

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Социологический факультет
Центр региональных социологических исследований

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ**

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

**Информационный бюллетень ЦРСИ СГУ
Выпуск 1-2 (18-19)**

||

**Издательство ООО Издательский Центр «Наука»
2014**

УДК 316.334. 2 (470.44)(055)

ББК 60.56 (235.54)

Р32

Научный консультант

С.Г. Ивченков

Руководитель проекта

Н.В. Шахматова

Исполнители:

И.А. Бегина, Т.Н. Кошелева, А.Б. Монтаев, Н.Н. Огурцова

С.В. Ситникова, М.А.Гаврилей, М.Е. Абросимова,

Е.С. Зитева

Р 32 Региональные трансформации: социологический мониторинг: Конкурентная среда на рынках товаров и услуг Саратовской области: состояние и развитие. – Информационный бюллетень ЦРСИ СГУ. - Вып. 1 - 2 (18-19) / Под ред. Н.В. Шахматовой. – Изд-во ООО Издательский Центр «Наука» 2014- 101с.:ил.
ISBN 978-5-9999-2258-8

В информационном бюллетене приводятся результаты социологического исследования, проведенного ЦРСИ и посвященного анализу основных детерминант состояния и перспектив развития конкурентной среды предпринимательства Саратовской области. Цель данного издания – на основе эмпирических данных выявить особенности оценки ситуации на рынках товаров и услуг со стороны предпринимателей и населения г. Саратова, тем самым вызвать широкий интерес исследователей к более глубокому осмыслению основных тенденций социальных трансформаций в сфере малого и среднего бизнеса в регионе и в России в целом.

Для научных работников, обществоведов, аспирантов, студентов и всех интересующихся проблемами социальной динамики.

УДК 316.334. 2 (470.44)(055)

ББК 60.56 (235.54)

Р32

ISBN978-5-9999-2258-8

© Ивченков С.Г., Шахматова Н.В., Бегина И.А., Кошелева Т.Н., Монтаев А.Б., Огурцова Н.Н., Ситникова С.В., Гаврилей М.А., Зитева Е.С., 2014.

Содержание

Введение	3
Раздел 1. Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе субъектами предпринимательской деятельности.....	4
Раздел 2 . Оценка состояния и развития конкурентной среды в регионе населением.....	22
Раздел 3. Основные детерминанты, ограничивающие конкуренцию в регионе	42
Заключение	63
Приложения.....	65

Введение

Конкуренция является необходимым условием существования и фундаментом всей рыночной системы. Развитие конкуренции - это комплексная задача, стоящая перед системой органов государственной власти в целом. Необходимость изучения состояния конкуренции в российской и региональной экономике определяется рядом важнейших факторов как общеэкономического масштаба, так и уровня отдельного хозяйствующего субъекта. 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 производства¹.

Уровень развития малого и среднего предпринимательства является одним из важнейших показателей ориентации современной рыночной экономики. Малый и средний бизнес придает экономике гибкость, мобильность и маневренность, способен формировать конкурентные, цивилизованные рыночные отношения, способствующие лучшему удовлетворению потребностей населения. Содействие развитию малого и среднего предпринимательства признано одним из ключевых приоритетов экономического развития Саратовского региона. Одним из немаловажных фактор развития предпринимательства в регионе является развитие конкурентной среды. В связи с этим Министерство экономического развития и инвестиционной политики Саратовской области по поручению Губернатора В.В. Радаева начало внедрение Стандарта развития конкуренции², разработанного Агентством стратегических инициатив. «Дорожная карта» по развитию конкуренции и совершенствованию антимонопольной политики была утверждена Правительством РФ в 2012

¹ Панько Ю.В. Особенности формирования конкурентной среды на мезоэкономическом уровне: автореферат диссертации на соискание ученой степени к.экон.н.: специальность 08.00.01; [Сарат. гос. соц.- экон. ун-т]. - Саратов: 2007. - 16 с.

²Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации http://saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/sodeystvie-razvitiyu-konkurentsii/Konk_st_08-14.pdf

году¹ и начала внедряться с 2014 года на территории шести пилотных регионов – Республики Татарстан, Хабаровского края, Волгоградской, Нижегородской и Ульяновской областей, Санкт-Петербурге. Однако по инициативе Губернатора Саратовской области В.В. Радаева внедрение Стандарта началось и в нашем регионе (см. Распоряжение Губернатора Саратовской области от 23 июня 2014 года № 440-р «О внедрении стандарта развития конкуренции в субъектах РФ»²).

С целью поддержки и развития субъектов малого и среднего предпринимательства были приняты следующие государственные программы Саратовской области на долгосрочную перспективу:

- государственная программа Саратовской области "Развитие экономического потенциала и повышение инвестиционной привлекательности региона до 2020 года", основными мероприятиями которой являются мероприятия, направленные на модернизацию производственной базы и развитие инновационной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства области, поддержку муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства, развитие социального предпринимательства, формирование положительного имиджа предпринимателя области, совершенствование нормативного правового регулирования в сфере предпринимательства с учетом комплексного анализа федерального и областного законодательства;

- государственная программа Саратовской области "Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Саратовской области на 2014-2020 годы", основными мероприятиями которой являются субсидии на поддержку начинающих фермеров и развитие семейных животноводческих ферм, на возмещение части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования, на возмещение части затрат крестьянских (фермерских) хозяйств, включая индивидуальных предпринимателей, при оформлении в собственность используемых ими земельных участков из земель сельскохозяйственного назначения, на поддержку сельскохозяйственной и потребительской кооперации;

- государственная программа Саратовской области "Содействие занятости населения, совершенствование социально-трудовых отношений и

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 года № 2579-р «Об утверждении «Плана мероприятий («дорожной карты») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики»»
<http://saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/sodeystvie-razvitiyu-konkurentsii/>

² Распоряжение Губернатора Саратовской области от 23 июня 2014 года № 440-р «О внедрении Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ».
<http://saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/sodeystvie-razvitiyu-konkurentsii/>

регулирование трудовой миграции в Саратовской области до 2020 года", мероприятиями которой являются меры по содействию самозанятости безработных граждан, включая консультирование безработных граждан по вопросам организации предпринимательской деятельности, организацию семинаров по основам предпринимательской деятельности, профессиональное обучение профессиям, ориентированным на самозанятость, предоставление субсидий на развитие самозанятости.

Важным элементом создания оптимальных условий для развития бизнеса на территории Саратовской области является наличие организаций, формирующих инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства.

На сегодняшний момент в регионе действуют 6 объектов инфраструктуры: ОАО "Гарантийный фонд для субъектов малого предпринимательства Саратовской области", НО "Фонд микрокредитования субъектов малого предпринимательства Саратовской области", НО "Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Саратовской области", ООО "Региональный фонд посевных инвестиций Саратовской области", ГУП СО "Бизнес-инкубатор Саратовской области", на базе которого действует Евро Инфо Консультационный (Корреспондентский) Центр, МАУ "Бизнес-инкубатор Балаковского муниципального района Саратовской области"¹.

Одним из требований по составлению «дорожной карты» является проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона, опираясь на данные социологических исследований. В этой связи возникла необходимость проведения массового опроса с целью выявления особенностей конкурентной среды в Саратовской области и выработки комплекса мер, способствующих формированию эффективной политики и улучшению 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;
- уровень удовлетворённости информационной доступностью о состоянии конкурентной среды на товарных рынках и деятельностью по содействию развития конкуренции в регионе.

¹ Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Развитие малого и среднего предпринимательства в Саратовской области на 2014-2016 годы"
<http://docs.cntd.ru/document/467703592>

Для решения поставленных исследовательских задач в октябре-ноябре 2014 года были проведены два взаимосвязанных социологических исследования методом личного раздаточного анкетирования по месту работы предпринимателей и по месту жительства населения.

1. Экспертный опрос предпринимателей г. Саратова. Было опрошено 100 представителей малого и среднего бизнеса в возрасте от 18 до 59 лет. Вероятностная выборка проведенного опроса репрезентирует предпринимательское сообщество по критерию отраслевой принадлежности, организационно - правовой форме, и пропорциям представленности в экономике Саратовской области.

В экспертном опросе приняли участие 79% мужчин, 21% - женщин. Что касается возрастных критериев, то средний возраст по выборке составил 37 лет. (см. Таблицы 1,2)

Таблица 1

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

Таблица 2

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

2. Массовый опрос населения г.Саратова по бесповторной квотно-территориальной выборке. N= 487 горожан в возрасте от 15 до 89 лет. В соответствии с генеральной совокупностью сформирована вероятностная гнездовая бесповторная многоступенчатая квотная выборка (Таблицы 1-10 приложения), которая рассчитывалась исходя из данных Саратовстата¹. Критерии отбора - пол, возраст и район проживания (Таблицы 3,4). 46,2% - составили мужчины, 53,8% - женщины.

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.

Таблица 3

Пол респондентов

Пол	Частота	Процент
Мужской	225	46,2
Женский	262	53,8
Итого	487	100,0

Таблица 4

Возрастные критерии респондентов

Возраст	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

Большинство респондентов 15-29 лет (29,2%), в возрасте 45-59 лет - 26,3% опрошенных, в возрасте 30-44 лет - 23,4% жителей г. Саратова. Средний возраст опрошенных по выборке составил 43 года. Данные характеристики соответствуют основным критериям выборочной совокупности, следовательно результаты исследования можно считать репрезентативными и экстраполировать на всю генеральную совокупность.

Результаты опросов обрабатывались на базе компьютерной программы SPSS. В ходе обработки использовались расчеты средних показателей, факторный, корреляционный и другие виды анализа сопряженности признаков.

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

В ходе экспертного опроса предпринимателей выяснилось, что 78% опрошенных состоят в официальном браке, 14% - холосты либо не замужем, 7% состоят в незарегистрированном браке и 1% является вдовцом/вдовой. 42% воспитывают одного ребенка, 23 % имеют двух детей, 4% воспитывают трех и более детей, 31% указали на отсутствие детей.

Специалистами с высшим образованием является практически половина опрошенных предпринимателей (47%). Среднее специальное образование имеют 39%. 6% закончили магистратуру, 5% – бакалавриат, за плечами 2% опрошенных общее среднее образование, 1% представителей выборочной совокупности имеют ученую степень (см. Таблица 5).

Таблица 5

Уровень образования саратовских предпринимателей, % к опрошенным

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

Таблица 6

Среднемесячный доход семьи предпринимателей в расчете на одного человека, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
5000	1,0
7000	3,0
8000	2,0
8500	1,0
9000	1,0
10000	28,0
11000	15,0
12000	3,0
13000	7,0

14000	9,0
15000	6,0
17000	2,0
18000	1,0
19200	1,0
20000	8,0
25000	1,0
30000	2,0
40000	2,0
50000	2,0
Не указали доход	5,0
Итого	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 (см. Таблица 7)

Таблица 7

Отраслевая форма предприятия, % к опрошенным

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

Предприниматели могут владеть собственностью единолично или могут быть одним из собственников предприятия. От этого критерия зависит тип предпринимательства. Различают несколько видов негосударственных предприятий. ООО – Общество с ограниченной ответственностью. Это разновидность коммерческой организации, уставный капитал которой разделен на доли, размеры которых определены учредительными

документами. Продажа доли осуществляется посредством заключения договора купли-продажи долей, а изменения состава участников подлежит регистрации в государственных органах.¹ ООО позволяет в упрощенном порядке изменять состав участников (акционеров), позволяет в упрощенной форме изменить организационно правовую форму (например перерегистрация в ОАО при увеличении состава акционеров до количества более 50 человек), а так же имеет по сравнению с обществами с ограниченной ответственностью расширенные возможности по выпуску и операциям с ценными бумагами.

ЗАО – Закрытое Акционерное Общество. Это разновидность коммерческой организации, уставный капитал которой состоит из акций распределенных среди учредителей (акционеров). Основным преимуществом акционерных обществ перед другими товариществами и обществами является возможность быстрой смены собственника организации без внесения изменений в учредительные документы. Продажа доли осуществляется посредством заключения договора купли-продажи акций, а изменения состава акционеров отражаются в реестре акционеров общества без регистрации в государственных органах.²

Индивидуальный предприниматель (ИП) - организационно-правовая форма, предусмотренная законодательством Российской Федерации для ведения коммерческой (предпринимательской) деятельности гражданами, зарегистрированными в установленном порядке. Прежде в законодательных актах Российской Федерации использовались эквивалентные понятия - «предприниматель без образования юридического лица (ПБОЮЛ)», «частный предприниматель», которые в настоящий момент последовательно заменены на термин «индивидуальный предприниматель».³ В отличие от физических лиц, не занимающихся предпринимательской деятельностью, ответственность ИП по принятым обязательствам наступает независимо от их вины. Как и юридическое лицо, ИП освобождается от ответственности только в том случае, если неисполнение обязательств имело место под воздействием непреодолимой силы (форс-мажорные обстоятельства), к которым не относятся нарушения обязательств другими субъектами хозяйствования, недостаток финансовых или материальных ресурсов. В этом смысле учредители ЗАО или ООО находятся в гораздо более благоприятных условиях. Учредители несут имущественную ответственность по обязательствам общества только в пределах взносов в уставной капитал, тогда как индивидуальный предприниматель без образования юридического лица отвечает по обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

В опросе приняли участие 52% предпринимателей, имеющих ООО, 43% составили ИП, у 4% зарегистрировано ОАО, 1% – ЗАО (см. Таблица 8). При этом 77% опрошенных владеют одним предприятием, 11% имеют

¹ Серегина А.С. Эффективность малого бизнеса./ А.С. Серегина. – М.: 1990. С.49.

² Экономическая энциклопедия. М., 2005. С. 21.

³ Экономическая энциклопедия. М., 2005. с. 87.

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 8

Организационные формы предприятий, % к опрошенным

Организационные формы предприятий	Процент
ОАО	4,0
ООО	52,0
ЗАО	1,0
ИП	43,0
Итого	100,0

Выказывая уровень предпринимательской активности, треть опрошенных предпринимателей заявили, что в г. Саратове открыть свое дело достаточно легко (см. Таблица 9). Еще более 27% полагают, что очень легко. Но более 34% - не смогли четко охарактеризовать степень трудности открытия своего дела.

Таблица 9

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

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

Главными барьерами при открытии бизнеса саратовские предприниматели считают бумажную волокиту (19%) и высокие налоги (18%). 22% представителей бизнеса затруднились с ответом (см. Таблица 10). 11% указали на лень и страхи, 4% - на неосведомленность.

Таблица 10

Барьеры при открытии собственного дела в городе Саратове, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
Отсутствие капитала	17,0
Высокие налоги	18,0
Коррупция	4,0
Бумажная волокита	19,0
Конкуренция	4,0
Отсутствие помощи государства	1,0

Неосведомленность	4,0
Лень	2,0
Страхи	9,0
Затрудняюсь ответить	22,0
Итого	100,0

В связи с этим 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. (см. Таблица 11).

Таблица 11

**Наличие обучающей информации для открытия собственного бизнеса,
% к опрошенным**

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 (Таблица 12). 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.

Таблица 12

Оценка состояния конкурентной среды (в % по ответам по каждому критерию, где 1 балл- неудовлетворительно, 5 баллов- отлично)

Критерии оценки состояния конкурентной среды	Баллы					Не могу оценить	Итого
	1	2	3	4	5		
.Наличие информации о состоянии рынков города/района	4	46	21	20	4	5	100
.Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	3	46	27	19	2	3	100
Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2	10	60	18	4	6	100
Возможность получения кредитов	4	30	16	33	10	7	100
Получение разрешение на открытие бизнеса	3	33	21	31	8	4	100
Возможности аренды помещений	1	13	45	23	11	7	100
Взаимодействие бизнеса с органами власти	1	4	43	28	19	5	100

Объем требований и отчетности для налоговых служб	1	28	31	15	20	5	100
Доступность государственных и муниципальных услуг	10	28	35	16	6	5	100
Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	9	23	37	16	10	5	100
Снижение барьеров для занятия бизнесом	3	44	25	18	5	5	100
Преодоление семейственности и клановости в органах власти	3	31	22	28	7	9	100

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).

Для уточнения рейтинга отдельных параметров состояния конкурентной среды были рассчитаны средне взвешенные баллы значимости каждого критерия (Таблица 13). Оказалось, что выше всего (более, чем на 3 балла) предприниматели оценили преодоление семейственности и клановости в органах власти, получение разрешения на открытие бизнеса, возможность получения кредитов, объем требований и отчетности для налоговых служб, возможности аренды помещений, взаимодействие бизнеса с органами власти (наивысший балл – 3,66). По остальным критериям состояние конкурентной среды оценивается, как неудовлетворительное (менее, чем на 3 балла).

Таблица 13

Оценка состояния конкурентной среды (в % по ответам по каждому критерию, где 1 балл- неудовлетворительно, 5 баллов- отлично)

Критерии оценки состояния конкурентной среды	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов	Сумма	Кол-во ответов	Средний балл
Наличие информации о состоянии рынков города/района	4	92	63	80	20	259	95	2,73
Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	3	92	81	76	10	262	97	2,74
Снижение барьеров для занятия бизнесом	3	88	75	72	25	263	95	2,77
Доступность государственных и муниципальных услуг	10	56	105	64	30	265	95	2,79
Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	9	46	111	54	50	270	95	2,84

властями								
Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2	20	180	53	20	275	94	2,93
Преодоление семейственности и клановости в органах власти	3	62	66	112	35	278	91	3,06
Получение разрешение на открытие бизнеса	3	66	63	124	40	296	96	3,08
Возможность получения кредитов	4	60	48	132	50	294	93	3,16
Объем требований и отчетности для налоговых служб	1	56	93	60	100	310	95	3,26
Возможности аренды помещений	1	26	135	92	55	309	93	3,32
Взаимодействие бизнеса с органами власти	1	8	132	112	95	348	95	3,66

Таким образом, выявилось неоднозначное отношение представителей бизнеса к работе власти. С одной стороны, у них есть вопросы к снижению барьеров для занятия бизнесом, возможности участвовать в тендерах и конкурсах, к доступности госуслуг. С другой - они в большинстве своем удовлетворены взаимодействием с органами власти, доступностью власти и налоговой службы, возможностями для открытия бизнеса, преодолением семейственности и клановости.

Предприниматели разошлись в оценках приблизительного уровня конкуренции, с которым сталкивается их бизнес на основном целевом рынке. Так, 39% оценивают его как высокий. Слабость конкуренции отмечают 25% представителей бизнеса, столько же опрошенных утверждают, что конкуренция умеренная (см. Таблицу 14).

Таблица 14
Оценка уровня конкуренции на основном целевом рынке, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
Слабая конкуренция	25,0
Умеренная конкуренция	25,0
Высокая конкуренция	39,0
Очень высокая конкуренция	11,0
Итого	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 (см. Таблицу 15).

Таблица 15
Количество конкурентов на основном целевом рынке, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
1-3 конкурента	16,0
Более 4 конкурентов	41,0
Большое количество (трудно сосчитать)	26,0

Затрудняюсь ответить	17,0
Итого	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.

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 (см. Таблица 16). 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 конкурентоспособность экономики на мировом рынке. Вместе с тем, и здесь пролеживается лейтмотив дефицита информированности предпринимателей о своем сегменте рынка, что не позволяет почти каждому третьему бизнесмену адекватно охарактеризовать ситуацию со своими конкурентами.

Таблица 16

Изменение количества конкурентов на целевом рынке за последние 3 года , % к опрошенным

Изменение количества конкурентов	Процент
увеличилось	57,0
сократилось	9,0
не изменилось	7,0
Затрудняюсь ответить	27,0
Итого	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 (Таблица 17), что большинство предпринимателей указывают на заметное влияние со стороны отечественных конкурентов (42%) и на практическое отсутствие влияния иностранных конкурентов (52% и 54% соответственно).

Таблица 17

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

Категории производителей	Не влияют	Слабо влияют	Заметно влияют	Сильно влияют	Затрудняюсь ответить	Итого
отечественные	17	16	42	23	2	100
иностраные (из стран Таможенного союза)	52	39	4	3	2	100
иностраные (из стран, не входящих в Таможенный союз)	54	27	3	1	15	100

При анализе существующих и особо острых проблем, стоящих перед предпринимателями, были выявлены следующие характеристики. Так, большая часть предпринимателей указали, что они столкнулись с проблемами использования родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ (58,8% опрошенных) и конкурентным давлением посредством рекламы (52,5% предпринимателей). Причем, эти две проблемы каждым пятым предпринимателей переживаются как наиболее острые и злободневные. В то же время большинство 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) (Таблицы 18, 19).

Таблица 18

Существующие проблемы с конкуренцией на рынке

Варианты ответов	Процент к опрошенным	Процент к ответам
использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ	58,8	21
конкурентное давление посредством рекламы	52,5	19
использование административного давления с целью создания проблем конкурентам	48,8	17
демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен	41,3	15
добросовестная конкуренция качества со стороны местных компаний	32,5	11
добросовестная ценовая конкуренция со стороны местных компаний	27,5	10
конкуренция со стороны дешевого импорта	20,0	7

Итого	281,3	100
--------------	--------------	-----

Таблица 19

Наиболее острые проблемы с конкуренцией

Варианты ответов	Процент к опрошенным	Процент к ответам
добросовестная конкуренция качества со стороны местных компаний	55,3	27
использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ	44,7	22
конкурентное давление посредством рекламы	38,2	19
использование административного давления с целью создания проблем конкурентам	34,2	17
добросовестная ценовая конкуренция со стороны местных компаний	26,3	13
конкуренция со стороны дешевого импорта	3,9	2
Итого	202,3	100

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 (Таблица 18). В целом ими дается достаточно пессимистический краткосрочный прогноз экономической ситуации в России. Основной 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). Для уточнения отдельных параметров оценки экономической ситуации были рассчитаны средне взвешенные баллы значимости оценки на каждом уровне (Таблицы 20,21). При этом выявилось, что чем ближе экономическая ситуация к самому предпринимателю, тем выше он ее оценивает.

Таблица 20

Оценка экономической ситуации в России), где 1 балл- неудовлетворительно, 5 баллов- отлично (% по уровню оценки)

Оценка экономической ситуации	Баллы					Не могу оценить	Итого
	1	2	3	4	5		
в России	41	19	17	7	0	16	100

в Саратовской области	38	28	23	5	0	6	100
в вашем районе	32	29	26	5	2	6	100
в вашей семье	31	19	18	22	4	6	100

Таблица 21

Оценка экономической ситуации в России), где 1 балл- неудовлетворительно, 5 баллов- отлично

Оценка экономической ситуации	Баллы					Сумма	Кол-во ответов	Сред-ний балл
	1	2	3	4	5			
В России	41	38	51	28	0	158	84	1,88
В Саратовской области	38	56	69	20	0	183	94	1,95
В вашем районе	32	58	78	20	10	198	94	2,11
В вашей семье	31	38	54	88	20	231	94	2,46

Для решения задачи по поводу уровня удовлетворённости качеством товаров и услуг на товарных рынках предприниматели оценивали широту представленности компаний разной направленности в г. Саратове (Таблица 22). 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 продукты питания и мебель. 35% предпринимателей полагают, что продуктов питания производится избыточно и 46% полагают, что их – достаточно. Однако 12% - полагают, что их производится мало или не производится совсем.

Таблица 22

Оценка насыщенности товарных рынков Саратовской области (в % по сегментам рынков)

Сегменты рынков	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Затруд. 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	7
водопровод	26	45	22	0	7
электроснабжение	28	22	43	0	7
теплоснабжение	15	38	38	2	7
газоснабжение	17	36	38	2	7

Аналогично и с мебелью, относительно которой 61% полагают этот рынок достаточным и 20% - избыточным. Но 12% видят этот рыночный сегмент не достаточно развитым. Сходная ситуация с интернет-услугами и бытовой техникой. Каждый второй предприниматель считает, что интернет-услуг достаточно и каждый третий - видит их избыток, 13% - полагают, что его мало.. Вариант ответа «избыточно много» относительно бытовой техники выбирают 26% респондентов, «достаточно» - 53%, 14% - ощущают дефицит развития этого рыночного сегмента.

Недостаток предложений товаров и услуг предприниматели г. Саратова ощущают, прежде всего, в сфере учреждений дошкольного образования, в сфере общественного питания и услуг, в сфере услуг по управлению многоквартирными домами, в сфере общественного транспорта и сельскохозяйственного инвентаря, удобрений. Также часть предпринимателей отмечает недостаток предложений в сфере здравоохранения (стоматологических услуг - 28%), лекарственных препаратов - 22%. 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?» ответы дифференцировались по таким критериям, как уровень цен (Таблица 23), качество товаров и услуг (Таблица 24), их стабильность (Таблица 25), ассортимент (Таблица 26). По оценкам предпринимателей, наиболее критично воспринимается ситуация в сфере развития транспорта (рост цен) и продовольственных товаров первой необходимости (соотношение цена/качество).

Таблица 23

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по ценовому уровню, % по каждому рынку

Варианты ответов	Уровень цен				Итого
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затрудняюсь ответить	
продукты питания	38,6	45,4	12,3	3,7	100
одежда и обувь	34,3	43,1	17,1	5,5	100
мебель	34,1	41,1	19,9	4,9	100
бытовая техника	28,7	43,3	21,6	6,4	100
сельхоз. инвентарь	0,2	28,3	45	26,5	100
обществ. питание и услуги	27	18	39	16	100
общественный транспорт	6	53	24	17	100
бензин и дизель	18	57	8	17	100
лекарственные препараты	14	55	14	17	100
стоматология	15	57	11	17	100
медицинские услуги	18	35	31	16	100
услуги учреждений дошкольного образования	14	48	21	17	100
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	31	30	22	17	100
услуги по управлению многоквартирными домами	43	21	19	17	100
сотовая связь	37	31	15	17	100
интернет	23	32	28	17	100
водопровод	29	37	17	17	100
электроснабжение	10	64	9	17	100
теплоснабжение	14	46	23	17	100
газоснабжение	24	34	24	18	100

Больше всего предпринимателей устраивают цены на сельскохозяйственный инвентарь (45%), общественное питание и услуги (39%), интернет-услуги (28%). Не удовлетворяют, прежде всего цены на услуги по управлению многоквартирными домами (43%), продукты питания (38,6%), сотовую связь (37%), одежду и обувь (34,3%), мебель (34,1%), услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (31%), бытовую технику (28,7%). 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.

Таблица 24

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по качеству товаров и услуг, % по каждому рынку

Варианты ответов	Качество				Итого
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруднюсь ответить	
продукты питания	16,6	59,5	18,1	5,8	100
одежда и обувь	16,7	59,3	17,6	6,4	100
мебель	17,7	50,2	24,7	7,4	100
бытовая техника	15,8	45,8	28,7	9,7	100
сельхоз. инвентарь	17,9	49,3	24	8,8	100
общественное питание и услуги	39	34	11	16	100
общественный транспорт	13	57	14	16	100
бензин и дизель	8	63	13	16	100
лекарственные. препараты	6	42	36	16	100
стоматология	22	40	7	31	100
медицинские услуги	7	52	25	16	100
услуги учреждений дошкольного образования	29	24	32	15	100
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	9	50	26	15	100
услуги по управлению многоквартирными домами	6	61	18	15	100
сотовая связь	46	31	7	16	100
интернет	5	56	22	17	100
водопровод	8	61	15	16	100
электроснабжение	22	22	40	16	100
теплоснабжение	10	50	24	16	100
газоснабжение	22	36	26	16	100

Самые низкие показатели качества услуг у сферы сотовой связи (46% недовольных) и общественного питания (39%). На третьем месте в антирейтинге качества – услуги дошкольного образования (29%). Четвертое место «делят» стоматология, электроснабжение и газоснабжение (по 22% недовольных). Интересно, что именно электроснабжение одновременно заняло лидирующие позиции в рейтинге качества. Им довольны 40% предпринимателей. На втором месте – рынок лекарственных препаратов (36%), на третьем – услуги дошкольного образования (32% довольных).

Таблица 25

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по стабильности наличия товаров и услуг, % по каждому рынку

Варианты ответов	Стабильность наличия товара/услуги				Итого
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруднюсь ответить	
продукты питания	10,3	36,3	47,4	6	100
одежда и обувь	10,9	36	46,3	6,8	100

мебель	16	32,4	44,1	7,5	100
бытовая техника	7,6	31,4	52,6	8,4	100
сельхоз. инвентарь	19,3	35,3	36,3	9,1	100
общественное питание и услуги	11	34	38	17	100
общественный транспорт	11	45	28	16	100
бензин и дизель	15	43	26	16	100
лекарственные препараты	41	28	14	17	100
стоматология	12	42	29	17	100
медицинские услуги	28	38	17	17	100
услуги учреждений дошкольного образования	12	37	34	17	100
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	8	39	36	17	100
услуги по управлению многоквартирными домами	20	42	20	18	100
сотовая связь	35	35	14	16	100
интернет	27	33	23	17	100
водопровод	31	27	26	16	100
электроснабжение	30	31	21	18	100
теплоснабжение	10	40	33	17	100
газоснабжение	10	50	23	17	100

Рейтинг стабильности поставки товаров и услуг возглавляет рынок бытовой техники (52,6% удовлетворенных). На втором месте – продукты питания (47,4%), на третьем – одежда и обувь (46,3%), на четвертом – мебель (44,1%). Далее следуют - общественное питание и услуги (38%), сельхозинвентарь (36,3%), услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (36%) и теплоснабжение (33%). Антирейтинг возглавляют лекарственные препараты (41%), сотовая связь (35%), водопровод (31%), электроснабжение (30%).

Рейтинг по ассортименту возглавил рынок общественного питания и услуг (49% предпринимателей удовлетворены им) Следом – рынок общественного транспорта (48%) на третьем месте – газоснабжение (42%), затем – сотовая связь (35%).

Таблица 26

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по ассортименту товаров и услуг, % по каждому рынку

Варианты ответов	Возможность выбрать, найти то, что нужно				Итого
	Не довольны	Когда как	Довольны	Затруднюсь ответить	
продукты питания	11,5	39,1	22,2	27,2	100
одежда и обувь	16,3	35	23,9	24,8	100
мебель	18,5	35,1	19,7	26,7	100
бытовая техника	10,9	36,8	20,3	32	100

сельхоз. инвентарь	17,2	30,6	19,5	32,7	100
общественное питание и услуги	8	25	49	18	100
общественный транспорт	9	25	48	18	100
бензин и дизель	15	50	17	18	100
лекарственные препараты	13	53	17	17	100
стоматология	20	47	16	17	100
медицинские услуги	27	49	6	18	100
услуги учреждений дошкольного образования	27	45	10	18	100
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	29	39	14	18	100
услуги по управлению многоквартирными домами	19	38	25	18	100
сотовая связь	21	27	35	17	100
интернет	11	45	25	19	100
водопровод	23	36	23	18	100
электроснабжение	12	56	15	17	100
теплоснабжение	17	61	5	17	100
газоснабжение	24	17	42	17	100

Антирейтинг по ассортименту возглавил рынок услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью (29% предпринимателей не удовлетворены им). На втором месте - рынок медицинских услуг и услуг учреждений дошкольного образования (по 27% недовольных). На третьем – услуги водопровода (23% недовольных).

Перевод уровня удовлетворенности рынками в трех бальную шкалу (1 – не довольны, 2- когда как, 3 – довольны) позволил выявить рейтинг развитости рынком в общественном мнении саратовцев. Сфера социальных и коммунальных услуг вызывает сегодня наименьшее удовлетворение у предпринимателей с точки зрения как количества предложений на рынке, так и ассортимента предлагаемых услуг (Таблица 27). Недовольство концентрируется вокруг услуг по уходу за детьми и пожилыми, управления многоквартирными домами, коммунальных услуг. У большинства опрошенных уровень удовлетворенности носит ситуативный характер («когда как»), что свидетельствует о недостаточной сформированности рынков. Однако среди тех, кто дал определенные оценки, преобладают «недовольные», что показывает значительный потенциал развития практических всех рынков товаров и услуг в области.

Таблица 27

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по средним показателям

Варианты ответов	Средний балл				Сумма баллов
	Уровень цен	Качество	Стабильность наличия товара/услуги	Ассортимент	
Бытовая техника	1,8	1,94	2,28	1,45	7,47

Одежда и обувь	1,76	1,87	2,22	1,58	7,43
Общественный транспорт	1,84	1,69	1,75	2,03	7,31
Мебель	1,76	1,92	2,13	1,48	7,29
Продукты питания	1,67	1,8	2,25	1,56	7,28
Сельхоз. инвентарь	1,91	1,89	1,99	1,37	7,16
Обществ. питание и услуги	1,8	1,4	1,83	2,05	7,08
Газоснабжение	1,68	1,72	1,79	1,84	7,03
Теплоснабжение	1,75	1,84	1,89	1,54	7,02
Интернет	1,71	1,83	1,62	1,76	6,92
Услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	1,57	1,87	1,94	1,49	6,87
Услуги учреждений дошкольного образования	1,73	1,73	1,88	1,47	6,81
Электроснабжение	1,65	1,86	1,55	1,69	6,75
Бензин и дизель	1,56	1,73	1,79	1,66	6,74
Лекарств. препараты	1,66	1,98	1,39	1,7	6,73
Медицинские услуги	1,81	1,86	1,51	1,43	6,61
Услуги по управлению многоквартирными домами	1,42	1,82	1,64	1,7	6,58
Водопровод	1,54	1,75	1,57	1,64	6,5
Стоматология	1,62	1,23	1,83	1,62	6,3
Сотовая связь	1,44	1,29	1,47	1,78	5,98

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 (см. Таблица 28).

Таблица 28

Оценка респондента возможности получения информации о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове, % к опрошенным

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

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 при четко вырисовывающемся дефиците маркетинговых и социологических исследований рынков товаров и услуг.

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 29).

Таблица 29

**Основные направления работы по развитию конкуренции в регионе,
% к опрошенным**

Варианты ответов	%
создание условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше	5,1
создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе	40,4
контроль над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	36,4
контроль над ростом цен	20,2
контроль над качеством продукции	16,2
контроль над тем, чтобы фирмы соревновались честно,	9,1
Контроль, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	7,1
обеспечение помощью начинающим предпринимателям	12,1
помощь с привлечением инвесторов	8,1
создание новых рабочих мест	11,1
поддержкой новых направлений развития экономики города и района	27,3
контроль над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт	23,2
сокращением муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий	12,1
повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок	11,1
ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции	21,2
юридическая защита предпринимателей	19,2
Итого	279,8*

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

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.

При анализе источников получения информации о состоянии конкуренции и защите прав потребителей и предпринимателей (Таблица 30) выявлено, что чаще всего предприниматели получают подобную

Таблица 30

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

Источники информированности	Частота ответов	Процент к опрошенным
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

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). Однако, в сфере непродовольственных 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.

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 31). 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 31

**Оценка работы органов власти и организаций
по развитию конкуренции в городе Саратове (% по каждой организации)**

Варианты ответов	Ничего не знаю об этой организации	Не удов-но	Средне	Удов-но	Затруд. ответить
Общественная приемная Президента РФ	83	4	8	5	0
Губернатор Саратовской области	12	12	56	20	0
Общественная приемная Губернатора	20	25	40	15	0
Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	13	12	46	29	0
Глава администрации района	9	34	31	26	0
Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	0	32	38	23	7
ОПОРА России	14	4	32	50	0
Деловая Россия	23	12	26	39	0
Общественная палата Саратовской области	7	18	30	39	0
Общественная организация по защите прав потребителей	21	30	26	34	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 призвание в открытии и ведении бизнеса явилось ключевым фактором для 32% предпринимателей (см. Таблица 32). 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 32

Значение предприятия для респондентов, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
Это мое "дело", мое призвание	32,0
Это для меня вторая семья	11,0
Это просто возможность заработать деньги	46,0
Это "стартовая площадка" для зарабатывания денег	6,0

Затрудняюсь ответить	5,0
Итого	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 (см. Таблица 33).

Таблица 33

Наиболее важные достижения последних лет реформ для предпринимателей

Варианты ответов	Процент от респондентов	Процент от ответов
Возможность ездить за границу, жить в любом городе	37,5	21
Политическая свобода агитировать и голосовать за любую партию	28,1	16
Возможность иметь в частной собственности предприятия, недвижимость, акции	28,1	16
Возможность работать и зарабатывать	22,9	13
Затрудняюсь ответить	19,8	11
Возможность извлекать прибыль из любых операций	16,7	9
Свобода вести свое собственное дело, "бизнес"	13,5	7
Свобода слова	12,5	7
Итого	179,2*	100

*- 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). 36,5% предпринимателей указывают на несовершенство налоговой политики и как следствие - высокие налоги, которые не позволяют увеличивать долю присутствия своей организации на рынке (Таблица 34).

Таблица 34

Основные проблемы личного характера

Варианты ответов	Частота	Процент к опрошенным
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.

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. 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). 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.

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 собственного бизнеса предприниматели (Таблица 35) 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 35

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 связаны с государственными институтами, которые 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.

Раздел 2. Оценка населением состояния и развития конкурентной среды в регионе

В социологическом исследовании, проведенном методом индивидуального интервью, представлены все категории населения города Саратова. 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. (см. Таблица 36).

Таблица 36

Семейное положение	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

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). (см. Таблица 37).

Таблица 37

Наличие детей	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% домохозяек, 2,1% респондентов, которые находятся в отпуске по уходу за ребенком. (см. Таблица 38).

Таблица 38

Род деятельности	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). (см. Таблица 39).

Таблица 39

Образование респондентов

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	0,8
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. (см. Таблица 40). При этом 5% населения имеют доход, не превышающий прожиточного минимума. Почти 37% имеют среднемесячный доход до 10000 рублей на одного человека в семье. Каждый четвертый указал на доход в размере 11-13 тысяч рублей. И только 3,8% указали на доход от 31 до 150 тысяч рублей.

Таблица 40

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

Среднемесячный доход (в рублях)	частота	%
до 5000 включительно	25	5,1
до 10000 включительно	177	36,7
11000-15000	130	26,6
16000-20000	67	13,7
21000-25000	25	5,1
26000-30000	22	4,5
31000-75000	17	3,4
100000 и более	2	0,4
Нет ответа	22	4,5
Итого	487	100

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. (см. Таблица 41).

Таблица 41

Оценка экономической ситуации населением (в % по каждой категории)

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 (см. Таблица 42.). 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 спектр 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 42

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

Товарные рынки	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Загруженность 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?» (Таблицы 43,44,45,46,) 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%).

Таблица 43

Уровень удовлетворенности товарными рынками по ценам (% по каждому рынку)

Рынки	Параметры оценки			Затрудняюсь ответить
	не довольны	когда как	довольны	
продукты питания	38,6	45,4	12,3	3,7
одежда и обувь	34,3	43,1	17,5	5,1
мебель	34,1	41,1	19,9	4,9
бытовая техника	28,7	43,3	21,6	6,4
сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	28,3	45	19,3	7,2
общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	22,6	48	21,6	7,8
общественный транспорт	34,8	35,4	22,8	8
бензин и дизель	44,7	30,5	17,3	7,5
лекарственные препараты	41,3	34,3	17,5	6,9
стоматология	40,9	36,8	16,8	5,3
медицинские услуги	40,2	34,9	19,5	5,4
услуги учреждений дошкольного образования	36,3	36,3	21,1	6,2
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	34,1	43,5	16	6,4
услуги по управлению многоквартирными домами	35,1	40,9	17,2	6,8
сотовая связь	19,5	43,3	31,2	6
интернет	20,9	37,4	35,3	6,4
водопровод	32,4	39,6	20,5	7,4
электроснабжение	32	38,2	23,2	6,6
теплоснабжение	37	38	19,3	5,7
газоснабжение	8,6	44,1	40,2	7

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 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 44

**Уровень удовлетворенности товарными рынками по качеству товаров и услуг
(% по каждому рынку)**

Рынки	Параметры оценки			Затрудняюсь ответить
	не довольны	когда как	довольны	
продукты питания	16,6	59,5	18,1	5,8
одежда и обувь	16,7	59,3	17,6	6,4
мебель	17,7	56,2	24,7	7,4
бытовая техника	15,8	45,8	28,7	9,7
сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	17,9	49,3	24	8,8
общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	11,3	57,1	22,4	9,2
общественный транспорт	24,9	46,9	19,8	8,4
бензин и дизель	24,5	46,3	21,4	7,8
лекарственные препараты	17,9	52	22,6	7,5
стоматология	14,2	54,4	24,2	7,2
медицинские услуги	21,1	47,4	24,4	7,1
услуги учреждений дошкольного образования	18,5	47,1	26,5	7,9
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	22,6	48,7	20,5	8,2
услуги по управлению многоквартирными домами	26,9	42,7	21,8	8,6
сотовая связь	9	47,8	35,9	7,2
интернет	8,6	44,1	40,2	7
водопровод	11,5	50,7	30,2	7,6
электроснабжение	10,3	47,8	34,9	7
теплоснабжение	18,1	44,8	30,2	7
газоснабжение	10,7	46,4	35,5	7,4

Таблица 45

Уровень удовлетворенности товарными рынками по стабильность наличия товара /услуг (% по каждому рынку)

Рынки	Параметры оценки			Затрудняюсь ответить
	Не довольны	Когда как	Довольны	
продукты питания	10,3	36,3	47,4	6
одежда и обувь	10,9	36	46,3	6,8
мебель	16	32,4	44,1	7,5
бытовая техника	7,6	31,4	52,5	8,4
сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника,	19,3	35,3	36,3	9,1

удобрения				
общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	6,4	44,1	40,2	9,3
общественный транспорт	19,1	40,5	31,6	8,8
бензин и дизель	16,9	36,8	37,4	8,9
лекарственные препараты	11,9	37,8	4,23	7,8
стоматология	11,3	39,6	41,7	7,4
медицинские услуги	15,8	35,3	42,3	41,796
услуги учреждений дошкольного образования	21,4	36,1	34,1	8,4
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	23,6	43,3	24,4	8,6
услуги по управлению многоквартирными домами	16,9	41,6	32,7	8,8
сотовая связь	7,4	33,7	51,1	7,8
интернет	8,6	35,1	8,9	7,4
водопровод	11,3	42,1	38	8,6
электроснабжение	10,9	37,2	43,7	8,2
теплоснабжение	12,1	39,2	40,5	8,2
газоснабжение	9,2	39,2	43,5	8

Таблица 46

Уровень удовлетворенности товарными рынками по ассортименту (% по каждому рынку)

Рынки	Параметры оценки			Затрудняюсь ответить
	Не довольны	Когда как	Довольны	
продукты питания	11,5	39,1	22,2	27,2
одежда и обувь	16,3	35	23,9	24,8
мебель	18,5	35,1	19,7	26,7
бытовая техника	10,9	36,8	20,3	32
сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения		30,6	19,5	32,7
общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	9	36,8	23,8	30,4
общественный транспорт	16,8	30,2	23,2	29,8
бензин и дизель	17,3	31,3	21,4	30
лекарственные препараты	12,7	33,5	22,2	31,4
стоматология	11,1	34,3	23	31,6
медицинские услуги	12,3	35,1	22,2	30,4
услуги учреждений дошкольного образования	12,5	34,5	22,2	30,8
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	17,7	36,1	15,2	31
услуги по управлению многоквартирными домами	13,3	33,5	22,6	30,6
сотовая связь	8	30,8	31,2	30
интернет	10,3	30,8	28,1	30,8
водопровод	10,3	33,9	24,4	31,4

электроснабжение	11,7	33,7	24,4	30,2
теплоснабжение	9,4	35,1	25,7	29,8
газоснабжение	8,6	37,4	25,9	28,1

Перевод уровня удовлетворенности рынками в трех бальную шкалу (1 – не довольны, 2- когда как, 3 – довольны) позволил выявить рейтинг развитости рынком в общественном мнении саратовцев по всей комбинации критериев(Таблица 47).. Меньше всего нареканий вызывают газоснабжение, сотовая связь, электроснабжение, бытовая техника, общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.), одежда и обувь, мебель, водопровод, теплоснабжение, продукты питания, стоматология, медицинские услуги, услуги учреждений дошкольного образования.

Таблица 47

Уровень удовлетворенности товарными рынками в Саратовской области по средним показателям (по трех бальной шкале)

Параметры оценки	Средние баллы				Сумма баллов
	Уровень цен	Качество	Стабильность наличия товара услуги	Возможность выбрать, найти то, что нужно	
газоснабжение	2,17	2,10	2,18	1,61	8,06
сотовая связь	1,70	2,12	2,28	1,63	7,73
электроснабжение	1,78	2,11	2,16	1,52	7,57
бытовая техника	1,80	1,94	2,28	1,45	7,47
общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	1,83	1,93	2,15	1,52	7,43
одежда и обувь	1,73	1,88	2,22	1,58	7,41
мебель	1,74	2,04	2,13	1,48	7,39
водопровод	1,73	2,04	2,10	1,51	7,38
теплоснабжение	1,71	1,98	2,12	1,57	7,38
продукты питания	1,66	1,90	2,25	1,56	7,37
стоматология	1,65	1,96	2,16	1,49	7,26
медицинские услуги	1,69	1,89	2,13	1,49	7,20
услуги учреждений дошкольного образования	1,72	1,92	1,96	1,48	7,08
общественный транспорт	1,73	1,78	1,95	1,47	6,93
услуги по управлению многоквартирными домами	1,69	1,78	1,98	1,48	6,93
бензин и дизель	1,58	1,81	2,03	1,44	6,86
сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	1,76	1,89	1,99	1,20	6,84
услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью	1,69	1,82	1,83	1,35	6,69
интернет	1,81	2,17	1,06	1,56	6,60
лекарственные препараты	1,62	1,90	1,00	1,46	5,98

Общественный транспорт, услуги по управлению многоквартирными домами, бензин и дизель, сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения, услуги по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью, интернет, лекарственные препараты – эти рынки оказались внизу рейтинга удовлетворенности саратовцев.

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. 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 (Таблица 48).. 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 48

Основные направления работы по развитию конкуренции

Варианты ответов	Частота ответов	% к опрошенным
создание 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%
контроль над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	120	24,8%
контроль над ростом цен	255	52,8%
контроль над качеством продукции	235	48,7%
контроль над тем, чтобы фирмы соревновались честно	80	16,6%
создание условий, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	97	20,1%
помощь начинающим предпринимателям	98	20,3%
привлечение инвесторов	51	10,6%
создание новых рабочих мест	179	37,1%
поддержка новых направлений развития экономики города и района	72	14,9%
контроль над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение ж\д и авиатранспорт	67	13,9%
сокращение 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 49)

Таблица 49

Уровень потребности населения в информации о развитии рыночной конкуренции, % к опрошенным

Необходимость информации	%
да, это очень нужно	8,4
скорее да, может пригодиться	22,2

в зависимости от ситуации	24,0
скорее нет	20,7
нет, мне это не интересно	24,0
затрудняюсь ответить	,6
Итого	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 50)

Таблица 50

Уровень доступности населения в информации о развитии рыночной конкуренции, % к опрошенным

Варианты ответов	Процент
Информации о состоянии конкуренции нет совсем	7,8
Ее получить очень трудно	15,6
Затрудняюсь ответить	48,9
Можно получить, если приложить усилия	21,1
Информация о состоянии конкуренции общедоступна	6,6
Итого	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 (Таблица 51). 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 51

Источники информации о состоянии конкуренции в Саратове

Варианты ответов	Частота ответов	Процент к опрошенным
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 52)

Таблица 52

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

Варианты ответов	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 53)

Таблица 53

Мнение горожан о барьерах при открытии собственного дела, % к опрошенным

Барьеры	Процент
отсутствие стартового капитала	36,0
налоги	7,3
коррупция	7,7

бумажная волокита	9,6
высокая конкуренция	21,5
отсутствие помощи со стороны органов власти	4,2
неосведомленность/правовая неграмотность	3,1
лень	3,4
неподходящий возраст	1,9
риск обанкротиться	5,4
Итого	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 (Таблица 54): преодоление семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, а также снижение барьеров для занятия бизнесом (каждый четвертый саратовец).

Таблица 54

Оценка населением условий ведения бизнеса в Саратове (в % по каждому условию)

Условия	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить	Нет ответа
наличие информации о состоянии рынков города/района	10,5	26,2	37,7	9,7	3,7	12,2	0
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
взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	19,5	7,6	25,7	33,3	8,6	4,1	1,2
возможность получения кредитов	6,6	7,2	15,6	36,1	22	10,5	2,1
получение разрешение на открытие бизнеса	14,2	4,7	18,7	36,6	15,6	6,2	3,9
возможности аренды помещений	10,7	4,1	12,7	33,1	21,6	14,6	3,3
взаимодействие бизнеса с органами власти	19,9	8,6	18,7	32,6	10,9	4,9	4,3
объем требований и отчетности для налоговых служб	18,1	10,3	21,4	31,8	11,7	4,5	2,3
доступность государственных и муниципальных услуг	13,3	7,6	19,9	35,3	15,8	6	2,1
возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	20,9	9,4	16,8	29,6	16,2	4,7	2,3
снижение барьеров для занятия бизнесом	24,6	9,7	18,7	30,6	10,1	4,5	1,8
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 55)

Таблица 55

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

Варианты ответов	Ничего не знаю	Не удовлетворительно	Среднее	Удовлетворительно	Итого
Общественная приемная Президента РФ	27,8	18,2	29,7	24,3	100
Губернатор Саратовской области	20,2	22,7	35,7	21,4	100
Общественная приемная Губернатора	23,3	21,4	33,6	21,6	100
Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	31,6	20,6	28	19,8	100
Глава администрации города	22,8	24	30,9	22,3	100
Глава администрации района	25,1	20	34,8	20	100
Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	35,2	15,2	27	22,5	100
«ОПОРА России»	54,1	12,2	18	15,7	100
Деловая Россия	47,5	14,4	23	15,1	100
Общественная палата Саратовской области	28,5	21,4	33,2	16,9	100
Общественная организация по защите прав потребителей	20,1	16,7	37,2	26,1	100
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 (Таблицы 56, 57). 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 56

Предпочитаемая сфера для открытия бизнеса 9% к опрошенным)

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 57

Объекты обращения за помощью при открытии бизнеса, % к опрошенным

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 58).

Таблица 58

Барьеры для открытия саратовцами своего бизнеса, % к опрошенным

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 неопределенности и 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. Основным барьером для открытия

своего бизнеса саратовцами выступает отсутствие стартового капитала и боязнь обращения за ним в финансовые учреждения. Значительная доля населения до сих пор не доверяет банкам, предпочитая неформальные займы у родственников и друзей. Кроме того, у населения завышенные оценки конкуренции в бизнес-среде и роли учебных заведений в ее формировании.

Раздел 3. Основные детерминанты, ограничивающие конкуренцию в регионе

При оценке состояния конкуренции в регионе в качестве основных факторов выступали: а) отраслевая принадлежность; б) организационно-правовая форма; в) размер бизнеса. С помощью корреляционного анализа были выявлены 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 на транспорте, в сельском, лесном хозяйстве и в строительстве (77,8% и 86,7% соответственно выбрали вариант ответа «неудовлетворительно»). 70% предпринимателей, занятых в оптовой и розничной торговле (Таблица 59), оценили обстановку по этому поводу как удовлетворительную. Меньше всего информационный вакуум наблюдается у опрошенных, занятых в сфере образования и науки, где все опрошенные имеют хороший доступ к информации. В сферах культуры, досуга, рекламы, консалдинга, PR такой доступ имеет каждый второй опрошенный. И только каждый третий представитель здравоохранения, каждый четвертый представитель финансовой сферы, и 7% из сферы услуг заявили. Что обладают полной информацией о состоянии рынков в городе.

Таблица 59

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку информации о состоянии рынков, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Наличие информации о состоянии рынков города/района					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	0,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	20,0	70,0	10,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3
транспорт	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0

телекоммуникации и связь	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	77,8	11,1	11,1	0,0
образование и наука	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
финансы, кредит, страхование	,0	25,0	25,0	,0	25,0	25,0
строительство	0,0	0,0	86,7	13,3	0,0	0,0
лесное хозяйство	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
сфера услуг	7,4	,0	66,7	7,4	3,7	7,4
средства массовой информации	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0

Возможно, систематизированная информация, учитывающая всех акторов, недоступна большинству саратовских предпринимателей. Сельскохозяйственная отрасль, в некотором роде перестраивающая свою работу в соответствии с экономическими вызовами современности, также может испытывать определенный дефицит информации. Вместе с тем, актуальной причиной неудовлетворительных оценок может оставаться неосведомленность предпринимателей об имеющихся источниках информации о состоянии рынков города/района. 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. В целом, саратовцы выказали склонность экстраполяции информации о состоянии дел в своей сфере на оценку информационной ситуации в других сферах экономики.

Удовлетворены и положительно оценивают ситуацию со спросом и покупательской способностью практически 60% представителей оптовой и розничной торговли, 78% представителей сельского хозяйства, половина представителей культуры, досуга, финансов. Еще выше оценивают ситуацию со спросом и покупательской способностью представители ЖКХ, транспорта, здравоохранения, СМИ, рекламы, консалтинга, где каждый второй оценивает их как хорошие. Предприниматели, работающие в сфере образования и науки и строительства, сферы услуг и лесного хозяйства наоборот, не удовлетворены существующим положением дел (см. Таблица 60).

Таблица 60

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку спроса и возможности у населения оплачивать эти товары и услуги, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары и услуги
---	---

	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить
промышленность	0,0	20,0	40,0	40,0	0,0	0,0
оптовая и розничная торговля	0,0	10,0	60,0	20,0	10,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0
транспорт	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3
сельское хозяйство	0,0	22,2	77,8	0,0	0,0	0,0
образование и наука	0,0	87,5	12,5	0,0	0,0	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
строительство	0,0	86,7	6,7	6,7	0,0	0,0
лесное хозяйство	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
сфера услуг	0,0	74,1	7,4	7,4	3,7	7,4
средства массовой информации	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	16,7	33,3	50,0	0,0	0,0

Спрос на недвижимость зависит от многих факторов, в том числе от общей экономической ситуации в регионе, однако определенная погрешность в данных может быть заложена результатами, описанными выше: представители строительной отрасли негативно оценили наличие информации о состоянии рынков города/района, поэтому при оценке спроса и покупательской способности могли опираться лишь на собственные показатели продаж или полученные в рамках наблюдения за конкурентами.

Касательно сферы образования и науки - необходимо анализировать характер конкретного реализуемого продукта или предоставляемой услуги. К примеру, невостребованность платных услуг на уровне среднего образования может объясняться расширением их предложения в связи с изменениями, продиктованными новым законодательством. Спад продаж научной литературы можно объяснить прогрессирующей тенденцией расширения электронных библиотек.

Взаимоотношениями с другими фирмами-конкурентами удовлетворены 93,3% предпринимателей, занятых в строительстве, 100% представителей сельскохозяйственной отрасли и сферы образования и науки также дали положительные оценки ситуации. (Таблица 61). Положительно оценивают доступность кредитов 100% предпринимателей, работающих в сферах строительства и образования, науки (Таблица 62). Полученные показатели могут свидетельствуют о том, что в образовательной, строительной и сельскохозяйственной отраслях выстроена определенная система коммуникаций, позволяющая субъектам ориентироваться на рынке.

Таблица 61

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку взаимоотношений с фирмами-конкурентами, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Взаимоотношения с фирмами-конкурентами					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	20,0	20,0	40,0	20,0	,0
оптовая и розничная торговля	10,0	0,0	30,0	40,0	20,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3
транспорт	,0	,0	50,0	,0	50,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	0,0	77,8	11,1	11,1
образование и наука	0,0	0,0	0,0	12,5	87,5	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	25,0	50,0	0,0	25,0
строительство	0,0	0,0	6,7	93,3	0,0	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
сфера услуг	0,0	0,0	7,4	77,8	7,4	,0
средства массовой информации	0,0	33,3	0,0	0,0	66,7	,0
реклама, консалдинг, PR	16,7	0,0	0,0	50,0	16,7	16,7

Таблица 62

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку возможности получения кредитов, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Возможность получения кредитов					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	0,0	0,0	40,0	40,0	20,0
оптовая и розничная торговля	10,0	10,0	40,0	30,0	0,0	10,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0

здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0
транспорт	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
телекоммуникации и связь	33,3	,0	33,3	,0	0,0	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	66,	11,1	0,0	22,2
образование и наука	0,0	0,0	0,0	12,5	87,5	,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	,0
финансы, кредит, страхование	0,0	25,0	,0	25,0	,0	50,0
строительство	0,0	0,0	0,0	6,7	93,3	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
сфера услуг	0,0	3,7	66,7	3,7	14,8	3,7
средства массовой информации	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3
реклама, консалтинг, PR	0,0	0,0	0,0	83,3	0,0	16,7

С учетом того, что бизнесмены-строители и занятые в сельском хозяйстве предприниматели не удовлетворены наличием информации о состоянии рынков города \ района, можно сделать вывод, что основную часть необходимых данных они получают исходя из собственных наблюдений, показателей и взаимодействия.

Что касается проблемы получения разрешения на открытие бизнеса, то абсолютно все представители промышленной отрасли, особенно – коммунальщики, представители лесного, сельского хозяйства, промышленности, сферы услуг недовольны сложившейся обстановкой. В то же время бизнесмены-строители, транспортники, представители торговли, здравоохранения и социального обеспечения, работники досуга, рекламщики, финансисты наоборот, дали положительные оценки. (Таблицы 63, 64).

Таблица 63

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку возможности получения разрешения на открытие бизнеса, % по сферам деятельности

Сфера деятельности респондента	Получение разрешения на открытие бизнеса					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	40,0	60,0	0,0	0,0	0,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	0,0	40,0	60,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0

обслуживание						
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	33,3	0,0	66,7	0,0
транспорт	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	,0
телекоммуникации и связь	33,3	,0	33,3	,0	,0	33,3
сельское хозяйство	0,0	0,0	66,7	22,2	11,1	0,0
образование и наука	0,0	0,0	12,5	87,5	0,0	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	75,0
строительство	0,0	0,0	0,0	6,7	86,7	6,7
лесное хозяйство	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
сфера услуг	3,7	0,0	63,0	18,5	3,7	3,7
средства массовой информации	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0
реклама, консалтинг, PR	0,0	0,0	0,0	16,7	66,7	16,7

Несколько выше оценили саратовцы возможности аренды помещений. Лишь представители ЖКХ и сельского хозяйства оценили ее как неудовлетворительную. Особенно высоко (на отлично) оценили возможности аренды представители досуговой и финансовой сферы.

Таблица 64

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку возможности получения аренды помещений, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Возможности аренды помещений					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	20,0	20,0	40,0	,0	20,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	10,0	30,0	60,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3
транспорт	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3
сельское хозяйство	0,0	0,0	77,8	0,0	11,1	11,1
образование и наука	0,0	0,0	12,5	0,0	87,5	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0
строительство	0,0	0,0	0,0	93,3	,0	6,7
лесное хозяйство	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

сфера услуг	7,4	0,0	0,0	66,7	14,8	3,7
средства массовой информации	0,0	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	0,0	66,7	16,7	16,7

Самые высокие оценки взаимодействию бизнеса и органов власти дают предприниматели, работающие в сфере строительства: 86,7 % отметили оценку «отлично», остальные либо удовлетворены существующим положением, либо оценивают ситуацию как «хорошую». (Таблица 65). Однако каждый второй представитель ЖКХ, 40% представителей промышленных предприятий и каждый третий работник здравоохранения оказались не удовлетворены этим взаимодействием.

Таблица 65

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку взаимодействия бизнеса с органами власти, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Взаимодействие бизнеса с органами власти					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	0,0	40,0	40,0	20,0	,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	11,1	44,4	33,3	11,1
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0
транспорт	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
телекоммуникации и связь	0,0	0,0	0,0	50	0,0	50
сельское хозяйство	0,0	0,0	0,0	77,8	22,2	0,0
образование и наука	0,0	0,0	0,0	12,5	87,5	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
строительство	0,0	0,0	0,0	6,7	6,7	86,7
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
сфера услуг	4,0	0,0	0,0	84,0	12,0	0,0
средства массовой информации	0,0	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	0,0	16,7	50,0	33,3

Сходная ситуация и со взаимодействием предпринимателей и налоговых служб (Таблица 66). Неудовлетворенность этим выказывают только представители сферы услуг (74%) и ЖКХ (50%). Большинство

представителей других отраслей в той или иной степени удовлетворены взаимодействием с налоговыми службами.

Таблица 66

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку объема требований и отчетности для налоговых служб, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Объем требований и отчетности для налоговых служб					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	20,0	20,0	40,0	20,0	0,0
оптовая и розничная торговля	10,0	0,0	20,0	50,0	10,0	10,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0
транспорт	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	22,2	66,7	0,0	11,1
образование и наука	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	25,0	50,0	25,0	0,0
строительство	0,0	0,0	0,0	6,7	0,0	93,3
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
сфера услуг	0,0	0,0	74,1	7,4	11,1	0,0
средства массовой информации	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	0,0	50,0	16,7	33,3

Предприниматели, занятые в строительстве и сельскохозяйственной отрасли, не удовлетворены доступностью государственных и муниципальных услуг (86,7% и 77,8% соответственно). Представители сферы образования и науки в 87,5% случаев оценили ситуацию как «очень плохую». (Таблица 67).

Таблица 67

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку доступности государственных и муниципальных услуг, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Доступность государственных и муниципальных услуг
---	---

	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	40,0	0,0	40,0	0,0	20,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0
транспорт	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0
сельское хозяйство	0,0	11,1	77,8	0,0	11,1	0,0
образование и наука	0,0	87,5	0,0	0,0	12,5	0,0
культура и досуг	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	25,0	50,0	0,0	25,0
строительство	0,0	0,0	86,7	6,7	6,7	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
сфера услуг	3,7	0,0	11,1	59,3	14,8	3,7
средства массовой информации	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3
реклама, консалтинг, PR	0,0	0,0	0,0	50,0	33,3	16,7

Абсолютно все бизнесмены-промышленники положительно оценивают возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями. Все опрошенные представители образования и науки, наоборот, дали негативные оценки этой возможности. (Таблица 68). Бизнесмены-строители в 86,7% случаев не удовлетворены тем, как снижаются барьеры для занятия бизнесом. В свою очередь, представители сферы образования и науки в большинстве своем (87,5%) удовлетворены снижением барьеров. (Таблица 69). Тем, как преодолевается семейственность и клановость в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, не озабочены бизнесмены-строители: 86,7% опрошенных этой сферы оценили ситуацию как «хорошую». Не удовлетворены этой ситуацией большинство представителей сельскохозяйственной отрасли и сферы услуг (66,7% и 70,4% соответственно). (Таблица 70).

Таблица 68

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку возможности участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями
---	--

	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	0,0	0,0	0,0	60,0	40,0
оптовая и розничная торговля	10,0	,0	30,0	30,0	20,0	10,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3
транспорт	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	22,2	77,8	0,0	0,0
образование и наука	0,0	87,5	12,5	0,0	0,0	0,0
культура и досуг	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	0,0	25,0	50,0	25,0
строительство	0,0	0,0	86,7	13,3	0,0	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
сфера услуг	0,0	3,7	7,4	63,0	14,8	3,7
средства массовой информации	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3	33,3
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	16,7	66,7	0,0	16,7

Таблица 69

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку снижения барьеров для занятия бизнесом, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Снижение барьеров для занятия бизнесом					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
промышленность	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	0,0
оптовая и розничная торговля	0,0	0,0	50,0	30,0	20,0	0,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0	0,0	66,7	0,0	33,3	0,0
транспорт	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0
сельское хозяйство	0,0	0,0	22,2	77,8	0,0	0,0

образование и наука	0,0	0,0	0,0	87,5	0,0	12,5
культура и досуг	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	25,0	0,0	25,0	25,0	25,0
строительство	0,0	0,0	86,7	6,7	6,7	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
сфера услуг	0,0	3,7	63,0	7,4	11,1	3,7
средства массовой информации	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	16,7	16,7	33,3	33,3

Таблица 70

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку преодоления семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, % по сферам 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	0,0	0,0	40,0	20,0	20,0	20,0
оптовая и розничная торговля	10,0	0,0	20,0	40,0	20,0	10,0
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
здравоохранение, социальное обеспечение	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0
транспорт	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
телекоммуникации и связь	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3
сельское хозяйство	0,0	11,1	66,7	11,1	0,0	11,1
образование и наука	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
культура и досуг	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0
финансы, кредит, страхование	0,0	0,0	0,0	75,0	25,0	0,0
строительство	0,0	0,0	6,7	6,7	86,7	0,0
лесное хозяйство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
сфера услуг	3,7	3,7	70,4	7,4	3,7	3,7
средства массовой информации	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3	0,0
реклама, консалдинг, PR	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3

Судя по полученным данным, промышленная сфера «скованна» механизмом получения разрешения на открытие дела, однако уже в статусе бизнес-субъектов им доступно участие в тендерах. Относительно комфортно себя чувствуют представители строительной отрасли: они не испытывают сложностей с получением разрешения на открытие бизнеса, довольны взаимодействием с органами власти, преодолением семейственности и

клановости в органах. Им не всегда доступны государственные и муниципальные услуги, а ведению бизнеса мешают административные барьеры. Однако сельскому хозяйству, в соответствии с результатами опроса, недостаточно доступны государственные и муниципальные услуги, при этом больше половины представителей данной отрасли очень беспокоит семейственность и клановость в органах, регулирующих развитие конкуренции.

Еще одна сфера бизнес-деятельности, характеризующаяся ярко выраженными оценками своих представителей, - образование и наука. Ее представители негативно оценивают доступность государственных и муниципальных услуг, возможность участвовать в тендерах и конкурсах, но в большинстве случаев удовлетворены снижением барьеров. Таким образом, можно констатировать, что основные проблемы у данной категории бизнесменов возникают в отдельных формах взаимодействия с органами власти.

Что касается проблемы добросовестной ценовой конкуренции со стороны местных компаний, то особенно остро она проявляется в промышленной сфере, оптово-розничной торговле, здравоохранении и сфере услуг (Таблица 71). Проблема демпинга с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен является наиболее острой для строительной отрасли, лесного хозяйства и сферы услуг (Таблица 72).

Таблица 71

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку добросовестности ценовой конкуренции со стороны местных компаний, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Добросовестная ценовая конкуренция со стороны местных компаний	
	Проблема существует	Проблема является наиболее острой
промышленность	66,7%	33,3%
оптовая и розничная торговля	71,4%	28,6%
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	100,0%	0,0%
здравоохранение, социальное обеспечение	0,0%	100,0%
транспорт	100,0%	0,0%
телекоммуникации и связь	100,0%	0,0%
сельское хозяйство	100,0%	0,0%
образование и наука	100,0%	0,0%
финансы, кредит, страхование	100,0%	0,0%
строительство	100,0%	0,0%
сфера услуг	10,5%	89,5%
средства массовой информации	100,0%	0,0%
реклама, консалтинг, PR	100,0%	0,0%

Таблица 72

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку демпинга с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Демпинг с целью вытеснения конкурентов с рынка с последующим повышением цен	
	Проблема существует	Проблема является наиболее острой
Промышленность	100,0	0,0
Оптовая и розничная торговля	83,3	16,7
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	100,0	0,0
Здравоохранение, социальное обеспечение	100,0	0,0
Телекоммуникации и связь	100,0	0,0
Сельское хозяйство	85,7	14,3
Образование и наука	100,0	0,0
Культура и досуг	100,0	0,0
Финансы, кредит, страхование	100,0	0,0
Строительство	6,7	93,3
Лесное хозяйство	0,0	100,0
Сфера услуг	10,0	90,0
Средства массовой информации	100,0	0,0
Реклама, консалдинг, PR	50,0	50,0

Использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ как наиболее острую проблему отмечают представители сельскохозяйственной и строительной отраслей, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, транспорта, телекоммуникации и связи, лесного хозяйства (Таблица 73).

Таблица 73

Влияние сферы деятельности саратовцев на их оценку использования родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ г, % по сферам деятельности

Сфера основной деятельности респондента	Использование родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ

	Проблема существует	Проблема является наиболее острой
Промышленность	60,0	40,0
Оптовая и розничная торговля	80,0	20,0
Жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	0,0	100,0
Транспорт	0,0	100,0
Телекоммуникации и связь	0,0	100,0
Сельское хозяйство	11,1	88,9
Образование и наука	100,0	0,0
Культура и досуг	100,0	0,0
Финансы, кредит, страхование	66,7	33,3
Строительство	6,7	93,3
Лесное хозяйство	0,0	100,0
Сфера услуг	91,7	8,3
Средства массовой информации	100,0	0,0
Реклама, консалтинг, PR	80,0	20,0

Таким образом, влиянию проблем, связанных с ценовой конкуренцией, чаще всего подвержена сфера услуг, что можно объяснить широким спектром предложений и большим количеством экономических субъектов на этом рынке. Показатели для сферы оптово-розничной торговли также можно объяснить этими факторами. Кроме того, могут иметь место спекуляции на фоне изменения курсов валют, которые в масштабах федерации отмечались специалистами.

Отмечаемая острота демпинга в сфере строительства несколько удивительна ввиду того, что тот же процент строителей-бизнесменов удовлетворен взаимодействием с фирмами-конкурентами. Возможно, представители этой отрасли, отмечая частоту демпинговых явлений, не относят их к числу однозначно негативных факторов для развития конкурентной среды.

Примечательно и то, что строители, в большинстве своем довольные тем, как преодолевается семейственность и клановость в органах, регулирующих развитие конкуренции, считают острой проблему использования родственных или иных личных связей с чиновниками для создания конкурентных преимуществ. Бизнесмены, занятые в сельском хозяйстве, демонстрируют в этих вопросах большую однозначность

Оценивая уровень информированности субъектов предпринимательской деятельности *в зависимости от формы регистрации предприятий*, оказалось, что 61,9% индивидуальных предпринимателей и каждый второй представитель ОАО не удовлетворены тем, как представлена информация о состоянии рынков города \ района (Таблица 74). Однако все представители ЗАО оценили эту информацию как удовлетворительную.

Таблица 74

Влияние формы предприятия на формирование мнения предпринимателей о характере информирования населения о состоянии рынков города \ района, % по форме предприятия

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

61,9% индивидуальных предпринимателей не удовлетворены возможностью получения кредитов (см. Таблица 75). Вместе с тем, все представители ЗАО оценили такую возможность как отличную, 55,8% представителей ООО - как хорошую. Возможно эти категории предпринимательства имеют определенные преимущества перед ИП в получении кредитов.

Таблица 75

Влияние формы предприятия на формирование мнения предпринимателей о возможности получения кредитов, % по форме предприятия

Форма регистрации дела	Возможность получения кредитов					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОАО	25,0	0,0	25,0	25,0	0,0	25,0
ООО	1,9	7,7	5,8	17,3	55,8	9,6
ЗАО	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
ИП	2,4	,0	61,9	14,3	9,5	7,1

Данные показывают что возможности получения разрешения на открытие бизнеса в рамках ОАО (50%), ИП (55%) оцениваются саратовцами как неудовлетворительные (Таблица 76). Особенно это касается ЗАО, где все опрошенный подчеркивали, что с этими возможностями дела обстоят очень плохо.

Таблица 76

Влияние формы предприятия на формирование мнения предпринимателей о возможности получения разрешения на открытие бизнеса, % по форме предприятия

Форма регистрации дела	Получение разрешения на открытие бизнеса					
	Не могу	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

	оценить					
ОАО	0,0	0,0	50,0	25,0	0,0	25,0
ООО	1,9	1,9	15,4	25,0	44,2	9,6
ЗАО	,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ИП	0,0	2,4	54,8	16,7	16,7	4,8

Половина (50%) предпринимателей, зарегистрировавших свой бизнес в форме ООО, недовольны спросом и возможностью у населения оплачивать товары и услуги (см. Таблица 77). Однако 75% представителей ОАО и 100% представителей ЗАО оценили спрос на свои товары и услуги как удовлетворительный.

Таблица 77

Влияние формы предприятия на оценку предпринимателей наличия спроса и возможности населения оплачивать товары и услуги, % по форме предприятия

Форма регистрации дела	Наличие спроса и возможности у населения оплачивать товары и услуги				
	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОАО	25,0	0,0	75,0	0,0	0,0
ООО	3,8	50,0	23,1	19,2	1,9
ЗАО	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
ИП	0,0	47,6	23,8	21,4	2,4

Таким образом, с проблемой отсутствия информации о состоянии рынков чаще сталкиваются индивидуальные предприниматели и представители ОАО. Имеют место также проблемы экономического характера: не всем ИП доступны кредиты, ООО не удовлетворены покупательской способностью населения. То есть малый бизнес претерпевает наибольшее количество препятствий на уровне региона. Одним из наиболее значимых факторов в этой ситуации могут быть кризисные тенденции в экономике мирового и российского уровня, сказывающиеся и на обстановке в городе Саратове. Сложности с получением разрешения на открытие бизнеса характерны для ОАО – их испытывает половина предпринимателей. Видимо для них барьеры развития бизнеса особенно ощутимы.

Далее анализировались мнения респондентов по оценке ведения бизнеса в г. Саратове в зависимости от размера бизнеса. Так, мнения представителей среднего и малого бизнеса по этому поводу расходятся: малый бизнес не удовлетворен в 46,9% случаев предоставляемыми возможностями получения кредитов (Таблица 78), 39,1% не устраивает то, как преодолевается семейственность и клановость в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе (Таблица 79). Каждый второй представитель среднего бизнеса оценили эти параметры конкурентной среды на «хорошо» (соответственно 56% и 50%).

Таблица 78

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателей возможности получения кредитов, % по категории бизнеса

Размер бизнеса	Возможность получения кредитов					
	Не могу оценить	Очень плохо	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Малый	3,1	4,7	42,2	15,6	20,3	9,4
Средний	5,9	2,9	8,8	17,6	55,9	8,8

Таблица 79

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателей преодоления семейственности и клановости в органах, регулирующих развитие конкуренции в районе, % по категории бизнеса

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	,0	39,1	26,6	15,	6,3
Средний	2,9	5,9	14,7	17,6	50,0	8,8

Доступность государственных и муниципальных услуг считают удовлетворительной чаще представители малого бизнеса (42%), недостаточной - 55,9% представителей среднего бизнеса (Таблица 80). Возможно это связано с накоплением негативного социального опыта их участия в этих конкурсах, чрезмерным вступительным взносом и прочее.

Таблица 80

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателей доступности государственных и муниципальных услуг, % по категории 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

Большинство представителей малого бизнеса (70,2%) в той или иной степени удовлетворены возможностями участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями (Таблица 81). 53% представителей среднего бизнеса дали негативную оценку возможности участвовать в этих тендерах.

Таблица 81

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателей возможности участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями, % по категории 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	0,0	5,9	47,1	14,7	26,5	5,9

Снижение барьеров для занятия бизнесом признано недостаточным в 64,7% случаев (Таблица 82). 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 82

Влияние размера бизнеса на оценку предпринимателей снижение барьеров для занятия бизнесом, % по категории 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	0,0	5,9	58,8	11,8	20,6	2,9

Таким образом, результаты корреляционного анализа сопряженности признаков конкурентной среды свидетельствуют о том, что сложности экономического плана наиболее характерны для малого бизнеса – почти половине его представителей не всегда доступны кредиты (коэффициент Крамера равен 0,5). Средний бизнес отмечает барьеры, которые мешают не только в целом ведению бизнеса, но и получению государственных и муниципальных услуг, участию в тендерах и конкурсах (коэффициент Крамера равен 0,4). Это свидетельствует о том, что меры возможной поддержки предпринимательства этих масштабов и развития конкурентной среды в Саратовской области должны быть различны и сконцентрированы на потребностях отраслевых товарных рынков с учетом формы собственности и размера бизнеса

Заключение

Проведенные исследования выявили неоднозначное отношение представителей бизнеса к работе власти. С одной стороны, у них есть вопросы к снижению барьеров для занятия бизнесом, возможности участвовать в тендерах и конкурсах, к доступности госуслуг. С другой - они в большинстве своем удовлетворены взаимодействием с органами власти, доступностью власти и налоговой службы, возможностями для открытия бизнеса, преодолением семейственности и клановости, получение разрешение на открытие бизнеса, возможность получения кредитов, объем требований и отчетности для налоговых служб, возможности аренды помещений, взаимодействие бизнеса с органами власти. Вместе с тем, у большинства опрошенных уровень удовлетворенности носит ситуативный характер («когда как»), что свидетельствует о недостаточной сформированности рынков. Однако среди тех, кто дал определенные оценки, преобладают «недовольные», что показывает значительный потенциал развития практических всех рынков товаров и услуг в области.

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, рынок услуг общественного транспорта, рынок услуг дошкольных учреждений, рынок услуг по управлению многоквартирными домами, рынок электро-тепло-и газоснабжения, рынок услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью

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 микрофинансирования 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.

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. Иными словами, пролеживается лейтмотив дефицита информированности предпринимателей о своем сегменте рынка, что не позволяет почти каждому третьему бизнесмену адекватно охарактеризовать ситуацию со своими конкурентами. Большинство предпринимателей указывают на заметное влияние со стороны отечественных конкурентов (42%) и на практическое отсутствие влияния иностранных конкурентов (52% и 54% соответственно). Чем ближе экономическая ситуация к самому предпринимателю, тем выше он ее оценивает.

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.

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. 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.

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.

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 неудовлетворительную 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.

Основными факторами, сдерживающими развитие малого и среднего предпринимательства на территории Саратовской области являются: сложные механизмы начала и ведения предпринимательской деятельности (так называемая «бумажная волокита»); ограниченный доступ к кредитным ресурсам из-за многочисленных требований банков и высокой стоимости кредита; наличие административных барьеров и особенно, семейственность и клановость в органах, регулирующих развитие конкуренции.

В целях создания здоровой конкурентной среды в регионе, повышения конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства 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. выработать комплекс мер по укреплению социального статуса, повышению престижа бизнесменов, включая информационное освещение мероприятий по развитию и поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства органами местного самоуправления, консалтинговую поддержку представителей бизнес-сообщества.

Приложения

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 ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА?	Очень плохо	Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Не могу оценить
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 разрешение 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>				
<i>Иностранные производители из стран Таможенного союза</i>				
<i>Иностранные производители из стран, не входящих в Таможенный союз</i>				

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? <i>1 Не довольны 2 Когда как 3 Довольны</i>														
	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем		Уровень цен			Качество			Стабильность наличия			Возможность выбрать,				
						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		

6) 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
- 3.

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? <i>1 Не довольны 2 Когда как 3 Довольны</i>												
	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Товары и услуги	Уровень цен			Качество			Стабильность наличия			Возможность выбрать,		
						1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
20.	1	2	3	4	Продукты питания	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
21.	1	2	3	4	Одежда и обувь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
22.	1	2	3	4	Мебель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
23.	1	2	3	4	Бытовая техника	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
24.	1	2	3	4	Сельхозинвентарь, мелкая сельхозтехника, удобрения	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
25.	1	2	3	4	Общественное питание и услуги (парикмахерские и т.п.)	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
26.	1	2	3	4	Общественный транспорт	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
27.	1	2	3	4	Бензин и дизель	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
28.	1	2	3	4	Лекарственные препараты	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
29.	1	2	3	4	Стоматология	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
30.	1	2	3	4	Медицинские услуги	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
31.	1	2	3	4	Услуги учреждений дошкольного образования	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
32.	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
33.	1	2	3	4	Услуги по управлению многоквартирными домами	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
34.	1	2	3	4	Сотовая связь	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
35.	1	2	3	4	Интернет	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
36.	1	2	3	4	Водопровод	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
37.	1	2	3	4	Электроснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
38.	1	2	3	4	Теплоснабжение	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
39.	1	2	3	4	Газоснабжение	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 _____
- 22.

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

1. Общественная приемная Президента РФ	1	2	3	4	7. ОПОРА России	1	2	3	4
2. Губернатор Саратовской области	1	2	3	4	8. Деловая Россия	1	2	3	4
3. Общественная приемная Губернатора	1	2	3	4	9. Общественная палата Саратовской области	1	2	3	4
4. Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	1	2	3	4	10. Общественная организация по защите прав потребителей	1	2	3	4
5. 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

Таблица 1

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

Таблица 2

Гендерное разделение общего числа выборочной совокупности

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

Таблица 3

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.

Таблица 4

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

Таблица 5

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

Таблица 6

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

Таблица 7

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

Таблица 8

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

Таблица 9

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

Таблица 10

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 и таблицы по опросу предпринимателей

График 1

Социальный статус предпринимателей



График 2

Уровень образования предпринимателей

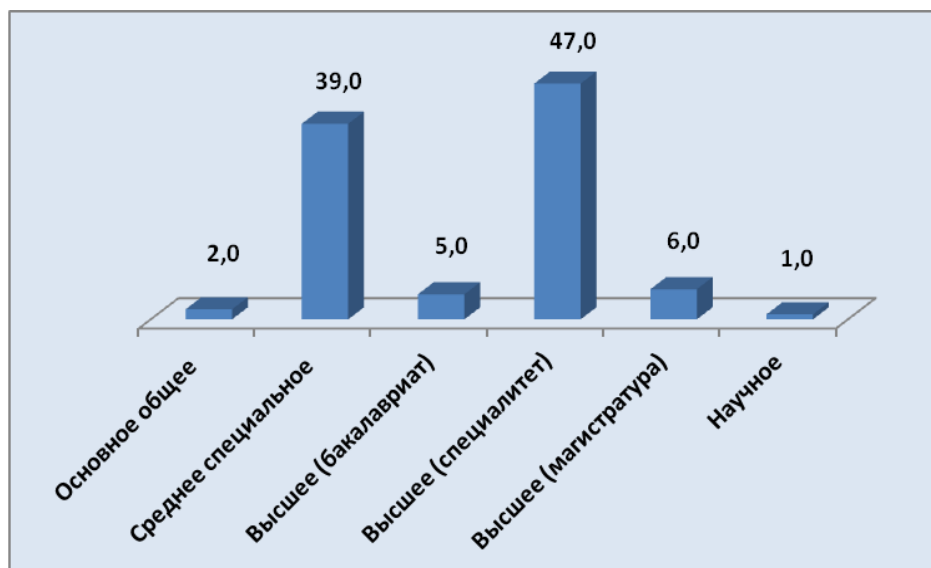


График 3

Организационно – правовая форма предприятия

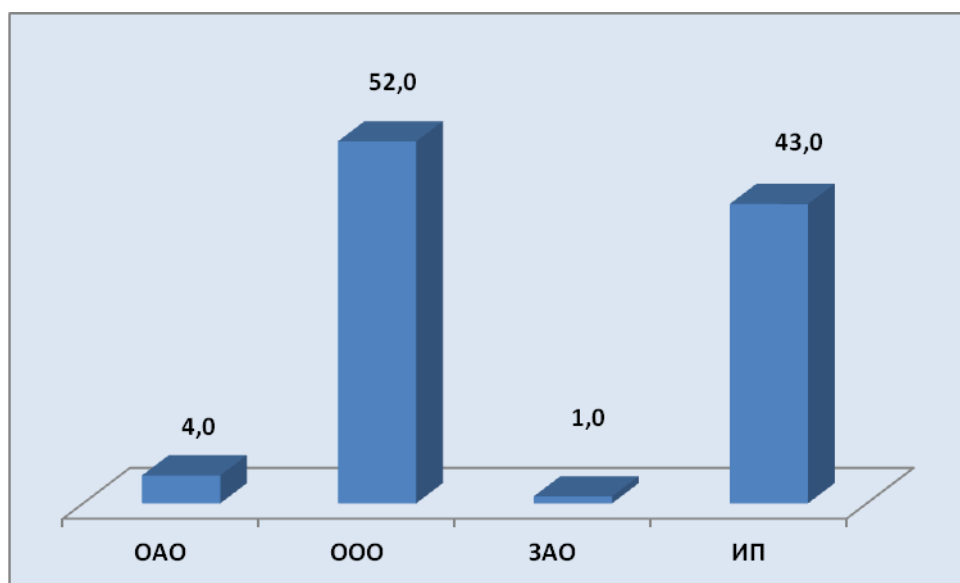


График 4

Количество предприятий у предпринимателей



График 5

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

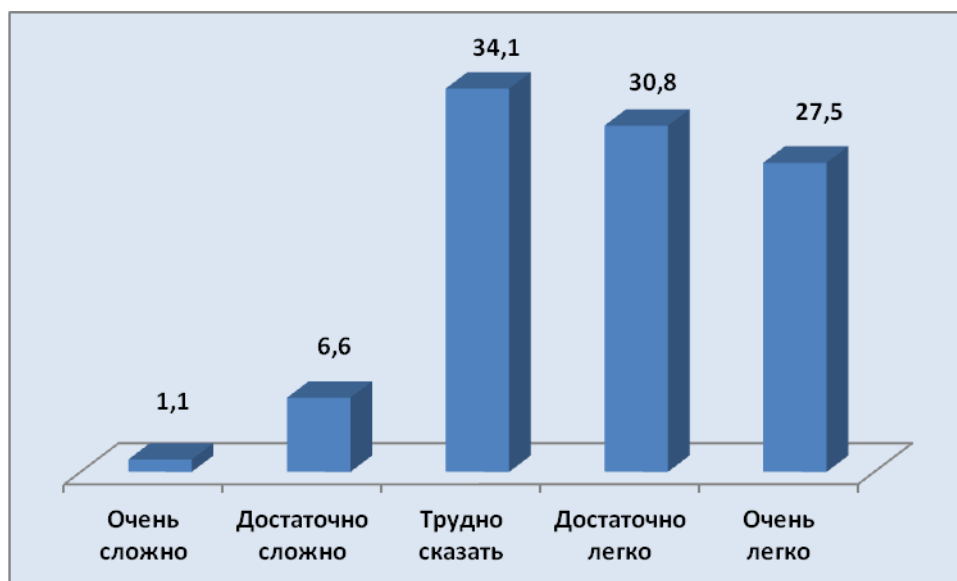


График 6

Наличие информации об обучении для открытия собственного дела

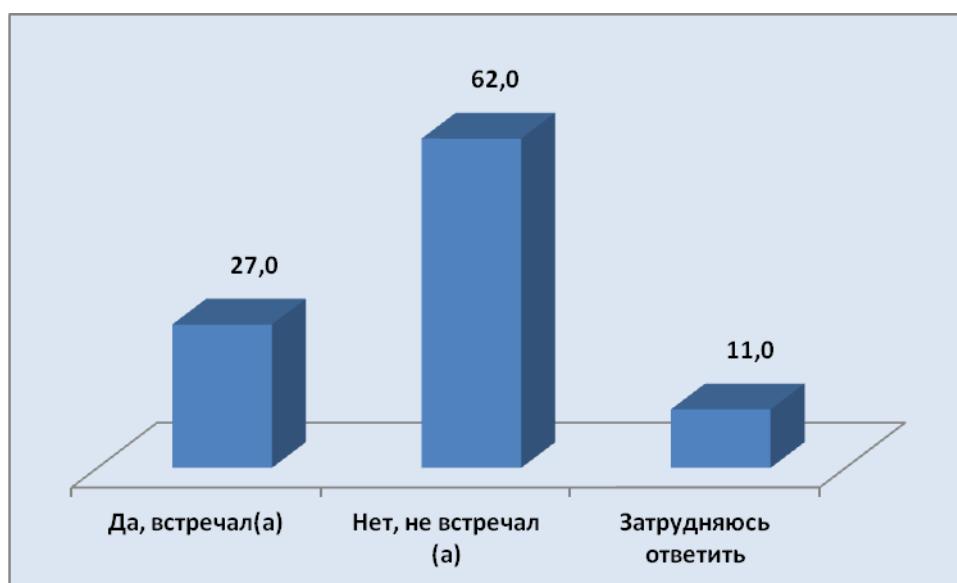


График 7

Уровень конкуренции для бизнеса респондентов

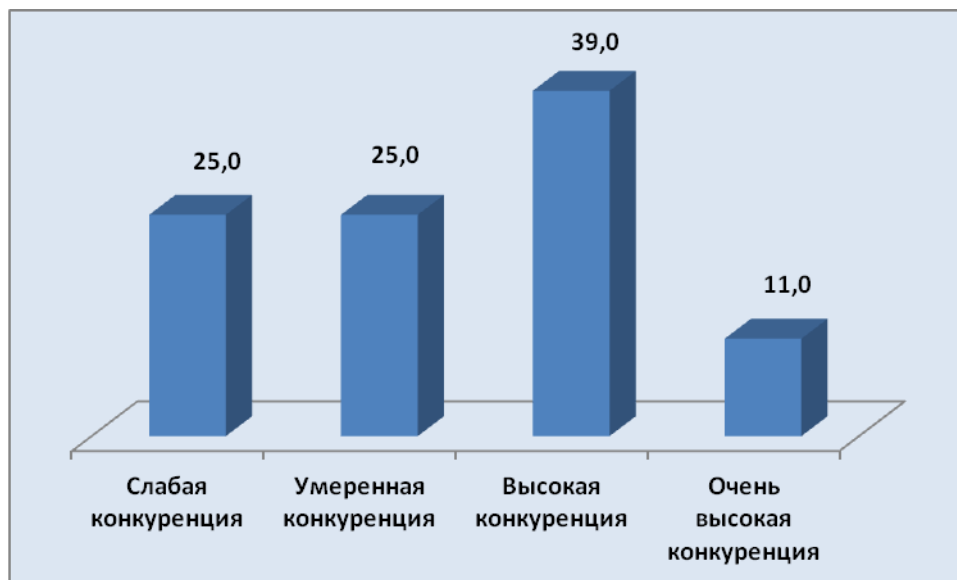


График 8

Количество конкурентов на основном целевом рынке

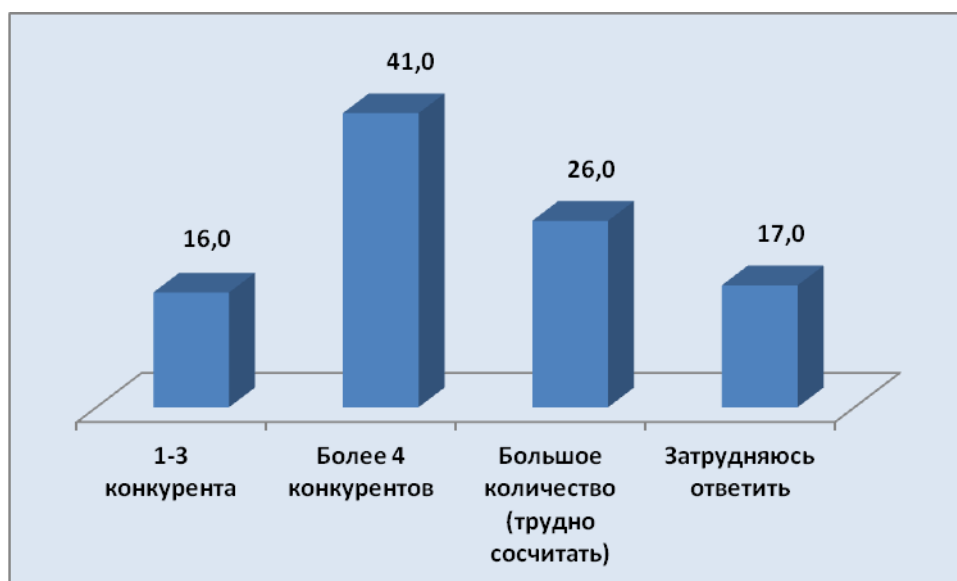


График 9

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

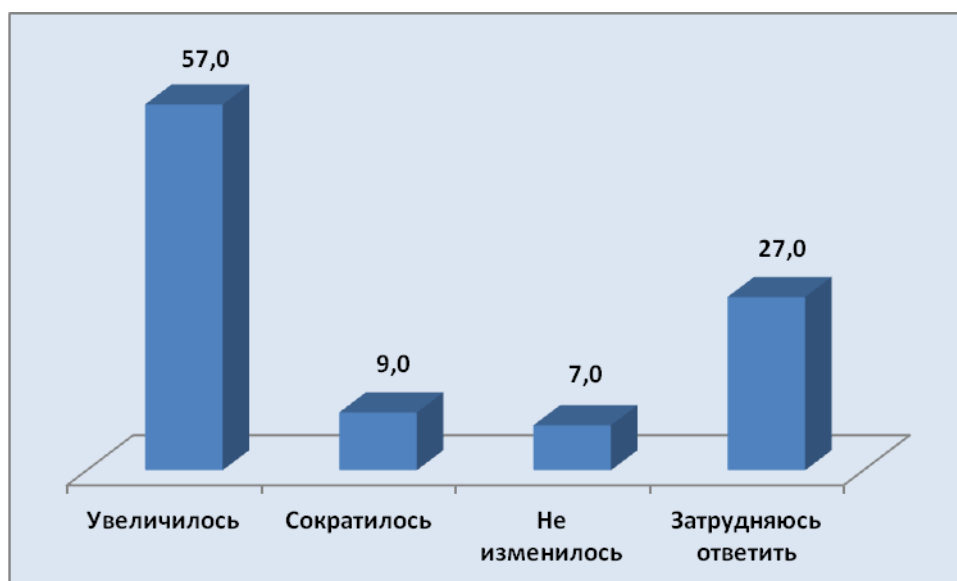


График 10

Желание предпринимателей получать информацию о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове

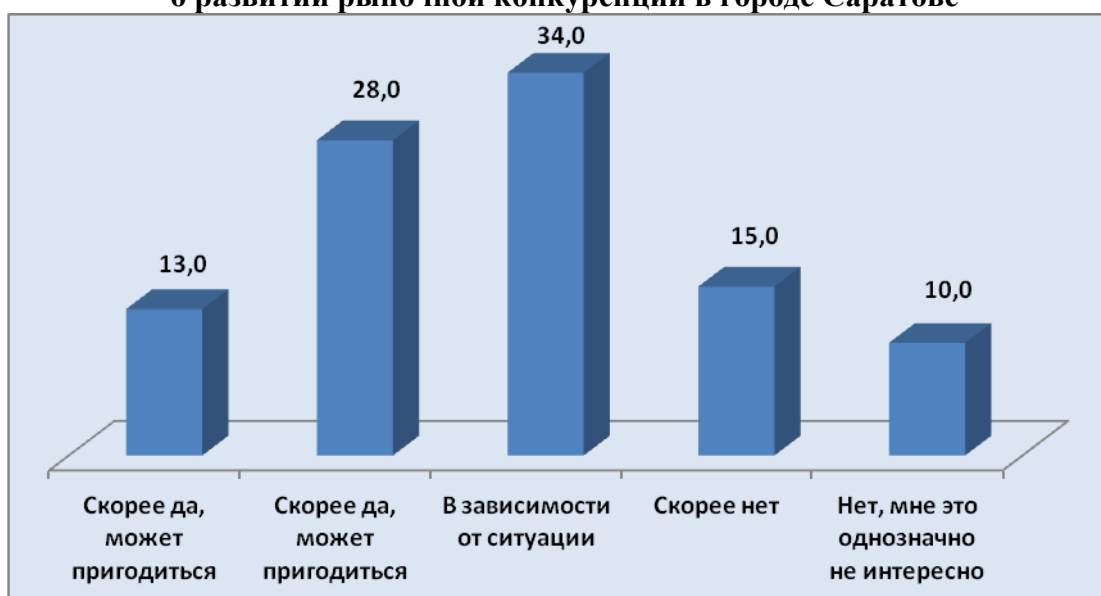


График 11

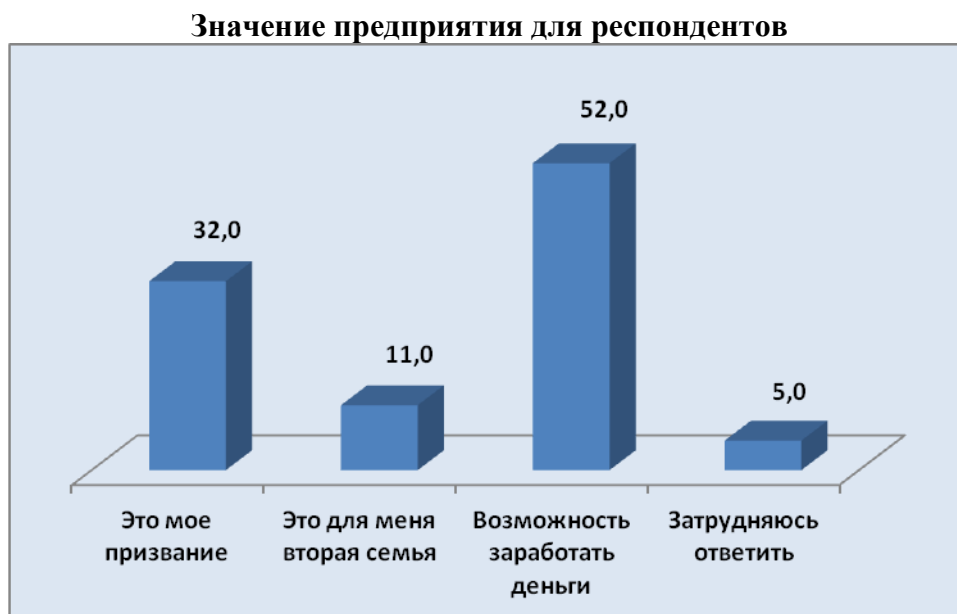


Таблица 11

Оценка состояния конкурентной среды предпринимателями (по среднему значению)

Варианты ответов	Средний балл по 5- бальной шкале
1.Наличие информации о состоянии рынков города/района	2,59
2.Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	2,94
3.Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2,9
4.Возможность получения кредитов	2,94
5.Получение разрешение на открытие бизнеса	2,96
6.Возможности аренды помещений	3,09
7.Взаимодействие бизнеса с органами власти	3,45
8.Объем требований и отчетности для налоговых служб	3,1
9.Доступность государственных и муниципальных услуг	2,65
10.Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	2,8
11. Снижение барьеров для занятия бизнесом	2,63
12. Преодоление семейственности и клановости в органах власти	2,78

Таблица 12

Оценка экономической ситуации (по среднему значению)

Варианты ответов	Средний балл по 5- бальной шкале
1. В России	1,58
2. В Саратовской области	1,83
3. В вашем районе	1,98
4. В вашей семье	2,31

Графики и таблицы по опросу населения

График 12

Желание получения информации о развитии рыночной конкуренции в городе Саратове

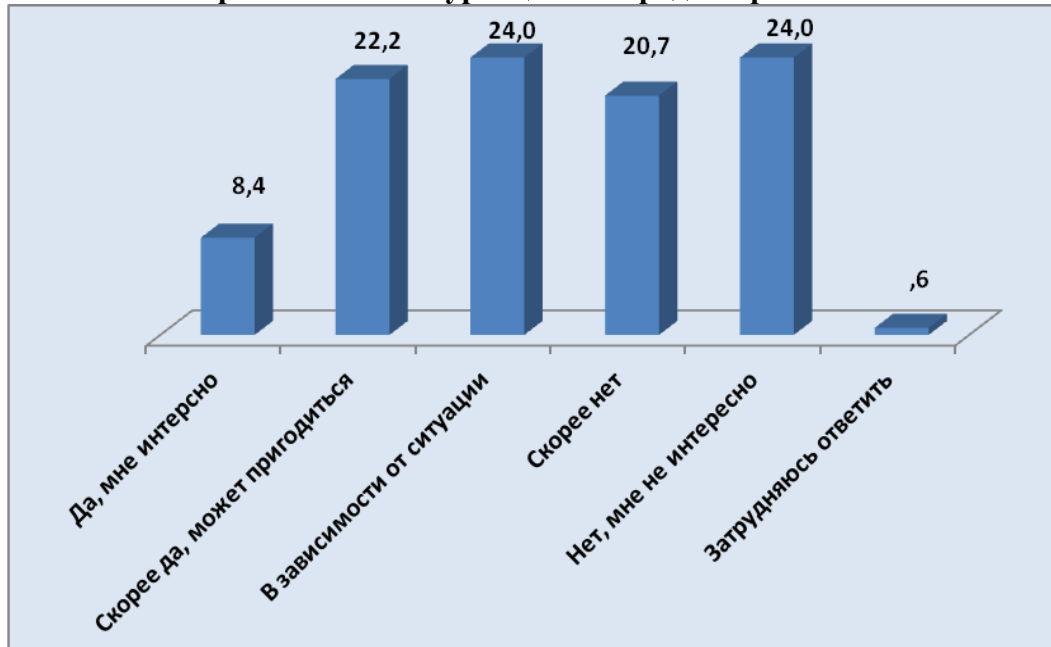


График 13

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

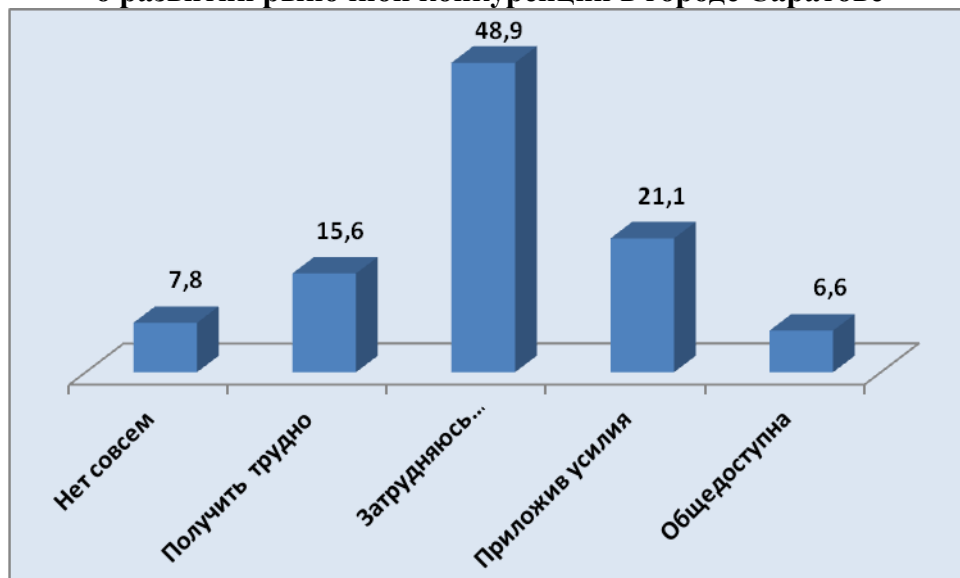


График 14

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



График 15

Источники обращения за помощью при открытии бизнеса

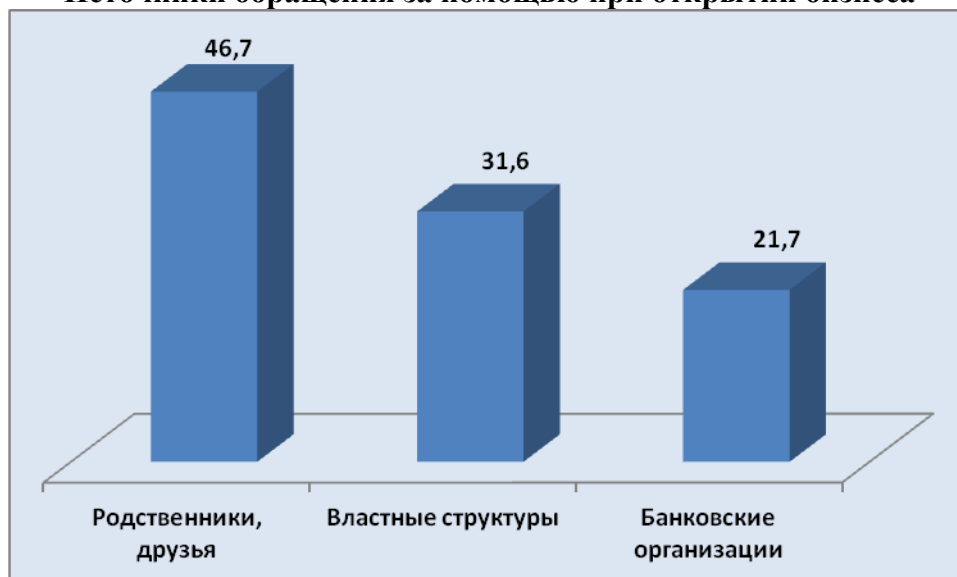


Таблица 13

Оценка состояния конкурентной среды населением (по среднему значению)

Варианты ответов	Средний балл 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

Таблица 14

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

Таблица 15

**Мониторинг состояния малого предпринимательства
в Саратовской области, проведенный в соответствии с постановлением
Правительства Саратовской области от 9 марта 2011 года №117-П¹**

Показатели	Единицы измерения	2012 год	2013 год
Количество малых предприятий, включая микропредприятия, в том числе по основным видам экономической деятельности	ед.	27691	30670
добыча полезных ископаемых	ед.	157	159
обрабатывающие производства	ед.	3040	3304
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	ед.	271	285
строительство	ед.	3186	3487
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	ед.	10012	11112
транспорт и связь	ед.	1527	1777
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	ед.	5488	6200
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	ед.	235	248
Среднесписочная численность работников малых предприятий (без внешних совместителей), включая микропредприятия, в том числе по основным видам экономической деятельности:	человек	125601	109885
добыча полезных ископаемых	человек	858	960
обрабатывающие производства	человек	19228	17824
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	человек	1988	1851
строительство	человек	17018	14534
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	человек	31229	27554
транспорт и связь	человек	6446	5613
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	человек	26204	20389
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	человек	1000	804
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и	млн. руб.	94091,8	91834,5

¹ Мониторинг состояния малого и среднего предпринимательства в Саратовской области http://www.saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/pred/sub.php?clear_cache=Y Дата обращения 10.09.2014

Показатели	Единицы измерения	2012 год	2013 год
<i>оказано услуг собственными силами малыми предприятиями, включая микропредприятия, в том числе по основным видам экономической деятельности:</i>			
добыча полезных ископаемых	млн руб.	1588,3	1767,4
обрабатывающие производства	млн руб.	20704,1	19535,2
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	млн руб.	1460,7	1421,3
строительство	млн руб.	24703,2	24722,5
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	млн руб.	6555,4	5818,6
транспорт и связь	млн руб.	6349,6	7653,7
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	млн руб.	18851,1	15378,9
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	млн руб.	858,5	736,2
<i>Оборот малых предприятий, включая микропредприятия, в том числе по основным видам экономической деятельности:</i>	млн руб.	198386,3	197813,1
добыча полезных ископаемых	млн руб.	1677,0	1826,6
обрабатывающие производства	млн руб.	22394,9	21363,0
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	млн руб.	1590,2	1734,8
строительство	млн руб.	26195,8	25889,3
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	млн руб.	104421,6	104281,7
транспорт и связь	млн руб.	6953,6	8116,3
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	млн руб.	20491,4	18509,9
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	млн руб.	930,7	1486,0
<i>Инвестиции в основной капитал малых предприятий, включая микропредприятия</i>	млн руб.	4686,5	4750,8
<i>Фонд начисленной заработной платы работников малых предприятий, включая микропредприятия</i>	млн руб.	16547,2	16037,6
<i>Среднемесячная заработная плата работников малых предприятий, включая микропредприятия</i>	руб.	10978,7	12162,4
<i>Количество средних предприятий (без филиалов), в том числе по видам экономической деятельности:</i>	ед.	273	260

Показатели	Единицы измерения	2012 год	2013 год
добыча полезных ископаемых	ед.	5	8
обрабатывающие производства	ед.	76	62
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	ед.	10	11
строительство	ед.	23	18
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	ед.	58	80
транспорт и связь	ед.	9	8
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	ед.	11	11
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	ед.	-	-
<i>Среднесписочная численность работников средних предприятий (без внешних совместителей), в том числе по основным видам экономической деятельности:</i>	человек	31872	30521
добыча полезных ископаемых	человек	650	644
обрабатывающие производства	человек	9489	10024
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	человек	1355	1285
строительство	человек	2593	2444
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	человек	4308	4423
транспорт и связь	человек	1875	1469
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	человек	1624	1473
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	человек	40	104
<i>Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и оказано услуг собственными силами средними предприятиями, в том числе по видам экономической деятельности:</i>	млн руб.	33884,3	38042,7
добыча полезных ископаемых	млн руб.	1444,2	1543,5
обрабатывающие производства	млн руб.	16959,9	18266,2
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	млн руб.	1975,2	2067,8
строительство	млн руб.	4846,1	6069,1
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	млн руб.	1176,4	1403,2
транспорт и связь	млн руб.	1143,1	1381,7

Показатели	Единицы измерения	2012 год	2013 год
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	млн руб.	1284,9	1197,9
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	млн руб.	-	-
Оборот средних предприятий, в том числе по видам экономической деятельности:	млн руб.	59118,0	59427,7
добыча полезных ископаемых	млн руб.	1444,2	1544,6
обрабатывающие производства	млн руб.	17358,6	18683,1
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	млн руб.	1975,2	2067,8
строительство	млн руб.	4859,8	6149,7
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	млн руб.	25956,1	22241,3
транспорт и связь	млн руб.	1153,6	1395,8
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	млн руб.	1298,4	1212,8
<i>в том числе научные исследования и разработки</i>	млн руб.	-	-
Инвестиции в основной капитал средних предприятий	млн руб.	3265,4	5006,4
Количество индивидуальных предпринимателей, включенных в Единый государственный реестр (ЕГРИП)	человек	65513	54656
Поступления налоговых платежей по специальным налоговым режимам:	млн руб.	3351,5	3543,1
Поступление налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения	млн руб.	1937,5	2201,5
Поступление единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности	млн руб.	1311,8	1221,7
Поступление единого сельскохозяйственного налога	млн руб.	102,2	112,5
Поступление от патентной системы налогообложения	млн руб.	-	7,4

*- по данным САРАТОВСТАТа, УФНС России по Саратовской области. Мониторинг состояния малого и среднего предпринимательства в Саратовской области http://www.saratov.gov.ru/government/structure/mineconom/pred/sub.php?clear_cache=Y Дата обращения 10.09.2014

Научное издание

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ**

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

**Информационный бюллетень ЦРСИ СГУ
Выпуск 1-2 (18-19)**

Н а у ч н ы й к о н с у л ь т а н т

С.Г. Ивченков

Р у к о в о д и т е л ь п р о е к т а

Н.В. Шахматова

И с п о л н и т е л и:

И.А. Бегина, Т.Н. Кошелева, Монтаев А.Б., Н.Н. Огурцова

С.В. Ситникова, М.А.Гаврилей, Е.С. Зитева

Редактор *Вардухин В.И.*

Корректор *Савкина Т.И.*

Оригинал- макет *Шахматова Н.В.*

Пописано в печать 01.12.14. Формат 60x84 1\16
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная
Усл. печ. л. 6, 4. Уч.-из. л. 5,05. Тираж 300. Заказ № 49.

Отпечатано в типографии ООО Издательский Центр «Наука»
410600, Саратовская область г. Саратов, ул. Пугачёвская, д.117,офис 50.