**Аналитическая записка**

*«Результаты мониторинга состояния развития конкурентной среды в Ичалковском*

*муниципальном районе»*

с. Кемля, 2022

Введение

В рамках внедрения Стандарта развития конкуренции на территории муниципального образования в Ичалковском муниципальном районе предусмотрено проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ичалковского муниципального района.

Целью данного мониторинга является изучение состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона.

1. Выявление мнений представителей бизнеса по следующим вопросам: оценка бизнесом состояния конкуренции и конкурентной среды; оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности; оценка услуг субъектов естественных монополий; направления работы по развитию конкуренции в Ичалковском муниципальном районе.
2. Выявление удовлетворенности населения характеристиками товаров и услуг и состоянием ценовой конкуренции, в том числе оценка услуг субъектов естественных монополий и мнение о направлениях работы по развитию конкуренции в Ичалковском муниципальном районе.

В ходе мониторинга опрашивались 18 респондентов.

1. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров

и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (включая мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информацией о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ичалковского муниципального района.

**Характеристики бизнеса**

В процессе сбора данных о состоянии и развитии конкурентной среды было опрошено 5 представителя бизнеса, которые являются собственниками бизнеса или индивидуальными предпринимателями.

Все пять организации представлены численностью сотрудников до 15 человек.

Следующий индикатор показывает распределение бизнес-структур по возрасту – количество лет, в течение которого организация функционирует на рынке.

20% -респондентов работают в бизнесе от 3 до 7 лет, 80% -респондентов работают в бизнесе более 7 лет, т.е. успели накопить достаточный опыт ведения бизнеса и могут давать объективные оценки конъюнктуры рынка и состоянию конкурентной среде.

По величине годового оборота бизнеса, ответы респондентов распределились следующим образом: до 120 миллионов рублей– 100% опрошенных.

Таким образом, большинство респондентов осуществляли предпринимательскую деятельность в сфере малого бизнеса.

100 % респондентов осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг.

Опрос респондентов о географических рынках, представляемых бизнесом, показал, что основным рынком сбыта продукции (услуг) в 100% случаев являлся рынок муниципального образования Ичалковского района.

**Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды**

Отвечая на вопрос о количестве конкурентов, от 1 до 3 конкурентов имеют 80,0 % опрошенных, 4 и более конкурентов имеют 20%.

Немаловажным фактором функционирования бизнеса является количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке.

Так, 20% предпринимателей отметили, что сократилось на 1-3 конкурента, 60 % опрошенных – конкуренция не изменилась конкуренция за последние три года, 20% - затруднились ответить.

Для оценки состояния конкуренции респондентов попросили выбрать утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который он представлял, как часто требуется реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное).

40% респондентов отмечали, что ведут бизнес в условиях достаточно интенсивной конкуренции, 60% респондентов – в условиях средней интенсивности. Т.е. 80,0 % респондентам для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг.

Мнение субъектов предпринимательской деятельности о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ичалковского муниципального района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе.

Одной из основных задач по развитию конкуренции в регионе является повышение уровня информационной открытости деятельности органов исполнительной власти, в том числе по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ичалковского муниципального района.

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ичалковского муниципального района (количество участников, данные о перспективах развития конкретных рынков, барьеры входа на рынки и т.д.) и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, осуществлялось по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и удобству получения информации.

По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень своей удовлетворенности. Уровень доступности официальной информации удовлетворяет 100% предпринимателей; 60% опрошенных представителей бизнеса удовлетворены уровнем понятности, 40 % – скорее удовлетворены.

Удобство получения подобного рода информации считают, удовлетворительным 80,0% опрошенных, 20 % – скорее удовлетворены.

Оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности

Одним из основных негативных факторов, препятствующих развитию конкуренции, являются административные барьеры (ограничения ведения предпринимательской деятельности и входа на рынок новых участников, создаваемые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными аналогичными правами), снижающие стимулы входа на рынки новых участников, повышающие непроизводственные издержки.

Результаты проведенного исследования показывают, что 60% респондентов отметили что в Ичалковском муниципальном районе отсутствуют административные барьеры, 40% респондентов- затруднились ответить.

К числу наиболее существенных административных барьеров ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предпринимателями Ичалковского муниципального района были отнесены.

* сложность получения доступа к земельным участкам – 40,0 %;
* нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – 40,0%;
* сложность/ затянутость процедуры получения лицензий – 40,0%
* высокие налоги – 80,0 %;
* ограничение/ сложность доступа к закупкам компаний с государственным участием и субъектов естественных монополий – 40,0 %;
* ограничение/ сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках государственных закупок – 60,0 %;

Оценили помощь действующей власти в ведении бизнеса 100,0% опрошенных.

Оценка субъектами предпринимательской деятельности услуг субъектов естественных монополий

Субъекты предпринимательской деятельности удовлетворенность услугами естественных монополий оценивали по следующим параметрам: сложность процедуры подключения; стоимость предоставления услуги; качество предоставления услуги.

Анализ оценки мнений респондентов о характеристиках услуг субъектов естественных монополий показал, что по сложности процедуры подключения к услугам наиболее сложные зафиксированы при получении услуг водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 60,0 %.

По количеству процедур подключения наиболее сложными названы услуги водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 60,0%.

По стоимости подключения услуги водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 80,0% оценены респондентами как наиболее дорогостоящие.

По всем характеристикам в качестве наиболее доступных для подключения с минимальным количеством затрат названы услуги телефонной связи.

На вопрос «Если бизнес, который Вы представляете, сталкивался с процедурой получения доступа к услугам, оцените сложность (количество процедур) и сроки их получения?» большинство респондентов затруднилось назвать определенный период времени, который пришлось потратить на получение той или иной услуги и количество пройденных при этом процедур.

2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ичалковского муниципального района и состоянием ценовой конкуренции (включая мониторинг удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ичалковского муниципального района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями)

**Социально-демографические характеристики**

Было опрошено 16,7 % мужчин и 83,3% женщин.

Больше всего было опрошено респондентов в возрасте от 25 до 34 лет – 16,7%, от 35 до 44 лет – 44,4%, от 45 до 54 лет – 27,8%, от 55 до 64 лет – 11,1%.

По показателю количество детей 27,8% опрошенных респондентов имеют 1 ребенка, 2 ребенка – 55,6%, 3 ребенка – 5,6%, 11,1% - не имеют детей.

Большинство респондентов (88,9%) имеют высшее образование, 11,1% - два высших образования.

В соответствии с задачами мониторинга были выделены социальные группы потребителей Ичалковского муниципального района по характеру основной деятельности. Опрос показал, что 100 % потребителей – работают.

61,1 % опрошенных сообщили, что ежемесячный доход на члена семьи в среднем составляет от 10 - 20 тысяч рублей; 38,9 % опрошенных потребителей имеют среднемесячный доход более 20 тысяч рублей.

Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и приоритетных рынках Ичалковского района

**(оценка состояния конкуренции и конкурентной среды)**

1. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

33,33% респондентов считают, рынок услуг детского отдыха и оздоровления достаточно развит, 38,89% респондентов ответили, что организаций на рынке услуг детского отдыха и оздоровления мало развит, 27,78% - затруднились ответить на этот вопрос.

Более 25,0 % респондентов удовлетворены качеством услуг детского отдыха и оздоровления, 11,1% - не удовлетворены. Возможностью выбора услуг детского отдыха и оздоровления района и уровень цен на этом рынке составляет по 19,4%.

2. Рынок медицинских услуг

50,0% опрошенных считают достаточным количество организаций, предоставляющих медицинские услуги; 33,3 % не согласны с этим утверждением и полагают, что таких организаций на рынке медицинских услуг недостаточно, 16,67 – затруднились ответить.

Возможностью выбора на рынке медицинских услуг в разной степени удовлетворены 44,4 % респондента, 27,8% не удовлетворены выбором медицинских услуг. Качеством медицинских услуг региона удовлетворены 44,4 % респондента, 33,3 % - респондента не удовлетворены уровнем цен на медицинские услуги.

3 . Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ)

66,67% респондентов считает, что рынок услуг ЖКХ достаточно развит. 11,1% - мало, 22,22% респондентов затрудняются ответить.

72,2 % респондента удовлетворены качеством услуг ЖКХ, 11,1% опрошенных потребителей не удовлетворены. 88,9 % опрошенных полагают, что скорее не удовлетворены ценами на услуги ЖКХ, 11,1% опрошенных скорее удовлетворены.

4. Рынок розничной торговли

Подавляющее большинство респондентов считают рынок розничной торговли достаточно развитым, По этому показателю рынок розничной торговли лидирует среди других рынков. 83,3 % респондента удовлетворены возможностью выбора на рынке розничной торговли, 5,6% респондента скорее не удовлетворены возможностью выбора на рынке розничной торговли. 11,1% респондента затруднились оценить возможность выбора на рынке розничной торговли.

88,9 % респондентов удовлетворены качеством услуг розничной торговли 5,6 % - скорее не удовлетворены качеством услуг рынка розничной торговли, 5,6 % респондентов затруднились оценить качество услуг на рынке розничной торговли.

66,67 % - потребителей скорее не удовлетворены ценовой политикой на рынке розничной торговли. 22,2% опрошенных потребителей удовлетворены уровнем цен на этом рынке, 11,1 % респондента затруднились ответить.

5. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

11,1 % опрошенных определили, что этот рынок развит мало, 66,67 %, напротив, что развит достаточно, а 22,2 % затруднились ответить. 61,1 % – удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. 11,1 % респондентов в различной степени скорее не удовлетворены возможностью выбора на этом рынке. 27,7% респондентов затруднились оценить возможность выбора услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. 50,0% удовлетворены качеством услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, 5,6 % скорее не удовлетворены качеством услуг на этом рынке27,8 % респондентов затруднились оценить качество услуг на данном рынке.

Ценовая политика на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом 61,1% опрошенных потребителей скорее не устраивает, а 11,1 % опрошенных полагают, что удовлетворены ценами на услуги перевозок. Затруднились оценить уровень цен на этом рынке 27,8 % опрошенных потребителей.

6.Рынок услуг связи

5,56% респондентов считают, рынок услуг связи малоразвитым, 50 % респондентов считают, что этот рынок достаточно развит, затруднились ответить – 44,44%.

50,0 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг связи,11,1% - скорее не удовлетворены.

Около 44,4 % респондентов удовлетворены качеством услуг связи, а 38,9% респондентов скорее не удовлетворены. 16,7 % респондентов не смогли определить степень удовлетворенности качеством на данном рынке.

44,5% опрошенных потребителей скорее не удовлетворены ценами на услуги связи, 33,3 % - опрошенных полагают, что удовлетворены ценами на услуги связи. 22,2 % - затруднились в оценке своего отношения к уровню цен на услуги связи.

7. Рынок услуг социального обслуживания населения

11,1% опрошенных считают, что рынок социального обслуживания населения малоразвит. 33,33% респондентов напротив, уверены, что на этом рынке достаточно организаций, оказывающих услуги по социальному обслуживанию населения.

55,6 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг социального обслуживания населения. 11,1 % респондентов скорее не удовлетворены, 33,3 % респондентов затруднились оценить возможность выбора на рынке услуг социального обслуживания населения.

50 % респондентов удовлетворены, а 5,6 % – скорее не удовлетворены качеством услуг социального обслуживания населения. 44,4% респондентов затруднились оценить качество услуг вышеупомянутого рынка.

44,4 % опрошенных полагают, что удовлетворены, 5,6% – скорее не удовлетворены ценами на рынке услуг социального обслуживания населения. 50,0 % респондентов затруднились с оценкой личного отношения к ценовой политике на рынке услуг социального обслуживания населения.

8. Рынок услуг туризма и отдыха

16,67% опрошенных считает, что рынок услуг в сфере туризма и отдыха достаточно развитым. 22,2 % опрошенных считают, что этот рынок развит мало, а 5,56 % полагают, что не развит совсем, 55,56% затрудняются ответить на этот вопрос.

33,3 % респондента удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг в сфере туризма и отдыха, 16,7% респондента скорее не удовлетворены возможностью выбора на этом рынке. 50,0% респондентов затруднились оценить возможность выбора услуг в сфере туризма и отдыха.

50,0 % респондентов удовлетворены качеством услуг в сфере туризма и отдыха, 5,6 % респондентов скорее не удовлетворены, а 33,3 % респондентов затруднились оценить качество услуг в сфере туризма и отдыха.

38,9 % опрошенных потребителей удовлетворены ценовой политикой на рынке услуг в сфере туризма и отдыха района, 5,6 % - опрошенных полагают, что скорее не удовлетворены ценами на услуги в сфере туризма и отдыха, 55,6% - респондентов затруднились ответить на вопрос в сфере туризма и отдыха.

**9. Рынок точек реализации фермерской продукции.**

38,89% респондентов считают рынок реализации фермерской продукции достаточно развитым. 11,1 % респондентов определили, что этот рынок мало- развит,50,0 %, затрудняются ответить.

55,6 % респондентов удовлетворены, а 5,6 % –скорее не удовлетворены возможностью выбора на рынке реализации фермерской продукции. 38,9% респондентов затруднились оценить возможность выбора на рынке реализации фермерской продукции.

61,1 % респондентов удовлетворены качеством на рынке реализации фермерской продукции. 38,9 % респондентов затруднились оценить качество предложения на данном рынке.

Ценовая политика на рынке реализации фермерской продукции устраивает 55,6 % опрошенных потребителей, а 5,6 % – скорее не устраивает. 38,9% потребителей затруднились оценить уровень цен.