Методические рекомендации (форма)

для муниципальных образований Краснодарского края

по формированию ежегодного отчета о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров и услуг

**ОТЧЕТ**

**«СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

(наименование муниципального образования)

**2016 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ:**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………… | 4 |
| 1. Анализ социально-экономического состояния муниципального образования за трехлетний период………………………….………………... | 7 |
| * 1. Анализ хозяйствующих субъектов на территории муниципального образования……………………………………………………………………… | 7 |
| 1.2. Анализ отраслевой специфики экономики муниципального образования ……………………………………………………………………... | 8 |
| 1.3. Анализ объемов производства продукции, товаров, работ, услуг, финансовых результатов деятельности………………………………………. | 9 |
| 1.4.Отдельные показатели социально-экономического положения населения ………...…......................................................................................... | 10 |
| 1.5. Инвестиционное положение……………………………………………….  2. Состояние конкурентной среды в муниципальном образовании………..  2.1. Оценка нормативно-правовой базы муниципального образования…….  2.2. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории муниципального образования …………………………….………  2.3. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50% и более ………….  2.4. Проведение опроса хозяйствующих субъектов и потребителей товаров, работ и услуг о состояния и развития конкурентной среды. ………………..  2.5. Анализ развития конкуренции на социально значимых рынках………  2.5.1. Рынок услуг дошкольного образования………………………………..  2.5.2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления……………………….  2.5.3. Рынок услуг дополнительного образования детей…………………..  2.5.4. Рынок медицинских услуг………………………………………………  2.5.5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения  детей с ограниченными возможностями здоровья…………………………...  2.5.6. Рынок услуг в сфере культуры…………………………………………  2.5.7. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства……………………  2.5.8. Рынок розничной торговли……………………………………………..  2.5.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом…………  2.5.10. Рынок услуг связи………………………………………………………  2.5.11. Рынок услуг социального обслуживания населения…………………  2.6. Определение перечня приоритетных рынков для  муниципального образования, их характеристика………………………….  3.Деятельность органов местного самоуправления по внедрению  Стандарта развития конкуренции на территории  муниципального образования…………………………………………………   * 1. Устранение административных барьеров и повышение   качества предоставления государственных услуг…………………………..   * 1. Обеспечение контроля за деятельностью субъектов   естественных монополий………………………………………………………   * 1. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов,   доля участия муниципального образования в которых составляет  50 и более процентов………………………………………………………….  3.4. Совершенствование системы государственных закупок для нужд муниципального образования………………………………………………..  3.5.Повышение уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию  развитию конкуренции в регионе…………………………………………….  3.6 Иная информация о деятельности органов местного самоуправления  по содействию развитию конкуренции в муниципалитете…….…………..   1. Предложения и рекомендации по внедрению Стандарта развития конкуренции Краснодарского края на территории муниципального образования………………………………………………………………..   4.1. Разработка плана мероприятий в муниципальном образовании для реализации «дорожной карты» по внедрению Стандарта развития конкуренции Краснодарского края…………………………………………..  4.2. Выводы и предложения…………………………………………………..  ГЛОССАРИЙ………………………….…………………………………….. | 11  11  13  14  14  15  16  16  17  17  17  17  18  18  18  18  19  19  19  20  20  21  22  23  23  24  24  24  26  27 |

**ВВЕДЕНИЕ**

Задача развития конкуренции во всех регионах России поставлена Правительством Российской Федерации. 5 сентября 2015 года распоряжением Правительства РФ от №1738-р утвержден Стандарт развития конкуренции в регионах (далее – Стандарт), разработанный в рамках реализации плана мероприятий («дорожной карты») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики».

**Целью** реализации Стандарта является установление системного и единообразного подхода к осуществлению деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления для развития конкуренции между хозяйствующими субъектами в отраслях экономики с учетом региональной специфики.

**Задачами** разработки и внедренияСтандарта является:

1. Создание условий для развития конкуренции;
2. Учет особенностей при развитии конкуренции на большей части рынков и в отраслях;
3. Создание системы распространения лучших практик развития конкуренции;
4. Снижение административных барьеров;
5. Внедрения мер поддержки малого и среднего бизнеса в приоритетных отраслях (с учетом особенностей каждого региона). Особое внимание нужно обратить на поддержку стартапов и вовлечение широких слоев населения в предпринимательство;
6. Снижение доли государственного сектора в экономике до эффективного уровня, демонополизация и разгосударствление;
7. Повышение открытости деятельности органов местного самоуправления, максимально полное размещение информации о доступах на рынки и к ресурсам.

В Краснодарском крае работа по внедрению Стандарта начата в соответствии с распоряжением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 20 ноября 2015 года № 455-р, уполномоченным органом исполнительной власти Краснодарского края по содействию развития конкуренции в Краснодарском крае определено министерство экономики Краснодарского края (далее - министерство).

Внедрение стандарта предполагает совместную работу органов исполнительной власти субъектов РФ во взаимодействии с руководством муниципальных образований и органов местного самоуправления по проведению мероприятий по развитию конкуренции с учетом региональной специфики.

Стандартом предусмотрено активное участие органов местного самоуправления во внедрении Стандарта на территории муниципального образования. В частности, органы местного самоуправления содействуют развитию конкуренции для каждого из предусмотренных «дорожной картой» социально значимых и приоритетных рынков, участвуют в мониторинге состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, размещают в средствах массовой информации сведения о своей деятельности по содействию развитию конкуренции. По результатам работы ежегодно министерство проводит анализ результативности и эффективности деятельности органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции.

 Суть внедрения Стандарта состоит в том, что органы исполнительной власти регионов РФ в непосредственном взаимодействии с органами местного самоуправления получают больше прав и возможностей действовать в отношении развития конкуренции между хозяйствующими субъектами, с учетом региональной специфики. Руководители органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления получат возможность самостоятельно анализировать рынок, сложившуюся экономическую ситуацию в своем районе, поведение участников рынка и потребителей, а также их ожидания. На основании всех этих данных и будет приниматься решение о необходимых мерах для региона, в рамках единого Стандарта.

Таким образом, программа развития конкуренции в регионах РФ будет основана на местных особенностях экономики и ее потенциале не в целом по России, а в каждом отдельно взятом регионе. При разработке мер, должны будут быть учтены все существующие проблемы, административные барьеры, существование естественных монополий в субъекте РФ.

Основным источником информации для анализа, систематизации и обобщения информации о состоянии конкурентной среды на территории муниципального образования, о проводимой органами местного самоуправления работе по развитию конкуренции, проводимых мероприятиях в целях реализации «дорожной карты», принимаемых мерах по снижению административных барьеров, по взаимодействию с представителями бизнеса и потребителями товаров, работ, услуг является **ежегодный отчет «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров и услуг муниципального образования»**, направляемый в министерство.

Отчет является, в том числе, инструментом для оценки достижения поставленных выше целей и задач администрацией муниципального образования, качества проводимой работы и организации взаимодействия с органами исполнительной власти Краснодарского края.

Отчет должен содержать анализ финансово-экономического состояния муниципального образования в динамике за трехлетний период, анализ, состояния конкурентной среды в муниципальном образовании как на основе статистических и ведомственных данных, так и по результатам проводимого мониторинга (опросов, анкетирования).

Также, в отчете должны быть отражены основные мероприятия, проводимые в муниципальном образовании по развитию конкуренции, их итоги, в том числе по внедрению Стандарта и реализации мероприятий региональной «дорожной карты» по развитию конкуренции. Кроме того, целесообразно раскрыть информацию о принятых нормативных правовых актах администрацией муниципального образования, касающихся сферы конкуренции, административных барьеров, естественных монополий, государственных услуг и т.д.

В обязательном порядке итоговая часть отчета должна содержать выводы и предложения о положительных моментах и возникающих проблемах при внедрении Стандарта, а также направления развития конкуренции в муниципальном образовании.

**1. Анализ социально-экономического состояния муниципального образования за трехлетний период.**

В данном разделе необходимо провести комплексную оценку социально-экономического развития муниципального образования на основе имеющейся статистической информации, типовых форм статистической отчетности. Также может быть использована информация территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, в том числе Федеральной антимонопольной службы, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии, Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Данный раздел должен раскрывать общую характеристику социально-экономического развития за трехлетний период, перспективы развития на следующий год (2016 год); характеристику бюджета района (дефицит/профицит, основные параметры бюджета), показатели выполнения индикативного плана социально экономического развития в муниципальном образовании, общее количество хозяйствующих субъектов, отраслевую принадлежность и состояние бюджетообразующих предприятий, уровень безработицы, среднеотраслевую заработную плату и т.д.

**! Обращаем внимание:**

- при формировании раздела необходимо провести анализ показателей (в динамике);

- необходимо пояснить причины снижения/увеличения по каждому показателю;

- приветствуется наличие графиков и диаграмм, иллюстрирующих динамику показателей, а также конкретных примеров крупных хозяйствующих субъектов, действующих в муниципалитете.

**1.1. Анализ хозяйствующих субъектов на территории муниципального образования.**

Необходимо проанализировать и описать следующие показатели:

- количество хозяйствующих субъектов (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и ЛПХ);

- количество и отраслевую принадлежность крупных предприятий;

- количество и отраслевую принадлежность субъектов малого и среднего бизнеса;

- численность занятых на предприятиях малого бизнеса.

Таблица 1.1

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | Годы | | | | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016  год  (оценка) |
| 2013 год | 2014 год |
| 1 | Общее количество хозяйствующих субъектов, единиц,  в т. ч. |  |  |  |  |  |  |
|  | юридических лиц |  |  |  |  |  |  |
|  | ИП |  |  |  |  |  |  |
|  | ЛПХ |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Количество субъектов крупного бизнеса, единиц |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Количество субъектов малого и среднего предпринимательства, единиц |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Численность работников, занятых в малом и среднем предпринимательстве, человек |  |  |  |  |  |  |

**1.2.Анализ отраслевой специфики экономики муниципального образования.**

Таблица 1.2.1

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | Годы | | | | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016 год  (оценка) | 2013 год | 2014 год |
| 1. | Общее количество хозяйствующих субъектов, единиц,  по отраслям |  |  |  |  |  |  |
|  | сельское хозяйство и перерабатывающая промышленность |  |  |  |  |  |  |
|  | производство |  |  |  |  |  |  |
|  | добыча полезных ископаемых |  |  |  |  |  |  |
|  | строительство |  |  |  |  |  |  |
|  | транспорт и связь |  |  |  |  |  |  |
|  | оптовая торговля |  |  |  |  |  |  |
|  | розничная торговля |  |  |  |  |  |  |
|  | общественное питание |  |  |  |  |  |  |
|  | санаторно-курортная деятельность |  |  |  |  |  |  |
|  | бытовые услуги |  |  |  |  |  |  |
|  | жкх |  |  |  |  |  |  |
|  | здравоохранение |  |  |  |  |  |  |
|  | образование |  |  |  |  |  |  |
|  | операции с недвижимостью, аренда |  |  |  |  |  |  |

Таблица 1.2.2

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | Годы | | | | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016 год  (оценка) | 2013 год | 2014 год |
| 1. | Поступления в бюджет муниципального образования от хозяйствующих субъектов по отраслям, в тыс.руб. |  |  |  |  |  |  |
|  | сельское хозяйство и перерабатывающая промышленность |  |  |  |  |  |  |
|  | производство |  |  |  |  |  |  |
|  | добыча полезных ископаемых |  |  |  |  |  |  |
|  | строительство |  |  |  |  |  |  |
|  | транспорт и связь |  |  |  |  |  |  |
|  | оптовая торговля |  |  |  |  |  |  |
|  | розничная торговля |  |  |  |  |  |  |
|  | общественное питание |  |  |  |  |  |  |
|  | санаторно-курортная деятельность |  |  |  |  |  |  |
|  | бытовые услуги |  |  |  |  |  |  |
|  | жкх |  |  |  |  |  |  |
|  | здравоохранение |  |  |  |  |  |  |
|  | образование |  |  |  |  |  |  |
|  | операции с недвижимостью, аренда |  |  |  |  |  |  |

**1.3.Анализ объемов производства продукции, товаров, работ, услуг, финансовых результатов деятельности.**

Необходимо проанализировать и описать следующие показатели:

- объем отгруженных товаров собственного производства;

- объем оказанных услуг предприятиями;

- оборот розничной торговли;

- оборот общественного питания;

- объем продукции сельского хозяйства всех сельскохозяйственных товаропроизводителей;

- индекс потребительских цен,%;

- сальдированный финансовый результат хозяйствующих субъектов (прибыль минус убыток) и т.д.

Таблица 1.3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016 год  (оценка) | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год |
| 1. | Объем отгруженных товаров собственного производства, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Объем оказанных услуг предприятиями, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Оборот розничной торговли, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Оборот общественного питания, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Объем продукции сельского хозяйства всех сельскохозяйственных товаропроизводителей, тыс.руб. |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Сальдированный финансовый результат хозяйствующих субъектов (прибыль минус убыток), тыс.руб. |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Индекс потребительских цен,% |  |  |  |  |  |  |

**1.4. Отдельные показатели социально-экономического положения населения**

Необходимо проанализировать и описать следующие показатели:

- среднегодовая численность занятых в экономике;

- среднегодовая численность зарегистрированных безработных/ среднегодовой уровень регистрируемой безработицы;

- среднемесячная начисленная заработная плата одного работника.

Таблица 1.4

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016 год  (оценка) | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год |
| 1. | Среднегодовая численность населения, чел. |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Среднегодовая численность занятых в экономике, чел. |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Среднегодовая численность зарегистрированных безработных, чел. |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника, чел. |  |  |  |  |  |  |

* 1. **Инвестиционное положение.**

Необходимо проанализировать инвестиционное положение, объем инвестиций, раскрыть перечень реализуемых инвестиционных проектов на территории

Таблица 1.5

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателя | 2013 год | 2014 год | 2015 год | 2016 год  (оценка) | Динамика  2015 год к, % | |
| 2013 год | 2014 год |
| 1. | Объем инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования (по крупным и средним предприятиям), в т.ч. объем частных инвестиций, тыс.руб. |  |  |  |  |  |  |

1. **Состояние конкурентной среды в муниципальном образовании.**

Этот раздел является основным и наиболее информативным в отношении оценки проводимой муниципалитетом работы по развитию конкуренции и внедрения Стандарта на его территории.

В данном разделе раскрывается общая информация о состоянии конкуренции в муниципальном образовании, систематизируются данные проведенного мониторинга, анализируются рынки по утвержденному перечню социально значимых (11 рынков), выделяются приоритетные рынки для конкретного муниципального образования с аргументацией их выбора.

Анализ конкурентной среды проводится на основе: статистических данных, результатов мониторинга и опросов хозяйствующих субъектов и потребителей, а также с использованием различных материалов, содержащих оценку со стороны общественных организаций поддержки бизнеса и предпринимателей и т.д.

Администрация муниципального образования ежегодно организует проведение мониторинга, который включает в себя пять видов мониторинга.

В соответствии с требованиями Стандарта мониторинг должен включать в себя следующие составляющие:

- мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности;

- мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ, услуг на товарных рынках муниципального образования и состоянием ценовой конкуренции. Информация анализируется и обобщается на основании данных проведенных опросов, информации общественных организаций и т.д.;

- мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды;

- мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории муниципального образования;

- мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов. Необходимо проанализировать на каких рынках присутствуют указанные хозяйствующие субъекты, их долю на данном рынке, объем финансирования из бюджета муниципального образования.

Регулярный сбор данных позволит в дальнейшем провести анализ динамики показателей и оценить эффективность деятельности органов местного самоуправления по содействию развития конкуренции на муниципальных рынках.

Для проведения мониторинга возможно использовать следующие источники информации:

- результаты опросов (анкетирования) субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг;

- обращения в органы местного самоуправления по вопросу качества конкурентной среды, наличия административных барьеров и т.д.;

- статистические данные, показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы муниципального образования.

* 1. **Оценка нормативно-правовой базы муниципального образования.**

Необходимо провести оценку существующей нормативной базы, принятой в муниципальном образовании, способствующей (либо препятствующей) развитию конкуренции. Рассмотреть принятые органами местного самоуправления нормативные правовые акты, направленные на исполнение Стратегии социально-экономического развития, нормативно-правовые акты, принятые в области инвестиционной деятельности, в области содействия малому и среднему бизнесу на территории муниципального образования. Проанализировать правоприменительную практику по данным нормативно-правовым документам.

Рассмотреть принятые муниципальные программы и итоги их исполнения, направленные на стимулирование развития того или иного рынка. Также проанализировать участие муниципального образования в государственных программах Краснодарского края в части полученных субсидий из краевого бюджета, бюджетных инвестиций на капитальные вложения в объекты государственной (муниципальной) собственности и т.д., так или иначе связанные с развитием конкуренции, поддержкой предпринимательского сектора, информационного обеспечения потребителей товаров и услуг.

Данный блок также включает в себя анализ информации по поступившим жалобам (обращениям) на наличие тех или иных административных барьеров, препятствий со стороны органов муниципального образования.

Для систематизации информации предлагаем использовать нижеприведенную форму.

Таблица 2.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п.п. | Наименование муниципального нормативного правового акта | Сфера деятельности | Практический результат от его применения для производителей, либо потребителей |
| **Способствующие развитию конкуренции** | | | |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| **Препятствующие развитию конкуренции, устанавливающие административные барьеры** | | | |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |

* 1. **Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории муниципального образования.**

Включает в себя формирование перечня рынков, на которых присутствуют субъекты естественных монополий.

Анализ данных о развитии конкуренции и удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг на выявленных рынках (на основе опроса):

- субъектов предпринимательской деятельности;

- потребителей товаров, работ и услуг.

Анализ данных об уровнях тарифов (цен) на услуги естественных монополий, за текущий и прошедший периоды;

Информация о размещении естественными монополиями, осуществляющими деятельность на территории муниципального образования (в соответствии с перечнем), для общего сведения информации о своей деятельности, предусмотренной к обязательному раскрытию, в том числе:

- информация о реализуемых и планируемых к реализации на территории муниципального образования инвестиционных проектах (программах);

- информация о структуре тарифов на услуги (включая проект тарифной заявки), параметрах качества и надежности предоставляемых товаров, работ и услуг и процедур предоставления товаров, работ и услуг потребителям;

- иная информация о своей деятельности, предусмотренная к обязательному раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Текстовую информацию рекомендуется дополнить таблицей.

Таблица 2.2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п.п. | Субъект естественной монополии | Наименование рынка | Степень удовлетворенности качеством услуг потребителями | Степень удовлетво-ренности хоз. субъектами состоянием конкуренции на рынке | Размещение обязательной к раскрытию информации |
| 1. |  |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |  |

**2.3. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50% и более.**

В данном разделе отчета необходимо охарактеризовать сектор функционирующих в муниципальном образовании муниципальных предприятиях (МУПы), их общую численность, отраслевую принадлежность, финансово-экономическое состояние и т.д.

Формируется реестр хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50% и более, с обозначением рынка их присутствия. Необходимо указание в реестре доли занимаемого рынка каждого такого хозяйствующего субъекта:

- объем и доля выручки в общей величине стоимостного оборота рынка;

- объем и доля реализованных на рынке товаров, работ и услуг в натуральном выражении;

- объем финансирования из бюджета муниципального образования.

Таблица 2.3

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п.п | Наименование хоз. субъекта | Вид деятельности (рынок) | Объем выручки, тыс.руб. | Доля выручки в общей величине стоимостного оборота рынка, тыс.руб. | Доля реализованных на рынке товаров, работ и услуг в натура-льном выражени, % | Объем финансирования из бюджета муниципа-льного образования, тыс.руб. |
| 1. |  |  |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |  |  |

**2.4. Проведение опроса хозяйствующих субъектов и потребителей товаров, работ и услуг о состояния и развития конкурентной среды.**

Основой для получения данных для проведения мониторинга являются социологические опросы предпринимателей и потребителей товаров и услуг.

На сегодняшний день министерством разработаны анкеты для предпринимателей и для населения.

Ввиду сложности обеспечения опроса на всей территории Краснодарского края министерством были направлены рекомендации об обязательном проведении мониторинга муниципальными образованиями самостоятельно на своей территории. Для каждого муниципалитета определено количество респондентов (в зависимости от численности населения).

Муниципальным образованиям необходимо обработать данные, полученные в результате всех видов мониторинга, результаты обобщить в итоговую аналитическую записку.

В данном разделе должна быть раскрыта следующая информация:

- количество проведенных мероприятий по мониторингу конкурентной среды на территории муниципального образования;

- способы проведения мониторинга (опросы, анкетирование на бумажном носителе, в сети «Интернет» и т.д.);

- количество респондентов, задействованных при проведении мониторинга;

- выводы и предложения, полученные по результатам мониторинга.

**2.5. Анализ развития конкуренции на социально значимых рынках.**

В данном разделе отчета на основании проведенного мониторинга и анализа ситуации по развитию конкуренции в муниципальном образовании в целом, необходимо проанализировать текущее состояние и перспективы дальнейшего развития социально значимых рынков.

На федеральном уровне Стандартом определены 11 социально значимых рынков для развития конкуренции:

* рынок услуг дошкольного образования;
* рынок услуг детского отдыха и оздоровления;
* рынок услуг дополнительного образования детей;
* рынок медицинских услуг;
* рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья;
* рынок услуг в сфере культуры;
* рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства;
* розничная торговля;
* рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом;
* рынок услуг связи;
* рынок услуг социального обслуживания населения.

Данный перечень является **обязательным** для муниципального образования, но не является статичным, он может расширяться в соответствии с меняющейся экономической ситуацией и потребностями населения.

**2.5.1 Рынок услуг дошкольного образования.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.3. Рынок услуг дополнительного образования детей.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.4. Рынок медицинских услуг.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.6. Рынок услуг в сфере культуры.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.7. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.8. Рынок розничной торговли**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.10. Рынок услуг связи.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.5.11. Рынок услуг социального обслуживания населения.**

Дать общую характеристику рынка, включая следующие параметры:

- количество хозяйствующих субъектов;

- доля в общем объеме оборота хозяйствующих субъектов (оценка);

- удовлетворенность хозяйствующих субъектов состоянием конкуренции на рынке;

- удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг;

- особенности и тенденции развития;

- существующие проблемы и препятствия, мешающие развитию конкуренции (административные барьеры, «пробелы» в законодательстве);

- перспективы и предложения.

**2.6.** **Определение перечня приоритетных рынков для муниципального образования, их характеристика.**

Перечень приоритетных рынков для развития конкуренции в Краснодарском крае будет определен на основании результатов опросов населения и потребителей, с учетом мнения отраслевых органов исполнительной власти и общественных организаций. При этом немаловажную роль будут играть результаты определения приоритетных рынков в каждом муниципальном образовании края.

В этой связи органам местного самоуправления необходимо определить приоритетные рынки для своего муниципального образования, нуждающиеся в развитии конкуренции.

Критериями могут выступать следующие показатели:

- данные опросов хозяйствующих субъектов и потребителей;

- наличие определенных проблем, препятствующих развитию конкуренции (жалобы, обращения потребителей (покупателей) и т.д.);

- потенциал данных рынков и возможность их использования в качестве источников импортозамещения и др.

В отчете необходимо раскрыть информацию по каким критериям были выбраны приоритетные рынки, на основе какой информации. Представить подтверждающие цифровые показатели.

Далее следует более развернуто охарактеризовать каждый из приоритетных рынков для муниципального образования.

**! Обращаем внимание:**

- при формировании раздела 2.6 необходимо не только охарактеризовать выбранные приоритетные рынки, но и предоставить обоснование выбора, аргументированную позицию, почему именно эти рынки являются приоритетными для муниципального образования.

- приветствуется наличие графиков и диаграмм, иллюстрирующих динамику показателей развития выбранных рынков, а также конкретных примеров крупных хозяйствующих субъектов, действующих на рынке.

1. **Деятельность органов местного самоуправления по внедрению Стандарта развития конкуренции на территории муниципального образования.**

Результатом проведенного мониторинга и определения приоритетных рынков должны стать выводы и предложения о деятельности органов местного самоуправления, направленной на создание благоприятных условий для развития конкуренции.

* 1. **Устранение административных барьеров и повышение качества предоставления государственных услуг.**

В данном разделе необходимо раскрыть мероприятия, направленные на устранение избыточного государственного регулирования и снижение административных барьеров, а также мероприятия, направленные на оптимизацию процессов предоставления государственных услуг, относящихся к полномочиям субъекта Российской Федерации, для субъектов предпринимательской деятельности, путем сокращения сроков их оказания и снижения стоимости предоставления таких услуг.

Источником информации являются жалобы и обращения, поступающие от хозяйствующих субъектов, а также граждан - потребителей товаров и услуг на незаконные действия (бездействия) представителей (должностных) лиц органов местного самоуправления, территориальных подразделений федеральных органов и служб и т.д. Анализируется тематика обращений, их статистика, принятые по результатам обращений меры.

Также необходимо раскрыть информацию о проведении в муниципальном образовании оценки регулирующего воздействия (ОРВ) проектов нормативных правовых актов и экспертизы нормативных правовых актов и экспертизы действующих нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы предпринимательской и инвестиционной деятельности.

В целях исполнения Указа Президента России от 7 мая 2012 года № 601   
«Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» на территории Краснодарского края действуют многофункциональные центры (МФЦ) предоставления государственных и муниципальных услуг. Деятельность многофункциональных центров направлена на повышение качества и доступности предоставляемых государственных и муниципальных услуг, открытости информации о деятельности органов власти.

Необходимо раскрыть информацию о действующих на территории муниципального образования МФЦ.

**3.2. Обеспечение контроля за деятельностью субъектов естественных монополий.**

Один из разделов Стандарта предусматривает создание и реализацию механизмов общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий.

В рамках исполнения данного требования органами местного самоуправления на территории муниципального образования должны быть обеспечены:

- контроль за раскрытием информации об осуществляемой в муниципальном образовании деятельности субъектов естественных монополий, а также общественный контроль за деятельностью органов местного самоуправления, осуществляющих регулирование деятельности субъектов естественных монополий;

- контроль за раскрытием информации субъектами естественных монополий в соответствии с действующим законодательством.

В отчете необходимо раскрыть информацию:

- о реализуемых субъектами естественных монополий и планируемых к реализации на территории муниципалитета инвестиционных программах;

- о структуре тарифов на услуги, параметрах качества и надежности предоставляемых услуг, стандартах обслуживания потребителей и процедур получения потребителями услуг субъектов естественных монополий.

**3.3. Повышение эффективности управления хозяйствующими субъектами, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов.**

Раскрывается информация о мероприятиях, направленных на совершенствование процессов управления объектами муниципальной собственности и ограничение влияния муниципальных предприятий на конкуренцию, в том числе:

- информация о проводимых балансовых, «убыточных» комиссиях в целях ликвидации экономически неэффективных и убыточных муниципальных предприятий;

- информация о выведении предприятий на безубыточный уровень по итогам проводимой администрацией работы;

- информация о приватизации муниципальных предприятий и т.д.

Согласно требованиям Стандарта (пункт 13 приложения к Стандарту) доля приватизированных муниципальных предприятий, акционерных обществ с муниципальным участием уже в 2016 году должна составить 75% от общего количества муниципальных предприятий, акционерных обществ с муниципальным участием, осуществлявших деятельность в 2013 - 2016 годах.

Необходимо рассмотреть вопрос приватизации муниципальных предприятий, акционерных обществ с муниципальным участием в 2016-2017 годах. Для включения в обязательном порядке в Дорожную карту Краснодарского края и План мероприятий по внедрению Стандарта на территории муниципального образования.

Предложения по приватизации также оформляются в табличном виде.

Таблица 3.3

**Сведения о приватизации муниципальных предприятий, хозяйственных обществ с муниципальным участием**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п.п | Наименование муниципального предприятия, хозяйственного общества, осуществляющего деятельность в 2013-2016 гг. | Ликвидирован (да/нет) | Приватизирован в 2013-2015 годах (да/нет) | Планируется приватизация (да/нет) | | |
| В 2016 г. | В 2017 г. | В 2018 г. |
| 1. |  |  |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |  |  |

**3.4. Совершенствование системы государственных закупок для нужд муниципального образования.**

Подлежит раскрытию информация о сформированной нормативной базе и мероприятиях,направленных на оптимизацию процедур закупок для муниципальных нужд.

К числу мероприятий, оказывающихпрямое влияние на увеличение уровня конкуренции можно отнести:

- повышение экономической привлекательности закупки путем формирования из объемов множества мелких закупок единого лота с оптовым уровнем объемов поставок;

- установление однотипных требований к продукции и удаления необоснованно завышенных требований;

- проведения конкурентных закупок в форме конкурсов (аукционов) вместо множества (не конкурентных) закупок у единственного поставщика, запросов котировок;

- наличие механизма оказания содействия участникам осуществления закупки по вопросам, связанным с получением электронной подписи, формированием заявок, а также правовым сопровождением при проведении конкурентных процедур закупок.

**3.5. Повышение уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции.**

Восьмой раздел Стандарта направлен на повышение уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции.

Какая работа проводится в данном направлении на территории муниципального образования? Размещается ли на официальном сайте администрации муниципального образования актуальная информация о результатах внедрения Стандарта, а также документы, принимаемые во исполнение Стандарта?

Необходимо предоставить информацию о других мероприятиях информационного характера, таких как информационные семинары, форумы, презентации, выставки-ярмарки для представителей малого и среднего бизнеса и потребителей товаров и услуг.

**3.6. Иная информация о деятельности органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции в регионе.**

Указывается информация о мерах предпринимаемых органами местного самоуправления по:

- стимулированию новых предпринимательских инициатив за счет проведения образовательных мероприятий, отбора и обучения потенциальных предпринимателей;

- развитию механизмов поддержки технического и научно-технического творчества детей и молодежи, обеспечения поддержки научной, творческой и предпринимательской активности;

- обеспечению равных условий доступа к информации о реализации имущества, находящегося в собственности муниципальных образований, путем размещения указанной информации на официальном сайте Российской Федерации в сети "Интернет" для размещения информации о проведении торгов (www.torgi.gov.ru);

- повышению мобильности трудовых ресурсов, способствующей повышению эффективности труда.

**4. Предложения и рекомендации по внедрению Стандарта на территории муниципального образования.**

**4.1. Разработка плана мероприятий в муниципальном образовании для реализации «дорожной карты» по внедрению Стандарта развития конкуренции Краснодарского края.**

«Дорожная карта» представляет собой план мероприятий, реализация которых направлена на внедрение Стандарта развития конкуренции, содействие развитию конкуренции для каждого из определенных социально-значимых и приоритетных рынков.

Мероприятия, предусмотренные «дорожной картой», будут затрагивать различные сферы деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления Краснодарского края, в соответствии с реализуемыми функциями и полномочиями, напрямую или косвенно влияющими на развитие конкуренции.

На краевом уровне «дорожная карта» будет утверждена по итогам мониторинга всех 44 муниципальных образований края и анализа их предложений, а также по результатам анализа предложений отраслевых органов исполнительной власти.

Мероприятия, предусмотренные «дорожной картой» Краснодарского края, на основании Соглашения могут содержать мероприятия для муниципальных образований, при реализации которых органы местного самоуправления муниципальных образований будут выступать соисполнителями.

Вместе с тем, согласно пункту 4.2.3 Соглашения органы местного самоуправления разрабатывают и утверждают план реализации мероприятий «дорожной карты» с указанием конкретных исполнителей и сроков выполнения.

В связи с тем, что на сегодняшний день министерством разработан проект «Дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Краснодарском крае при формировании итогового отчета муниципальным образованиям необходимо предоставить **свои предложения** по включению тех или иных мероприятий в «дорожную карту» Краснодарского края.

Так, например, предложения могут включать в себя мероприятия, направленные на:

- оптимизацию процедур муниципальных закупок;

- устранение избыточного муниципального регулирования, в том числе снижение административных барьеров;

- осуществление перевода услуг в разряд бесплатных муниципальных услуг, предоставление которых является необходимым условием ведения предпринимательской деятельности;

- совершенствование процессов управления муниципальными предприятиями и учреждениями, акционерными обществами с муниципальным участием, в котором содержатся в том числе ключевые показатели эффективности деятельности, программа (план) приватизации унитарных предприятий и пакетов акций акционерных обществ, находящихся в муниципальной собственности, с учетом задачи развития конкуренции;

- стимулирование новых предпринимательских инициатив, вовлечение в ряды предпринимателей, путем проведения образовательных мероприятий (семинары, конференции);

- развитие механизмов поддержки технического и научно-технического обучения и развития детей и молодежи;

- развитие механизмов практико-ориентированного образования и механизмов кадрового обеспечения высокотехнологичных отраслей производства;

- внедрение инноваций и новых технологических решений;

- создание и развитие институтов поддержки субъектов малого предпринимательства, обеспечивающих благоприятную экономическую среду для бизнеса.

К каждому предложению необходимо предоставить аргументированное обоснование целесообразности его включения в план мероприятий («дорожную карту»).

**! Обращаем внимание:**

При формировании годового отчета начиная с 2017 года (по итогам 2016 года) в данном разделе необходимо раскрывать информацию о выполнении плана реализации мероприятий «дорожной карты» с указанием конкретных результатов, т.к. региональная «дорожная карта» будет утверждена.

**4.2. Выводы и предложения.**

Формирование ежегодного итогового годового отчета о состоянии и развитии конкуренции на территории муниципального образования является формой обобщения результатов проведенной работы по всем вышеперечисленным пунктам.

Итоговый годовой отчет муниципального образования должен раскрывать следующую информацию:

- общую характеристику состояния конкуренции на рынках, включенных в [перечень](#P243) социально значимых и приоритетных в районе, а также анализ факторов, ограничивающих конкуренцию;

- наличие административных барьеров и оценку состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности, а также оценку удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках муниципального образования;

- информацию о результатах общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий;

- анализ результативности и эффективности деятельности органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции, включая оценку результатов реализации мероприятий, предусмотренных «дорожной картой» муниципального образования.

На основании отчета и во исполнение п. 4.2.5. Соглашения органы местного самоуправления представляют **выводы и предложения** об улучшении эффективности и результативности деятельности органов местного самоуправления в области содействия развитию конкуренции, а также об улучшении качества (уровень доступности, полнота, скорость и удобство получения) официальной информации по результатам деятельности территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, в том числе Федеральной антимонопольной службы, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии и Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Отчет представляется в министерство экономики Краснодарского края ежегодно, **до 10 февраля года**, следующего за отчетным.

**! Обращаем внимание:**

При формировании годового отчета раздел «Выводы и предложения», наряду с остальными разделами является обязательным.

Органы местного самоуправления по своему усмотрению могут расширить перечень информации, содержащейся в отчете, дополнить отчет иными разделами, отражающими, на их взгляд, работу, проводимую в муниципалитете по содействию развитию конкуренции.

**ГЛОСАРИЙ (для использования в работе)**

**АВТОКРАТИЯ***(от греч. autokrateia — самодержавие, самовластие)*

способ, стиль управления экономикой, предприятием, основанный на сосредоточении власти в руках у одного лица.

**АВТОМАТИЗАЦИЯ**

применение машин, машинной техники и технологии с целью облегчения человеческого труда, вытеснения его ручных форм, повышения его производительности. Автоматизация производства призвана устранить физически тяжелый, монотонный труд, переложив его на плечи машин. Автоматизация управления направлена на использование компьютеров и других технических средств обработки и передачи информации в управлении производством, экономикой.

**АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА**

призвана устранить физически тяжелый, монотонный труд, переложив его на плечи машин.

**АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ**

направлена на использование компьютеров и других технических средств обработки и передачи информации в управлении производством, экономикой.

**АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ**

человекомашинные системы для сбора, хранения, накопления, поиска, передачи, обработки информации с использованием вычислительной техники, компьютерных информационных сетей, средств и каналов связи.

**АДАПТАЦИЯ *(от лат. adaptatio — приспособление)***

приспособление экономической системы и ее отдельных субъектов, работников к изменяющимся условиям внешней среды, производства, труда, обмена, жизни. Например, при переходе от централизованной экономики к рыночной необходима адаптация предприятий и их работников к рыночной среде и к рыночным отношениям.

**АДАПТИВНАЯ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА**

***(ОРГАНИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА)***

организационная структура фирмы (организации), гибко изменяющаяся, быстро приспосабливаемая к обновляющимся целям, задачам, функциям фирмы и переменам во внешней экономической среде, в условиях своей деятельности.

**АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНАЯ СИСТЕМА**

система управления экономикой страны, в которой главенствующая роль принадлежит распределительным, командным методам и власть сосредоточена у центральных органов управления, в бюрократическом аппарате. Для административно-командной системы характерно централизованное директивное планирование, предприятия действуют в соответствии с доводимыми им из верхних эшелонов управления плановыми заданиями. Административно-командная система опирается на тоталитарные режимы, она противоречит демократическим принципам управления, препятствует развитию свободного рынка, ***конкуренции,*** предпринимательства.

**АДМИНИСТРАТИВНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПЕРСОНАЛ**

работники аппарата управления, служащие, входящие в администрацию фирмы, предприятия, организации, конторские работники, дирекция предприятий и учреждений.

**АЛГОРИТМ***(****от латинской формы имени среднеазиатского математика аль-Хорезми)*** правило действий, последовательность проведения вычислительных операций, способ нахождения искомого результата. В экономических задачах, решаемых с использованием математических методов и моделей, алгоритм означает способ отыскания искомой величины.

**АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ**

стоимость производства товара или услуги, измеряемая с точки зрения потерянной (упущенной) возможности производства другого вида товара или услуг, требующих тех же затрат ресурсов; цена замены одного блага другим. Если при выборе из двух возможных благ и их источников потребитель (покупатель) отдает предпочтение одному, жертвуя другим, то второе благо есть альтернативная цена первого. Так что альтернативная стоимость блага есть цена потери, на которую готов идти потребитель, чтобы получить возможность приобрести желаемое благо.

**АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЦЕНА**

стоимость производства товара или услуги, измеряемая с точки зрения потерянной (упущенной) возможности производства другого вида товара или услуг, требующих тех же затрат ресурсов; цена замены одного блага другим. Если при выборе из двух возможных благ и их источников потребитель (покупатель) отдает предпочтение одному, жертвуя другим, то второе благо есть альтернативная цена первого. Так что альтернативная стоимость блага есть цена потери, на которую готов идти потребитель, чтобы получить возможность приобрести желаемое благо.

**АНАЛИЗ РЫНКА**

изучение рынка товаров и услуг, спроса и предложения, поведения потребителей, рыночной конъюнктуры, динамики цен с целью лучшего продвижения своих товаров на рынке.

**АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

одна из ветвей экономического анализа, связанная с изучением производственной, финансовой, торговой деятельности предприятий, фирм, домашних хозяйств. Такой анализ направлен на выявление величины и изменения во времени экономических показателей, характеризующих производство, обращение, потребление продукции, товаров, услуг, эффективность использования ресурсов, качество производимого продукта. В ходе анализа выявляются причины и возможные последствия наблюдаемых, изучаемых факторов.

**АНКЕТА *(от франц. enquete)***

составляемый исследователями, аналитиками опросный лист со списком вопросов, ответы на которые позволяют провести экономическое, социологическое обследование, изучить общественное мнение.

**АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

законы и другие правительственные акты, способствующие развитию ***конкуренции***, направленные на ограничение и запрещение монополий, препятствующие созданию монопольных структур и объединений, монополистических действий. Для организации антимонопольной деятельности создаются антимонопольные комитеты.

**АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ КОМИТЕТЫ**

комитеты (организации), занимающиеся антимонопольной деятельностью.

**АНТИТРЕСТОВСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

законы и другие правительственные акты, способствующие развитию ***конкуренции***, направленные на ограничение и запрещение монополий, препятствующие созданию монопольных структур и объединений, монополистических действий. Для организации антимонопольной деятельности создаются антимонопольные (антитрестовские) комитеты.

**АССОРТИМЕНТ *(от франц. assortiment)***

состав, разновидность, набор видов продукции, товаров, услуг, изготавливаемых в производстве или находящихся в продаже. Например, «в магазине представлен широкий ассортимент обуви» или «завод изготавливает большой ассортимент проката».

**БЕЗУБЫТОЧНОСТЬ**

нулевой уровень прибыли.

**ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ(англ. gross profit)**

разница между ценой продажи продукта и затратами на его производство (валовая прибыль производителя) или между ценой продажи и ценой, за которую продукт был куплен (валовая прибыль дистрибьютора, оптового или розничного продавца). В.П. рассчитывается без вычета затрат на осуществление продажи и общеадминистративных расходов.

**ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ, ВВП (англ. gross dovestic product, GDP)**

макроэкономический показатель статистики народного хозяйства. выражающий совокупную стоимость конечной продукции отраслей материального производства и сферы услуг. произведенных на территории данной страны, ВВП, исчисленный по реальным затратам производителей (т.е. без налогов и субсидий), имеет название "валовой внутренний продукт по факторной стоимости". С учетом же итогового сальдо налогов и субсидий показатель ВВП превращается в валовой внутренний продукт по рыночным ценам". Для удобства международных отношений ВВП рассчитывается в американский долларах. Сопоставимость показателей обеспечивается единой методологией национальных счетов, разработанной статистической службой ООН и принятой в большинстве стран мира.

**ВЫБОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

экономически оправданный выбор самых эффективных средств массовой информации для проведения рекламной кампании.

**ВЫБОРКА** **(англ. selection)**

часть исследуемого населения, отобранная для непосредственного изучения.

**ДЕМОНОПОЛИЗАЦИЯ**

политика государства, направленная на развитие ***конкуренции*** и сдерживание монопольного давления на рынок при помощи законодательных мер. Они включают: предотвращение слияний и поглощений крупных компаний, запрещение сговоров о ценах и пр.

**ДЕМПИНГ** **(англ. dumping)**

осуществляемый для вытеснения ***конкурентов*** и захвата внешних рынков сбыта вывоз товаров из страны по более низким ценам, чем цены внутри страны или на мировом рынке (возможно искусственное понижение цены даже ниже себестоимости); может осуществляться за счет средств фирмы-экспортера или с помощью государства путем субсидирования экспортных поставок из средств государственного бюджета.

**ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ**

производство значительного числа модификаций одной и той же продукции (одна из форм конкурентной борьбы). Политика ДП связана с большими затратами для производителей. Поэтому, используется лишь на сформировавшихся рынках со стабильным спросом и относительно ***жёсткой конкуренцией*** на стороне предложения.

**ДИНАМИКА ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ЦЕН**

(англ. dynamics of foreign trage prices) - движение (изменение) цен на отдельные товары и целые товарные группы внешней торговли; характеризует экспорт и импорт во внешней торговле отдельных стран, а также международную торговлю в целом. Оценка Д.в.ц. осуществляется на основе индексов внешнеторговых цен.

**ДИСКРИМИНАНТНЫЙ АНАЛИЗ**

анализ, помогающий определить относительную важность различных целевых сегментов рынка посредством одной или нескольких переменных, с помощью которых можно наилучшим образом предсказать, будет ли покупаться продукт.

**ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА (англ. product life cycle**)

время экономически оправданного выпуска определенного товара, в течение которого он пользуется спросом, сохраняет ***конкурентоспособность*** и обеспечивает достижение целей продавца. Имеет ряд стадий: внедрение товара на рынок, рост объема продаж, зрелость товара, насыщение рынка товаром (товар имеется у 80% потенциальных покупателей), спад объема продаж и, соответственно, прибыли.

**ЗОНА СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВ**

обособленная часть территории данной страны, рассматриваемая как находящаяся вне ее таможенной территории, на которой вводятся особые (льготные) таможенный, арендный, налоговый, валютный, визовый, трудовой и др. режимы, создающие благоприятные условия для иностранных капвложений и осуществления совместного предпринимательства на льготной налоговой и таможенной основе.

**ИЗУЧЕНИЕ МАГАЗИНОВ**

исследование рынка с помощью посещения магазинов и сбора информации, получаемой непосредственно из прямых или первичных, источников.

**ИЗУЧЕНИЕ ПЕРВИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

исследование, производимое при помощи изучения информации, получаемой непосредственно из прямых или первичных, источников.

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТОВАРНОГО РЫНКА, ИЛИ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКОВ СБЫТА (англ. market research)**

формирование информационной основы для определения стратегии и тактики ***конкурентной борьбы*** на рынке (определение емкости рынка, прогнозирование действий покупателей, изучение деятельности ***конкурентов*** и ее сравнительный анализ, прогнозирование сбыта продукции и т.д.).

**КАНАЛЫ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ** **(англ. channels of distribution**)

прием и способы доставки товара к месту продажи или месту потребления (при минимальных затратах продавца и в установленные сроки).

**КАЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

исследование без применения количественных методов, используемое для получения общего представления по определенным вопросам и формирования гипотезы. Результаты нельзя считать статистически достоверными, поскольку гипотеза должна быть проверена количественными методами.

**КАЧЕСТВО ТОВАРА (англ. goods quality)**

зависящая от рынка общая совокупность свойств товара, демонстрирующая его способность удовлетворять соответствующие потребности применительно к своему назначению.

**КЛИЕНТ** **(от лат. cliens, clientis; англ. client)**

юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами другого физического или юридического лица, вступающее с ним в деловые отношения; постоянный покупатель или заказчик.

**КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

исследование результатами, которого являются количественные статистически достоверные данные.

**КОНКУРЕНТНЫЙ ЛИСТ (англ. competitive list)**

документ-носитель информации о коммерческих условиях реализации товара, его цене, качестве, технико-экономических показателях.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОКАЗАТЕЛИ**

система критериев количественной оценки состояния конкурентоспособности товара. См. также оценка конкурентоспособности товара.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА** **(англ. goods concurentability, competitiveness of goods)**

важнейший критерий целесообразности выхода фирмы не товарные рынки; представляет собой сумму характеристик товара (качественных и стоимостных), ориентированных на удовлетворение потребительского (платежеспособность) спроса на рынке данного товара.

**КОНКУРЕНЦИИ ПРАВИЛА** **(англ. rules of competition)**

взаимосогласованные международные нормы контроля за ограничительной деловой практикой и по защите конкуренции. Могут носить рекомендательный (ООН) или обязательный (ГАТТ, ЕС) характер.

**КОНКУРЕНЦИЯ**

важнейший элемент рыночного механизма, борьба рыночных субъектов за наиболее выгодные условия приложения капитала. Главные функции конкуренции – образование рыночной цены и средней нормы прибыли. Существует два вида конкуренции: внутриотраслевая и межотраслевая.

**КОНКУРЕНЦИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ (англ. unfair competition)**

нарушение общепринятых правил и норм конкуренции: неправомерное получение, использование и разглашение конфиденциальной информации, распространение ложных сведений. сокрытие важной для потребителя информации и т.д.

**КОНКУРЕНЦИЯ НЕЦЕНОВАЯ**

конкуренция, в ходе которой решающую роль играет качество продукции, ее новизна. надежность, оформление, упаковка, последующее техническое обслуживание, реклама.

**КОНКУРЕНЦИЯ ЦЕНОВАЯ**

конкуренция, основанная главным образом на снижении цены товара; может быть прямой (с широким оповещением о снижении цены) и скрытой (на рынок выпускается новый товар с улучшенными потребительскими свойствами при сравнительно незначительном увеличении цены).

**КОНСОРЦИУМ** **(от лат. consortium - участие; англ. consortium)**

временное добровольное соглашение между несколькими банками, фирмами, компаниями с целью скоординированных действий в осуществлении единого капиталоемкого проекта. Целью К. является снижение риска при осуществлении крупномасштабных проектов, повышение ***конкурентоспособности участвующих*** в нем сторон. Членами К. могут быть частные, государственные организации и даже целые государства. При заключении соглашения предусматривается доля каждого из них в затратах и ожидаемой прибыли, а также формы участия в реализации проекта. К. не нарушает юридической и экономической самостоятельности своих членов. Их действия координируются лидером консорциума.

**МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ (англ. pricing methods)**

два основных способа решения задачи ценообразования: рыночный и административный. При рыночной системе хозяйствования в условиях свободного рынка цены определяются на базе цены производства, складывающейся из издержек производства и средней прибыли, с учетом спроса и предложения на данный товар на рынке. Расчет цены производится с помощью метода полных затрат, метода предельных затрат, метода прямых затрат, метода определения цены на базе стандартных издержек производства, метода целевой нормы прибыли.

**МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ (МИГРАЦИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ) (англ. labor force migration)**

перемещение трудоспособного населения из одних населенных пунктов в другие с переменой места жительства, места приложения труда независимо от продолжительности, регулярности и цели. Основными факторами миграции являются: безработица, относительно низкий уровень развития экономики, низкий уровень (качество) жизни населения.

**МОНОПОЛИЯ НА РЫНКЕ (англ. monopoly on market)**

ситуация на рынке, при которой все предложение товаров или услуг сосредоточено в руках одного продавца. Предприятие-монополист получает возможность самостоятельно регулировать цены, качество продукции, объем сбыта и другие параметры своей деятельности. Негативные последствия монопольного положения на рынке проявляются в том, что у предприятия-монополиста отсутствуют необходимые внешние стимулы к развитию, ***конкурентное давление***, которое заставляло бы его совершенствовать технологические процессы, обновлять производство, улучшать качество продукции.

**НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ (англ. tax incentives, tax privileges**)

полное или частичное освобождение от налогообложения физических или юридических лиц в соответствии с действующим законодательством. К Н.л. относится: необлагаемый налогом минимум дохода, скидка с исчисленной суммы налога, уменьшение облагаемым налогом дохода путем вычета из него различных статей и т.д. В разных странах Н.л. применяют по-разному, исходя из проводимой социально-экономической политики, интересов развития важных отраслей внутреннего производства и национального предпринимательства в целом. В сфере внешней торговли Н.л. наиболее применяются для поощрения экспортеров и привлечения иностранных инвестиций.

**НЕТАРИФНЫЕ БАРЬЕРЫ, ОГРАНИЧЕНИЯ (англ. non-tariff barriers)**

система административных и экономических мер (финансовых, кредитных и др.), применяемых государством в целях регулирования ввоза и вывоза товаров, в т.ч.: количественные ограничения ввоза, лицензирование, установление минимальных цен, импортные сборы, таможенные формальности и др. .

**ОБОРОТ**

также выручка. Суммарная выручка, полученная организацией за определенный период, вне зависимости от того, заплатили ли уже заказчики за приобретенные товары или нет.

**ОДНОРОДНЫЕ ТОВАРЫ**

товары, которые, хотя и не являются одинаковыми во всех отношениях, имеют сходные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые товары, и быть коммерчески взаимозаменяемыми. При определении однородности товаров учитываются следующие их признаки: качество, наличие товарного знака и репутация на рынке, страна происхождения товара, производитель. Товары не считаются однородными с оцениваемыми, если не были произведены в одной и той же стране и если их проектирование, опытно-конструкторские работы над ними, их художественное оформление, дизайн, эскизы, чертежи и т.п. были выполнены в Российской Федерации.

**ОЛИГОПОЛИЯ (от греч. oligos - немногий + poleo - продаю; англ. oligipoly)**

ситуация на рынке, при которой несколько крупных фирм монополизируют производство и сбыт основной массы (стандартизированных или дифференцированных) товаров и ведут между собой ***неценовую конкуренцию.*** О. стимулирует улучшение качественных показателей товаров, услуг, их обновление. Негативными моментами О. являются предпосылки для монополистического сговора предприятий.

**ОХРАНА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (англ. consumer's rights protection)**

деятельность государственных и общественных организаций, направленная на защиту интересов и прав потребителей, возникшая в начале 50-х годов в развитых капиталистических странах. Принципы защиты интересов потребителей, принятые в 1985 г. Генеральной Ассамблеей ООН: обеспечение физической безопасности потребителей; защита экономических интересов путем обеспечения удовлетворительных технических и эксплуатационных характеристик продукции; разработка норм безопасности и качества потребительских товаров и услуг; содействие созданию потребительских ассоциаций или кооперативов; разработка процедур компенсации потребителям за ущерб, понесенный в результате нарушения потребительских прав; разработка программ просвещения потребителей в качестве неотъемлемой части системы образования. Опираясь на эти принципы, государства разрабатывают основные направления деятельности в этой сфере.

**ПОКУПАТЕЛЬ**

лицо или организация, покупающие продукт. Покупателями могут быть как потребители продукта, так и те, кто приобретают его с целью перепродажи.

**ПОМОЩЬ РАЗВИТИЮ (англ. development assistante)**

техническая и финансовая помощь, предоставляемая на льготных условиях развивающимся странам. Техническая помощь включает передачу стране - получателю помощи научно-технических знаний и производственного опыта на льготных или безвозмездных условиях. Осуществляется путем обучения национальных кадров, предоставления консультаций технического характера, посылки экспертов и специалистов, проведения исследовательских работ по изучению природных ресурсов и возможностей развития экономики, сооружения опытных, показательных и учебных объектов. Финансовая помощь включает займы, кредиты, субсидии, дары, а также все виды перемещения капиталов из развитых стран в развивающиеся, в т.ч. экспорт производственного капитала в виде прямых и портфельных инвестиций.

**ОТЕНЦИАЛЬНЫЙ СПРОС (англ. potential demand)** - спрос, определяемый числом потенциальных потребителей и их покупательной способностью.

**ПРАВИЛА КОНКУРЕНЦИИ** **(англ. competition rules)**

международно согласованные нормы по контролю за ограничительной деловой практикой; вынуждают товаропроизводителей постоянно бороться за увеличение своей доли на рынке за счет повышения качества и расширения ассортимента товаров и услуг.

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА (англ. forecasting of demand)**

исследование будущего (возможного) спроса на товары и услуги в целях лучшего обоснования соответствующих производственных планов. П.с. подразделяется на краткосрочное (конъюнктурное), среднесрочное и долгосрочное.

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТОВАРНОГО РЫНКА (англ. market forecasting)**

оценка перспектив развития конъюнктуры товарного рынка, изменения рыночных условий на предстоящий период для учета прогнозных данных в маркетинговых программах, в тактике и стратегии маркетинга предприятий. П.т.р. основывается на анализе фактических данных прошлого и настоящего исследуемого рынка. Цель прогноза - определить тенденции факторов, воздействующих на рыночную ситуацию, к которым относятся: общехозяйственная конъюнктура; структурные изменения экономики; изменения потребностей покупателей; изменение цен и показателей кредитной и валютно-финансовой сфер; появление новых товарных рынков. П.т.р. подразделяется на краткосрочное (на срок до 1,5 лет), среднесрочное (на 5 лет) и долгосрочное (до 15 лет).

**РАСЧЕТ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ЦЕНЫ (англ. foreign trade price calculation) -** процедура во внешнеторговой практике, состоящая в подборе ***конкурентных материалов*** на аналогичные товары в международной торговле, отражающие уровень цен на рынках и по сделкам, условия которых наиболее соответствуют планируемой сделке. При значительном расхождении конкурентных цен на их базе составляется ***конкурентный лист,*** в который заносятся все факторы, определяющие уровень на аналогичные ***товары конкурентов,*** включая технико-экономические характеристики и коммерческие условия сделок.   
составной частью маркетинговых операций.

**РИНГ (англ. ring) -** кратковременное соглашение предпринимателей о скупке определенного товара и его задержании на складах с целью взвинчивания цен и получения монопольной прибыли; является одной из форм ***недобросовестной конкуренции.***

**СПРОС (англ. demand)**

личная или общественная потребность в средствах производства, предметах потребления и услугах. Наряду с ценой и предложением спроса является одним из основных элементов рыночного механизма, регулирования товарно-денежных отношений.

**СТАГНАЦИЯ (англ. stagnation)**

в экономике - явление, представляющее собой застой, отсутствие прироста в промышленном и сельскохозяйственном производстве, в торговом обороте.

**СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА (англ. sales promotio**n)

система мер, направленных на стимулирование покупательского спроса, ускорение процесса товародвижения и реализации товара при условии что покупатель знает товар. К числу мер, непосредственно воздействующих на покупателя, относятся: скидки с цены, предоставление кредита, премиальная продажа, конкурсы, лотереи, гарантии возврата денег, если купленный товар по каким-либо причинам не понравился покупателю, и т.д. Кроме того, в систему стимулирования сбыта входят меры, применяемые к оптовым покупателям, дилерам, например скидка с цены при увеличении количества приобретаемого товара, поставка пробных партий товара бесплатно, возмещение расходов посредников на рекламу, премии, конкурсы. Стимулирование сбыта включает в себя также стимулирование сферы торговли (зачеты за закупку, совместная рекламная деятельность, премирование дилеров за продвижение товара и др.) и торгово-посреднического персонала фирмы-производителя (премии, конкурсы, конференции и др.).

**СТРАТЕГИЯ АКТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (англ. strategy of active influence)**

отказ от пассивного приспособления к рыночным условиям, разработка и осуществление мероприятий по активному формированию спроса на реализуемую продукцию.

**ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ (англ. selection of goods, variety of goods)**

группа товаров, связанных между собой либо в силу схожести сферы их функционирования (применения), либо в рамках одного и того же диапазона цен.

**ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ (англ. erade barriers)**

ограничение свободного обмена товарами и услугами между странами через механизмы тарифного (таможенный тариф) и нетарифного (лицензирование, квотирование и пр.) регулирования.

**ФИЗИЧЕСКОЕ ЛИЦО (англ. natural person)**

субъект, обладающий гражданской правоспособностью и обязанностями, иностранный гражданин или лицо без гражданства.

**ЦЕНА БАЗИСНАЯ (англ. base price)**

цена определенного товара с фиксированными параметрами качества, устанавливаемая в момент заключения опционной сделки. При изменении конъюнктуры рынка цена базисная, как правило, сохраняет стабильность, а надбавки и скидки значительно изменяются.

**ЦЕНА КОНТРАКТА (англ. contract price)**

цена товара, ценной бумаги, согласованная и зафиксированная в контракте; является фактической ценой, составляющей коммерческую тайну. В зависимости от условий контракта (способа фиксации) различают следующие виды контрактных цен: твердая, подвижная, скользящая, с последующей фиксацией. Твердая цена устанавливается в момент подписания контракта и не подлежит изменению в течение срока его действия. Подвижная цена фиксируется при заключении контракта, но может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится. Скользящая цена - цена, изменяемая в течение действия по согласованному сторонами способу (согласно формуле скольжения цены). Если контрактом предусматриваются частичные поставки, то скользящая цена рассчитывается на каждую поставку. Цена с последующей фиксацией устанавливается в ходе исполнения контракта. В договоре определяются правила фиксации цены, право выбора времени фиксации и т.п.

**ЦЕНА НОМИНАЛЬНАЯ (англ. nominal price)**

1) цена товара, опубликованная в прейскурантах или справочниках. Во внешнеторговых операциях исчисление скидок, надбавок и накидок производится с номинальной цены в тех случаях, когда последняя принята при заключении сделки в качестве цены базисной; 2) биржевая котировочная цена за товар, по которому в день котировки на было заключено сделок.

**ЦЕНА ОПТОВАЯ (англ. wholesale price)**

цена за товар (услуги) при продаже его (их) крупными партиями (оптом) торговым и промышленным фирмам, организациями в отличие от розничной цены, устанавливаемой при продаже товара и услуг индивидуальному потребителю. В международной торговле сделки (за редкими исключениями) представляют собой оптовые операции и совершаются по оптовым или более низким ценам. Цены оптовые, публикуемые в различных информационных источниках, нельзя рассматривать как применимые к любым условиям, тем более, что сообщаются они фирмами, заинтересованными в завышении цен (при экспорте) или, наоборот, в занижении цен (при импорте). Публикуемые для всеобщего сведения, они могут служить только для ориентира.

**ЦЕНА РОЗНИЧНАЯ (англ. retail price)**

цена, которая устанавливается на товар, продаваемый в личное потребление в малых количествах. По розничным ценам осуществляется не только торговля в розничной сети, но и посылочная, как внутри страны, так и на международном уровне.

**ЦЕНА СПРАВОЧНАЯ (англ. published price)**

вид оптовой цены во внутренней и международной торговле. Особым видом справочной цены являются прейскурантные цены, т.е. цены, включаемые в прейскуранты фирм. Цена справочная, будучи в большинстве случаев номинальной или же отражающей уровень фактических цен уже заключенных сделок)за прошлую неделю, месяц), выступает для продавца и покупателя в качестве ответной точки при определении цены, фиксируемой в контракте. Справочная цена используется обычно при срочной купле-продаже небольших партий товаров. При крупномасштабных торговых операциях к справочным ценам применяется система скидок.

**ЦЕНА ФАКТУРНАЯ (англ. invoice price)**

цена, указываемая в счете (инвойсе, фактуре) на поставленный товар. В зависимости от базиса поставки цена фрактурная может включать расходы по перевозке товара, погрузо-разгрузочным работам, страхованию, оплате экспортной пошлины, различные сборы.

**ЦЕНА ЦЕЛЕВАЯ, ОРИЕНТИРОВОЧНАЯ (англ. quid price)**

цена, которая используется в странах Европейского Союза для определения размера налога на ту или иную продукцию в целях проведения единой сельскохозяйственной политики этой группой стран.