «НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВОЛЬНЫ ПОЛОЖЕНИЕМ ДЕЛ СО СЛЕДУЮЩИМИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ?» По оценкам предпринимателей, наиболее критично воспринимается ситуация в сфере развития транспорта (рост цен) и продовольственных товаров первой необходимости (соотношение цена/качество).

Несмотря на отмечаемое широкое предложение, предприниматели чаще не удовлетворены, чем довольны уровнем цен на продовольствие. У большинства уровень удовлетворенности носит ситуативный характер («когда как»), однако среди тех, кто дал определенные оценки, преобладают «недовольные». Самые низкие показатели качества услуг у сферы общественного питания – 39% указали на этот сегмент.

Таблица 17

**Уровень удовлетворенности товарными
рынками в Саратовской области**

Варианты ответов	Уровень цен				Качество				Стабильность наличия товара/услуги				Возможность выбрать, найти то, что нужно			
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить
Продукты питания	38,6	45,4	12,3	3,7	16,6	59,5	18,1	5,8	10,3	36,3	47,4	6	11,5	39,1	22,2	27,2
Одежда и обувь	34,3	43,1	17,1	5,1	16,7	59,3	17,6	6,4	10,9	36	46,3	6,8	16,3	35	23,9	24,8
Мебель	34,1	41,1	19,9	4,9	17,7	50,2	24,7	7,4	16	32,4	44,1	7,5	18,5	35,1	19,7	26,7
Бытовая техника	28,7	43,3	21,6	6,4	15,8	45,8	28,7	9,7	7,6	31,4	52,6	8,4	10,9	36,8	20,3	32
Сельхоз. инвентарь	0,2	28,3	45	19,3	17,9	49,3	24	8,8	19,3	35,3	36,3	9,1	17,2	30,6	19,5	32,7
Обществ. питание и услуги	27	18	39	16	39	34	11	16	11	34	38	17	8	25	49	18
Обществ. транспорт	6	53	24	17	13	57	14	16	11	45	28	16	9	25	48	18
Бензин и дизель	18	57	8	17	8	63	13	16	15	43	26	16	15	50	17	18
Лекарств. препараты	14	55	14	17	6	42	36	16	41	28	14	17	13	53	17	17
Стоматология	15	57	11	17	22	40	7	16	12	42	29	17	20	47	16	17
Медицинские услуги	18	35	31	16	7	52	25	17	28	38	17	18	27	49	6	17
Услуги учреждений дошкольного образования	14	48	21	15	29	24	32	17	12	37	34	18	27	45	10	17

Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	31	30	22	17	9	50	26	15	8	39	36	17	29	39	14	18
Услуги по управлению многоквартирными домами	43	21	19	17	6	61	18	15	20	42	20	18	19	38	25	18
Сотовая связь	37	31	15	17	46	31	7	16	35	35	14	16	21	27	35	17
Интернет	23	32	28	17	5	56	22	17	27	33	23	17	11	45	25	19
Водопровод	29	37	17	17	8	61	15	16	31	27	26	16	23	36	23	18
Электроснабжение	10	64	9	17	22	22	40	16	30	31	21	18	12	56	15	17
Теплоснабжение	14	46	23	17	10	50	24	16	10	40	33	17	17	61	5	16
Газоснабжение	24	34	24	18	22	36	26	16	10	50	23	17	24	17	42	17

Цены на топливо – общая зона недовольства всех опрошенных предпринимателей. Более половины предпринимателей выражают недовольство ценами на бензин и дизтопливо, а часть респондентов недовольна кроме этого еще и ценами на газ.

Сфера социальных и коммунальных услуг вызывает сегодня наименьшее удовлетворение у предпринимателей с точки зрения как количества предложений на рынке, так и ассортимента предлагаемых услуг. Недовольство концентрируется вокруг услуг по уходу за детьми и пожилыми, управления многоквартирными домами, коммунальных услуг (Таблица 17).

При оценке уровня удовлетворённости субъектов предпринимательской деятельности информационным обеспечением о состоянии рыночной конкуренции было выявлено, что информацию предприниматели могут получать, только прикладывая усилия (23% опрошенных), лишь 3% предпринимателей указали на то, что информация имеется в свободном доступе. Кроме этого подавляющее большинство (53% предпринимателей) затруднились ответить на этот вопрос, что может быть продиктовано слабой заинтересованностью самих предпринимателей в реализации информационного обеспечения (Таблица 18).

Скорее всего, предприниматели активно используют вторичные источники информации для ведения бизнеса. Их преимущество – доступность, многообразие информации, ее постоянство и возможность проводить сравнительный анализ на основе различных источников. Сбор и обработка вторичной информации – это достаточно большой объем работы для предпринимателя в условиях малого предприятия, когда ограничены человеческие и финансовые ресурсы. Данные должны накапливаться и систематизироваться с целью их использования при принятии решения. Это требует от предпринимателя не только времени, но наличие навыков работы на компьютере с информацией – создание необходимой базы данных, работа с ней. Здесь может быть заложен дополнительный резерв для эффективного маркетинга в малом предприятии.

Таблица 18

Оценка респондента возможности получения информации о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Информации о состоянии конкуренции нет совсем	7	7,0
Ее получить очень трудно	14	14,0
Затрудняюсь ответить	53	53,0
Можно получить, если приложить усилия	23	23,0
Информация о состоянии конкуренции общедоступна	3	3,0
Итого	100	100,0

Одним из немаловажных фактор развития предпринимательства в регионе является развитие конкурентной среды. В ходе исследования было выявлено, что большинство предпринимателей при рассмотрении направлений развития конкуренции указали на создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе (40,4% опрошенных). Кроме этого 36,4 % предпринимателей предлагают вести жесткий контроль за тем, чтобы одна компания не захватывала полностью рынок, т.е. отмену монополий. Также часть предпринимателей желают, чтобы в городе и районе поддерживались новые направления развития экономики (27,3 % опрошенных). Еще одним немаловажным фактором развития конкуренции в районе, по мнению предпринимателей, является увеличение контроля над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт (23,2% респондентов). Такие естественные монополии сдерживают возможности предпринимателей в развитии свободной конкуренции.

Необходимо обратить внимание на одну из составляющих рыночных отношений – это принцип обратной связи, который должен присутствовать при развитии конкуренции в регионе, по мнению предпринимателей. Так 21,2% опрошенных указали на необходимость ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции. Благодаря этому будут вычленены проблемы в предпринимательской деятельности, которые требуют незамедлительного решения.

Немаловажное значение в развитии конкурентной среды предприниматели отдают вопросам контроля над ростом цен (20,2% предпринимателей), качества продукции (16,2% предпринимателей). Данные направления должны быть под жестким контролем государства и органов власти на местах, позволяя сделать механизмы формирования конкуренции более доступными и прозрачными (Таблица 19).

Таким образом, по мнению предпринимателей, основными направлениями деятельности по развитию конкурентной среды в регионе должны стать мероприятия контролирующего и информационного характера, реализация которых позволит предпринимателям более комфортно чувствовать себя на региональном рынке.

Таблица 19

Основные направления работы по развитию конкуренции в регионе

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Созданием условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше	5	5,1
Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в	40	40,4

районе		
Контролем над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	36	36,4
Контролем над ростом цен	20	20,2
Контролем над качеством продукции	16	16,2
Контролем над тем, чтобы фирмы соревновались честно	9	9,1
Чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	7	7,1
Помощью начинающим предпринимателям	12	12,1
Привлечением инвесторов	8	8,1
Созданием новых рабочих мест	11	11,1
Поддержкой новых направлений развития экономики города и района	27	27,3
Контролем над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт	23	23,2
Сокращением муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий	12	12,1
Повышением открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок	11	11,1
Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции	21	21,2
Юридическая защита предпринимателей	19	19,2
Итого	277	279,8*

*- сумма несводима к 100%, т.к. опрошенные могли указать несколько вариантов ответов

При анализе источников получения информации о состоянии конкуренции и защите прав потребителей и предпринимателей выявлено, что чаще всего предприниматели получают подобную информацию от Саратовского регионального отделения общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса "ОПОРА РОССИИ" (87,8%), а также из учебных заведений города (51,6%). Кроме этого, источниками информации выступают Общественная приемная Губернатора Саратовской области (41,1%), Общественная палата Саратовской области и Торговая палата Саратовской области (48,4% и 43,2% соответственно) – Таблица 20.

Однако, в сфере непродуктивных товаров/ услуг, где разнообразен потребительский спрос, очень важно иметь первичную информацию об особенностях целевого рынка. Эта информация может быть получена в результате маркетинговых исследований. Обращение предпринимателя к специалисту в данной области, или самостоятельное

решение проблемы на основе знаний маркетинговых исследований может стать одним из факторов повышения доходности бизнеса.

Таблица 20

Источники информированности о состоянии конкуренции в городе и защите прав потребителей и предпринимателей

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Общественная приемная Губернатора Саратовской области	39	41,1
Администрация города, Министерство экономического развития и инвестиционной политики	28	29,5
Учебные заведения города	49	51,6
Общественная организация по защите прав потребителей	9	9,5%
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса "ОПОРА РОССИИ"	79	83,2
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации "Деловая Россия"	28	29,5
Общественная палата Саратовской области	46	48,4
Торговая палата Саратовской области	41	43,2
Итого	319	335,8*

*-сумма не сводима к 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов

Что касается оценки деятельности органов власти и организаций по развитию конкуренции, то по мнению большинства опрошенных работа Общественной приемной Президента РФ носит формальный характер и никаким образом не принимает участие в развитии предпринимательства на территории области. Так, 83% респондентов ничего не знают о работе данной организации. Большинство респондентов признали неудовлетворительной работу главы администрации района и министерства экономического развития и инвестиционной политики области, общественной организации по защите прав потребителя (34% и 32% респондентов). В целом работу различных органов власти и общественных организаций предприниматели оценивают как среднюю или удовлетворительную (Таблица 21). Наметилось противоречие: предприниматели выше оценивают работу органов власти на местах, чем в

Центре, но в тоже время работа общественных организаций по развитию конкуренции в городе оценивается бизнесменами выше, чем деятельность местных органов власти.

Таблица 21.

Оценка работы органов власти и организаций по развитию конкуренции в городе Саратове (% по строке)

Варианты ответов	Ничего не знаю об этой организации	Не удов-но	Средне	Удов-но	Затруд. ответить
1. Общественная приемная Президента РФ	83	4	8	5	0
2. Губернатор Саратовской области	12	12	56	20	0
3. Общественная приемная Губернатора	20	25	40	15	0
4. Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	13	12	46	29	0
5. Глава администрации района	9	34	31	26	0
6. Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	0	32	38	23	7
7. ОПОРА России	14	4	32	50	0
8. Деловая Россия	23	12	26	39	0
9. Общественная палата Саратовской области	7	18	30	39	0
10. Общественная организация по защите прав потребителей	21	30	26	34	11
11. Учебные заведения города	14	31	20	23	0

Ключевым фактором организации собственного бизнеса для большинства предпринимателей явился процесс заработка денег, так

ответили 46% опрошенных. Найти свое признание в открытии и ведении бизнеса явилось ключевым фактором для 32% предпринимателей (Таблица 22). В данном случае необходимо также отметить социальную значимость предпринимательства для России: предприятия малого бизнеса обеспечивают трудоустройство социально нестабильных слоев населения, в частности, молодежи, женщин, иммигрантов и т.д. Именно на этих предприятиях они набираются опыта, знаний, добиваются карьерного роста и самореализации. Несмотря на более высокие темпы производительности труда малого бизнеса, необходимо отметить, что средний уровень заработной платы на малых предприятиях меньше по сравнению с крупными. Это связано с чрезмерной экономией предпринимателей, а также сравнительно меньшими доходами. Поэтому преследование цели заработать деньги большинством предпринимателей должно идти в параллель с социально-значимой перспективой социально-экономического развития страны.

Таблица 22

Значение предприятия для респондентов

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Это мое "дело", мое призвание	32	32,0
Это для меня вторая семья	11	11,0
Это просто возможность заработать деньги	46	46,0
Это "стартовая площадка" для зарабатывания денег	6	6,0
Затрудняюсь ответить	5	5,0
Итого	100	100,0

При анализе уровня удовлетворённости субъектов предпринимательской деятельности реформами по содействию развития конкуренции в регионе большинство опрошенных (37,5%) наиболее важным изменением указали возможность ездить за границу, жить в любом городе. Немаловажным фактором реформирования российской государственности, влияющей на возможности предпринимателей свободно себя чувствовать на отечественном рынке, по мнению респондентов явилась политическая свобода агитировать и голосовать за любую партию и возможность иметь в частной собственности предприятия, недвижимость, акции (по 28,1%).

Переход к рыночной экономике позволил реализовать возможность предпринимателей работать и зарабатывать (22,9% предпринимателей).

Кроме этого реформы, проводимые на государственном и местном уровнях, позволяют предпринимателям реализовывать возможность извлекать прибыль из любых операций (16,7% опрошенных). Немаловажным фактором развития конкуренции и свободного предпринимательства является наличие свободы вести свое собственное дело и свобода слова (13,5% и 12,5% опрошенных). Так же необходимо отметить, что затруднились с ответом 19,8% опрошенных. Скорее всего, данная ситуация

является следствием того, что большая часть предпринимателей начали заниматься предпринимательской деятельностью гораздо позже оформления демократического государства и перехода к рыночной экономике, а потому не смогли объективно оценить новые экономические реалии в сравнении с советским периодом и с командно-административной экономикой (Таблица 23).

Таблица 23

Наиболее важные достижения последних лет реформ для предпринимателей

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Политическая свобода агитировать и голосовать за любую партию	27	28,1
Свобода вести свое собственное дело, "бизнес"	13	13,5
Возможность иметь в частной собственности предприятия, недвижимость, акции	27	28,1
Свобода слова	12	12,5
Возможность извлекать прибыль из любых операций	16	16,7
Возможность ездить за границу, жить в любом городе	36	37,5
Возможность работать и зарабатывать	22	22,9
Затрудняюсь ответить	19	19,8
Итого	172	179,2*

*- сумма не сводима к 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов

Анализ проблемных ситуаций, которые возникают в процессе предпринимательской деятельности, показал следующие результаты. По мнению большинства респондентов нехватка финансовых средств в наибольшей степени вызывает затруднительное положение в предпринимательской деятельности (38,5% опрошенных).

Также 36,5% предпринимателей указывают на не совершенность налоговой политики и как следствие высокие налоги, которые не позволяют увеличивать долю присутствия своей организации на рынке. Кроме этого немаловажным фактором, тормозящим развитие предпринимательской деятельности по мнению респондентов является нестабильность отношений с контролирующими и проверяющими органами (22,9% предпринимателей). Еще одной проблемной, которая остро беспокоит предпринимателей является затянувшийся в стране экономический кризис и инфляция, которые сдерживают личный и трудовой потенциал предпринимателей (по 19,8% опрошенных) – Таблица 24.

Основные претензии предпринимателей к проведению проверок на их предприятиях можно свести к тому, что они часто становятся средством принуждения бизнесменов к вступлению в коррупционные отношения с представителями проверяющих органов.

Далеко от благоприятной и состояние администрирования бизнеса в части его налогообложения. Как величина действующих налоговых ставок, так и в целом характер налогового администрирования предпринимателей не устраивают – по их мнению, ставки налогов слишком высоки, да и само налоговое администрирование скорее препятствует нормальному ведению бизнеса, чем способствует ему.

Таблица 24

Основные проблемы личного характера

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Высокие налоги	35	36,5
Продолжающийся экономический кризис	19	19,8
Нехватка денег	37	38,5
Инфляция	19	19,8
Отношения с контролирующими и проверяющими органами	22	22,9
Давление конкурентов	8	8,3
Низкий уровень жизни населения	10	10,4
Алкоголизм, наркомания	12	12,5
Рост преступности	3	3,1
Затрудняюсь ответить	19	19,8
Итого	184	191,6*

* -Сумма не сводима к 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответов.

Современная экономическая ситуация характеризуется нестабильностью функционирования всех институтов, задействованных в экономическом воспроизводстве и, как следствие, появление проблем в сфере предпринимательства. Так среди самых явных проблем функционирования бизнеса предприниматели указали на недостаточную трудовую дисциплину (35,4% опрошенных), Нехватка финансовых средств, конфликты среди учредителей и руководства (по 27,1% опрошенных) и на недостаток квалифицированных кадров (26% предпринимателей).

Таблица 25

Основные проблемы собственного предприятия

Варианты ответов	Частота	Процент
Давление конкурентов	16	16,7
Нехватка финансовых средств	26	27,1
Недостаток квалифицированных кадров	25	26,0
Низкая производительность труда	12	12,5

Недостаточная трудовая дисциплина	34	35,4
Устаревшее оборудование	10	10,4
Конфликты среди учредителей и руководства	26	27,1
Конфликты среди работников	11	11,5
Затрудняюсь ответить	16	16,7
Итого	176	183,3*

* -Сумма не сводима к 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов ответов.

Таким образом, проблемы бизнеса в Саратовской области целесообразно классифицировать по двум зонам: **финансовая и административно- управленческая.**

Самой актуальной является первая зона, в которой основной проблемой является высокая налоговая нагрузка, уменьшение которой позволило бы значительно повысить привлекательность и успешность бизнес-сообщества. Для решения проблем финансирования малого и среднего бизнеса необходима разработка комплексной политики его кредитования и микро-финансирования как на уровне федерации, так и на уровне регионов.

Проблемы административно-управленческой зоны оказывают негативное влияние на развитие бизнеса в регионе и в целом российскую экономику. Государственные институты в должной степени не обеспечивают правовую, методологическую и информационную поддержку предпринимателям. Более того, часто создают неоправданные административно-управленческие барьеры, которые усложняют старт и функционирование предприятий различного масштаба и отраслевой принадлежности.

Детерминирующие факторы конкурентной среды в регионе

При анализе состояния конкуренции в регионе субъектами предпринимательской деятельности в качестве основных факторов выступали сфера деятельности предпринимателей, а также размер бизнеса и форма его регистрации. С помощью корреляционного анализа были выявлены следующие статистически значимые взаимосвязи:

– При рассмотрении вопроса обстановки для ведения бизнеса исходя из наличия информации о состоянии рынков города/района, самую низкую оценку дали предприниматели, занятые в сфере транспортных услуг и в сельском хозяйстве (100% и 77,8% соответственно). Более трети предпринимателей, занятых в сфере здравоохранения оценили обстановку по этому поводу как хорошую. Совсем не наблюдается информационного вакуума у опрошенных, занятых в сфере образования и науки (Таблица 1) Таким образом, выявлена прямая средняя зависимость между обстановкой для ведения бизнеса, выраженной в оценке наличия информации о состоянии рынков города/района и отраслевой принадлежностью, на что указывает коэффициент корреляции Крамера =0,5.

Таблица 1

Оценка наличия информации о состоянии рынков города\района в зависимости от сферы деятельности предпринимателей (% по группе сфера деятельности)

Сфера основной деятельности	Наличие информации о состоянии рынков города\района					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Промышленность	-	-	20,0	40,0	40,0	-
Оптовая и розничная торговля	-	-	20,0	70,0	10,0	-
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	-	50,0	-	50,0	-	-
Здравоохранение, социальное обеспечение	-	-	33,3	-	33,3	33,3

Транспорт	-	-	100,0	-	-	-
Телекоммуникации и связь	-	33,3	-	-	33,3	-
Сельское хозяйство	-	-	77,8	11,1	11,1	-
Образование и наука	-	-	-	-	100,0	-
Культура и досуг	-	-	-	50,0	50,0	-
Финансы, кредит, страхование	-	25,0	25,0	-	25,0	25,0
Строительство	-	-	86,7	13,3	-	-
Лесное хозяйство	-	100,0	-	-	-	-
Сфера услуг	7,4	-	66,7	7,4	3,7	7,4
Средства массовой информации	-	,-	33,3	66,7	-	-
Реклама, консалдинг, PR	-	-	-	50,0	50,0	-

– При оценке взаимодействия бизнеса с органами власти, выявлено, что предприниматели, занятые в финансовой и строительной сферах не испытывают трудностей при этом (50 и 86,7%). Наиболее затруднено данное взаимодействие у представителей рынка ЖКХ (50%) – Таблица 2. Таким образом, существует прямая сильная зависимость между оценкой взаимодействия бизнеса с органами власти и сферой деятельности, на что указывает коэффициент Крамера = 0,8.

Таблица 2

Оценка взаимодействия бизнеса с органами власти в зависимости от сферы деятельности предпринимателей (% по группе сфера деятельности)

Сфера основной деятельности респондента	Взаимодействие бизнеса с органами власти					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Промышленность	-	-	40,0	40,0	20,0	-

Оптовая и розничная торговля	-	-	10,0	40,0	30,0	10,0
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	-	50,0	-	50,0	-	-
Здравоохранение, социальное обеспечение	-	-	33,3	66,7	-	-
Транспорт	-	-	-	-	100,0	-
Телекоммуникации и связь	-	-	-	33,3	-	33,3
Сельское хозяйство	-	-	-	77,8	22,2	-
Образование и наука	-	-	-	12,5	87,5	-
Культура и досуг	-	-	-	-	100,0	-
Финансы, кредит, страхование	-	-	-	-	50,0	50,0
Строительство	-	-	-	6,7	6,7	86,7
Лесное хозяйство	-	-	-	100,0	-	-
Сфера услуг	3,7	-	-	77,8	11,1	-
Средства массовой информации	-	-	-	33,3	66,7	-
Реклама, консалдинг, PR	-	-	-	16,7	50,0	33,3

– Оценивая возможность участия в конкурсах и тендерах, организованных местными властями, высоко оценивают предприниматели промышленной сферы (на оценку “хорошо” 60%, на “отлично” 40%). Довольно высоко оценивается возможность участия в мероприятиях, организованных местными властями предпринимателями из сферы ЖКХ и бытового обслуживания, при этом половина опрошенных оценила возможность как “хорошую” а вторая половина как “отличную” (по 50% соответственно). Сфера здравоохранения и социального обслуживания схожа во мнения с ЖКХ , чаще всего указывая на высокие шансы участия в тендерах и конкурсах (по 33,3% соответственно).

Мнение предпринимателей транспортной сферы разделилось на “удовлетворенных”, “неудовлетворенных” (по 50% соответственно). В сфере телекоммуникаций и связи возможность участия в мероприятиях местных властей высоко оценивают 33,3% опрошенных.

Наибольший процент представителей сельского хозяйства возможность участия в тендерах и конкурсах оценивает с удовлетворительной точки зрения. Респондентам из сферы образования и науки, в большинстве случаев, не предоставляется возможности участия в конкурсах и тендерах органов местной власти (87,5%); Около 86,7% представителей сферы строительства довольно низко оценивают возможность участия в различных тендерах и конкурсах. Респонденты оптово-розничной торговли в большинстве случаев оценивали возможность участия “удовлетворительно” или “неудовлетворительно” (по 30% соответственно).

Предприниматели, работающие на рынке лесного хозяйства, высоко оценивают возможности на участие в тендерах и конкурсах, под руководством местных властей (100%). Что касается сферы услуг, то больше

половины респондентов средне оценивают шансы на участие в конкурсах и тендерах (около 63%). (Таблица 3)

Таким образом, существует прямая средняя зависимость между оценкой возможности участия в тендерах и конкурсах, организуемых органами местной власти и сферой деятельности, на что указывает коэффициент Крамера = 0,6.

Таблица 3

**Оценка возможности участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями в зависимости от сферы деятельности предпринимателей
(% по группе сфера деятельности)**

Сфера основной деятельности респондента	Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Промышленность	-	-	-	-	60,0	40,0
Оптовая и розничная торговля	10,0	-	30,0	30,0	20,0	-
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	-	-	-	-	50,0	50,0
Здравоохранение, социальное обеспечение	-	-	-	33,3	33,3	33,3
Транспорт	-	-	50,0	50,0	-	-
Телекоммуникации и связь	-	-	-	33,3	33,3	-
Сельское хозяйство	-	-	22,2	77,8	-	-
Образование и наука	-	87,5	12,5	-	-	-
Культура и досуг	50,0	-	-	-	-	50,0

Финансы, кредит, страхование	-	-	-	25,0	50,0	25,0
Строительство	-	-	86,7	13,3	-	-
Лесное хозяйство	-	-	-	-	100,0	-
Сфера услуг	-	3,7	7,4	63,0	14,8	3,7
Средства массовой информации	-	33,3	-	-	33,3	33,3
Реклама, консалдинг, PR	-	-	16,7	66,7	-	16,7

– О высокой эффективности процесса искоренения клановости заявили абсолютно все представители сферы ЖКХ и связи, оценив в 66,7 % и 50% случаев на “хорошо”. Однако большинство предпринимателей, связанных со сферой услуг, рынками строительства и здравоохранения, не удовлетворены эффективностью этого процесса. (Таблица 4).
Таким образом, существует прямая средняя зависимость между оценкой снижения барьеров для занятия бизнесом и сферой занятости респондента, что подтверждает коэффициент Крамера = 0,5.

Таблица 4

**Оценка снижения барьеров для занятия бизнесом в зависимости от сферы деятельности предпринимателей
 (% по группе сфера деятельности)**

Сфера основной деятельности респондента	Снижение барьеров для занятия бизнесом					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Промышленность	-	-	20,0	40,0	40,0	-
Оптовая и розничная торговля	-	-	50,0	30,0	20,0	-
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое	-	-	50,0	-	50,0	-

обслуживание						
Здравоохранение, социальное обеспечение	-	-	66,7	-	33,3	-
Транспорт	-	-	50,0	-	50,0	-
Телекоммуникации и связь	-	-	-	-	66,7	-
Сельское хозяйство	-	-	22,2	77,8	-	-
Образование и наука	-	-	-	87,5	,0	12,5
Культура и досуг	50,0	-	-	-	50,0	-
Финансы, кредит, страхование	-	25,0	-	25,0	25,0	25,0
Строительство	-	-	86,7	6,7	6,7	-
Лесное хозяйство	-	-	-	100,0	-	-
Сфера услуг	-	3,7	63,0	7,4	11,1	3,7
Средства массовой информации	-	33,3	33,3	-	33,3	-
Реклама, консалдинг, PR	-	-	16,7	16,7	33,3	33,3

К вопросу оценки преодоления семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, большинство предпринимателей, занятых в сфере сельского хозяйства и промышленности дали неудовлетворительную оценку (66, 7% и 40%). Треть опрошенных из сферы телекоммуникаций и связи считают процесс искоренения семейственности и клановости в вышестоящих органах по регулированию конкуренции высокоэффективным. (Таблица5)

Таким образом, выявлена прямая средняя зависимость между оценкой преодоления семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе и сферой занятости респондента, на что указывает коэффициент Крамера = 0,6 .

**Оценка преодоления семейственности и клановости в органах,
регулирующих развитие конкуренции, в зависимости от сферы
деятельности предпринимателей
(% по группе сфера деятельности)**

Сфера основной деятельности респондента	Преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Промышленность	-	-	40,0	20,0	20,0	20,0
Оптовая и розничная торговля	10,0	-	20,0	40,0	20,0	10,0
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	-	-	-	-	100,0	-
Здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	-	-	33,3	-	-
Транспорт	-	-	50,0	-	50,0	-
Телекоммуникации и связь	-	-	-	-	33,3	33,3
Сельское хозяйство	-	11,1	66,7	11,1	-	11,1
Образование и наука	-	-	-	100,0	-	-
Культура и досуг	50,0	-	-	-	50,0	-
Финансы, кредит, страхование	-	-	-	75,0	25,0	-
Строительство	-	-	6,7	6,7	86,7	-
Лесное хозяйство	-	-	-	-	-	-

Сфера услуг	3,7	3,7	70,4	7,4	3,7	3,7
Средства массовой информации	-	33,3	-	33,3	33,3	-
Реклама, консалдинг, PR	-	-	-	-	66,7	33,3

– При оценке состояния конкуренции в регионе, в зависимости от формы регистрации дела, выявлено, что наличие информации о состоянии рынков города/ района половина опрошенных представителей ОАО(50%) и ИП (61,9%) оценивают как «неудовлетворительно». Однако, абсолютно все владельцы ЗАО удовлетворены наличием информацией о городских и районных рынках. (Таблица 6)

Таким образом, существует слабая зависимость между оценкой наличия информации о состоянии рынков города / района и формой регистрации дела, на что указывает коэффициент Крамера =0,4.

Таблица 6

**Оценка наличия информации о состоянии рынков города \ района в зависимости от формы регистрации дела
(% по группе форма регистрации)**

Форма регистрации дела	Наличие информации о состоянии рынков города \ района					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОАО	-	25,0	50,0	-	25,0	-
ООО	1,9	5,8	34,6	23,1	28,8	3,8
ЗАО	-	-	-	100,0	-	-
ИП	2,4	-	61,9	8	7,1	4,8

– При выявлении оценки состояния конкуренции в регионе, параметр взаимоотношения с другими фирмами-конкурентами, в большинстве случаев оценивается представителями ОАО на 4 балла. (75%), Больше половины опрошенных среди ООО и ИП конкретные взаимоотношения оценили “удовлетворительно”(57,7 и 69,0%), абсолютно все владельцы ЗАО (100%) не удовлетворены положением дел. (Таблица 7).

Таким образом, существует прямая средняя зависимость между оценкой взаимоотношений с другими фирмами-конкурентами и формой регистрации, на что указывает коэффициент Крамера =0,6.

Таблица 7

Оценка взаимоотношения с другими фирмами-конкурентами в зависимости от формы регистрации дела (% по группе форма регистрации)

Форма регистрации дела	Взаимоотношения с другими фирмами-конкурентами					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОАО	-	-	-	25,0	75,0	-
ООО	1,9	3,8	5,8	57,7	23,1	5,8
ЗАО	-	-	100,0	-	-	-
ИП	2,4	-	14,3	69,0	7,1	2,4

– При анализе влияния масштаба бизнеса на оценку состояния конкуренции в регионе выявлено следующее: чем крупнее бизнес, тем выше его представители оценивают свое взаимодействие с органами власти. Так, на 5 баллов эту работу оценили 44,1 % опрошенных, тогда как большинство опрошенных владельцев малого бизнеса, оценили на 3 балла (Таблица 8). Таким образом, существует прямая средняя связь между оценкой взаимодействия бизнеса с властью и размером бизнеса респондентов, на что указывает коэффициент Крамера =0,5.

Оценка взаимодействия бизнеса с органами власти в зависимости от масштаба предприятия (% по группе размер бизнеса)

Размер бизнеса	Взаимодействие бизнеса с органами власти					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	1,6	-	3,1	54,7	28,1	6,3
Средний	2,9	-	5,9	20,6	26,5	44,1

– Большинство представителей малого бизнеса удовлетворительно оценили доступность государственных и муниципальных услуг (около 42,2%), только 7,8% сочли их доступными. Прямо противоположное мнение по этому вопросу у владельцев среднего бизнеса, половина из них “не удовлетворены” услугами муниципалитета и государства(50%).(Таблица 9). Таким образом, существует слабая зависимость между доступностью государственных и муниципальных услуг и размером бизнеса, на что указывает коэффициент Крамера =0,4

Таблица 9

Оценка доступности государственных и муниципальных услуг в зависимости от масштаба предприятия (% по группе размер бизнеса)

Размер бизнеса	Доступность государственных и муниципальных услуг					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	1,6	12,5	17,2	42,2	14,1	7,8
Средний	2,9	5,9	50,0	17,6	20,6	2,9

– Около половины представителей малого бизнеса оценили возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями, на “удовлетворительно” (48,9%). В среднем бизнесе, большинство опрошенных не удовлетворены возможностью участия ни в тендерах, ни в конкурсах (47,1%)

Таким образом, существует прямая зависимость между возможностью участия в конкурсах и тендерах, организуемых местными властями и размером бизнеса, на что указывает коэффициент Крамера =0,4 .

Таблица 10

Оценка возможности участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями, в зависимости от масштаба предприятия (% по группе размер бизнеса)

Размер бизнеса	Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	3,1	10,9	10,9	48,4	10,9	10,9
Средний	-	5,9	47,1	14,7	26,5	5,9

– Больше половины представителей среднего бизнеса не удовлетворены процессом снижения барьеров для бизнеса (около 58,8%), только 2,9% опрошенных посчитали этот процесс эффективным. Представители малого бизнеса солидарны в оценке процесса снятия барьеров для создания бизнеса, оценив его “неудовлетворительно”(около 34,4%). (Таблица 11).

Таким образом, существует прямая зависимость между оценкой снижения барьеров для занятия бизнесом и размером предприятия, на что указывает коэффициент сопряженности=0,3)

Таблица 11

Оценка снижения барьеров для занятия бизнесом в зависимости от масштаба предприятия (% по группе размер бизнеса)

Размер бизнеса	Снижение барьеров для занятия бизнесом					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	1,6	1,6	34,4	32,8	17,2	6,3
Средний	-	5,9	58,8	11,8	20,6	2,9

– Представители малого бизнеса при опросе, в большинстве случаев, оказались не удовлетворены искоренением семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе (около 39,1%). Половина представителей среднего бизнеса наоборот, довольны процессом реформирования органов, регулирующих районную конкуренцию(50%) – Таблица 12. Выявлена прямая зависимость между оценкой искоренения семейственности и клановости в органах, регулирующих конкуренцию в районе и размером бизнеса, на что указывает коэффициент Крамера =0,4

Таблица 12

Размер бизнеса	Преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	4,7	-	39,1	26,6	15,	6,3
Средний	2,9	5,9	14,7	17,6	50,0	8,8

Таким образом, корреляционный анализ показал, что в целях создания здоровой конкурентной среды в регионе, повышения конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства необходимо решение следующих задач:

- упрощение начала и ведения предпринимательской деятельности;
- сокращение административных барьеров и особенно, преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции;
- повышение информационной прозрачности деятельности органов власти и органов местного самоуправления.

Раздел 2 Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе населением

В опросе приняли участие 487 жителей г. Саратова:

- 46,2% – мужчины,
- 53,8% – женщины.

Что касается возрастных критериев, то больше всего было опрошено респондентов в возрасте 15-29 лет (29,2%), в возрасте 45-59 лет 26,3% опрошенных, 30-44 года – 23,4 жителей г. Саратова. Средний возраст опрошенных по выборке составил 43 года. (Таблица 1,2)

Таблица 1

<i>Пол респондентов</i>		
	Частота	Процент, %
Мужской	225	46,2
Женский	262	53,8
Итого	487	100,0

Таблица 2

<i>Возрастные критерии респондентов</i>		
	Частота	Процент, %
15-29 лет	142	29,2
30-44 года	114	23,4
45-59 лет	128	26,3
60-74 года	83	17,0
75- 89 лет	20	4,1
Итого	487	100,0

Что касается семейного положения, то 53,4 % опрошенных состоят в официальном браке, 26,9% - холосты либо не замужем, 7,6% состоят в незарегистрированном браке и 11,1% является вдовцом/вдовой. (Таблица 3).

Таблица 3

Семейное положение респондентов		
	Частота	Процент
Холост / не замужем	131	26,9
Женат / замужем	259	53,4
Вдовец / вдова	54	11,1
Состою в незарегистрированном браке	37	7,6
Разведен/разведена	6	1,0
Итого	487	100,0

Анализируя наличие детей у респондентов было выявлено, что больше половины населения г. Саратова имеют одного ребенка или не имеют детей совсем (34,7% опрошенных и 32,4%). Семьи с двумя детьми имеют 27,2% опрошенных. И только 5,7% респондентов могут быть отнесены к многодетным (три и более детей). (Таблица 4).

Таблица 4

Наличие детей у респондентов		
	Частота	Процент
Нет детей	158	32,4
Да, один ребенок	169	34,7
Да, два ребенка	132	27,2
Да, три и более детей	28	5,7
Итого	487	100,0

В ходе исследования был опрошено 59,1% работающего населения, 19,1% пенсионеров, 12,5 учащихся, 3,9% безработных, 3,1% домохозяйек, 2,1% респондентов, которые находятся в отпуске по уходу за ребенком. (Таблица 5).

Социальный статус респондентов		
	Частота	Процент
Работающий	288	59,1
Безработный	19	3,9
Учащийся / студент	61	12,5
Домохозяйка	15	3,1
Пенсионер	93	19,1
Нахожусь в отпуске по уходу за ребенком	10	2,1
Прохожу срочную службу	1	,2
Итого	487	100,0

Большинство респондентов имеют среднее специальное образование (техникум, колледж) - 30,4% респондентов. Специалистами с высшим образованием является 23,2% опрошенных. Кроме того 13,3% населения имеют образование бакалавра и 13,1% опрошенных основное общее образование (10-11 классов). (Таблица 6).

Таблица 6

Образование респондентов		
	Частота	Процент
Начальное	2	,4
Среднее (8-9 классов)	29	5,7
Основное общее (10-11 классов)	64	13,1
Среднее техническое (ПТУ)	55	11,5
Среднее специальное (техникум, колледж)	148	30,4
Высшее (бакалавриат)	65	13,3
Высшее (специалитет)	113	23,2
Высшее (магистратура)	7	1,4
Научное	4	,8
Итого	487	100,0

Относительно материального уровня 68% населения указали, что имеют среднемесячный доход семьи в расчете на одного человека от 10000

до 15000 рублей. Средний доход по выборке составил 14948 рублей.
(Таблица 7.0)

Таблица 7.0.

**Среднемесячный доход семьи в расчете на одного человек
(в рублях)**

Варианты ответов	Частота	Процент
1000	1	0,2
1700	1	0,2
3000	2	0,4
4000	6	1,2
4500	1	0,2
4900	2	0,4
5000	12	2,5
5865	1	0,2
6000	11	2,3
7000	24	4,9
7500	3	0,6
8000	37	7,6
8500	2	0,4
8750	1	0,2
9000	20	4,1
9500	3	0,6
10000	75	15,4
11000	13	2,7
11500	2	0,4
12000	24	4,9
12400	2	,4
13000	15	3,1
13500	3	,6
14000	7	1,4
14500	1	,2
15000	63	12,9
16000	9	1,8
16500	1	,2
17000	9	1,8
18000	13	2,7
19000	6	1,2
20000	29	6,0
21000	6	1,2
21300	2	,4

22000	3	,6
23000	2	,4
25000	12	2,5
26000	3	,6
28000	1	,2
30000	18	3,7
31000	1	,2
37000	1	,2
40000	8	1,6
50000	4	,8
70000	2	,4
75002	1	,2
100000	1	,2
150000	1	,2
Нет ответа	22	4,5
Итого	487	100,0

Анализ полученных данных относительно оценки населения г. Саратова экономической ситуации в России показывает уменьшение тревожных настроений, связанных с влиянием мирового финансово-экономического кризиса, на дальнейшее развитие ситуации в стране, области и непосредственно в местах проживания респондентов.

Снизилась доля населения городов Саратова, испытывающего на себе проявления кризиса. Так чуть меньше половины опрошенных указывают на удовлетворительную экономическую ситуацию в стране (40,2% жителей г. Саратова). Но кроме этого 2,4% респондентов все же указывают на неудовлетворительную ситуацию в экономике страны. Однако 13,1% респондентов очень плохо оценивают состояние экономики. И только 1,4% горожан считают, что экономика страны находится в отличном состоянии.

Анализирую отношение горожан к экономической ситуации на уровне региона, необходимо отметить, что большая часть опрошенных (37,6% респондентов) указывают на неудовлетворительное состояние, но в то же время 36,8% горожан ставят удовлетворительную оценку положению дел в регионе. Приблизительно одинаковое количество респондентов дают резко отрицательную оценку состоянию экономики в регионе и в районе проживания (14,2% и 14% опрошенных). Так же необходимо отметить, что самый низкий процент респондентов имеют оптимистический настрой и оценивают экономику региона и района проживания как отличную (1,2 % и 1,6% опрошенных).

Наиболее высокие оценки даны респондентами при оценке экономической ситуации в их семье. Так выше среднего оценили экономическое положение дел в семье почти 30% респондентов (из них 6% горожан указали на отличное положение дел). Самую низкую оценку поставили только 3,7% населения города Саратова. (Таблица 7).

Оценка экономической ситуации населением (в % по строке)

Варианты ответов	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Затрудняюсь ответить
В России	13,1	29,4	40,2	11,9	1,4	3,9
В Саратовской области	14,2	37,6	36,8	9,2	1,2	1,1
В вашем районе	14	33,1	37,6	12,5	1,6	1,2
В вашей семье	3,7	22,4	43,7	22,8	6	1,4

В ходе опроса население оценивало широту представленности компаний разной направленности в г. Саратове. Наиболее широкое распространение, по мнению саратовцев, имеют предприятия, занимающиеся продажей продуктов питания. 59,1% опрошенных считает, что их достаточно, 32% заявляет об их избыточности. На втором месте организации общественного питания и предоставления услуг (парикмахерские и т.п.). 58,5% отмечают их достаточность, 29,2% – избыточность. Также широк выбор компаний, занимающейся реализацией одежды и обуви, доступа в сеть Интернет.

Недостаточно представлены на рынке услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью. Такого мнения придерживаются 43% саратовцев, отметивших, что их мало, и 16,7%, считающих, что их «совсем нет». Похожая ситуация сложилась на рынке услуг учреждений дошкольного образования. 42,8% отметили, что организаций, предоставляющих такие услуги, мало, а 5,3%, что их нет совсем. Также опрошенные считают недостаточным число компаний, предоставляющих услуги по управлению многоквартирными домами и продающих сельхозинвентарь, мелкую сельхозтехнику, удобрения. (Таблица 8.)

Таблица 8.

Оценка насыщенности товарных рынков населением г. Саратова (в % по строке)

	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Затрудняюсь ответить
Продукты питания	32	59,1	5,7	0,8	2,3
Одежда и обувь	27,3	57,7	10,9	1,8	2,3

Мебель	22,2	54,6	17,5	3,3	2,5
Бытовая техника	25,1	53,8	14,6	3,1	3,3
Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	12,7	49,1	28,3	6,8	3,1
Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	29,2	58,5	8,4	1,4	2,5
Общественный транспорт	22,2	52,8	20,5	2,1	2,5
Бензин и дизель	18,7	56,1	17,2	4,5	3,5
Лекарственные препараты	24,1	59,7	10,9	2,7	2,7
Стоматология	18,7	56,1	18,1	4,1	3,1
Медицинские услуги	15	54,4	23,8	3,3	3,5
Услуги учреждений дошкольного образования	8,6	39,9	42,8	5,3	3,3
Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	6,6	30,5	43	16,7	3,3
Услуги по управлению многоквартирными домами	10,1	41,2	34,6	10,9	3,1
Сотовая связь	30,6	53,4	10,1	3,3	2,7
Интернет	27,3	57,7	9,7	2,5	2,9
Водопровод	11,3	58,9	23,6	3,3	2,9
Электроснабжение	10,7	62,3	21,4	2,3	3,3
Теплоснабжение	8,8	58,9	25,5	3,7	3,1
Газоснабжение	9,9	61,6	21,4	4,1	3,1

Таким образом, по оценкам населения в г. Саратове социально значимыми рынками по развитию конкуренции в регионе являются:

- Рынок услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью;
- Рынок дошкольных учреждений;
- Рынок услуг по управлению многоквартирными домами;
- Рынок сельскохозяйственной техники.

Оценивая уровень удовлетворенности рынками товаров и услуг на территории Саратовской области, респондентам задавался вопрос: «НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВОЛЬНЫ ПОЛОЖЕНИЕМ ДЕЛ СО СЛЕДУЮЩИМИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ?». Хуже всего дела обстоят с уровнем цен и качеством бензина- 44,7% опрошенных не довольны ценами на бензин и дизельное топливо, у 30,5% уровень удовлетворенности носит ситуативный характер («когда как»).

Среди сфер с наибольшим числом недовольных также уровень цен на лекарства (41,3%) и стоматологию (40,9%). Чаще всего у опрошенных возникают вопросы к качеству услуг по управлению многоквартирными домами. Так, 26,9% саратовцев поставили однозначно отрицательную оценку этому виду услуг, 42,7% недовольны время от времени. Также часто получают негативные оценки качество товаров и услуг в сферах:

общественный транспорт (24,9%), бензин и дизель (24,5%), уход за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (22,6%), медицинские услуги (21,1%).

Наименьшее удовлетворение у потребителей с точки зрения стабильности присутствия на рынке вызывают услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (23,6%), услуги учреждений дошкольного образования (21,4%), а также сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения (19,3%), и услуги общественный транспорт (19,1%)

Саратовцы чаще недовольны ассортиментом мебели (18,5%), услугами по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (17,7%), бензином и дизелем (17,3%), сельхозинвентарем, мелкой сельхозтехникой, удобрений (17,2%), услугами общественного транспорта (16,8%) – Таблица 9.

Таблица 9

Уровень удовлетворенности товарными рынками (в % по строке)

Варианты ответов	Уровень цен				Качество				Стабильность наличия товара/услуги				Возможность выбрать, найти то, что нужно			
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруд. ответить
Одежда и обувь	34,3	43,1	17,5	5,1	16,7	59,3	17,6	6,4	10,9	36	46,3	6,8	16,3	35	23,9	24,8
Мебель	34,1	41,1	19,9	4,9	17,7	56,2	24,7	7,4	16	32,4	44,1	7,5	18,5	35,1	19,7	26,7
Бытовая техника	28,7	43,3	21,6	6,4	15,8	45,8	28,7	9,7	7,6	31,4	52,5	8,4	10,9	36,8	20,3	32
Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	28,3	45	19,3	7,2	17,9	49,3	24	8,8	19,3	35,3	36,3	9,1		30,6	19,5	32,7
Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	22,6	48	21,6	7,8	11,3	57,1	22,4	9,2	6,4	44,1	40,2	9,3	9	36,8	23,8	30,4
Общественный транспорт	34,8	35,4	22,8	8	24,9	46,9	19,8	8,4	19,1	40,5	31,6	8,8	16,8	30,2	23,2	29,8
Бензин и дизель	44,7	30,5	17,3	7,5	24,5	46,3	21,4	7,8	16,9	36,8	37,4	8,9	17,3	31,3	21,4	30
Лекарственные препараты	41,3	34,3	17,5	6,9	17,9	52	22,6	7,5	11,9	37,8	4,23	7,8	12,7	33,5	22,2	31,4
Стоматология	40,9	36,8	16,8	5,3	14,2	54,4	24,2	7,2	11,3	39,6	41,7	7,4	11,1	34,3	23	31,6
Медицинские услуги	40,2	34,9	19,5	5,4	21,1	47,4	24,4	7,1	15,8	35,3	42,3	41,796	12,3	35,1	22,2	30,4
Услуги учреждений дошкольного образования	36,3	36,3	21,1	6,2	18,5	47,1	26,5	7,9	21,4	36,1	34,1	8,4	12,5	34,5	22,2	30,8

Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	34,1	43,5	16	6,4	22,6	48,7	20,5	8,2	23,6	43,3	24,4	8,6	17,7	36,1	15,2	31
Услуги по управлению многоквартирными домами	35,1	40,9	17,2	6,8	26,9	42,7	21,8	8,6	16,9	41,6	32,7	8,8	13,3	33,5	22,6	30,6
Сотовая связь	19,5	43,3	31,2	6	9	47,8	35,9	7,2	7,4	33,7	51,1	7,8	8	30,8	31,2	30
Интернет	20,9	37,4	35,3	6,4	8,6	44,1	40,2	7	8,6	35,1	8,9	7,4	10,3	30,8	28,1	30,8
Водопровод	32,4	39,6	20,5	7,4	11,5	50,7	30,2	7,6	11,3	42,1	38	8,6	10,3	33,9	24,4	31,4
Электроснабжение	32	38,2	23,2	6,6	10,3	47,8	34,9	7	10,9	37,2	43,7	8,2	11,7	33,7	24,4	30,2
Теплоснабжение	37	38	19,3	5,7	18,1	44,8	30,2	7	12,1	39,2	40,5	8,2	9,4	35,1	25,7	29,8
Газоснабжение	8,6	44,1	40,2	7	10,7	46,4	35,5	7,4	9,2	39,2	43,5	8	8,6	37,4	25,9	28,1

Таким образом, по уровню удовлетворенности функционирования товарных рынков недовольство населения сосредоточено вокруг бензина и дизеля: саратовцев не устраивает уровень цен, качество, ассортимент. Тем не менее, чаще всего отмечается некачественное предоставление услуг по управлению многоквартирными домами. Ощущаются проблемы в медицинской сфере: жителей Саратова не устраивают цены на лекарственные препараты и стоматологию, а также качество медицинских услуг.

Наибольшее число претензий у населения к стабильности услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью. Также у саратовцев вызывает вопросы их качество и ассортимент. Нестабильно представлены на рынке услуги учреждений дошкольного образования и общественного транспорта. В отношении последнего опрошенные также отмечали недостаточное качество и ассортимент.

Лидером по количеству негативных отзывов в отношении ассортимента стал рынок мебели. Не хватает саратовцам ассортимента сельхозинвентаря, мелкой сельхозтехники, удобрений, имеются вопросы и к стабильности присутствия данных товаров на рынке.

Развитие региональной конкурентоспособности в России можно рассматривать как один из факторов экономического роста. Любой стране нужны конкурентоспособные регионы. Понимание сущности региональной конкуренции (межрегиональной, а также своеобразного соревнования между городами как местами концентрации экономического и интеллектуального потенциалов регионов) становится все более актуальной задачей в корпоративном взаимодействии регионов любой страны. Таким образом, в ходе исследования были выявлены основные направления работы по развитию конкуренции по мнению населения города Саратова.

Самым популярным направлением по мнению респондентов стало ужесточение контроля над ростом цен (52,8%). 48,7% опрошенных указали на ужесточение контроля над качеством продукции. Так же горожане считают, что одним из перспективным направлением развития конкуренции в регионе может стать создание новых рабочих мест и контроль над созданием монополий на региональном рынке (37,1% и 24,8% респондентов). Кроме этого 20,1% горожан указывают на создание возможностей для того чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность и 20,3% опрошенных указывают на оказание помощи начинающим предпринимателям. Так же необходимо обратить внимание на одну из составляющую рыночных отношений – это принцип обратной связи, который должен присутствовать при развитии конкуренции в регионе, по мнению предпринимателей. Так 14,5% опрошенных указали на необходимость ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции. 14,9% жителей города Саратова желают иметь поддержку новых направлений развития экономики города и района. (Таблица 10).

Основные направления работы по развитию конкуренции

Варианты ответов	Частота	Процент наблюдений
Созданием условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше	51	10,6%
Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе	70	14,5%
Контролем над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	120	24,8%
Контролем над ростом цен	255	52,8%
Контролем над качеством продукции	235	48,7%
Контролем над тем, чтобы фирмы соревновались честно	80	16,6%
Чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	97	20,1%
Помощью начинающим предпринимателям	98	20,3%
Привлечением инвесторов	51	10,6%
Созданием новых рабочих мест	179	37,1%
Поддержкой новых направлений развития экономики города и района	72	14,9%
Контролем над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт	67	13,9%
Сокращением муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий	34	7,0%
Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок	22	4,6%
Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции	20	4,1%
Юридическая защита предпринимателей	71	14,7%
Итого	1522	315,1%

Немаловажным фактором развития конкуренции в регионе является участие всех категорий в этом процессе. Так почти половина опрошенных респондентов не заинтересованы в получении информации о развитии рыночной конкуренции (44,7% опрошенных). Около 30% населения указывают на важность этой информации и 24% горожан чувствуют необходимость такой информации только в различных ситуациях. (Таблица 11)

**Желание населения получать информацию о развитии
рыночной конкуренции в городе Саратове**

	Частота	Валидный процент
Скорее да, может пригодиться	41	8,4
Скорее да, может пригодиться	108	22,2
В зависимости от ситуации	117	24,0
Скорее нет	101	20,7
Нет, мне это однозначно не интересно	117	24,0
Затрудняюсь ответить	3	,6
Итого	487	100,0

Оценивая сегодняшние возможности получения информации о развитии рыночной конкуренции, население г. Саратова отмечает, что ее получить очень трудно (15,6%), 21,1% горожан отметили, что ее можно получить, если приложить усилия, 48,9% опрошенных затруднились ответить.

Таблица 12

**Оценка возможности получения информации о
развитии рыночной конкуренции в нашем городе**

	Частота	Процент, %
Информации о состоянии конкуренции нет совсем	38	7,8
Ее получить очень трудно	76	15,6
Затрудняюсь ответить	238	48,9
Можно получить, если приложить усилия	103	21,1
Информация о состоянии конкуренции общедоступна	32	6,6
Итого	487	100

В качестве источников информации о состоянии конкуренции в городе и защите прав потребителей и предпринимателей саратовцы чаще всего используют традиционные средства массовой информации: местные ТВ-каналы (48,6%) и центральные ТВ-каналы (39,4%). Также для получения этой

информации опрошенные используют местные газеты (34,6%), социальные сети Интернет (26,2%). 32,5% узнают ее от друзей и знакомых. Реже всего горожане отмечали, что получать вышеуказанную информацию им помогают "горячие линии" с организациями, регулирующими развитие конкуренции (2,4%), Общественная приемная Президента РФ (3,9%), Общественная приемная Губернатора Саратовской области (5,8%). Невысоки показатели и таких общественных организаций, как «ОПОРА РОССИИ» и «Деловая Россия»: их в качестве источника информации о состоянии конкуренции и защите прав потребителей и предпринимателей используют 7,1% опрошенных (Таблица 13).

Таблица 13

Варианты ответов	Частота	Процент, %
Администрация города, Министерство экономического развития и инвестиционной политики	72	15,5%
Общественная приемная Президента РФ	18	3,9%
Общественная приемная Губернатора Саратовской области	27	5,8%
Учебные заведения города	90	19,4%
Общественная организация защиты прав потребителей	73	15,7%
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса "ОПОРА РОССИИ"	33	7,1%
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации "Деловая Россия"	33	7,1%
Общественная палата Саратовской области	45	9,7%
Из центральных газет	116	24,9%
Из местных газет	161	34,6%
Из центральных ТВ каналов	183	39,4%
Из местных ТВ каналов	226	48,6%
Из радио	111	23,9%
От друзей и знакомых	151	32,5%
Из официальных сайтов организаций, регулирующих развитие конкуренции	47	10,1%
Из интернет -страниц официальных организаций в социальных сетях	84	18,1%
Из социальных сетей Интернет	122	26,2%
Из "горячих линий" с организациями, регулирующими развитие конкуренции	11	2,4%
Итого	1603	344,7*%

*Сумма не сводима к 100%, так как можно выбрать несколько вариантов ответов

Таким образом, можно констатировать, что уровень доступности информации для населения о развитии рыночной конкуренции в Саратове является достаточно низким. Среди источников получения таких данных чаще выступает местное и центральное телевидение.

Оценивая уровень потенциальной предпринимательской активности, мнения горожан относительно того, насколько легко открыть свое дело в Саратове, разделились следующим образом: 34,7% затруднились дать конкретную оценку, 29,2% отметили, что открыть свой бизнес достаточно сложно, 21,1%, что очень сложно. (Таблица 14)

Таблица 14

**Мнение респондентов о том, насколько легко
открыть свое дело в городе Саратове**

	Частота	Процент, %
Очень сложно	103	21,1
Достаточно сложно	142	29,2
Трудно сказать	169	34,7
Достаточно легко	51	10,5
Очень легко	22	4,5
Итого	487	100,0

Анализируя барьеры при открытии собственного дела, 36% граждане указывают, в первую очередь, на отсутствие стартового капитала; 21,5% саратовцев считают, что первоочередным препятствием является высокая конкуренция, 9,6% - бумажная волокита. (Таблица 15)

Таблица 15

Главные барьеры в открытии собственного дела

	Частота	Процент
Отсутствие стартового капитала	94	36,0
Налоги	19	7,3
Коррупция	20	7,7
Бумажная волокита	25	9,6
Высокая конкуренция	56	21,5
Отсутствие помощи со стороны органов власти	11	4,2

Неосведомленность/правовая неграмотность	8	3,1
Лень	9	3,4
Неподходящий возраст	5	1,9
Риск обанкротиться	14	5,4
Итого	261	100,0

Оценка обстановки для ведения бизнеса по различным параметрам свидетельствуют о том, что в целом население больше всего удовлетворено возможностями аренды помещения и получения разрешения на открытие бизнеса. (21,6 и 15,6% соответственно).

Что же касается негативной оценки, то «неудовлетворительными» признаны следующие показатели: преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, а также снижение барьеров для занятия бизнесом (243,6%) – Таблица 16.0.

Таблица 16.0

**Оценка населением условий ведения бизнеса в Саратове
(в % по сроке)**

	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить	Нет ответа
1.Наличие информации о состоянии рынков города/района	10,5	26,2	37,7	9,7	3,7	12,2	0
2.Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	8,4	6,8	23,4	41,5	14,2	4,9	0,8
3.Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	19,5	7,6	25,7	33,3	8,6	4,1	1,2
4.Возможность получения кредитов	6,6	7,2	15,6	36,1	22	10,5	2,1
5.Получение разрешение на открытие бизнеса	14,2	4,7	18,7	36,6	15,6	6,2	3,9
6.Возможности аренды помещений	10,7	4,1	12,7	33,1	21,6	14,6	3,3

7.Взаимодействие бизнеса с органами власти	19,9	8,6	18,7	32,6	10,9	4,9	4,3
8.Объем требований и отчетности для налоговых служб	18,1	10,3	21,4	31,8	11,7	4,5	2,3
9.Доступность государственных и муниципальных услуг	13,3	7,6	19,9	35,3	15,8	6	2,1
10.Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	20,9	9,4	16,8	29,6	16,2	4,7	2,3
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	24,6	9,7	18,7	30,6	10,1	4,5	1,8
12. Преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе	25,5	11,3	16,4	31,2	9,2	4,1	2,3

Работу по развитию конкуренции в г. Саратове большинства из предложенных органов власти и организаций население чаще всего оценивает «средне». Однако это не касается тех, о работе которых опрошенным чаще всего нечего не известно. Речь идет об организации «ОПОРА России» – о ее работе ничего не известно 54,1% горожан, «Деловая Россия» (47,5%), Министерстве экономического развития и инвестиционной политики области (35,2%) и Федеральной антимонопольной службе по Саратовской области (31,6%).

Что касается оценок «неудовлетворительно», то они не преобладают, но в наибольшем количестве присутствуют у главы администрации города (24%) и Губернатора (22,7%). 30,3% опрошенных удовлетворены работой в обозначенной сфере учебных заведений города, 26,1% – Общественной организации по защите прав потребителей (Таблица 16.)

**Оценка деятельности органов власти и общественных организаций
по развитию конкуренции в регионе**

Варианты ответов	Ничего не знаю	Не удовлетворительно	Средне	Удовлетворительно	Итого
1. Общественная приемная Президента РФ	27,8	18,2	29,7	24,3	100
2. Губернатор Саратовской области	20,2	22,7	35,7	21,4	100
3. Общественная приемная Губернатора	23,3	21,4	33,6	21,6	100
4. Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	31,6	20,6	28	19,8	100
5. Глава администрации города	22,8	24	30,9	22,3	100
6. Глава администрации района	25,1	20	34,8	20	100
7. Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	35,2	15,2	27	22,5	100
8 «ОПОРА России»	54,1	12,2	18	15,7	100
9 Деловая Россия	47,5	14,4	23	15,1	00
10 Общественная палата Саратовской области	28,5	21,4	33,2	16,9	100

11 Общественная организация по защите прав потребителей	20,1	16,7	37,2	26,1	100
12. Учебные заведения города	18,2	14,6	36,9	30,3	100

Что касается уровня потенциальной предпринимательской активности населения, то по данным опроса только 29% горожан хотели бы начать свое дело, 42,9% высказались отрицательно, остальные 28,1 % затруднились ответить. Из числа тех, кто ответил положительно, большинство (52%) хотели бы открыть свое дело в сфере услуг, 30,4% – в торговле, 8,8% – в сфере общественного питания. При этом за помощью при открытии своего дела саратовцы обратятся, в первую очередь, к родственникам и друзьям (46,7%); 31,6% опрошенных будут рассчитывать на поддержку органов власти, к банковскому сектору обратятся 21,7% горожан (Таблица 17, 18).

Таблица 17

Предпочитаемая сфера для открытия бизнеса

Варианты ответов	Процент
Сфера услуг	52,0
Общественное питание	8,8
Торговля	30,4
Сельское хозяйство	4,0
Добывающая промышленность	1,6
Строительство	3,2
Итого	100,0

Таблица 18

Источники обращения за помощью при открытии бизнеса

Варианты ответов	Процент, %
Родственники, друзья	46,7
Органы власти	31,6
Банковские организации	21,7
Итого	100

Среди саратовцев, которые не хотят начинать свой бизнес, чаще всего указывались следующие барьеры: отсутствие стартового капитала (27,8%),

неподходящий возраст (24,5%), лень (10,6%), отсутствие времени (8,6%) (Таблица 19).

Таблица 19

Варианты ответов	Процент
Отсутствие стартового капитала	27,8
Налоги	4,6
Коррупция	3,3
Бумажная волокита	2,0
Конкуренция	2,6
Отсутствие помощи со стороны органов власти	5,3
Неосведомленность/Правовая неграмотность	6,6
Лень	10,6
Неподходящий возраст	24,5
Отсутствие времени	8,6
Страх обанкротиться	3,3
Итого	100,0

Таким образом, можно констатировать, что по оценкам населения основных параметров обстановки ведения предпринимательской деятельности, большинство из них находятся в зоне неодобрения. Наиболее выраженный признак неблагополучия конкурентной среды населения сформирован в отношении преодоления семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции, а также в снижении барьеров для занятия бизнесом.

Выводы

- Проблемы функционирования бизнеса в Саратовской области целесообразно классифицировать по двум зонам: *финансовая и административно- управленческая*. В первой зоне основной проблемой является высокая налоговая нагрузка, уменьшение которой значительно повысило бы привлекательность и успешность бизнес-сообщества. Для решения проблем финансирования малого и среднего бизнеса необходима разработка комплексной политики его кредитования и микро-финансирования как на уровне федерации, так и на уровне регионов. Проблемы административно-управленческой зоны оказывают негативное влияние на развитие бизнеса в регионе и в целом в российской экономике. Государственные институты в должной степени не обеспечивают правовую, методологическую и информационную поддержку предпринимателям. Более того, часто создают неоправданные административно-управленческие барьеры, которые усложняют старт и функционирование предприятий различного масштаба и отраслевой принадлежности.

- Особенности конкуренции, по мнению горожан и предпринимателей в регионе обусловлены деформацией и недостаточностью условий, необходимых для ее развития. Отсутствие сложившегося рыночного механизма обуславливает развитие специфических форм и неэкономических методов конкуренции. Конкуренция принимает характер силовой борьбы, все больше отрываясь от сферы производства. В таких условиях необходимо развитие конкуренции производителей на региональных и местных рынках, сокращение сферы избыточного посредничества, так как от конкуренции товаропроизводителей должен выигрывать, в конечном счете, потребитель.

- Анализируя основные настроения в среде горожан относительно основных направлений работы по развитию конкуренции в Саратовской области необходимо заключить, что большая часть населения города Саратова видит наиболее оптимальными направлениями контроль над ростом цен, контроль над качеством продукции и создание рабочих мест. Мнение предпринимателей по этому вопросу отличаются. Большая часть опрошенных предпринимателей указывают на такие направления работы по развитию конкуренции в регионе как: создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе, ужесточение контроля над возникновением монополий, поддержкой новых направлений развития экономики города и района, ужесточением контроля над работой естественных монополий(водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт). Такое противоречие можно

объяснить тем, что для предпринимателей развитие конкуренции является жестко экономической категорией. Реализация свободной конкуренции для предпринимателей – это возможность закрепить свои позиции на рынке, на котором функционирует их предприятие. Для горожан конкуренция – это удовлетворение их личных потребностей в качестве и цене на продукцию, возможности трудоустройства в появляющихся предприятиях малого бизнеса. Т.е. на сегодняшний день, по мнению предпринимателей, одним из главных необходимых и достаточных условий решения масштабных задач экономического и социального развития России является развитие малого и среднего предпринимательства. Созданию этих условий, благоприятных для деятельности новых и только зарождающихся субъектов малого предпринимательства неизбежно препятствуют серьезные проблемы, связанные с неадекватностью представлений о реальном состоянии предпринимательского потенциала общества.

- По уровню насыщенности товарных рынков в Саратовской области мнения предпринимателей и населения схожи. Выделены следующие социально значимые рынки для содействия развитию конкуренции в Саратовской области:

Рынок сельскохозяйственной техники и инвентаря;

Рынок услуг общественного транспорта;

Рынок услуг дошкольных учреждений;

Рынок услуг ЖКХ;

Рынок услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью.

- Основные источники информации о состоянии конкурентной среды для предпринимателей представлены управленческим уровнем развития и поддержки экономики. Чаще всего бизнесмены обращаются за получением информации в аппарат общественной приемной Губернатора Саратовской области, в Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса "ОПОРА РОССИИ", в общественную палату Саратовской области. Это свидетельствует, скорее, о доверии к представителям власти и общественным объединениям со стороны предпринимателей, несмотря на кризисные проявления российской экономики. Большая часть горожан, напротив, получают информацию о состоянии конкуренции в Саратовской области из средств массовой информации местного и федерального уровня (местные газеты, центральные и местные ТВ каналы). Незначительная часть населения обращается в официальные учреждения и региональные министерства за получением информации по данному вопросу.
- В целом, как для горожан, так и предпринимателей, характерны обширные требования к роли государства и органов власти и уверенность в их обязанности обеспечивать многочисленные социальные гарантии и

права населения, включая получение материальных благ. Большинство предпринимателей оценивают экономическую ситуацию в России, Саратовской области и районе проживания как неудовлетворительную, в то время как большинство горожан ставят удовлетворительную оценку. Деятельность органов власти и общественных структур по развитию конкуренции в г. Саратове горожане чаще всего оценивают средне. Однако это не касается тех, о чьей работе горожанам ничего не известно («ОПОРА России», «Деловая Россия», Министерство экономического развития и инвестиционной политики области, Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области). По мнению большинства предпринимателей, работа Общественной приемной Президента РФ носит формальный характер, поскольку большинству предпринимателей ничего не известно о ее работе. Большинство бизнесменов признали неудовлетворительной работу главы администрации города и общественной организации по защите прав потребителей. Наметилась тенденция: предприниматели несколько выше оценивают работу органов власти на местах, нежели в Центре, ставя им среднюю оценку. В то же время работа общественных организаций по развитию конкуренции в городе оценивается ими как более удовлетворительная, нежели работа местных органов власти.

Практические рекомендации

В целях повышения уровня конкурентной среды в регионе необходимо:

1. Обеспечить реализацию системного и единообразного подхода к деятельности по развитию конкуренции на всей территории Российской Федерации с учетом специфики функционирования региональной экономики и торговых рынков;
2. Сформировать прозрачную систему работы региональных органов государственной власти в части реализации результативных и эффективных мер по развитию конкуренции в интересах как конечного потребителя товаров и услуг, так и субъектов предпринимательской деятельности;
3. Создавать стимулы и условия для развития и защиты субъектов малого и среднего предпринимательства, устранения административных барьеров.
4. Укреплять социальный статус, повышать престиж и этику предпринимательства;

Уважаемые предприниматели!

Центр региональных социологических исследований СГУ проводит исследование, посвященное изучению состояния конкурентной среды в регионе. Ваши ответы очень важны для исследования.

Просим Вас внимательно прочитать вопросы и искренне ответить на них. Фамилию и имя указывать не надо, исследование анонимно. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

В каждом вопросе выберите один вариант ответа, который в наибольшей степени соответствует Вашему мнению, и обведите его в кружочек или укажите собственный вариант в свободной строке, рядом с пометкой "другое".

Заранее благодарим за сотрудничество!

1) УКАЖИТЕ ВАШ ПОЛ:

1. Мужской
2. Женский

2) УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЧИСЛО ПОЛНЫХ ЛЕТ _____**3) ВАШЕ СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ:**

1. Холост/ не замужем
2. Женат/ замужем
3. Вдовец/вдова
4. Состою в гражданском браке
5. Другое _____

4) ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ

1. нет детей
2. да, один ребенок
3. да, два ребенка
4. да, три и более детей

5) УКАЖИТЕ ВАШ СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС:

1. Совладелец предприятия, фирмы, учреждения
2. Владелец собственного дела
3. Индивидуальный предприниматель
4. Другое (укажите) _____

6) КАКОЕ У ВАС ОБРАЗОВАНИЕ?

1. начальное
2. среднее (8-9 классов)
3. основное общее (10-11 классов)
4. среднее специальное (среднее техническое)
5. Высшее (бакалавриат)
6. Высшее (специалитет)
7. Высшее (магистратура)
8. Научное

7) СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЙ ДОХОД ВАШЕЙ СЕМЬИ В РАСЧЕТЕ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В МЕСЯЦ _____ РУБЛЕЙ**8) СФЕРА ВАШЕЙ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

1. Промышленность
2. Оптовая и розничная торговля

3. Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание
4. здравоохранение, социальное обеспечение
5. Транспорт
6. Телекоммуникации и связь
7. Сельское хозяйство
8. Образование, наука
9. Культура и досуг (например, библиотека, кинотеатр)
10. Финансы, кредит, страхование
11. добывающая промышленность (например, угле-, нефтедобыча)
12. энергетика (например, электростанция)
13. строительство
14. лесное хозяйство (например, леспромхоз)
15. общественное питание
16. сфера услуг (например, парикмахерская, прачечная)
17. средства массовой информации (например, газета, радио)
18. реклама, консалтинг, PR
19. Другое (укажите) _____

9) **КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАНО ВАШЕ ДЕЛО?**

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

10) **ЧТО ПРОИЗВОДИТСЯ, ИЛИ КАКИЕ УСЛУГИ ОКАЗЫВАЮТСЯ?**

11) **У ВАС:**

1. одно предприятие
2. несколько предприятий в одной сфере деятельности
3. несколько предприятий в разных сферах деятельности
4. другое _____

12) **УКАЖИТЕ МАСШТАБ ВАШЕГО БИЗНЕСА (ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ, ЕСЛИ ИМЕЮТСЯ РАЗНОМАСШТАБНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ):**

1. малый
2. средний
3. крупный
4. затрудняюсь ответить

13) **ОЦЕНИТЕ ПО 5- БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ, НАСКОЛЬКО ЛЕГКО ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО В ГОРОДЕ САРАТОВЕ? ГДЕ 1 – ОЧЕНЬ СЛОЖНО, 5 – ЛЕГКО.**

1.....2.....3.....4.....5

14) **ЧТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ МЕШАЕТ ОТКРЫТИЮ СВОЕГО ДЕЛА В ГОРОДЕ САРАТОВЕ?**

15) **ЗА ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ, ВСТРЕЧАЛИ ЛИ ВЫ ИНФОРМАЦИЮ О ТОМ, ГДЕ МОЖНО ПРОЙТИ ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА?**

1. Да, встречали
2. Нет, не встречали
3. Затрудняюсь ответить

16) КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, В ГОРОДЕ САРАТОВЕ СКЛАДЫВАЕТСЯ ОБСТАНОВКА	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить
---	-------------	----------------------	-------------------	--------	---------	-----------------

ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА?						
1. Наличие информации о состоянии рынков города/района	1	2	3	4	5	0
2. Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	1	2	3	4	5	0
3. Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	1	2	3	4	5	0
4. Возможность получения кредитов	1	2	3	4	5	0
5. Получение разрешения на открытие бизнеса	1	2	3	4	5	0
6. Возможности аренды помещений	1	2	3	4	5	0
7. Взаимодействие бизнеса с органами власти	1	2	3	4	5	0
8. Объем требований и отчетности для налоговых служб	1	2	3	4	5	0
9. Доступность государственных и муниципальных услуг	1	2	3	4	5	0
10. Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	1	2	3	4	5	0
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	1	2	3	4	5	0
12. Преодоление семейственности и клановости в органах власти	1	2	3	4	5	0

17) ОЦЕНИТЕ ПРИБЛИЗИТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ, С КОТОРЫМ СТАЛКИВАЕТСЯ ВАШ БИЗНЕС НА ОСНОВНОМ ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ?

1. Нет конкуренции
2. Слабая конкуренция
3. Умеренная конкуренция
4. Высокая конкуренция
5. Очень высокая конкуренция

18) УКАЖИТЕ ПРИМЕРНОЕ КОЛИЧЕСТВО ВАШИХ КОНКУРЕНТОВ НА ОСНОВНОМ ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ?

1. Нет конкурентов
2. 1-3 конкурента
3. Более 4 конкурентов
4. Большое количество (трудно сосчитать)
5. Затрудняюсь ответить
6. Другое _____

19) КАК ИЗМЕНИЛОСЬ ЧИСЛО КОНКУРЕНТОВ НА ВАШЕМ ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА ИЛИ ЗА СРОК СУЩЕСТВОВАНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА, ЕСЛИ ОН СОСТАВЛЯЕТ МЕНЕЕ 3 ЛЕТ?

1. Увеличилось
2. Сократилось
3. Не изменилось
4. Затрудняюсь ответить

20) НАСКОЛЬКО СИЛЬНО ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ НА ВАШ БИЗНЕС ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ И ИНОСТРАННЫЕ КОНКУРЕНТЫ?

	<i>Не влияют</i>	<i>Слабо влияют</i>	<i>Заметно влияют</i>	<i>Сильно влияют</i>
<i>Отечественные производители</i>				

Иностранные производители из стран Таможенного союза				
Иностранные производители из стран, не входящих в Таможенный союз				

21) КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ С КОНКУРЕНЦИЕЙ ИСПЫТЫВАЕТ ВАША КОМПАНИЯ НА РЫНКЕ, НА КОТОРОМ ОНА РАБОТАЕТ?

Проблемы	Проблема существует	Проблема является наиболее острой
Конкуренция со стороны дешевого импорта		
<i>Со стороны местных компаний:</i>		
Добросовестная ценовая конкуренция		
Добросовестная конкуренция качества		
Конкурентное давление посредством рекламы		
Использование административного давления с целью создания проблем конкурентам		
Использование родственных и иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ		
Демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен		

22) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ

	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
1. В России	1	2	3	4	5
2. В Саратовской области	1	2	3	4	5
3. В вашем районе	1	2	3	4	5
4. В вашей семье	1	2	3	4	5

24) НАСКОЛЬКО ШИРОК В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ ВЫБОР КОМПАНИЙ, ПРОДАЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ?

25) НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВОЛЬНЫ ПОЛОЖЕНИЕМ ДЕЛ СО СЛЕДУЮЩИМИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ?

1 Не довольны 2 Когда как 3 Довольны

	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем		Уровень цен			Качество			Стабильность наличия			Возможность выбрать, найти то, что нужно		
						1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1.	1	2	3	4	Продукты питания	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
2.	1	2	3	4	Одежда и обувь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
3.	1	2	3	4	Мебель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
4.	1	2	3	4	Бытовая техника	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
5.	1	2	3	4	Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
6.	1	2	3	4	Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
7.	1	2	3	4	Общественный транспорт	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3

8.	1	2	3	4	Бензин и дизель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
9.	1	2	3	4	Лекарственные препараты	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
10.	1	2	3	4	Стоматология	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
11.	1	2	3	4	Медицинские услуги	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
12.	1	2	3	4	Услуги учреждений дошкольного образования	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
13.	1	2	3	4	Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
14.	1	2	3	4	Услуги по управлению многоквартирными домами	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	1	2	3	4	Сотовая связь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
15.	1	2	3	4	Интернет	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
16.	1	2	3	4	Водопровод	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
17.	1	2	3	4	Электроснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
18.	1	2	3	4	Теплоснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
19.	1	2	3	4	Газоснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3

26) ХОТЕЛИ БЫ ВЫ ИМЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О РАЗВИТИИ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ ГОРОДЕ?

1. Да, мне это очень интересно
2. Скорее да, может пригодиться
3. В зависимости от ситуации
4. Скорее нет
5. Нет мне это однозначно не интересно

27) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ЭТОЙ ИНФОРМАЦИИ СЕЙЧАС?

1. Информации о состоянии конкуренции нет совсем
2. Ее получить очень трудно
3. Затрудняюсь ответить
4. Можно получить, если приложить усилия
5. Информация о состоянии конкуренции общедоступна

28) НА ЧТО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ДОЛЖНА БЫТЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НАПРАВЛЕНА РАБОТА ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ РАЙОНЕ?

(укажите 3 основных направления)

1. Созданием условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше
2. Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе
3. Контролем над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке
4. Контролем над ростом цен
5. Контролем над качеством продукции
6. Контролем над тем, чтобы фирмы соревновались честно
7. Чтобы все желающие, заняться бизнесом, могли получить эту возможность

8. Помощью начинающим предпринимателям
9. Привлечением инвесторов
10. Созданием новых рабочих мест
11. Поддержкой новых направлений развития экономики города и района
12. Контролем над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт
13. Сокращением муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий
14. Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок
15. Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции
16. Юридическая защита предпринимателей
17. Другое _____

29) ОТКУДА ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО ПОЛУЧАЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ И ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ? (укажите все источники, которыми пользуетесь)

Непосредственно от государственных органов

1. Общественная приемная Президента РФ
2. Общественная приемная Губернатора Саратовской области
3. Администрация города, министерство экономического развития и инвестиционной политики
4. Учебные заведения города
5. Другое (УКАЖИТЕ) _____

Непосредственно от общественных организаций

6. Общественная организация защиты прав потребителей
7. Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ»
8. Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации «Деловая Россия»
9. Общественная палата Саратовской области
10. Торговая палата Саратовской области
11. Другое (УКАЖИТЕ) _____

30) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ РАБОТУ СЛЕДУЮЩИХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОРГАНИЗАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ САРАТОВЕ?

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

1Общественная приемная Президента РФ	1	2	3	4	7ОПОРА России	1	2	3	4
2Губернатор Саратовской области	1	2	3	4	8.Деловая Россия	1	2	3	4
3Общественная приемная Губернатора	1	2	3	4	9. Общественная палата Саратовской области	1	2	3	4
4Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	1	2	3	4	10.Общественная организация по защите прав потребителей	1	2	3	4
5Глава администрации района	1	2	3	4	11.Учебные заведения города	1	2	3	4
6. Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	1	2	3	4					

31)ЧЕМ ДЛЯ ВАС ЛИЧНО ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕДПРИЯТИЕ, НА КОТОРОМ ВЫ РАБОТАЕТЕ?

1. Это мое «дело», мое призвание

2. Это для меня вторая семья
3. Это просто возможность зарабатывать деньги
4. Это «стартовая площадка» для моей дальнейшей карьеры
5. Другое (укажите) _____
6. Затрудняюсь ответить

32) КАК БЫ ВЫ ПРЕДПОЧЛИ ПОТРАТИТЬ ОЧЕНЬ КРУПНУЮ СУММУ ДЕНЕГ?

1. Я бы не работал и жил в свое удовольствие
2. Я бы вложил все (или большую часть) в свой бизнес и получал прибыль
3. Я бы открыл новое, прибыльное предприятие
4. Я бы скупил предприятия конкурентов
5. Другое (укажите) _____
6. Затрудняюсь ответить.

33) КАКИЕ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ РЕФОРМ ДЛЯ ВАС САМЫЕ ВАЖНЫЕ (МОЖНО ВЫБРАТЬ НЕ БОЛЕЕ 3 ПУНКТОВ)?

1. Политическая свобода агитировать и голосовать за любую партию
2. Свобода вести свое собственное дело, «бизнес»
3. Возможность иметь в частной собственности предприятия, недвижимость, акции
4. Свобода слова
5. Возможность извлекать прибыль из любых операций
6. Возможность ездить за границу, жить в любом городе
7. Возможность работать и зарабатывать
8. Другое (укажите) _____
9. Затрудняюсь ответить

34) КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ ВАС ЛИЧНО ВОЛНУЮТ БОЛЬШЕ ВСЕГО (НЕ БОЛЕЕ 2 ПУНКТОВ)?

1. Высокие налоги
2. Продолжающийся экономический кризис
3. Нехватка денег
4. Инфляция
5. Отношения с контролирующими и проверяющими органами
6. Давление конкурентов
7. Низкий уровень жизни населения
8. Алкоголизм, наркомания
9. Рост преступности
10. Другое (укажите) _____
11. Затрудняюсь ответить.

35) КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВАШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАЖУТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ СЕРЬЕЗНЫМИ (НЕ БОЛЕЕ 3 ПУНКТОВ)?

1. Давление конкурентов
2. Нехватка финансовых средств
3. Недостаток квалифицированных кадров
4. Низкая производительность труда
5. Недостаточная трудовая дисциплина
6. Устаревшее оборудование
7. Конфликты среди учредителей и руководства
8. Конфликты среди работников
9. Другое (укажите) _____
10. Затрудняюсь ответить

Благодарим за участие!!!!

Уважаемые граждане!

Центр региональных социологических исследований СГУ проводит исследование, посвященное изучению состояния конкурентной среды в регионе. Ваши ответы очень важны для исследования.

Просим Вас внимательно прочитать вопросы и искренне ответить на них. Фамилию и имя указывать не надо, исследование анонимно. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

В каждом вопросе выберите один вариант ответа, который в наибольшей степени соответствует Вашему мнению, и обведите его в кружочек или укажите собственный вариант в свободной строке, рядом с пометкой "другое".

Заранее благодарим за сотрудничество!

- 1) **УКАЖИТЕ ВАШ ПОЛ:**
 1. Мужской
 2. Женский
- 2) **УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЧИСЛО ПОЛНЫХ ЛЕТ _____**
- 3) **ВАШЕ СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ:**
 1. Холост/ не замужем
 2. Женат/ замужем
 3. Вдовец/вдова
 4. Состою в гражданском браке
 5. Другое (УКАЖИТЕ) _____
- 4) **ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ**
 5. нет детей
 6. да, один ребенок
 7. да, два ребенка
 8. да, три и более детей
- 5) **УКАЖИТЕ ВАШ СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС:**
 5. работающий
 6. безработный
 7. учащийся / студент
 8. домохозяйка
 9. пенсионер
 10. нахожусь в отпуске по уходу за ребенком
 11. прохожу срочную службу
 12. иное (УКАЖИТЕ) _____
- 6) **КАКОЕ У ВАС ОБРАЗОВАНИЕ?**
 9. начальное
 10. среднее (8-9 классов)
 11. основное общее (10-11 классов)
 12. среднее техническое (ПТУ)
 13. среднее специальное (техникум, колледж)
 14. Высшее (бакалавриат)
 15. Высшее (специалитет)
 16. Высшее (магистратура)
 17. Научное
- 7) **СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЙ ДОХОД ВАШЕЙ СЕМЬИ В РАСЧЕТЕ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В МЕСЯЦ _____ РУБЛЕЙ**

8) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ

	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
5. В России	1	2	3	4	5
6. В Саратовской области	1	2	3	4	5
7. В вашем районе	1	2	3	4	5
8. В вашей семье	1	2	3	4	5

9) НАСКОЛЬКО ШИРОК В ВАШЕЙ МЕСТНОСТИ ВЫБОР КОМПАНИЙ, ПРОДАЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ?

10) НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВОЛЬНЫ ПОЛОЖЕНИЕМ ДЕЛ СО СЛЕДУЮЩИМИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ?

1 Не довольны 2 Когда как 3 Довольны

	Товары и услуги				Уровень цен	Качество	Стабильность наличия	Возможность выбрать,
	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем				
20.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
21.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
22.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
23.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
24.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
25.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
26.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
27.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
28.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
29.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
30.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
31.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
32.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
33.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
34.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
35.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
36.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
37.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
38.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3
39.	1	2	3	4	1 2 3	1 2 3	1 2 3	1 2 3

11) НА ЧТО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ДОЛЖНА БЫТЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НАПРАВЛЕНА РАБОТА ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ ГОРОДЕ (укажите 3 основных направления)

18. Созданием условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше
19. Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе
20. Контролем над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке
21. Контролем над ростом цен

22. Контролем над качеством продукции
23. Контролем над тем, чтобы фирмы соревновались честно
24. Чтобы все желающие, заняться бизнесом, могли получить эту возможность
25. Помощью начинающим предпринимателям
26. Привлечением инвесторов
27. Созданием новых рабочих мест
28. Поддержкой новых направлений развития экономики города и района
29. Контролем над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт
30. Сокращением муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий
31. Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок
32. Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции
33. Юридическая защита предпринимателей
34. Другое _____

12) ХОТЕЛИ БЫ ВЫ ИМЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О РАЗВИТИИ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ВАШЕМ ГОРОДЕ?

1. Да, мне это очень интересно
2. Скорее да, может пригодиться
3. В зависимости от ситуации
4. Скорее нет
5. Нет мне это однозначно не интересно

13) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ЭТОЙ ИНФОРМАЦИИ СЕЙЧАС?

1. Информации о состоянии конкуренции нет совсем
2. Ее получить очень трудно
3. Затрудняюсь ответить
4. Можно получить, если приложить усилия
5. Информация о состоянии конкуренции общедоступна

14) ОТКУДА ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО ПОЛУЧАЕТЕ ИНФОРМАЦИЮ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ И ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ? (укажите все источники, которыми пользуетесь)

Непосредственно от государственных органов:

1. Администрация города, министерство экономического развития и инвестиционной политики
 2. Общественная приемная Президента РФ
 3. Общественная приемная Губернатора Саратовской области
 4. Учебные заведения города
 5. Другое (УКАЖИТЕ)
-

Непосредственно от общественных организаций:

6. Общественная организация защиты прав потребителей
 7. Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ»
 8. Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации «Деловая Россия»
 9. Общественная палата Саратовской области
 10. Другое (УКАЖИТЕ)
-

Из различных источников

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

15) ОЦЕНИТЕ ПО 5-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ, НАСКОЛЬКО ЛЕГКО ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО В ГОРОДЕ, ГДЕ 1 – ОЧЕНЬ СЛОЖНО, 5 – ЛЕГКО

1 2 3 4 5

16) ЧТО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ МЕШАЕТ ОТКРЫТИЮ СВОЕГО ДЕЛА В ГОРОДЕ САРАТОВЕ? (УКАЖИТЕ) _____

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

**18) КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ РАБОТУ СЛЕДУЮЩИХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОРГАНИЗАЦИЙ ПО
РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ САРАТОВЕ?**

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

7. Общественная приемная Президента РФ	1	2	3	4	7. ОПОРА России	1	2	3	4
8. Губернатор Саратовской области	1	2	3	4	8. Деловая Россия	1	2	3	4
9. Общественная приемная Губернатора	1	2	3	4	9. Общественная палата Саратовской области	1	2	3	4
10. Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	1	2	3	4	10. Общественная организация по защите прав потребителей	1	2	3	4
11. Глава администрации города	1	2	3	4	11. Учебные заведения города	1	2	3	4
6. Глава администрации района	1	2	3	4	12. Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	1	2	3	4

19) ХОТЕЛИ БЫ ВЫ НАЧАТЬ СВОЙ БИЗНЕС?

1. да
2. нет
3. не думал (а) об этом

20) ЕСЛИ ДА, ТО КАКОЙ? (УКАЖИТЕ) _____

21) ЕСЛИ НЕТ, ТО ЧТО ВАМ МЕШАЕТ? (УКАЖИТЕ) _____

22) ЕСЛИ ВЫ НАЧНЕТЕ СВОЕ ДЕЛО, ТО К КОМУ ОБРАТИТЕСЬ ЗА ПОМОЩЬЮ? (УКАЖИТЕ) _____

23) КАКИЕ ТРУДНОСТИ В ОТКРЫТИИ СВОЕГО ДЕЛА ВАС ПУГАЮТ? (УКАЖИТЕ) _____

БЛАГОДАРИМ ЗА УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ!!!!

Расчет выборочной совокупности (степень точности + - 5%)

В соответствии с генеральной совокупностью сформирована вероятностная гнездовая бесповторная многоступенчатая квотная выборка, которая рассчитывалась исходя из данных Саратовстата¹. Выборочная совокупность исследования составила 487 респондентов

Территориальное распределение выборочной совокупности

Место опроса респондента	Частота (кол-во чел)	%
Кировский	74	15
Фрунзенский	33	7
Заводской	116	24
Ленинский	143	30
Октябрьский	74	15
Волжский	47	9
Итого	487	100

Гендерное разделение общего числа выборочной совокупности

Гендер	Частота (кол-во чел)	%
мужчин	225	46
женщин	262	54
Итого	487	100

Возрастное разделение общего числа выборочной совокупности

Возраст/ Р-н проживани я	Кировск ий	Волжск ий	Лени нский	Фрун зенск ий	Октябр ьский	Заводской	Итого
15-19	5	3	10	2	5	9	34
20-24	7	5	15	3	7	12	49
25-29	7	5	15	3	7	12	49
30-34	6	4	11	2	6	9	38
35-39	6	4	11	2	6	9	38
40-44	6	4	11	2	6	9	38
45-49	7	4	13	4	7	10	45
50-54	7	4	13	4	7	10	45
55-59	6	4	11	2	6	9	38
60-64	4	2	7	2	4	6	25
65-69	4	2	7	2	4	6	25
70 и более	9	6	19	5	9	15	63
Итого							487

¹ См.: Официальная статистика Саратовской области 2012 год: Статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. Саратов, 2013; Основные показатели социально-экономического положения районов и городов Саратовской области. Саратов 2012.

Заводской р-н

	Мужской	Женский
15-19	4	5
20-24	5	7
25-29	5	7
30-34	4	5
35-39	4	5
40-44	4	5
45-49	4	6
50-54	4	6
55-59	4	5
60-64	3	3
65-69	3	3
70 и более	7	8
Итого:	51	65

Кировский р-н

	Мужской	Женский
15-19	2	3
20-24	3	4
25-29	3	4
30-34	3	3
35-39	3	3
40-44	3	3
45-49	3	4
50-54	3	4
55-59	3	3
60-64	2	2
65-69	2	2
70 и более	4	5
Итого:	34	40

Фрунзенский р-н

	Мужской	Женский
15-19	1	1
20-24	2	2
25-29	2	2
30-34	1	1
35-39	1	1
40-44	1	1
45-49	1	2
50-54	1	2
55-59	1	1
60-64	1	1

65-69	1	1
70 и более	2	3
Итого:	15	18

Ленинский р-н		
	Мужской	Женский
15-19	5	5
20-24	7	8
25-29	7	8
30-34	5	6
35-39	5	6
40-44	5	6
45-49	6	7
50-54	6	7
55-59	5	6
60-64	3	4
65-69	3	4
70 и более	9	10
Итого:	66	77

Волжский р-н		
	Мужской	Женский
15-19	1	2
20-24	2	3
25-29	2	3
30-34	2	2
35-39	2	2
40-44	2	2
45-49	2	2
50-54	2	2
55-59	2	2
60-64	1	1
65-69	1	1
70 и более	3	3
Итого:	22	25

Октябрьский р-н		
	Мужской	Женский
15-19	2	3
20-24	3	4
25-29	3	4
30-34	3	3
35-39	3	3
40-44	3	3
45-49	3	4

50-54	3	4
55-59	3	3
60-64	2	2
65-69	2	2
70 и более	4	5
Итого:	34	40

Расчет выборочной совокупности по предпринимателям

Предприятия по отраслям	Общее количество	%	Кол-во предпринимателей по отрасли
СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО, ОХОТА И ЛЕСНОЕ ХОЗЯЙСТВО	2063	4,20%	4
РЫБОЛОВСТВО, РЫБОВОДСТВО	62	0,10%	1
ДОБЫЧА ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ	249	0,50%	1
ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА	4396	9,10%	9
ПРОИЗВОДСТВО И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ, ГАЗА И ВОДЫ	540	1,10%	1
СТРОИТЕЛЬСТВО	4197	8,60%	8
ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ; РЕМОНТ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ, МОТОЦИКЛОВ, БЫТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ И ПРЕДМЕТОВ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ	12805	26,40%	26
ГОСТИНИЦЫ И РЕСТОРАНЫ	1011	2,10%	2
ТРАНСПОРТ И СВЯЗЬ	3365	6,90%	7
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	1118	2,30%	2
ОПЕРАЦИИ С НЕДВИЖИМЫМ ИМУЩЕСТВОМ, АРЕНДА И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ	10743	22,60%	23
ОБРАЗОВАНИЕ	3004	6,10%	6
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ	991	2%	2
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПРОЧИХ КОММУНАЛЬНЫХ, СОЦИАЛЬНЫХ И ПЕРСОНАЛЬНЫХ УСЛУГ	3910	8%	8
Итого	48462	100%	100

Графики по опросу предпринимателей

График 1

Социальный статус предпринимателей

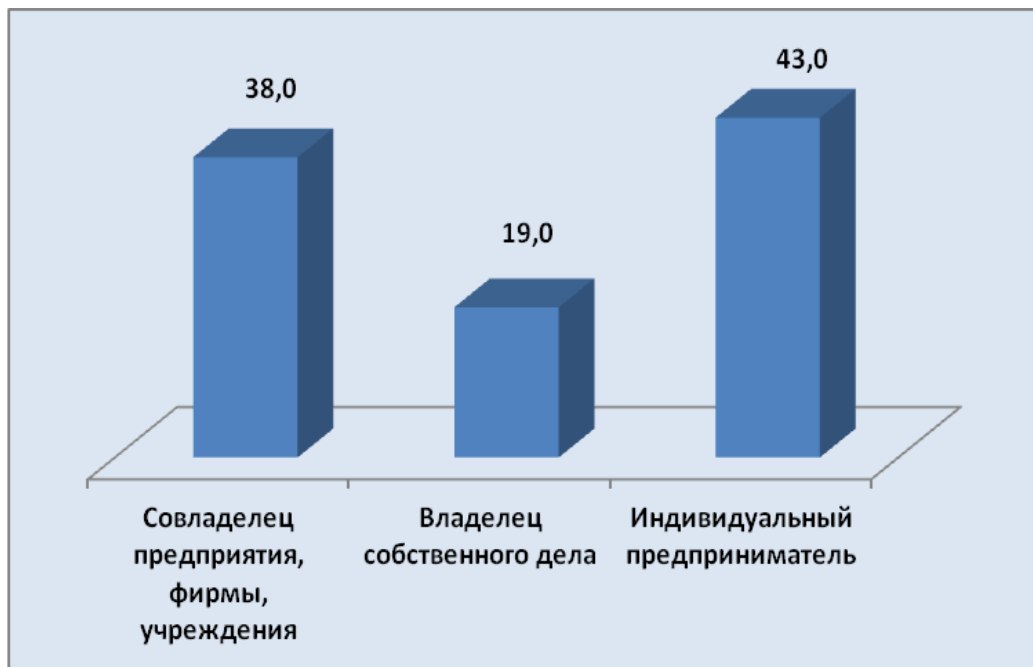


График 2

Уровень образования предпринимателей

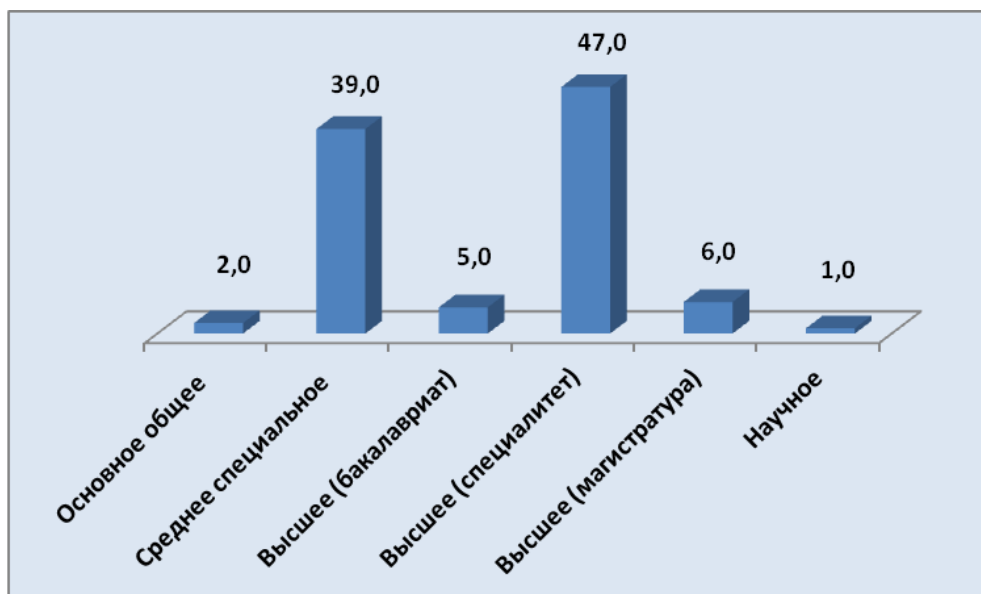


График 3

Организационно – правовая форма предприятия

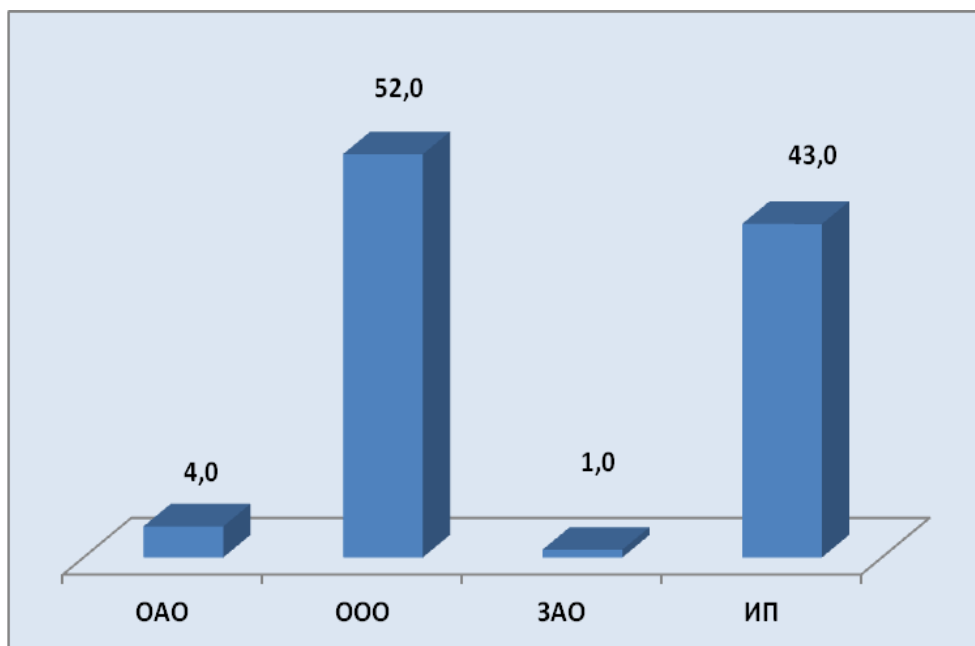


График 4

Количество предприятий у предпринимателей

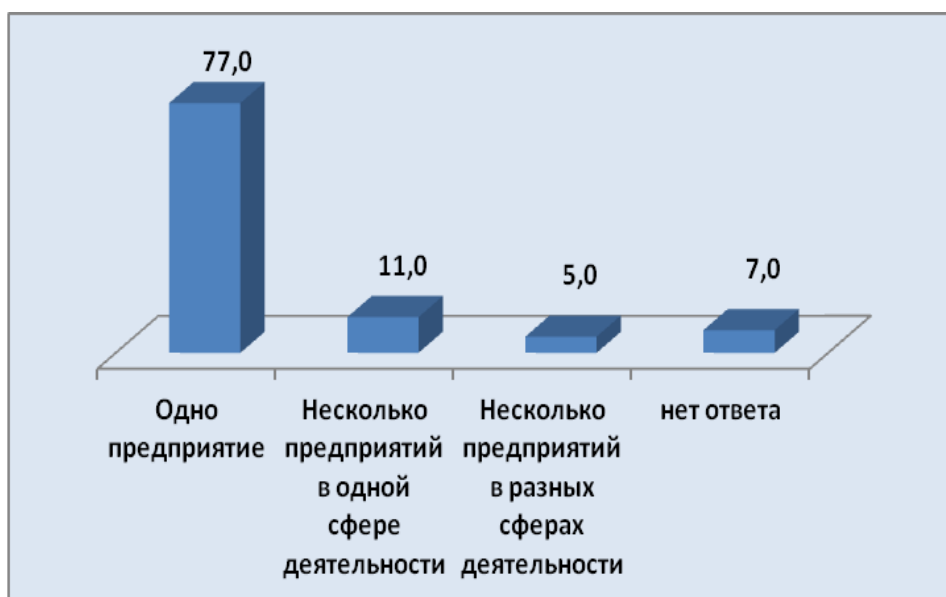


График 5

**Мнение предпринимателей о том,
насколько легко открыть свое дело в городе Саратове**

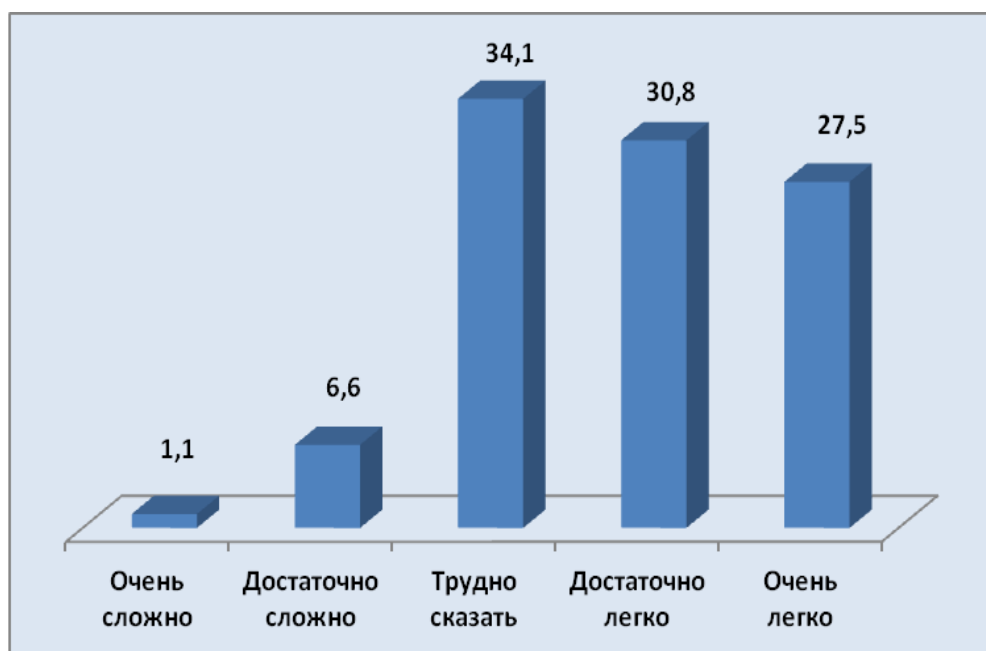


График 6

Наличие информации об обучении для открытия собственного дела

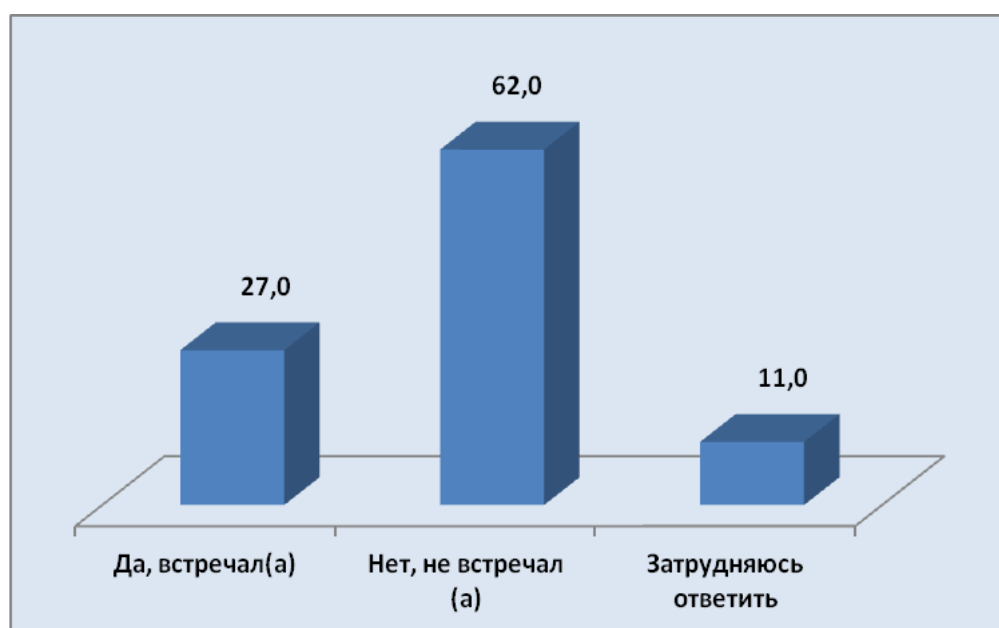


График 7

Уровень конкуренции для бизнеса респондентов

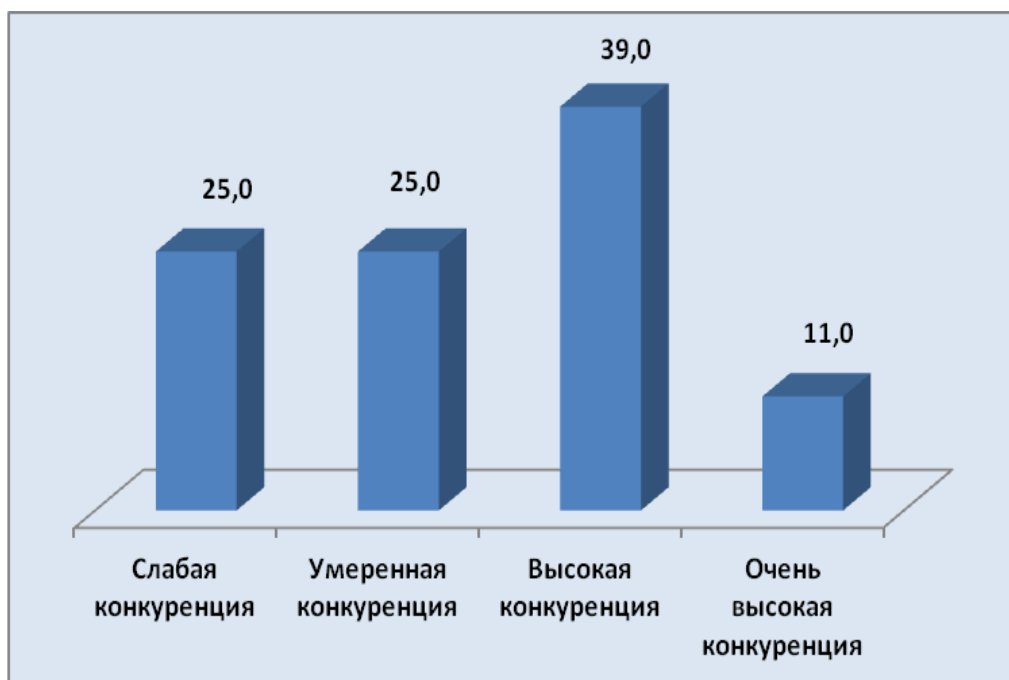


График 8

Количество конкурентов на основном целевом рынке

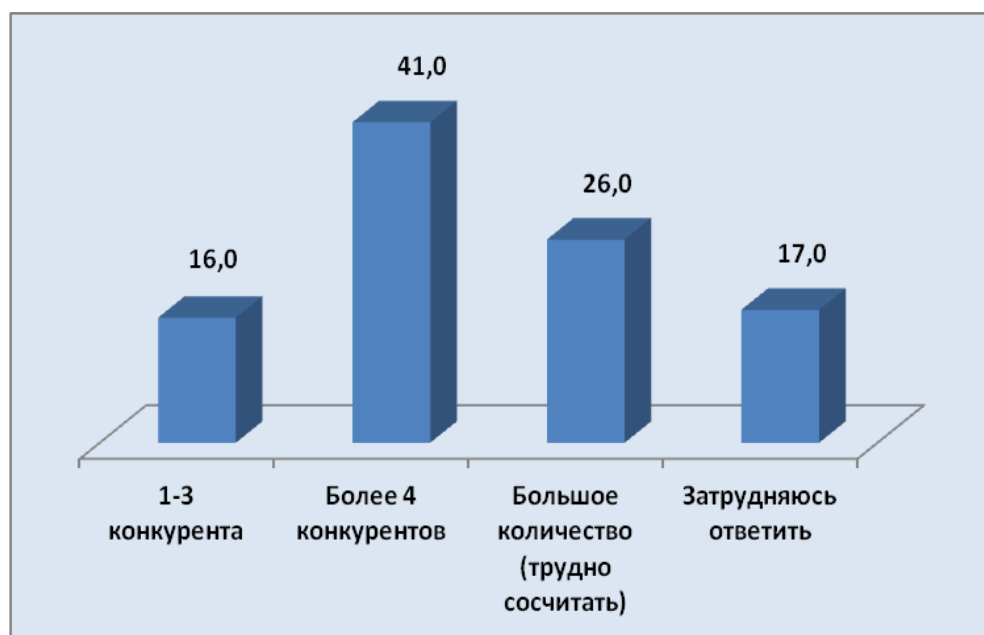


График 9

Изменение количества конкурентов на целевом рынке за последние 3 года или за срок существования бизнеса

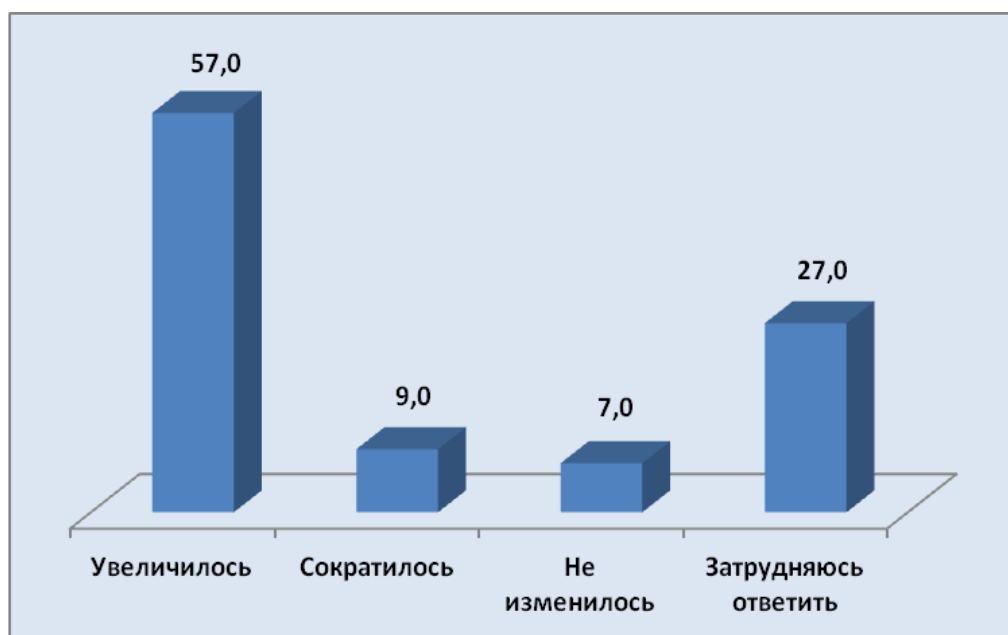
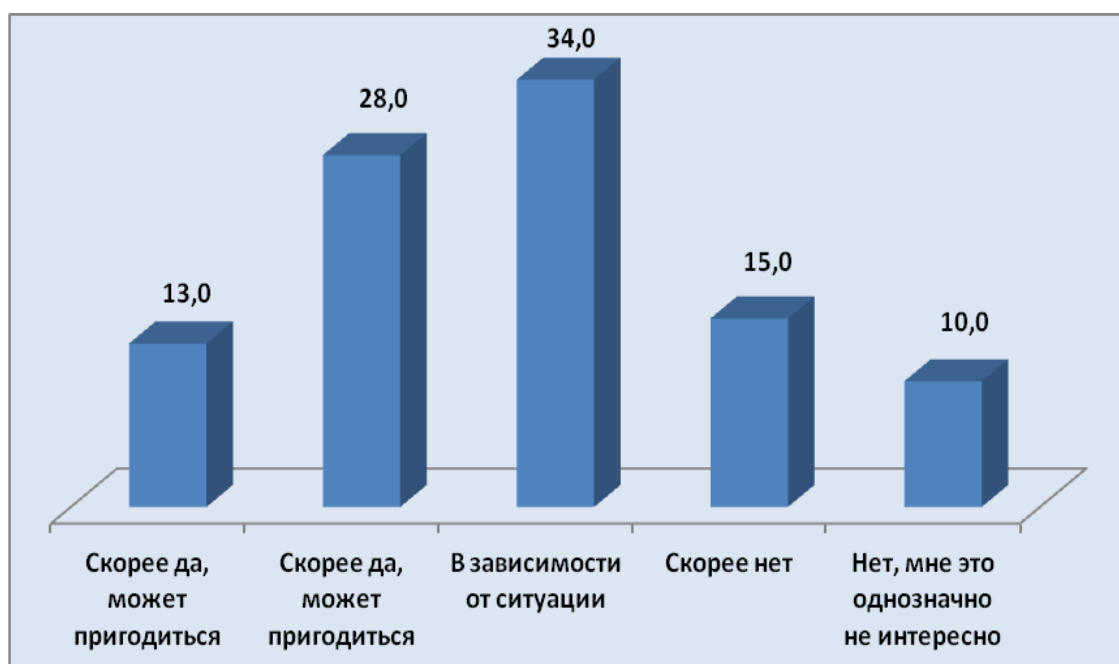
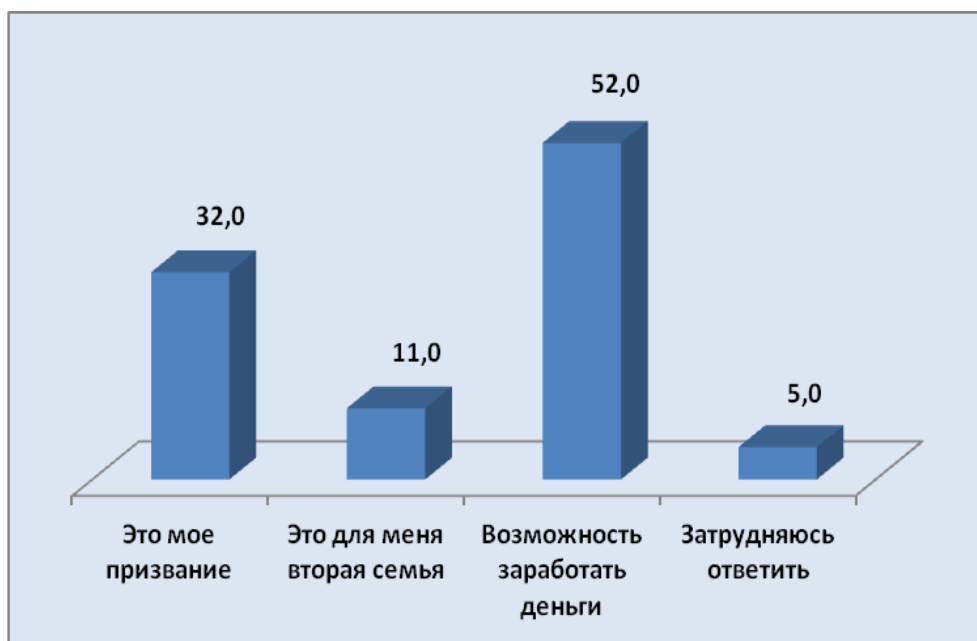


График 10

Желание предпринимателей получать информацию о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове



Значение предприятия для респондентов



Графики и таблицы по опросу населения

График 1

Желание получения информации о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове

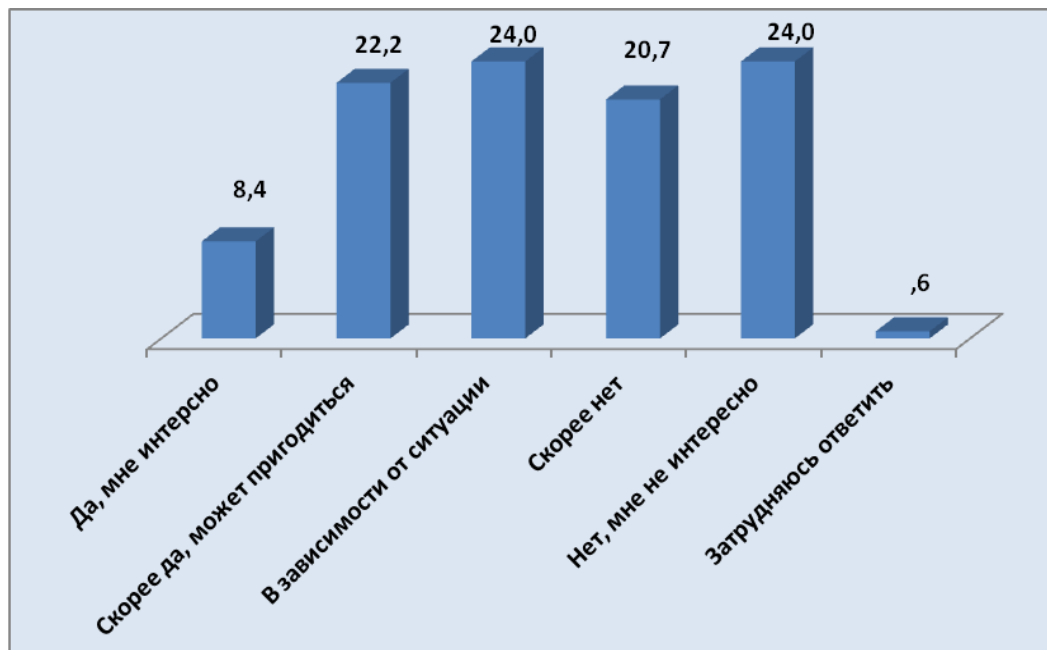


График 2

Оценка респондентами возможности получения информации о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове

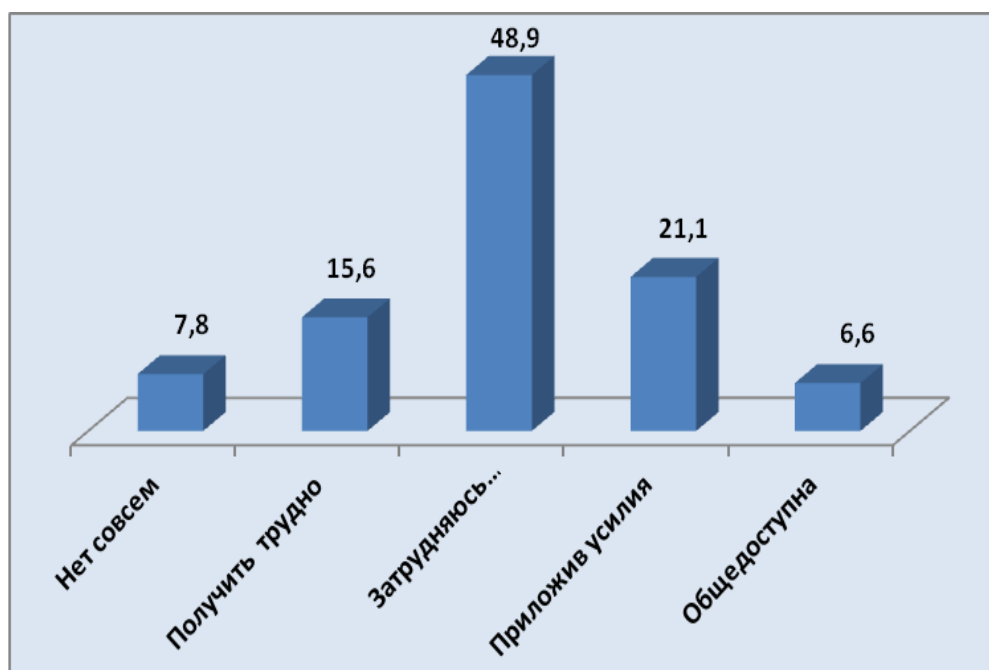


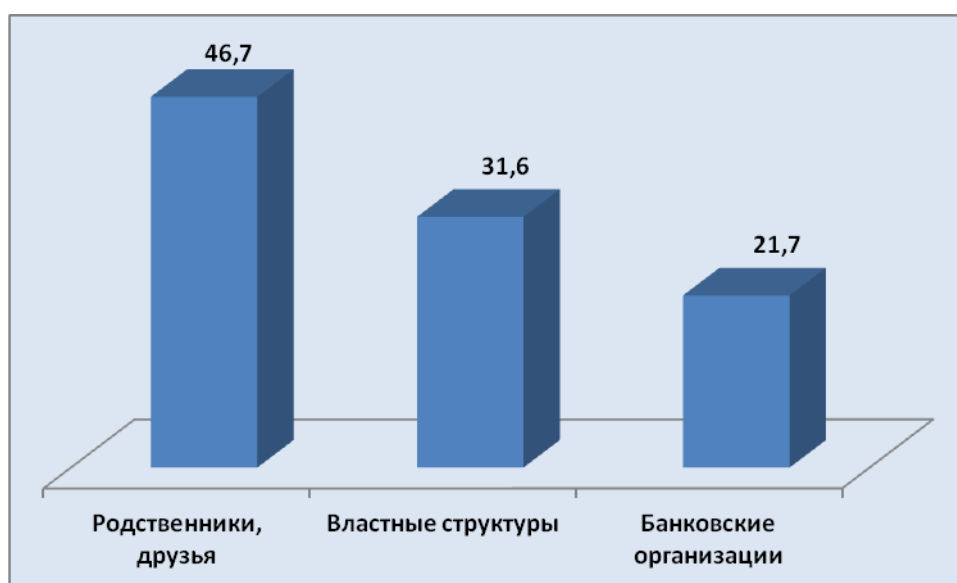
График 3

**Мнение респондентов о том, насколько легко
открыть свое дело в городе Саратове**



График 4

Источники обращения за помощью при открытии бизнеса



Оценка состояния конкурентной среды населением (по среднему значению)

Варианты ответов	Средний бал по 5- бальной шкале
1.Наличие информации о состоянии рынков города/района	2,3
2.Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	2,6
3.Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2,1
4.Возможность получения кредитов	2,9
5.Получение разрешение на открытие бизнеса	2,5
6.Возможности аренды помещений	2,9
7.Взаимодействие бизнеса с органами власти	2,2
8.Объем требований и отчетности для налоговых служб	2,2
9.Доступность государственных и муниципальных услуг	2,5
10.Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	2,2
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	2,0
12. Преодоление семейственности и клановости в органах власти	2,0

Оценка экономической ситуации населением (по среднему значению)

Варианты ответов	Средний балл по 5- бальной шкале
1. В России	2,57
2. В Саратовской области	2,45
3. В вашем районе	2,54
4. В вашей семье	3,05