**Доклад**

**о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках**

**товаров, работ и услуг.**

 **Раздел 1. Решение высшего должностного лица субъекта
Российской Федерации о внедрении Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации (Введение).**

Внедрение Стандарта развития конкуренции в субъектах
Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2015 года № 1738-р (далее – Стандарт), осуществляется в соответствии с распоряжением Главы
Чеченской Республики «О внедрении на территории Чеченской Республики Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»
от 9 марта 2016 года № 30-рг (далее – Распоряжение № 30-рг). (<https://apchr.ru/normativnye-akty/rasporyazheniya-glavy-chechenskoy-respubliki-2016/1432-1432-ot-090316.html>)

 **Раздел 2. Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации.**

В соответствии с требованиями Стандарта Министерством экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Чеченской Республики, включавший в себя:

- мониторинг административных барьеров и конкурентной среды;

 - мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ, услуг;

 - мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Чеченской Республики.

 В целях оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности и жителями региона Министерством были разработаны анкеты, включающие в себя вопросы, направленные на оценку:

 - удовлетворенности потребителей качеством, уровнем цен и возможностью выбора товаров, работ и услуг на товарных рынках Чеченской Республики;

 - удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды региона;

 - уровня конкуренции на товарных рынках Чеченской Республики;

 - уровня административных барьеров, затрудняющих ведение предпринимательской деятельности на рыках;

 - деятельности органов власти Чеченской Республики;

 - деятельности естественных монополий на территории региона;

 - удовлетворенности представителей бизнеса качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды.

 В проведении мониторинга принимали участие потребители, представители бизнеса, органы местного самоуправления в соответствии с соглашениями о внедрении Стандарта, заключенными между Министерством экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики и органами местного самоуправления Чеченской Республики.

 **Раздел 3. Сведения о реализации составляющих стандарта развития конкуренции в субъекте Российской Федерации.**

3.1. *Сведения о заключенных соглашениях (меморандумах) по внедрению стандарта между органами исполнительной власти субъекта
Российской Федерации и органами местного самоуправления.*

Чеченская Республика включает 2 городских округа и 15 муниципальных районов. В соответствии с распоряжением Правительства Чеченской Республики от 8 июня 2016 года № 148-р «О разработке и утверждении формы и о заключении соглашений о внедрении на территории Чеченской Республики Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации» между 2 городскими округами, 15 муниципальными районами Чеченской Республики и Министерством экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики заключены соглашения о внедрении на территории Чеченской Республики Стандарта.

3.2. *Определение органа исполнительной власти субъекта
Российской Федерации, уполномоченного содействовать развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации в соответствии со Стандартом.*

 В соответствии с Распоряжением № 30-рг органом, уполномоченным в области содействия развитию конкуренции в Чеченской Республике является Министерство экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики.

 3.2.1. *Сведения о проведенных в отчетном периоде (году) обучающих мероприятий и тренингов для органов местного самоуправления по вопросам содействия развитию конкуренции.*

 В соответствии с соглашениями о взаимодействии с органами местного самоуправления Чеченской Республики, Министерством экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики проводились тренинги по вопросам проведения мониторингов, предусмотренных Стандартом.

 3.2.2. *Формирование рейтинга муниципальных образований по содействию развитию конкуренции и обеспечению условий для формирования благоприятного инвестиционного климата, предусматривающего систему поощрений.*

 В настоящее время ведется работа по сбору данных для подведения итогов рейтинга муниципальных образований Чеченской Республики, в том числе с учетом показателей по содействию развитию конкуренции.

 3.2.3. *Формирование коллегиального координационного или совещательного органа при высшем должностном лице субъекта
Российской Федерации по вопросам содействия развитию конкуренции.*

 В соответствии с Распоряжением № 30-рг создана рабочая группа по внедрению на территории Чеченской Республики Стандарта, в состав которой включены представители:

- Министерства экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики;

- Министерства финансов Чеченской Республики;

- Министерства имущественных и земельных отношений Чеченской Республики;

- Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Чеченской Республики;

- Министерства сельского хозяйства Чеченской Республики;

- Министерства труда, занятости и социального развития Чеченской Республики;

- Министерства транспорта и связи Чеченской Республики;

- Министерства промышленности и энергетики Чеченской Республики;

- Министерства по национальной политике, внешним связям, печати и информации;

- Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Чеченской Республики;

- Министерства образования и науки Чеченской Республики;

- Министерства здравоохранения Чеченской Республики;

- Государственного комитета по архитектуре и градостроительству Чеченской Республики;

- Комитета Правительства Чеченской Республики по малому бизнесу и предпринимательству;

- Государственного комитета цен и тарифов Чеченской Республики;

- органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Чеченской Республики;

- Академии наук Чеченской Республики;

- Грозненского государственного нефтяного технического университета им. академика М.Д. Миллионщикова;

- Управления Федерального казначейства по Чеченской Республике;

- Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чеченской Республике;

- Территориального органа Росимущества по Чеченской Республике;

- Управления Федеральной антимонопольной службы по Чеченской Республике;

- Торгово-промышленной палаты Чеченской Республики;

- Союза промышленников и предпринимателей Чеченской Республики;

- Президиума Чеченского регионального отделения Общероссийской общественной организации «Ассоциация молодых предпринимателей России»;

- ООО «ПТФ «Татаев»;

- ООО «Теплостройпроект-С»;

- ООО «Чеченские Минеральные Воды».

 3.3. *Проведение ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации с развернутой детализацией результатов, с указанием числовых значений и анализом информации в соответствии со Стандартом.*

3.3.1. *Результаты проведенного ежегодного мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта Российской Федерации и состоянием ценовой конкуренции.*

Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг включает в себя оценку их качества, цены и возможности выбора на товарных рынках региона.

В анкетировании приняли участие 265 человек.

Количество опрашиваемых потребителей было определено:

- не менее 15 человек (для муниципальных районов);

- не менее 20 человек (для городских округов).

В рамках исследования было опрошено 46% женщин и 54% мужчин.

Большинство респондентов принадлежит к социальной группе работающих - 63%; 11% являются пенсионерами, 10% - студентами, 16% - временно не работающими.

Таблица 1.

Структура респондентов по уровню дохода на одного члена семьи

|  |  |
| --- | --- |
| **Доход на одного члена семьи в месяц** | **Удельный вес респондентов** |
| До 10 тыс. рублей | 53% |
| От 10 до 20 тыс. рублей | 34% |
| От 20 до 30 тыс. рублей | 12% |
| От 30 до 45 тыс. рублей | 1% |
| Свыше 45 тыс. рублей | 0 |

Для 34% респондентов доход на одного члена семьи в месяц находится в диапазоне от 10 до 20 тыс. рублей, для 53% данный показатель находится ниже отметки в 10 тыс. рублей. Доход свыше 20 тыс. рублей в месяц на человека имеют менее 12% респондентов.

Большинство респондентов не удовлетворены уровнем цен и отмечают их рост (таблица 2).

Таблица 2.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности уровнем цен на товары, работы и услуги, %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Направление деятельности компании | Уровень цен | Изменение уровня цен |
| Удовлетворен | Когдакак | Не удовлетворен | Увеличился | Уменьшился | Не изменился |
| Продукты питания | 19% | 53% | 28% | 85% | 4% | 11% |
| Одежда/обувь | 18% | 51% | 31% | 83% | 5% | 12% |
| Мебель | 14% | 49% | 37% | 83% | 4% | 13% |
| Бытовая техника | 14% | 53% | 33% | 83% | 4% | 13% |
| Лекарственные препараты | 15% | 46% | 39% | 82% | 5% | 13% |
| Учреждения дошкольного образования | 33% | 39% | 28% | 67% | 9% | 24% |
| Учреждения детского отдыха и оздоровления | 16% | 39% | 45% | 55% | 2% | 43% |
| Учреждения дополнительного образования детей | 21% | 40% | 39% | 61% | 2% | 37% |
| Медицинские услуги | 18% | 42% | 40% | 70% | 5% | 25% |
| Услуги психолого­педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями | 16% | 36% | 48% | 57% | 6% | 37% |
| Услуги учреждений культуры | 32% | 44% | 24% | 58% | 5% | 37% |
| Общественный наземный транспорт(межмуниципальныемаршруты) | 30% | 40% | 30% | 67% | 7% | 26% |
| Услуги социального обслуживания населения | 28% | 47% | 25% | 63% | 5% | 32% |
| Интернет | 38% | 37% | 25% | 65% | 6% | 29% |
| Сотовая связь | 42% | 36% | 22% | 60% | 9% | 31% |
| Электроснабжение | 40% | 36% | 24% | 73% | 5% | 22% |
| Водоснабжение | 41% | 34% | 25% | 74% | 4% | 22% |
| Газоснабжение | 42% | 30% | 28% | 76% | 5% | 19% |

Многие респонденты не удовлетворены уровнем цен на продукты питания 28%, одежду и обувь 31%, мебель 37%, бытовую технику 33%, лекарственные препараты 39%, медицинские услуги 40%, услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями 48%.

Примерно в равном соотношении распределились мнения респондентов относительно удовлетворенности уровнем цен на услуги учреждений дошкольного образования, детского отдыха и оздоровления, дополнительного образования детей, услуги учреждений культуры, услуги социального обслуживания населения, общественный транспорт, водоснабжение, газоснабжение.

Выявлена достаточно высокая степень удовлетворения уровнем цен на газоснабжение 42%, сотовую связь 42%, водоснабжение 41%.

Значительная часть респондентов отмечают рост цен на всех исследуемых рынках за последние три года, в том числе 85% отмечают рост цен на продукты питания, 82% - на лекарственные препараты, 83% - на бытовую технику, 83% - на одежду и обувь, 83% - на мебель.

Примерно 67-76% респондентов отмечают рост цен на электроснабжение, водоснабжение, газоснабжение, медицинские услуги, общественный наземный транспорт (межмуниципальные маршруты), учреждения дошкольного образования.

55-65% респондентов отмечают рост цен на услуги учреждений детского отдыха и оздоровления, учреждений дополнительного профессионального образования и учреждений культуры, услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, социального обслуживания населения, интернет, сотовую связь. 26-43% респондентов полагают, что цены на данные услуги не изменились.

Значительная часть респондентов не всегда удовлетворены качеством приобретаемых товаров, работ и услуг и полагают, что их качество за последние три года не изменилось (таблица 3).

Таблица 3.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Направление деятельности компании | Качество | Изменение качества |
| Удовлетворен | Когда как | Не удовлетворен | Увеличился | Уменьшился | Не изменилось |
| Продукты питания | 36% | 52% | 12% | 47% | 11% | 42% |
| Одежда/обувь | 25% | 58% | 17% | 43% | 14% | 43% |
| Мебель | 35% | 46% | 19% | 46% | 13% | 41% |
| Бытовая техника | 34% | 47% | 19% | 46% | 12% | 42% |
| Лекарственные препараты | 26% | 54% | 20% | 36% | 14% | 50% |
| Учреждения дошкольного образования | 40% | 41% | 19% | 46% | 8% | 46% |
| Учреждения детского отдыха и оздоровления | 24% | 39% | 37% | 29% | 12% | 59% |
| Учреждения дополнительного образования детей | 32% | 44% | 24% | 42% | 11% | 47% |
| Медицинские услуги | 20% | 51% | 29% | 41% | 16% | 43% |
| Услуги психолого­педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями | 21% | 42% | 37% | 35% | 11% | 54% |
| Услуги учреждений культуры | 40% | 45% | 15% | 45% | 9% | 46% |
| Общественный наземный транспорт(межмуниципальныемаршруты) | 31% | 42% | 27% | 44% | 10% | 46% |
| Услуги социального обслуживания населения | 30% | 45% | 25% | 46% | 9% | 45% |
| Интернет | 35% | 44% | 21% | 51% | 8% | 41% |
| Сотовая связь | 44% | 39% | 17% | 52% | 8% | 40% |
| Электроснабжение | 41% | 35% | 24% | 43% | 9% | 48% |
| Водоснабжение | 40% | 33% | 27% | 37% | 15% | 48% |
| Газоснабжение | 48% | 36% | 16% | 40% | 11% | 49% |

Наиболее часто респонденты удовлетворены качеством услуг интернета 35%, продуктов питания 36%, учреждений дошкольного образования 40%, электроснабжения 41%, сотовой связи 44%, газоснабжения 48%.

Опрошенные потребители не всегда удовлетворены качеством учреждений детского отдыха и оздоровления 37%, услуг психолого - педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями 37%, услуг социального обслуживания населения 25%, общественного наземного транспорта 27%, медицинских услуг 29%, лекарственных препаратов 20%.

Большинство респондентов полагают, что качество товаров, работ и услуг за последние три года не изменилось. Часть респондентов считают, что снизилось качество продуктов питания, одежды и обуви, мебели, бытовой техники, лекарственных препаратов, услуг общественного наземного транспорта и медицинских услуг.

Согласно результатам мониторинга, численность организаций, предоставляющих населению региона товары, работы и услуги, не изменилась и остается либо малой, либо достаточной для удовлетворения потребностей населения (таблица 4).

Таблица 4.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Направление деятельности компании | Численность организаций | Изменение численность организаций |
| Много | Достаточно | Мало | Нетсовсем | Увеличился | Уменьшился | Не изменился |
| Продукты питания | 36% | 56% | 7% | 1% | 65% | 13% | 22% |
| Одежда/обувь | 27% | 46% | 19% | 8% | 56% | 16% | 28% |
| Мебель | 24% | 46% | 18% | 12% | 52% | 16% | 32% |
| Бытовая техника | 26% | 42% | 22% | 10% | 51% | 14% | 35% |
| Лекарственныепрепараты | 25% | 53% | 12% | 10% | 55% | 11% | 34% |
| Учреждениядошкольногообразования | 13% | 68% | 18% | 1% | 56% | 10% | 34% |
| Учреждения детского отдыха и оздоровления | 5% | 35% | 31% | 29% | 35% | 12% | 53% |
| Учреждения дополнительного образования детей | 7% | 45% | 30% | 18% | 47% | 14% | 39% |
| Медицинские услуги | 7% | 52% | 31% | 10% | 39% | 11% | 50% |
| Услуги психолого­педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями | 7% | 39% | 26% | 28% | 26% | 13% | 61% |
| Услуги учреждений культуры | 10% | 72% | 15% | 3% | 36% | 11% | 53% |
| Общественный наземный транспорт(межмуниципальныемаршруты) | 9% | 48% | 28% | 15% | 42% | 23% | 35% |
| Услуги социального обслуживания населения | 6% | 54% | 34% | 6% | 34% | 9% | 57% |
| Интернет | 15% | 55% | 30% | 0% | 44% | 11% | 45% |
| Сотовая связь | 20% | 62% | 18% | 0% | 44% | 10% | 46% |
| Электроснабжение | 9% | 65% | 25% | 1% | 30% | 9% | 61% |
| Водоснабжение | 8% | 59% | 26% | 7% | 32% | 8% | 60% |
| Газоснабжение | 8% | 69% | 15% | 8% | 29% | 11% | 60% |

По мнению опрошенных потребителей, за последние три года выросла численность организаций, предоставляющих продукты питания и лекарственные препараты, учреждений дошкольного образования, одежду и обувь. Численность иных организаций, предоставляющих указанные в таблице виды товаров, работ и услуг, по мнению большинства респондентов, оставалась стабильной.

Большинство респондентов признают достаточным количество организаций, предлагающих лекарственные препараты 53%, интернет 55%, продукты питания 56%, водоснабжения 59%, сотовой связи 62, электроснабжения 65%, услуги дошкольного образования 68%, газоснабжения 69%, учреждений культуры 72%.

Малым потребители признают количество организаций, которые занимаются детским отдыхом и оздоровлением.

По мнению 31% опрошенных потребителей в регионе мало организаций и учреждений, предоставляющих медицинские услуги, 31% опрошенных - мало организаций предоставляющих услуги детского отдыха и оздоровления и 30% опрошенных - организаций услуг дополнительного образования детей.

26% опрошенных считают, что организаций предоставляющих услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, мало, а 28% опрошенных отметили, что таковых нет совсем.

Многие респонденты не всегда удовлетворены возможностью выбора товаров, работ и услуг (таблица 5).

Таблица 5.

Распределение респондентов по степени удовлетворенности возможностью выбора товаров, работ и услуг, %

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Направление деятельности компании | Возможность выбора товаров, работ и услуг | Изменения выбора возможности товаров, работ и услуг |
| Удовлетворен | Когдакак | Не удовлетворен | Увеличился | Уменшился | Не изменился |
| Продукты питания | 45% | 44% | 11% | 66% | 8% | 26% |
| Одежда/обувь | 39% | 43% | 18% | 62% | 7% | 31% |
| Мебель | 40% | 40% | 20% | 61% | 8% | 31% |
| Бытовая техника | 41% | 38% | 21% | 57% | 11% | 32% |
| Лекарственные препараты | 43% | 43% | 14% | 62% | 6% | 32% |
| Учреждения дошкольного образования | 41% | 39% | 20% | 57% | 7% | 36% |
| Учреждения детского отдыха и оздоровления | 21% | 34% | 45% | 42% | 7% | 51% |
| Учреждения дополнительного образования детей | 32% | 37% | 31% | 51% | 8% | 42% |
| Медицинские услуги | 27% | 43% | 30% | 51% | 7% | 41% |
| Услуги психолого­педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями | 26% | 35% | 39% | 36% | 9% | 55% |
| Услуги учреждений культуры | 36% | 42% | 22% | 45% | 8% | 47% |
| Общественный наземный транспорт(межмуниципальныемаршруты) | 34% | 42% | 24% | 49% | 8% | 43% |
| Услуги социального обслуживания населения | 31% | 43% | 26% | 46% | 9% | 45% |
| Интернет | 37% | 38% | 25% | 55% | 8% | 37% |
| Сотовая связь | 42% | 36% | 22% | 55% | 6% | 39% |
| Электроснабжение | 40% | 39% | 21% | 46% | 8% | 46% |
| Водоснабжение | 40% | 32% | 28% | 45% | 7% | 48% |
| Газоснабжение | 45% | 35% | 20% | 46% | 7% | 47% |

Большинство респондентов удовлетворены или не всегда удовлетворены возможностью выбора продуктов питания, лекарственных препаратов, учреждений дошкольного образования, услуг социального обслуживания населения, интернета, сотовой связи, электроснабжения, водоснабжения, газоснабжения.

Многие из опрошенных потребителей не всегда удовлетворены или не удовлетворены возможностью выбора одежды и обуви, мебели, бытовой техники, учреждений детского отдыха и оздоровления, дополнительного образования детей, медицинских услуг, услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, услугами учреждений культуры и общественного транспорта.

Большинство респондентов убеждены, что возможность выбора товаров, работ и услуг за последние три года не изменилась, особенно на рынках дополнительного образования детей (42%), услуг социального обслуживания населения (45%), электроснабжения (46%), газоснабжения (47%) услуг учреждений культуры (47%), водоснабжения (48%), детского отдыха и оздоровления (51%), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (55%). 66% опрошенных потребителей считают, что увеличилась возможность выбора продуктов питания, (62%) считают, что увеличилась возможность выбора одежды и обуви, а также лекарственных препаратов.

Таким образом, по результатам проведенного мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Чеченской Республики, предложенный перечень товаров, работ и услуг можно разделить на три группы.

К первой группе относятся товары, работы и услуги, которые по цене, качеству и возможностью выбора преимущественно удовлетворяют потребителей, к которым можно отнести, услуги учреждений дошкольного образования, интернета, сотовой связи, электроснабжения, водоснабжения, газоснабжения.

Ко второй группе можно отнести товары, ценой, качеством и возможностью выбора которых потребители не всегда удовлетворены. В частности к ним относятся продукты питания и лекарственные препараты.

Третья группа состоит из товаров, работ и услуг, ценой, качеством и возможностью выбора которых потребители преимущественно не удовлетворены.

К таковым можно отнести:

- мебель;

- бытовую технику;

- услуги учреждений детского отдыха и образования;

- услуги учреждений дополнительного профессионального образования;

- медицинские услуги;

- услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями;

- услуги учреждений культуры;

- услуги общественного наземного транспорта;

- услуги социального обслуживания населения.

По итогам мониторинга стоит отметить, что, по мнению респондентов цены на товары, работы и услуги выросли, при этом качество и возможность выбора продукции, по их мнению, не изменились.

*3.3.2.Результаты проведенного ежегодного мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности.*

Мониторинг административных барьеров и конкурентной среды включает характеристику состояния конкурентной среды, уровня административных барьеров, оценку деятельности органов власти и деятельности естественных монополий представителями бизнес-сообщества.

Всего было опрошено 180 предпринимателей.

Количество опрашиваемых предпринимателей было определено:

- не менее 10 человек (для муниципальных районов);

- не менее 15 человек (для городских округов).

Более 90% опрошенных предпринимателей имеют численность сотрудников менее 15 человек (таблица 6). Численность сотрудников свыше 100 человек характерно для 1% респондентов.

Таблица 6.

Структура респондентов по численности сотрудников

|  |  |
| --- | --- |
| **Численность сотрудников** | **Удельный вес респондентов** |
| Менее 15 человек | 91% |
| От 16 до 100 человек | 8% |
| Более 100 человек | 1% |

Из 180 опрошенных представителей бизнес-сообщества около 97% имеют годовой оборот бизнеса, не превышающий 120 млн. рублей (таблица 7).

Таблица 7.

Структура респондентов по размеру годового оборота бизнеса

|  |  |
| --- | --- |
| **Годовой оборот бизнеса** | **Удельный вес респондентов** |
| До 120 млн. рублей | 97% |
| От 120 до 800 млн. рублей | 3% |
| От 800 до 2000 млн. рублей | 0 |
| От 2000 млн. рублей | 0 |

Более 34% респондентов осуществляют деятельность свыше 5 лет. 22% предпринимателей осуществляют деятельность менее 1 года (таблица 8).

Таблица 8.

Распределение респондентов по сроку осуществления деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| **Период осуществления деятельности** | **Удельный вес респондентов** |
| Менее 1 года | 22% |
| От 1 года до 5 лет | 44% |
| Более 5 лет | 34% |

В структуре респондентов по видам экономической деятельности преобладают розничная торговля, сельское и лесное хозяйство, оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), здравоохранение и предоставление социальных услуг, производство пищевых продуктов, обработка древесины и производство изделий из дерева, текстильное и швейное производство (таблица 9).

Таблица 9.

Структура респондентов по видам экономической деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид экономической деятельности** | **Удельный вес респондентов** |
| Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) | 42 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 19 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 3 |
| Производство пищевых продуктов, включая напитки и табак | 4 |
| Текстильное и швейное производство | 2 |
| Производство готовых металлических изделий | 2 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 4 |
| Строительство | 3 |
| Гостиницы и рестораны | 2 |
| Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) | 15 |
| Прочие виды экономической деятельности | 4 |

Структура респондентов по основным географическим рынкам представлена в таблице 10.

Таблица10.

Структура респондентов по размерам рынка

|  |  |
| --- | --- |
| **Географический рынок** | **Удельный вес респондентов** |
| Локальные рынки (рынки отдельных муниципальных образований) | 49 |
| Рынок Чеченской Республики | 47 |
| Рынок Российской Федерации | 2 |
| Рынки стран СНГ и дальнего зарубежья | 1 |

Из 180 респондентов около 47% осуществляют свою деятельность на рынке Чеченской Республики или рынках отдельных муниципальных образований (таблица 11). Немногим более 3% респондентов выходят на рынок Российской Федерации, рынки стран СНГ и дальнего зарубежья.

**Характеристика конкурентной среды на товарных рынках Чеченской Республики**

В ходе опроса представителям бизнес-сообщества было предложено оценить состояние конкуренции на товарных рынках Чеченской Республики изменение числа конкурентов за последние три года (таблица 11).

Таблица 11.

Распределение респондентов по оценке уровня конкуренции и изменения числа

конкурентов,%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид экономической деятельности** | **Состояние конкуренции** | **Число конкурентов** |
| **Высокий****уровень** | **Средний****уровень** | **Конкуренция****отсутствует** | **Увели****чилось** | **Умень****шилось** | **Не изменилось** |
| Всего | 41 | 56 | 3 | 74 | 11 | 15 |

Большинство респондентов оценивают уровень конкуренции на своем отраслевом рынке как средний 56% или высокий 41%.

Высокий уровень конкуренции, по мнению большинства опрошенных предпринимателей более 41%, присутствует в таких видах деятельности, как, розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг.

Низкий уровень конкуренции, по мнению респондентов, присутствует в обработке древесины и производстве изделий из дерева, производстве готовых металлических изделий, производстве электрооборудования, в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды. Состояние конкуренции в прочих видах экономической деятельности находится на среднем уровне.

Большинство респондентов 74% считают, что за последние три года число конкурентов выросло во многих видах экономической деятельности или не изменилось 15%.

Выросла конкуренция в розничной торговле (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), сельском и лесном хозяйстве, производстве пищевых продуктов, в текстильном и швейном производстве, в обработке древесины и производстве изделий из дерева, в производстве готовых металлических изделий, в производстве машин и оборудования, в строительстве, в торговле, в транспорте и связи, в операциях с недвижимостью и других видах деятельности.

Количество конкурентов преимущественно не изменилось в обработке древесины и производстве изделий из дерева, издательской и полиграфической деятельности, в производстве электрооборудования, в производстве электроэнергии, газа и воды и в предоставлении коммунальных услуг.

**Характеристика уровня административных барьеров и степени их преодолимости на товарных рынках Чеченской Республики**

Для оценки наличия (отсутствия) административных барьеров респондентам было предложено оценить, насколько преодолимы административные барьеры (таблица 12).

Таблица 12.

Распределение респондентов по оценке уровня административных барьеров и

степени их преодолимости, %

|  |  |
| --- | --- |
| **Административные барьеры** | **Удельный вес респондентов** |
| Есть непреодолимые административные барьеры | 8 |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат | 26 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат | 30 |
| Нет административных барьеров | 36 |

36% респондентов полагают, что административных барьеров при ведении предпринимательской деятельности нет.

Большинство респондентов полагают, что административные барьеры присутствуют, но их можно преодолеть при осуществлении значительных затрат 26% опрошенных или незначительных затрат 30% опрошенных.

Для выявления наиболее существенных административных барьеров респондентам было предложено выбрать из предложенных списков от одного до трех административных барьеров, с которыми они столкнулись при входе на рынок и от одного до трех административных барьеров, которые являются наиболее существенными при осуществлении предпринимательской деятельности.

Среди основных административных барьеров, с которыми респонденты столкнулись при входе на рынок, необходимо выделить трудности при регистрации предприятия - 14% опрошенных, предоставление земельных участков в аренду или в собственность - 14% опрошенных, получение лицензии 8% опрошенных, оформление проектной документации - 12% опрошенных, регистрация права собственности - 11% опрошенных, подключение к электрическим сетям - 8% опрошенных (Таблица 13).

Таблица 13.

Основные административные барьеры, с которыми столкнулись

респонденты при входе на рынок

|  |  |
| --- | --- |
| **Административные барьеры** | **Удельный вес респондентов** |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 29 |
| Нестабильность российского и регионального законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность | 4 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях**)** | 11 |
| Сложность/ затянутость процедуры получения лицензии | 8 |
| Высокие налоги | 46 |
| Необходимость установления партнерских отношении с органами власти | 1 |
| Ограничение/ сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий | 0 |
| Ограничение/ сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 1 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др**.** | 1 |
| Иные действия/ давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников | 3 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.) | 0 |
| Нет ограничений | 16 |

Средние и крупные предприятия в перечень основных барьеров, с которыми приходится столкнуться при входе на рынок, также включают перевод жилых помещений в нежилые, подключение к водоснабжению, сертификацию.

По мнению респондентов основными административными барьерами, с которыми они сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности, являются высокие налоги указали - 46% опрошенных, нестабильность российского законодательства - 4% опрошенных, сложность получения доступа к земельным участкам - 29% опрошенных, сложность/затянутость процедуры получения лицензии - 8% опрошенных (таблица 14).

Таблица 14.

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Административные барьеры** | **Удельный вес респондентов** |
| Высокие налоги | 46 |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 29 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 11 |

За последние три года, по мнению 15% респондентов уровень и количество административных барьеров, в целом, не изменились; 43% считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, 8% - барьеры стало преодолевать сложнее, чем раньше (таблица 15).

Таблица 15.

Распределение респондентов по оценке изменений уровня административных барьеров, %

|  |  |
| --- | --- |
| **Административные барьеры** | **Удельный вес респондентов** |
| Административные барьеры были полностью устранены | 10% |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 43% |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 15% |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 8% |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 5% |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 19% |

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

1. сроки получения услуг естественных монополий (таблица17);
2. сложность получения услуг естественных монополий (таблица18);
3. стоимость подключения (таблица 19).

Таблица 16.

Уровень оценки респондентами сроков получения услуг естественных

монополий, %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Водоснаб-****жение** | **Газоснаб****жение** | **Электроснаб-****жение** | **Теплоснаб-****жение** | **Телефонная****связь** |
| **Быстро** | 22 | 24 | 28 | 21 | 29 |
| **Скорее быстро** | 29 | 29 | 29 | 21 | 30 |
| **Скорее медленно** | 32 | 26 | 22 | 33 | 21 |
| **Медленно** | 17 | 21 | 21 | 25 | 20 |

По оценкам респондентов, наиболее быстро можно получить услуги телефонной связи (быстро и скорее быстро - 58% соответственно). Достаточно быстро можно получить услуги электроснабжения (быстро и очень быстро - 57% респондентов).

Разделились мнения респондентов относительно сроков получения услуг теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения - их можно получить как быстро, так и медленно.

Наиболее длительный срок требуется для получения услуг теплоснабжения Ответы «медленно» и «скорее медленно» дали 58% респондентов.

Таблица 17.

Уровень оценки респондентами сложности получения услуг естественных

монополий, %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Водоснаб-****жение** | **Газоснаб****жение** | **Электроснаб-****жение** | **Теплоснаб-****жение** | **Телефонная****связь** |
| **Низкая** | 23 | 20 | 19 | 25 | 27 |
| **Скорее****низкая** | 34 | 34 | 38 | 29 | 33 |
| **Скорее****высокая** | 27 | 23 | 21 | 27 | 21 |
| **Высокая** | 16 | 23 | 21 | 19 | 19 |

Уровень сложности получения услуг оценивается примерно в равном соотношении по видам естественных монополий.

По мнению респондентов, наиболее просто получить услуги телефонной связи (сложность низкая или скорее низкая - 60% респондентов), несколько сложнее услуги электроснабжения (сложность высокая или скорее высокая 42%), водоснабжения и водоотведения (сложность низкая или скорее низкая - 43% респондентов).

Наиболее высокая сложность получения услуг наблюдается в области теплоснабжения и газоснабжения (сложность высокая или скорее высокая - 46% и 46% респондентов соответственно).

Таблица 18.

Уровень оценки респондентами стоимости получения услуг естественных

монополий, %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Водоснаб-****жение** | **Газоснаб****жение** | **Электроснаб-****жение** | **Теплоснаб-****жение** | **Телефонная****связь** |
| **Низкая** | 19 | 14 | 13 | 16 | 19 |
| **Скорее****низкая** | 24 | 19 | 25 | 30 | 21 |
| **Скорее****высокая** | 40 | 29 | 33 | 28 | 29 |
| **Высокая** | 17 | 38 | 29 | 26 | 31 |

Большинство респондентов отмечают достаточно высокую стоимость получения услуг естественных монополий:

1. газоснабжения (высокая или скорее высокая - 67% респондентов);
2. электроснабжения (высокая или скорее высокая - 62% респондентов);
3. телефонной связи (высокая или скорее высокая - 60% респондентов)
4. водоснабжения и водоотведения (высокая или скорее высокая - 57% респондентов);
5. теплоснабжения (высокая или скорее высокая - 54% респондентов).

*3.3.3. Результаты проведенного ежегодного мониторинга удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации и деятельности по содействию развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации, размещаемой Уполномоченным органом и муниципальными образованиями.*

В ходе проведения анкетирования потребителям и представителям бизнеса было предложено оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды по трем показателям:

1. уровень доступности;
2. уровень понятности;
3. удобство получения.

По результатам анкетирования большинство потребителей 44-51% оценило уровень доступности, понятности и удобство получения информации о состоянии конкурентной среды как средний (рисунок 1).

Рисунок 1.

Результаты оценки потребителями уровня доступности, уровня понятности и удобства получения официальной информации о состоянии

конкурентной среды

Удовлетворительны уровнем доступности и понятности информации 40% и 39% респондентов соответственно; не удовлетворены 16% и 11%.

Удобством получения официальной информации о состоянии конкурентной среды: удовлетворены ее качеством 42% респондентов, не удовлетворены 10%.

Иначе оценивают качество официальной информации о состоянии конкурентной среды представители бизнеса (рисунок 2.).

Рисунок 2.

Результаты оценки предпринимателями уровня доступности, уровня
понятности и удобства получения официальной информации о состоянии

конкурентной среды

Уровнем доступности информации удовлетворены 48% респондентов, 47% оценивают уровень доступности официальной информации как средний.

Уровнем понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды удовлетворены 47% респондентов, 48% оценили уровень понятности как средний.

Удовлетворены удобством получения информации 43% опрошенных представителей бизнеса, 52% определили уровень удобства получения информации как средний.

Неудовлетворенность уровнем доступности, понятности и удобства получения информации о состоянии конкурентной среды не превышает 16%.

Таким образом, как у представителей бизнеса, так и у потребителей уровень неудовлетворенности качеством официальной информации находится на достаточно низком уровне. По оценкам респондентов, представителям бизнеса значительно проще получить информацию о состоянии конкурентной среды, нежели рядовым потребителям.

 3.4. *Утверждение перечня рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации, состоящего из перечня социально значимых рынков и перечня приоритетных рынков.*

 Перечень социально значимых и приоритетных рынков для содействия развитию конкуренции в Чеченской Республике утвержден распоряжением Главы Чеченской Республики от 5 мая 2016 года № 65-рг (<http://economy-chr.ru/wp-content/uploads/2016/07/95-%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BA%D0%B8-65-%D1%80%D0%B3.pdf>).

 *Перечень социально значимых рынков:*

1. Рынок услуг дошкольного образования включен в перечень в целях увеличения удельного веса численности детей частных дошкольных образовательных организацией в общей численности детей дошкольных образовательных организаций с 2,7% в 2016 году до 5,5% в 2018 году;

2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления включен в перечень в целях увеличения численности детей в возрасте от 7 до 17 лет, проживающих на территории Чеченской Республики, воспользовавшихся услугой по отдыху и оздоровлению, в том числе в лагерях с дневным пребыванием, палаточных лагерях, стационарно-оздоровительных лагерях труда и отдыха с 10% в 2016 году до 15% в 2018 году;

3. Рынок услуг дополнительного образования детей включен в перечень в целях увеличения численности детей и молодежи в возрасте от 5 до 18 лет, проживающих на территории Чеченской Республики и получающих образовательные услуги в сфере дополнительного образования в частных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по дополнительным образовательным программам с 1% в 2016 году до 5% в 2018 году;

4. Рынок медицинских услуг включен в перечень в целях увеличения доли затрат на медицинскую помощь по обязательному медицинскому страхованию, оказанную негосударственными (немуниципальными) медицинскими организациями, в общих расходах на выполнение территориальных программ обязательного медицинского страхования с 8,3% в 2016 году до 10% в 2018 году;

5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья включен в перечень в целях увеличения доли негосударственных (немуниципальных) организаций, оказывающих услуги ранней диагностики, социализации и реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья (в возрасте до 6 лет), в общем количестве организаций, оказывающих услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья с раннего детства на 1% процент в 2018 году;

6. Рынок услуг в сфере культуры включен в перечень в целях увеличения доли расходов бюджета, распределяемых на конкурсной основе, выделяемых на финансирование деятельности организаций всех форм собственности в сфере культуры с 15% в 2016 году до 20% в 2018 году;

7. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства включен в перечень в целях увеличения доли объектов жилищно-коммунального хозяйства муниципальных предприятий, осуществляющих неэффективное управление, переданных частным операторам на основе концессионных соглашений, в соответствии с графиками, актуализированными на основании проведенного анализа эффективности управления и установления показателя в 100%;

8. Рынок розничной торговли включен в перечень в целях увеличения доли оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли по формам торговли с 13,9% в 2016 году до 20% в 2018 году;

9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом включен в перечень в целях увеличения доли межмуниципальных маршрутов регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом, на которых осуществляются перевозки пассажиров негосударственными (немуниципальными) перевозчиками, в общем количестве межмуниципальных маршрутов регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в Чеченской Республике с 34% в 2016 году до 36% в 2018 году;

10. Рынок услуг связи включен в перечень в целях увеличения доли домохозяйств, имеющих возможность пользоваться услугами проводного или мобильного широкополосного доступа в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» на скорости не менее 1 Мбит/сек., предоставляемыми не менее чем 2 операторами связи с 57% в 2016 году до 80% в 2018 году;

11. Рынок услуг социального обслуживания населения включен в перечень в целях увеличения удельного веса учреждений социального обслуживания, основанных на иных формах собственности, в общем количестве учреждений социального обслуживания всех форм собственности с 3% в 2016 году до 7% в 2018 году.

 *Перечень приоритетных рынков:*

 1. Рынок агропромышленного комплекса включен в перечень в целях увеличения количества крестьянских (фермерских) хозяйств начинающих фермеров, осуществляющих проекты создания и развития хозяйств с помощью государственной поддержки с 64 в 2016 году до 71 в 2018 году;

 2. Рынок строительных материалов включен в перечень в целях увеличения производства цемента с 433 тыс. тонн в 2016 году до 467 тыс. тонн в 2018 году, кирпича (строительного) с 57,5 млн. шт. в 2016 году до 60,3 млн. шт. в 2018 году, ж/б изделий с 32,3 тыс. куб. м. в 2016 году до 37,2 тыс. куб. м. в 2018 году и инертных материалов с 162,1 тыс. куб. м. в 2016 году до 200,5 тыс. куб. м. в 2018 году.

 3.5. *Утверждение плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации, подготовленного в соответствии с положениями Стандарта.*

 В соответствии с разделом V Стандарта план мероприятий
(«дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в
Чеченской Республике на 2017-2018 годы утвержден распоряжением Главы Чеченской Республики от 6 февраля 2017 года № 37-рг (далее – Дорожная карта) (<https://apchr.ru/normativnye-akty/rasporyazheniya-glavy-chechenskoy-respubliki-2016/1437-1437-ot-110316.html>).

 3.6. *Подготовка ежегодного доклада о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации, подготовленного в соответствии с положениями Стандарта.*

 Ежегодный доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Чеченской Республики размещен на официальном сайте Министерства экономического, территориального развития и торговли Чеченской Республики (<http://economy-chr.ru/?p=57155>).

 3.7. *Создание и реализация механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественным монополий.*

 3.7.1. *Сведения о наличии межотраслевого совета потребителей при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации.*

 Межотраслевой совет потребителей по вопросам деятельности субъектов естественных монополий при Главе Чеченской Республики утвержден Указом Главы Чеченской Республики от 26 сентября 2014 года
№ 146 (<http://docs.cntd.ru/document/430606539>).

 3.7.2. *Внедрение и применение механизма технологического и ценового аудита инвестиционных проектов субъектов естественных монополий.*

 Постановление Правительства Чеченской Республики от 8 июля 2017 года № 171 «Об утверждении Положения о проведении публичного технологического и ценового аудита крупных инвестиционных проектов с государственным участием Чеченской Республики» (<https://www.apchr.ru/normativnye-akty/postanovleniya-pravitelstva-2017/3405-171-ot-04072017-ob-utverzhdenii-polozheniya-o-provedenii-publichnogo-tehnologicheskogo-i-cenovogo-audita-krupnyh-investicionnyh-proektov-s-gosudarstvennym-uchastiem-chechenskoy-respubliki.html>)

 3.7.3. *Повышение прозрачности деятельности субъектов естественных монополий в субъекте Российской Федерации.*

 На территории Чеченской Республики осуществляют деятельность следующие субъекты естественных монополий:

- ФГУП "Вайнахавиа";

- ФГУП "Электросвязь";

- АО "Грозэнерго";

- ОАО «Чеченэнерго»;

- ОАО «Межрайонная энергетическая компания».

 В Дорожной карте содержатся мероприятия направленные на содействие развитию конкуренции путем раскрытия информации, повышающей прозрачность деятельности субъектов естественных монополий (Раздел 7, подраздел 7.2, позиции 14-17).

 Информация, рекомендуемая в соответствии с пунктом 57 Стандарта к размещению субъектами естественных монополий в сети «Интернет», анализом официальных сайтов указанных субъектов не выявлена.

 **Раздел 4. Сведения о достижении целевых значений контрольных показателей эффективности, установленных в плане мероприятий («дорожной карте») по содействию развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации.**

|  |
| --- |
| **Рынок услуг дошкольного образования** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Наименование целевого показателя | единица измерения | 2015 г. (факт) | 2016 г. | 2017 г.(план) | 2017 г.(факт) | 2018 г. |
| Удельный вес численности детей частных дошкольных образовательных организаций в общей численности детей дошкольных образовательных организаций | процент | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 5,5 |
| **Рынок услуг детского отдыха и оздоровления** |
| Численность детей в возрасте от 7 до 17 лет, проживающих на территории Чеченской Республики, воспользовавшихся услугой по отдыху и оздоровлению, в том числе в лагерях с дневным пребыванием, палаточных лагерях, стационарно-оздоровительных лагерях труда и отдыха |  | 7 | 10 | 13 | 9 | 15 |
| **Рынок услуг дополнительного образования детей** |
| Увеличение численности детей и молодежи в возрасте от 5 до 18 лет, проживающих на территории Чеченской Республики и получающих образовательные услуги в сфере дополнительного образования в частных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по дополнительным общеобразовательным программам |  | 0,9 | 1 | 3 | 3,9 | 5 |
| **Рынок медицинских услуг** |
| Доля затрат на медицинскую помощь по обязательному медицинскому страхованию, оказанную негосударственными (немуниципальными) медицинскими организациями, в общих расходах на выполнение территориальных программ обязательного медицинского страхования |  | 5,9 | 8,3 | 9 | 9 | 10 |
| **Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства** |
| Доля управляющих организаций, получивших лицензии на осуществление деятельности по управлению многоквартирными домами |  | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Наличие «горячей телефонной линии», а также электронной формы обратной связи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (с возможностью прикрепления файлов фото- и видеосъемки) | да/нет | да | да | да | да | да |
| Объем информации, раскрываемой в соответствии с требованиями государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства, об отрасли жилищно-коммунального хозяйства Чеченской Республики |  |  | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Реализация утвержденного комплекса мер по развитию жилищно-коммунального хозяйства Чеченской Республики, предусматривающего реализацию законодательства Российской Федерации, решений Президента Российской Федерации и решений Правительства Российской Федерации в сфере жилищно-коммунального хозяйства в соответствии с пунктом 9.11 части 1 статьи 14 Федерального закона от 21 июля 2007 года № 185-ФЗ «О фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства» | да/нет |  | да | да | да | да |
| **Рынок розничной торговли** |
| Доля оборота розничной торговли, осуществляемой на розничных рынках и ярмарках, в структуре оборота розничной торговли по формам торговли |  | 8,9 | 13,9 | 18,9 | 4,4 | 20 |
| Доля хозяйствующих субъектов в общем числе опрошенных, считающих, что состояние конкурентной среды в розничной торговле улучшилось за истекший год |  |  | 15 | 15 | 20 | 15 |
| Доля хозяйствующих субъектов в общем числе опрошенных, считающих, что антиконкурентных действий органов государственной власти и местного самоуправления в сфере розничной торговли стало меньше за истекший год |  |  | 15 | 15 | 15 | 15 |
| Доля оборота магазинов шаговой доступности (магазинов у дома) в структуре оборота розничной торговли по формам торговли (в фактически действовавших ценах) в муниципальных образованиях Чеченской Республики |  | 17 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Доля негосударственных аптечных организаций, осуществляющих розничную торговлю фармацевтической продукцией, в общем количестве аптечных организаций, осуществляющих розничную торговлю фармацевтической продукцией |  | 87,9 | 90 | 90 | 88,35 | 90 |
| **Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом** |
| Доля негосударственных (немуниципальных) перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в общем количестве перевозчиков на межмуниципальных маршрутах регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в Чеченской Республике |  | 80,0 | 80,0 | 80,0 | 80,0 | 81,0 |
| Доля межмуниципальных маршрутов регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом, на которых осуществляются перевозки пассажиров негосударственными (немуниципальными) перевозчиками, в общем количестве межмуниципальных маршрутов регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в Чеченской Республике |  | 24,0 | 34,0 | 35,0 | 35,0 | 36,0 |
| Доля рейсов по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом, осуществляемых негосударственными (немуниципальными) перевозчиками, в общем количестве рейсов по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок пассажиров наземным транспортом в Чеченской Республике |  | 11,3 | 11,6 | 11,9 | 11,9 | 12,0 |
| **Рынок услуг связи** |
| Доля домохозяйств, имеющих возможность пользоваться услугами проводного или мобильного широкополосного доступа в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» на скорости не менее 1 Мбит/сек., предоставляемыми не менее чем 2 операторами связи |  | 53 | 57 | 70 | 70 | 80 |
| **Рынок услуг социального обслуживания населения** |
| Удельный вес учреждений социального обслуживания, основанных на иных формах собственности, в общем количестве учреждений социального обслуживания всех форм собственности |  |  | 3 | 5 | 7 | 7 |
| **Рынок агропромышленного комплекса** |
| Количество крестьянских (фермерских) хозяйств начинающих фермеров, осуществляющих проекты создания и развития хозяйств с помощью государственной поддержки | ед. | 100 | 64 | 68 | 51 | 71 |
| Количество построенных или реконструированных семейных животноводческих ферм | ед. | 10 | 5 | 6 | 14 | 6 |
| Индекс производства продукции сельского хозяйства всех категорий хозяйств |  | 105,9 | 103,0 | 103,0 | 101,2 | 103,0 |
| **Рынок строительных материалов** |
| Производство цемента | тыс. тонн | 383,3 | 433 | 455 | 452 | 467 |
| Производство кирпича (строительного) | млн. шт. | 55,8 | 57,5 | 58,2 | 77,4 | 60,3 |
| Производство ж/б изделий | тыс. куб. м. | 29,86 | 32,3 | 34,5 | 11,6 | 37,2 |
| Производство инертных материалов | тыс. куб. м. | 118,8 | 162,1 | 185,1 | 188,0 | 200,5 |

**Раздел 5. Дополнительные комментарии со стороны субъекта Российской Федерации («обратная связь»).**

Предложения отсутствуют.