

Управление по конкурентной  
политике

# Внедрение Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации: опыт регионов и лучшие практики

Информационная записка

август 2014



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

---

*С целью взаимного обмена опытом между регионами, внедряющими Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации (далее – Стандарт), и выявления лучших практик 6 августа 2014 г.*

*Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации совместно с ФАС России был проведен круглый стол «Стандарт развития конкуренции в регионах: обмен опытом и лучшими практиками». В ходе круглого стола представители ФАС России, Минэкономразвития России и АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», а также органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации обсудили практические подходы регионов по реализации Стандарта. Российские регионы были представлены Республикой Мордовия, Хабаровским краем, Чукотским автономным округом, Астраханской, Вологодской, Магаданской, Московской, Нижегородской, Орловской, Саратовской, Тульской, Тюменской, Ульяновской и Ярославской областями.*

*В ходе обсуждения были затронуты, в том числе, вопросы формирования перечня приоритетных и социально значимых рынков для развития конкуренции в регионах, определения целевых показателей развития конкуренции на этих рынках, а также взаимодействия региональных органов власти при реализации Стандарта. В данном материале представлено обобщение опыта регионов по данным вопросам, а также по иным проблемам внедрения Стандарта.*

## Оглавление

Предварительное обсуждение внедрения Стандарта: нулевой этап .....	4
Разработка поэтапного плана внедрения Стандарта и разработки региональной «дорожной карты» .....	5
Разработка отраслевых «дорожных карт» .....	5
Внедрение Стандарта на муниципальном уровне. Типовая муниципальная «дорожная карта» .....	6
Формирование коллегиального органа и рабочих групп .....	7
Отбор приоритетных и социально значимых рынков региона .....	8
Объективные данные .....	8
Субъективные данные .....	9
Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона .....	10
Целевые показатели на региональных рынках .....	11
Организация межведомственного взаимодействия .....	11
Системные мероприятия по оптимизации процедур государственных закупок .....	12
Организация механизма общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий .....	13
Вопросы внедрения Стандарта и разъяснения к ним .....	14
Приложение 1. Состав Коллегиального органа в регионах, внедряющих Стандарт .....	19
Приложение 2. Источники объективных данных для определения приоритетных и социально значимых рынков .....	21
Приложение 3. Предварительный перечень приоритетных и социально значимых рынков .....	23
Приложение 4. Подходы регионов к установлению целевых показателей на приоритетных и социально значимых рынках .....	24

## Предварительное обсуждение внедрения Стандарта: нулевой этап

Согласно Введению к Стандарту деятельность всех участников процесса содействия развитию конкуренции на региональных рынках должна основываться на осуществлении обратной связи с потребителями и другими заинтересованными сторонами, а также на принципе открытости и доступности для них информации о системе мер, процедурах и решениях, направленных на поддержание конкуренции.

Для того чтобы процесс внедрения Стандарта как можно в большей степени соответствовал указанным принципам, прежде чем приступить непосредственно к его реализации, Нижегородское УФАС России провело ряд дискуссионных совещаний и круглых столов с участием представителей органов власти как субъектного, так и муниципального уровня. В данных обсуждениях также принимали участие региональный представитель АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» и представители НП «Содействие развитию конкуренции», Всероссийского совета местного самоуправления, «ОПОРЫ РОССИИ» и «Деловой России». Проведение таких дискуссий помогло выявить и свести воедино взгляды различных участников процесса содействия развитию конкуренции в регионе на внедрение Стандарта, определить круг проблем, которые они выделяют.

Вопрос внедрения Стандарта на уровне субъекта затрагивался также на внутренних обсуждениях территориальных управлений ФАС России — в рамках 4 заседаний Совета руководителей территориальных органов ФАС России в Приволжском федеральном округе. Участники заседаний представляли свои идеи и предложения по внедрению Стандарта, что также способствовало формированию единого подхода к содействию развитию конкуренции на региональных рынках и согласованию позиций между различными участниками данного процесса.

Подобный подход был использован в Республике Татарстан, однако масштабы его применения ограничивались проведением рабочих совещаний сотрудников Министерства экономики Республики Татарстан, в ходе которых рассматривались порядок реализации и требования Стандарта, а также концепция проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на региональных рынках.

В связи с тем, что модель «подготовительных» совещаний оказалась рабочей и полезной для содействия развитию конкуренции в регионах, субъектам рекомендуется применять ее при реализации положений Стандарта.

Кроме того, на начальном этапе внедрения Стандарта в целях соблюдения принципа открытости при реализации его положений во многих регионах были приняты решения

о создании общественных советов для обсуждения предложений и идей по внедрению Стандарта. Так, в Нижегородской области таким советом стал действующий Общественно-консультативный совет при Нижегородском УФАС России.

### Разработка поэтапного плана внедрения Стандарта и разработки региональной «дорожной карты»

Для того чтобы структурировать и упорядочить процесс внедрения Стандарта, целесообразно составлять поэтапный план его внедрения на территории субъекта Российской Федерации. Опыт создания такого плана имеют [Хабаровский край](#); Республика Татарстан, где он был разработан по итогам рабочих совещаний в Министерстве экономики Республики Татарстан; и Нижегородская область, где его подготовка была инициирована Правительством Нижегородской области.

В Ярославской области также был разработан поэтапный план подготовки «дорожной карты» региона, в соответствии с положениями которого планируется разделить региональную «дорожную карту» на две части: общеадминистративную (включающую в себя, в том числе, введение процедур по организации взаимодействия региональных органов исполнительной власти с предприятиями) и отраслевую (содержащую в себе планы по развитию конкуренции в отдельных отраслях региона).

### Разработка отраслевых «дорожных карт»

В рамках разработки «дорожной карты» по внедрению Стандарта на региональном уровне возможна разработка или корректировка (если они уже имеются) нескольких отраслевых «дорожных карт». Отметим отдельно, что замена единой региональной «дорожной карты» отраслевыми планами развития конкуренции не допускается.

Отраслевые «дорожные карты», в отличие от регионального плана развития конкуренции (региональная «дорожная карта»), представляют собой комплекс мер, реализация которых необходима для развития конкуренции на конкретном рынке, и могут быть более гибкими к изменениям документами. Так, в «дорожную карту» региона, утвержденную главой региона, сложнее и сравнительно дольше вносить какие-либо изменения и корректировки, чем в планы развития конкуренции для отдельных отраслей или рынков.

В настоящее время практика разработки отраслевых «дорожных карт» применяется Хабаровским краем, где данные планы разрабатываются отраслевыми министерствами главным образом для социально значимых рынков. В дальнейшем данный подход также планируется использовать в Ульяновской области.

## Внедрение Стандарта на муниципальном уровне. Типовая муниципальная «дорожная карта»

Внедрение Стандарта может осуществляться не только на региональном, но и на муниципальном уровне. Так, представители муниципалитетов могут не только участвовать в рабочих органах по реализации Стандарта, но и развивать конкуренцию в муниципальных образованиях посредством разработки и внедрения типовой муниципальной «дорожной карты». Рассмотрим пример Нижегородской области, где уже разработан проект типового плана развития конкуренции на муниципальном уровне. Он был составлен на основе результатов обсуждений между представителями Нижегородского УФАС России, местных органов самоуправления, «ОПОРЫ РОССИИ» и «Деловой России», проводимых более чем в десяти муниципалитетах. В типовую «дорожную карту» были включены некоторые положения Стандарта, необходимые для ее реализации на муниципальном уровне. Так, например, типовая муниципальная «дорожная карта» предусматривает определение уполномоченного органа по развитию конкуренции, создание коллегиального органа муниципального образования по развитию конкуренции, развитие конкуренции при осуществлении закупок органами местного самоуправления и контролируемые обществами. Кроме того, как и положения Стандарта, типовая план развития конкуренции предусматривает подготовку итогового ежегодного отчета о состоянии и развитии конкуренции на территории муниципалитета. Что касается приоритетных рынков, то в отношении их перечня муниципалитетам также предоставляется полная свобода, так как не существует ни ограничений этого перечня, ни рынков, которые в обязательном порядке должны быть в него включены, либо коррелировать с теми рынками, что были отобраны региональными органами власти.

Вместе с тем, типовая «дорожная карта» содержит некоторые дополнительные мероприятия, которые прямо не предусмотрены требованиями Стандарта, но способствуют повышению уровня открытости и прозрачности деятельности по развитию конкуренции. К таким мероприятиям относится, в частности, организация дополнительных открытых координационных совещаний, действующих на постоянной основе и способствующих взаимодействию уполномоченного органа с заинтересованными сторонами и с лицами, чья деятельность оказывает существенное влияние на состояние конкуренции на территории муниципалитета. Кроме того, типовым планом предусматривается не только общественный контроль за деятельностью естественных монополий на территории муниципалитета, но и общественные обсуждения закупок для нужд органов местного самоуправления и постоянные консультации с общественностью по вопросам развития конкуренции, а

также разработка «белой книги развития конкуренции на территории муниципального образования».

По мнению экспертов, использование типовой муниципальной «дорожной карты», с одной стороны, может позволить более доступно раскрыть цель и методологию внедрения Стандарта для органов местного самоуправления, а, с другой стороны, стимулировать муниципалитеты к конкуренции за привлечение бизнеса на свою территорию. В настоящее время как минимум один крупный муниципалитет Нижегородской области в инициативном порядке принял решение использовать данный план в качестве основы для внедрения Стандарта, а сам проект типовой муниципальной «дорожной карты» находится в процессе обсуждения и принятия решения о его дальнейшем применении.

## Формирование коллегиального органа и рабочих групп

### *Коллегиальный орган*

В соответствии с положениями Требования 2 Стандарта для содействия развития конкуренции при высшем должностном лице субъекта Российской Федерации должен быть создан коллегиальный координационный и совещательный орган (далее — Коллегиальный орган). Пункт 3 Требования 2 Стандарта устанавливает основные принципы формирования данного органа, в том числе включение в его состав руководителей органов исполнительной власти, в функции которых входит содействие развитию конкуренции в регионе, а также представителей общественных организаций, выражающих интересы предпринимателей и потребителей товаров и услуг.

Вместе с тем, в ходе семинара [«Внедрение стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»](#), состоявшегося 2 июля 2014 г., было рекомендовано дополнительно включить в состав Коллегиального органа представителей научного сообщества, муниципалитетов, предпринимательских и иных организаций. Данная информация содержится в [«Разъяснениях по вопросам внедрения Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»](#) (далее также — Разъяснения), подготовленных по итогам семинара. Для учета опыта регионов, приступивших к внедрению Стандарта, по данному вопросу в приложении 1 к данной записке представлена обобщенная информация о составе их коллегиальных органов.

### *Рабочие группы*

Для организации процесса реализации положений Стандарта некоторые регионы приняли решение в дополнение к Коллегиальному органу организовать рабочие группы по внедрению Стандарта. В частности, в Хабаровском крае была создана [рабочая](#)

[группа по внедрению на территории Хабаровского края Стандарта](#), в состав которой вошли, в том числе, представители профильных министерств, территориального УФАС России, «ОПОРЫ РОССИИ».

В Ярославской области для повышения эффективности внедрения Стандарта было организовано [несколько рабочих групп](#), выделенных по принципу социально значимых рынков, для которых они были созданы. В частности, были сформированы рабочие группы для рынков:

- услуг перевозок пассажиров наземным транспортом;
- медицинских услуг, розничной торговли фармацевтической продукцией;
- розничной торговли;
- услуг дошкольного образования.

Отдельно была создана рабочая группа для реализации Стандарта на рынках, относящихся к перерабатывающей промышленности, и организованы группы при Департаменте имущественных и земельных отношений и Департаменте государственного заказа Ярославской области для реализации системных мероприятий, предусмотренных пунктом 4 Требования 4 Стандарта.

## Отбор приоритетных и социально значимых рынков региона

### *Объективные данные*

Согласно положениям Требования 3 Стандарта высшим должностным лицом субъекта Российской Федерации утверждается перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в субъекте Российской Федерации. Таким образом, одним из наиболее важных вопросов при реализации Стандарта на региональном уровне является вопрос выбора оптимального подхода для формирования данного перечня.

Как правило, все регионы принимают решение о включении рынков в состав приоритетных и социально значимых на основе предварительных результатов исследования и/или первичного мониторинга региональных рынков. Вместе с тем, опыт субъектов, уже приступивших к реализации Стандарта на своей территории, позволяет выделить три более детализированных подхода к получению объективных данных для принятия решения: по результатам обращений в территориальное УФАС России, по результатам обращений в иные государственные службы (приемные Президента Российской Федерации, Роспотребнадзор и др.), на основе макроэкономических показателей. Подробная информация о регионах, использующих



данные подходы, и применяемых ими критериях представлена в приложении 2 к данной информационной записке.

Перечень рынков (отраслей в случае Ярославской области), **предварительно** выбранных регионами в качестве приоритетных или социально значимых помимо обязательного перечня, указанного в приложении № 1 к Стандарту, представлен в приложении 3 к данной информационной записке.

### **Субъективные данные**

В соответствии с положениями пункта 7 Требования 3 Стандарта формирование перечня приоритетных и социально значимых рынков региона может осуществляться, в том числе, на основе результатов мониторинга административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности, а также мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на товарном рынке. При этом мониторинг этих субъективных показателей может осуществляться посредством опроса хозяйствующих субъектов и потребителей.

Как ранее указывалось в [Разъяснениях](#), применение опросных методик для проведения мониторинга является достаточно затратным мероприятием. В связи с этим рекомендовалось организовать взаимодействие органов исполнительной власти с «ОПОРОЙ РОССИИ» и «Деловой Россией», которые в рамках своей деятельности проводят опросы хозяйствующих субъектов. Именно этот подход был выбран, в частности, в Саратовской области.

Вместе с тем, при разработке единой методологии мониторинга дорогостоящим является только начальный этап — разработка и первичное применение механизма опроса; последующие регулярные оценки удовлетворенности предприятий и потребителей состоянием конкуренции на региональных рынках с применением уже существующего механизма опроса будут требовать меньше финансирования. В связи с этим некоторые регионы готовы проводить опросы хозяйствующих субъектов и физических лиц и уже предприняли некоторые меры для разработки единого подхода для регулярного мониторинга субъективных показателей состояния и развития конкурентной среды на товарных рынках региона. К таким регионам относятся Нижегородская и Ярославская области и Хабаровский край.

Нижегородское УФАС России при сотрудничестве с научным сообществом разработали проект анкеты для проведения социологических опросов, позволяющих оценить удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг, удовлетворенность деятельностью органов исполнительной власти в части развития конкуренции на социально значимых товарных рынках, оценить уровень

административных барьеров. В настоящий момент проект данной анкеты находится в процессе доработки.

В Хабаровском крае также были разработаны [универсальные анкеты](#) для потребителей товаров и услуг и для предпринимателей, осуществляющих хозяйственную деятельность в регионе. В настоящее время уже получены результаты первичного опроса, которые, помимо других критериев, были использованы для определения приоритетных и социально значимых рынков.

В Ярославской области была разработана анкета, направленная впоследствии предприятиям региона для получения оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности. В настоящее время продолжается процесс опроса хозяйствующих субъектов.

Регулярный сбор данных позволит в дальнейшем провести анализ динамики показателей и оценить эффективность деятельности исполнительных органов власти по содействию развитию конкуренции на региональных рынках. Такой подход планируется применять в Нижегородской области.

## Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона

В соответствии с положениями пункта 1 Требования 5 Стандарта уполномоченный орган исполнительной власти субъекта по содействию развитию конкуренции в регионе должен ежегодно организовывать проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на продуктовых рынках. Этот мониторинг должен включать в себя не только субъективные показатели оценки состояния конкуренции и удовлетворенности хозяйствующих субъектов и потребителей товаров и услуг, но также оценки открытости и доступности информации на региональных рынках и анализ деятельности субъектов естественных монополий локального и регионального уровня. В связи с этим некоторые регионы уже приступили к подготовке и проведению исследования рынков. Зачастую по результатам первых исследований планируется сформировать перечень приоритетных и социально значимых рынков.

В некоторых регионах органы исполнительной власти намерены самостоятельно проводить исследования рынков. В качестве примера можно выделить Ярославскую область, где мониторинг региональных рынков планируется проводить в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденном Приказом ФАС России № 220 от 28 апреля 2010 г. Вместе с тем, в некоторых регионах, таких как Республика Татарстан и Хабаровский край, принято

решение проводить мониторинг с привлечением сторонних организаций, для которых региональные органы исполнительной власти разработали специальные технические задания.

## Целевые показатели на региональных рынках

В соответствии с положениями пункта 2 Требования 3 Стандарта при формировании перечня приоритетных и социально значимых рынков региона необходимо также выбрать и обосновать соответствующие целевые показатели на этих рынках. Субъектам предоставлена полная свобода в отношении установления целевых показателей на своих рынках, но во многих субъектах возникли сложности с выбором этих показателей.

В рамках прошедших обсуждений было предложено несколько возможных методов выбора целевых показателей, которые были предложены регионами и которые отчасти уже были использованы ими, внедряющими положения Стандарта. К этим методам относятся:

- установление «двуединых» показателей, реализация которых приводит к достижению одновременно двух целей: снижение концентрации на продуктовом рынке (с точки зрения непосредственно антимонопольного законодательства), а также решение определенной социальной проблемы;
- замена показателей, которые затруднительно рассчитать, на доступные числовые показатели;
- применение субъективных показателей (опросы);
- использование показателей, устанавливаемых Всемирным Банком «Doing Business» в части оценки легкости подключения к сетям;
- определение целевых показателей на основе результатов мониторинга, проведенного в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным Приказом ФАС России № 220 от 28 апреля 2010 г.

Подробное описание примеров использования указанных методик с указанием региона, где эти методики предлагались, представлено в приложении 4 к данному материалу.

## Организация межведомственного взаимодействия

При внедрении Стандарта было выявлено, что у непосредственных участников данного процесса складывается различное понимание положений Стандарта и подходов к их реализации. В частности, различия в трактовках этих положений возникают как у

органов исполнительной власти субъектов между собой, так и при их сотрудничестве с органами местного самоуправления.

Обеспечение взаимодействия региональных органов может быть организовано путем включения в состав отраслевых рабочих групп представителей региональных органов исполнительной власти, непосредственно осуществляющих внедрение Стандарта, совместно с представителями территориальных отделений федеральных органов исполнительной власти и соответствующих ведомств. Такой подход планируется применять в Орловской области.

Что касается сотрудничества региональных органов исполнительной власти с органами местного самоуправления, то согласно пояснениям представителей АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», их взаимодействие заключается в том, что последние фактически являются соисполнителями различных частей общего регионального плана развития конкуренции. Именно для этого, а также для выработки единой согласованной позиции при формировании и, впоследствии, принятия решений, представители органов местного самоуправления должны входить в состав коллегиального координационного и совещательного органа. В свою очередь, органы исполнительной власти совместно с коллегиальным координационным и совещательным органом разрабатывают региональную «дорожную карту», и в ее рамках отраслевые ведомства разрабатывают (или корректируют, если они уже есть) собственные ведомственные планы по достижению целевых показателей на соответствующих продуктовых рынках. Таким образом было организовано взаимодействие органов власти в Нижегородской области. Несмотря на уже имеющиеся отраслевые «дорожные карты», приоритетным документом был признан Стандарт. Таким образом, планы отраслевых ведомств были адаптированы непосредственно под положения Стандарта.

## Системные мероприятия по оптимизации процедур государственных закупок

Согласно положениям подпункта «а» пункта 4 Требования 4 Стандарта «дорожная карта» по содействию развитию конкуренции в регионе должна предусматривать проведение системных мероприятий, направленных на оптимизацию процедур государственных закупок.

Реализация данных положений в части устранения (снижения) случаев применения способа закупки «у единственного поставщика» может быть осуществлена на основе опыта г. Москвы, где на электронной площадке Департамента города Москвы по конкурентной политике был организован портал [«Московские торги»](#). Данный портал

позволяет субъектам малого и среднего бизнеса осуществлять поиск подходящих для них торгов и аукционов среди доступных в настоящий момент и принимать в них участие. Таким образом, из общего массива закупочных аукционов будут выделены торги, за счет которых может осуществляться развитие малого и среднего бизнеса в регионе. В настоящее время возможность реализации подобных мер рассматривается в Нижегородской и Ярославской областях. Иными словами, роста числа участников торгов планируется достигать посредством повышения информированности участников рынка о проведении конкурсов.

Вместе с тем, как продемонстрировал опыт Московской области, в некоторых случаях сложности с реализацией положений Требования 4 Стандарта могут возникнуть из-за недостатка как у государственных и муниципальных унитарных предприятий (МУПов и ГУПов), так и у сотрудников муниципальных органов власти опыта работы с федеральными законами 223-ФЗ от 18 июля 2011 г. «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и 44-ФЗ от 5 апреля 2013 г. «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». С целью разрешить данные затруднения в Московской области для МУПов, ГУПов и сотрудников муниципальных органов власти было организовано специальное консультативное обучение работе с положениями этих законов. Кроме того, постановлением Правительства Московской области было утверждено отдельное типовое положение «О закупке товаров, работ, услуг», регулирующее отношения организаций в сфере закупок товаров, работ, услуг в данном регионе.

### Организация механизма общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий

В соответствии с положениями Требования 6 Стандарта органы исполнительной власти субъекта должны обеспечить общественный контроль как за деятельностью субъектов естественных монополий, так и за органами исполнительной власти, осуществляющими регулирование этой деятельности. В связи с этим представляется актуальным рассмотрение опыта Республики Татарстан, где уже были предприняты соответствующие меры.

Согласно Указу Президента Республики Татарстан № УП-234 от 28 февраля 2014 г. [«О межотраслевом совете потребителей по вопросам деятельности субъектов естественных монополий при Президенте Республики Татарстан»](#) в данном субъекте был сформирован Межотраслевой совет потребителей по вопросам деятельности субъектов естественных монополий при Президенте Республики Татарстан. В компетенцию данного совета входит, в том числе, обеспечение взаимодействия

потребителей товаров и услуг с органами исполнительной власти Республики Татарстан и непосредственно субъектами естественных монополий, подготовка заключений на проекты инвестиционных программ субъектов естественных монополий с учетом защиты прав потребителей. Состав Межотраслевого совета формировался в соответствии с требованиями пункта 5.2 [проекта](#) Методических рекомендаций по созданию в субъектах Российской Федерации советов потребителей по вопросам деятельности субъектов естественных монополий. Его представители были включены в состав комитетов по инвестициям советов директоров субъектов естественных монополий, что предусматривается пунктом 2.7 Плана мероприятий («дорожной карте») по созданию и развитию механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий с участием потребителей, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации № 1689-р от 19 сентября 2013 г.

Для обеспечения открытости и доступности информации о деятельности Межотраслевого совета потребителей был организован специальный [интернет-сайт](#), где размещаются все документы, посвященные его созданию и деятельности, в том числе [извещения](#) о начале работы совета над анализом по инвестиционным программам субъектов естественных монополий.

### Вопросы внедрения Стандарта и разъяснения к ним

В ходе круглого стола, состоявшегося 6 августа 2014 г., также обсуждались некоторые дополнительные вопросы, возникшие у представителей регионов при реализации мер по внедрению требований Стандарта. Ниже в таблице 1 представлены данные вопросы, а также соответствующие разъяснения и комментарии представителей ФАС России, АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» и Минэкономразвития России по ним.

Таблица 1. Перечень дополнительных уточняющих вопросов, затронутых в ходе обсуждения на круглом столе, и разъяснения к ним

№	Содержание вопроса/ проблемы/предложения	Ответ на вопрос / разъяснение
<b>1. Вопросы общего характера</b>		
1.1	Какова цель Стандарта? Предназначен ли Стандарт для решения определенных социально-экономических проблем в субъекте, или его единственной целью является развитие конкуренции на региональных рынках?	Стандарт предназначен как для развития конкуренции на региональных рынках, так и для решения социально-экономических проблем региона. Стандарт — это инструмент. Прежде чем приступить к его внедрению, необходимо провести мониторинг региональных рынков и выявить социально-экономические проблемы на этих рынках, которые требуют решения и могут быть решены путем внедрения Стандарта
1.2	Подразумевают ли положения Стандарта внесение изменений в федеральное законодательство?	Нет, внедрение Стандарта не предусматривает внесение изменений в федеральное законодательство. На федеральном уровне вопросы развития конкуренции регулируются иным актом — распоряжением Правительства Российской Федерации № 2579-р от 28 декабря 2012 г. Стандарт направлен непосредственно на выявление существующих проблем и выработку путей их решений на региональном уровне. Однако при возникновении каких-либо предложений, необходимости внесения изменений в федеральное законодательство регионы вправе указывать данные предложения в своем докладе «Состояние и развитие конкурентной среды субъекта Российской Федерации», при этом также приводя



		обоснование своих предложений
1.3	По какому принципу будут учитываться итоги деятельности регионов по внедрению Стандарта, описанные в их докладах «Состояние и развитие конкурентной среды субъекта Российской Федерации»?	Итоги работы регионов по внедрению положений Стандарта будут рассматривать непосредственно с точки зрения предпринятых мер и их возможных предварительных результатов. При этом критерием эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов в данной ситуации <u>не будет</u> выступать число выполненных требований Стандарта
<b>2. Требование 3 Стандарта</b>		
2.1	Есть ли необходимость включать рынки, выявленные в качестве проблемных в результате опроса хозяйствующих субъектов, в состав приоритетных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе, если такие рынки уже включены в состав социально значимых рынков в соответствии с приложением № 1 к Стандарту?	Если рынки, определенные как проблемные в результате опроса мнения хозяйствующих субъектов, уже отнесены к разряду социально значимых рынков согласно положениям приложения № 1 к Стандарту, то нет необходимости дублировать данные рынки в составе приоритетных рынков региона
2.2	Допускается ли изменение перечня социально значимых рынков, обозначенных в приложении № 1 к Стандарту?	Как указано в пункте 5 Требования 3 Стандарта и как ранее было отмечено в <a href="#">Разъяснениях</a> , перечень социально значимых рынков, содержащийся в приложении № 1 к Стандарту, является обязательным. При этом перечень социально значимых рынков может дополняться иными рынками с целевыми показателями, установленными в зависимости от региональной специфики субъекта Российской Федерации. Кроме того, регионы вправе самостоятельно корректировать имеющиеся числовые целевые



		показатели для обязательных социально значимых рынков в соответствии с региональной спецификой, а также вносить свои предложения по изменению этих показателей. Эти предложения рекомендуется отражать в докладе региона «Состояние и развитие конкурентной среды субъекта Российской Федерации»
2.3	Планируется ли создание отдельных рекомендаций по составлению перечня приоритетных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе?	<p>В рамках реализации Стандарта субъектами Российской Федерации не планируется ограничивать перечень выбираемых регионами приоритетных рынков и целевых показателей на этих рынках.</p> <p>Вместе с тем, положения пункта 4 Требования 3 Стандарта содержат некоторые рекомендации для состава перечня приоритетных рынков региона. В соответствии с ними при формировании перечня приоритетных рынков рекомендуется в первую очередь включать в него рынки товаров и услуг несырьевого сектора экономики с высокой степенью передела и добавленной стоимости конечной продукции, имеющей экспортный потенциал и (или) возможность замещения импорта, чьи производственно-технологические цепочки и цепочки создания добавленных стоимостей имеют местом нахождения преимущественно Российскую Федерацию.</p> <p>(Производственно-технологическая цепочка — это система устойчивых производственных, организационно-экономических, управленческих отношений между субъектами хозяйствования, производящими виды продукта, представляющих собой</p>

		<p>взаимосвязанные технологические переделы.)</p> <p>Информация о разработке проекта Перечня и проект Перечня размещаются на официальном сайте Уполномоченного органа. Субъектам предпринимательской деятельности, потребителям товаров и услуг и общественным организациям, представляющим интересы потребителей, обеспечивается возможность размещения замечаний и предложений по проекту Перечня, результаты которых должны быть учтены при окончательном формировании Перечня.</p>
<b>3. Требование 4 Стандарта</b>		
3.1	<p>На какие именно государственные услуги, относящиеся к полномочиям субъекта Российской Федерации, распространяются положения подпункта «б» пункта 4 Требования 4 Стандарта о необходимости снижения их стоимости или перевода их в разряд бесплатных? Относятся ли к ним дополнительные услуги, оказываемые со стороны многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг (например, разработка бизнес-плана предприятия, подготовка иных документов при возникновении у предпринимателя такой необходимости)?</p>	<p>Положения данного Требования затрагивают услуги, которые оказываются непосредственно государственными органами на региональном или муниципальном уровне (к примеру, субсидирование предприятий, предоставление земельных участков для строительства, выдача разрешений на строительство), и не относятся к дополнительным услугам, оказываемым предпринимателям со стороны сторонних организаций, в частности со стороны многофункционального центра предоставления государственных услуг</p>

## Приложение 1. Состав Коллегиального органа в регионах, внедряющих Стандарт

Субъект, внедряющий Стандарт	<u>Волгоградская область</u>	<u>Республика Татарстан</u>	<u>Саратовская область</u> (временный Коллегиальный орган)	Ульяновская область ( <u>проект Распоряжения</u> )	<u>Хабаровский край</u>	<u>Ярославская область</u>
Число участников Коллегиального органа	21 участник	18 участников	14 участников	12 участников	82 участника	59 участников
Уполномоченный орган	Министерство экономики, внешнеэкономических связей и инвестиций	Министерство экономики	Министерство экономического развития и инвестиционной политики	Министерство экономики и планирования	Министерство экономического развития и внешних связей	Департамент промышленной политики
Организации, представители которых включены в состав Коллегиального органа	Территориальные управления ФАС России					
	Профильные/отраслевые министерства/комитеты/департаменты		Профильные/отраслевые министерства/комитеты/департаменты			
				Глава региона		
		Объединения/организации для поддержки и/или защиты потребителей и/или работников		Объединения/организации для поддержки и/или защиты потребителей и/или работников		
	Торгово-промышленная палата				Торгово-промышленная палата	
		ОПОРА РОССИИ			ОПОРА РОССИИ	

		Деловая Россия			Деловая Россия
		Научно-исследовательские и образовательные учреждения			Научно-исследовательские и образовательные учреждения
		Организации по защите/поддержке предпринимателей, предпринимательские объединения			Организации по защите/поддержке предпринимателей, предпринимательские объединения
					Хозяйствующие субъекты
					АНО «Агентство стратегических инициатив по управлению проектами»
					Администрации глав городов/муниципальных районов
		Организации инвестиционно-экономического развития субъекта			Организации инвестиционно-экономического развития субъекта
					Иные организации

## Приложение 2. Источники объективных данных для определения приоритетных и социально значимых рынков

Источники данных	Ключевые показатели	Регионы, использующие соответствующий подход
По результатам обращений в территориальное УФАС России	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Количество жалоб и обращений физических и юридических лиц в территориальное УФАС России.</li> <li>– Число проверок, проводимых территориальным УФАС России.</li> <li>– Факт рассмотрения соответствующего дела в суде</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нижегородская область</li> <li>– Орловская область</li> <li>– Саратовская область</li> <li>– Ярославская область</li> </ul>
По результатам обращений в иные службы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Количество жалоб и обращений физических и юридических лиц (в Хабаровском крае — в динамике)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нижегородская область (Общественная приемная Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе, электронные приемные Президента Российской Федерации в Нижегородской области).</li> <li>– Хабаровский край (Роспотребнадзор, Главное контрольное управление Правительства Хабаровского края)</li> </ul>
На основе макроэкономических данных в соответствующей сфере экономической	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Число действующих предприятий и организаций.</li> <li>– Доля оборота организаций в общем обороте области (%).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ярославская область</li> </ul>

деятельности (территориальные органы Росстата)	<ul style="list-style-type: none"><li>– Доля численности занятых в экономике региона (%).</li><li>– Доля отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами (%).</li><li>– Доля поступлений в консолидированный бюджет региона (%).</li><li>– Доля экспорта (%)</li></ul>	
--	---	--

## Приложение 3. Предварительный перечень приоритетных и социально значимых рынков

Регион	Перечень рынков и сфер экономической деятельности
Нижегородская область	– Рынок печеного хлеба (в некоторых муниципальных образованиях Нижегородской области)
Саратовская область	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рынок страховых услуг</li> <li>– Рынок услуг по транспортировке и хранению транспортных средств</li> <li>– Рынок услуг размещения захоронений твердых отходов</li> <li>– Рынок интеллектуальной собственности</li> <li>– Рынок услуг платежей физических лиц за коммунальные услуги</li> <li>– Рынок услуг по обслуживанию внутридомового газового оборудования</li> </ul>
Хабаровский край	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рынок строительных услуг</li> <li>– Рынок услуг бытового обслуживания населения</li> <li>– Рынок услуг общественного питания</li> <li>– Рынки сельскохозяйственной отрасли</li> </ul>
Ярославская область (выбраны приоритетные и социально значимые отрасли)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обрабатывающие производства</li> <li>– Производство транспортных средств и оборудования</li> <li>– Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования</li> <li>– Производство нефтепродуктов</li> <li>– Производство машин и оборудования</li> <li>– Пищевая промышленность (включая напитки и табак)</li> <li>– Химическая промышленность</li> <li>– Строительство</li> <li>– Туризм</li> </ul>

## Приложение 4. Подходы регионов к установлению целевых показателей на приоритетных и социально значимых рынках

Подход к определению целевых показателей на региональных рынках	Примеры случаев использования соответствующего подхода	Регионы, предложившие/использующие соответствующий подход
Установление «двуединых» показателей	Выбор в качестве целевого показателя количества наземных перевозчиков, которое планируется увеличить за счет организации «наземных лоукостеров (lowcosters) с помощью государственно-частного партнерства. В результате планируется достичь снижения стоимости проезда в таких маршрутных такси, а также снижения времени ожидания транспорта на остановках	Нижегородская область
	Выбор в качестве целевого показателя необходимого количества автозаправочных станций контейнерного типа, которые могут быть организованы в рамках государственно-частного партнерства	
Замена показателей, которые затруднительно рассчитать, на доступные числовые показатели	Использование вместо показателя «доля оборота «магазинов шаговой доступности» в структуре оборота розничной торговли по формам торговли (в фактически действовавших ценах) в муниципальных образованиях субъекта Российской Федерации» показателя «количество «магазинов шаговой доступности» в микрорайонах/районах компактного проживания	Орловская область
Применение субъективных	Для рынков, где затруднительно применять	Ярославская область



показателей	<p>конкретные числовые показатели, рекомендуется использовать субъективные показатели удовлетворенности хозяйствующих субъектов условиями конкуренции и уровнем доступа к инфраструктуре данных рынков. Примером такого показателя на рынке услуг по подключению кабельных сетей является оценка хозяйствующих субъектов сложности подключения к инфраструктуре кабельной сети, сложность проведения кабельных линий на определенную территорию</p>	
Использование показателей Doing Business (Всемирный Банк)	<p>Выбор показателя, характеризующего доступность подключения к электрическим сетям, в качестве целевого — стоимость, сроки и др.</p>	