**Приложение № 1**

**Анкета для определения наличия производства продукции и схемы ее реализации.**

Наименование, организационно-правовая форма хозяйствующего субъекта, осуществляющего производство питьевого молока (производителя) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Пожалуйста, ответьте на предложенные вопросы, поставив знак V.

1. Производит ли Ваше предприятие молоко питьевое стерилизованное и/или ультрапастеризованное:

|  |  |
| --- | --- |
| Да |  |
| Нет |  |

В случае положительного ответа на вопрос № 1 представьте сведения в соответствии с Таблицей № 1.

2. Какова схема реализации молока питьевого стерилизованного и ультрапастеризованного *(заполняется в случае положительного ответа на вопрос № 1):*

|  |  |
| --- | --- |
| Схема реализации: | Ответ: |
| *(А) Весь объем реализуется оптовым покупателям, входящим в одну группу лиц с производителем.* |  |
| *(Б) Весь объем реализуется независимым покупателям (не входящим в одну группу лиц[[1]](#footnote-2) с производителем).* |  |
| *(В) Реализуется как оптовым покупателям, входящим в одну группу лиц с производителем, так и независимым покупателям (не входящим в одну группу лиц с производителем).*  |  |

Хозяйствующему субъекту необходимо заполнить

-таблицу № 2, при схеме реализации (А);

-таблицу № 3, при схеме реализации (Б);

-таблицу № 2 и № 3, при схеме реализации (В).

**Данные необходимо представить за 2011-2013 гг.**

**3.**

**Приложение № 3**

**Выявление барьеров входа на рынок**

**(определяются путем опроса участников рынка)**

1. Какие из перечисленных ниже барьеров оказывают наиболее существенные ограничения для входа на рынок определенного товара (выберите 2-3 позиции и поставьте знак V):

А) экономические барьеры:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Значительные капиталовложения |  |
| 2 | Сроки окупаемости капитальных вложений |  |
| 3 | Ограниченный доступ к молочному сырью |  |
| 4 | Отсутствие эффективной поддержки отрасли  |  |
| 5 | Иные ограничения (описать какие) |  |

Б) административные барьеры:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Ограничения в виде законодательных актов, определяющих налоговую политику |  |
| 2 | Ограничения в виде законодательных актов, определяющих экономическую политику |  |
| 3 | Ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов |  |
| 4 | Предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам |  |
| 5 | Решения органов власти по ограничению ввоза (вывоза) товаров на территорию (с территории) |  |
| 6 | Ветеринарно-санитарные требования |  |
| 7 | Технические стандарты и стандарты качества |  |
| 8 | Тарифная политика при осуществлении внутренних перевозок |  |
| 9 | Иные ограничения (описать какие) |  |

В)Организационные барьеры:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Неразвитость рыночной инфраструктуры: наличие (отсутствие) необходимых средств коммуникации (транспорта, связи), служб по оказанию информационных, консалтинговых, лизинговых услуг и т.п. |  |
| 2 | Емкость товарного рынка. В этом случае рассматривают степень насыщенности рынка, уровень платежеспособного спроса, активность иностранных конкурентов. Чем выше эти показатели, тем выше уровень входного барьера. |  |
| 3 | Иные ограничения (описать какие) |  |

Г) Стратегические барьеры:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Наличие долгосрочных договоров с потребителями товара |  |
| 2 | Наличие среди участников рынка вертикально-интегрированных структур |  |
| 3 | Поведение участников рынка (наличие соглашений, ценовая политика и т.д.) |  |
| 4 | Иные ограничения (описать какие) |  |

2. Какие из перечисленных ниже барьеров оказывают наиболее существенные ограничения для входа на рынок производства и оптовой реализации питьевого молока длительного срока хранения при торговле за пределы страны (выберите 2-3 позиции и отметьте их галочкой):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Ограничения в виде законодательных актов, определяющих таможенную политику |  |
| 2 | Отсутствие синхронизации технических стандартов и стандартов качества со странами-импортерами |  |
| 3 | Тарифная политика в отношении международных перевозок |  |
| 4 | Иные ограничения (описать какие) |  |

1. В понимании статьи 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». [↑](#footnote-ref-2)