

Аналитическая записка

«Результаты мониторинга состояния и развития конкурентной среды на территории Тарасовского района»

п. Тарасовский

2019 год

Содержание

Введение.....	3
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 Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом).....	4
2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Тарасовского 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 Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом).....	18

Введение

В Тарасовском районе, в рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в муниципальных образованиях Ростовской области, предусмотрено ежегодное проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг района.

Данное исследование направлено на изучение состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг района:

1. Выявление мнений представителей бизнеса по следующим вопросам: оценка бизнесом состояния и развития конкурентной среды; оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности; оценка услуг субъектов естественных монополий; направления работы по развитию конкуренции среди субъектов предпринимательской деятельности в районе.

2. Выявление удовлетворенности населения характеристиками товаров, работ и услуг и состоянием ценовой конкуренции, в том числе оценка услуг предоставляемых субъектами естественных монополий и мнение о направлениях работы по развитию конкуренции в районе.

Для решения поставленных задач сектором социально-экономического прогнозирования, поддержки предпринимательства, координации работы предприятий промышленного комплекса и торговли Администрации Тарасовского района совместно с Администрациями сельских поселений Тарасовского района в ноябре 2019 года были проведены опросы субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг Тарасовского района, по результатам которых был подготовлен настоящий информационно-аналитический материал. В ходе исследований было опрошено 109 респондентов, из которых 46 представителя бизнеса и 63 потребителя товаров и услуг. Годом ранее опрашивались 104 респондента, из которых 42 представителя бизнеса и 62 потребителя товаров и услуг.

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 Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом).

Характеристики бизнеса

С целью оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Тарасовского района был проведен опрос представителей бизнеса. Респондентам было предложено заполнить анкету с вопросами об условиях конкуренции, наличии (отсутствии) административных барьеров, деятельности органов исполнительной власти региона и органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции и качестве (уровне доступности, понятности, удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды, размещаемой ими. Всего от респондентов было получено 46 анкет.

58,7% субъектов предпринимательской деятельности, представители которых были опрошены, действуют на рынке более 5 лет, т.е. успели накопить достаточный опыт ведения бизнеса и могут давать объективные оценки конъюнктуры рынка и состоянию конкурентной среды. 26,1% ведут бизнес на протяжении 3-5 лет; 13,0% предприятий и организаций осуществляют деятельность от 1 года до 3 лет; 2,2% пришлось на начинающих предпринимателей (рисунок 1.1).

Структура опрошенных представителей бизнеса по итогу 2018 года складывалась следующим образом: 71,4% респондентов работают в бизнесе более 5 лет; присутствуют на рынке на протяжении 3-5 лет - 14,3% опрошенных, от 1 года до 3 лет - 11,9% респондентов и 2,4% - начинающие предприниматели.

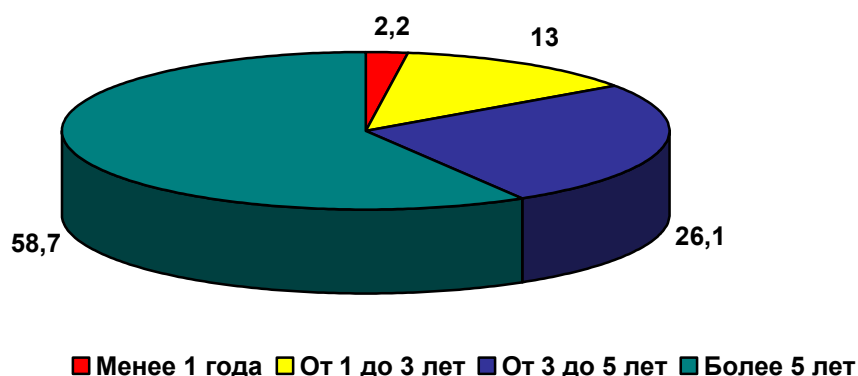


Рисунок 1.1. Распределение предприятий и организаций по времени осуществления предпринимательской деятельности, % к опрошенным

Преимущественное большинство респондентов 58,7% являются собственниками бизнеса. Из числа опрошенных руководители высшего и среднего звена составили 19,6% и 8,7% соответственно. На не руководящих сотрудников

пришлось 13,0% (рисунок 1.2). Годом ранее в опросе принимали участие собственники бизнеса - 83,3%, руководители высшего и среднего звена - 9,5% и 2,4% соответственно. На не руководящих сотрудников пришлось 4,8%.

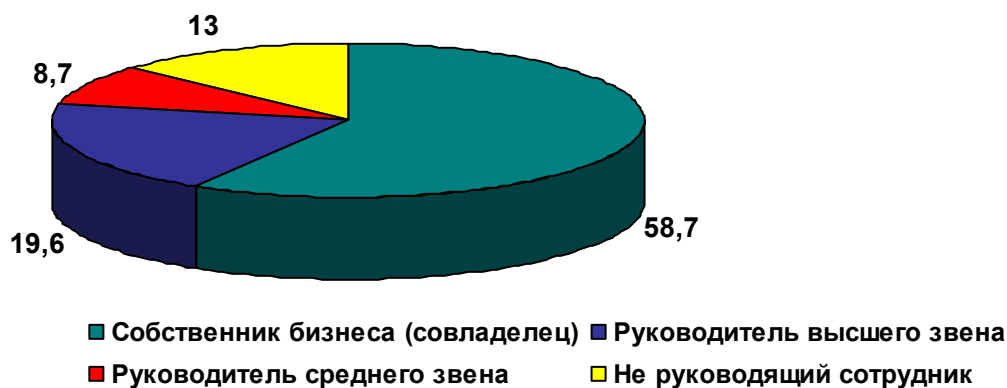


Рисунок 1.2. Распределение респондентов по занимаемым должностям, % к опрошенным

Если говорить о размере бизнеса, то в целом 82,6% опрошенных заявили, что численность сотрудников их организаций составляет не более 15 человек, 17,4% пришлось на организации с численностью от 16 до 100 человек (рисунок 1.3). В 2018 году по численности сотрудников респонденты распределились следующим образом: 88,1% представлено численностью не более 15 человек, 9,5% - от 16 до 100 человек, 2,4% - от 101 до 250 человек.

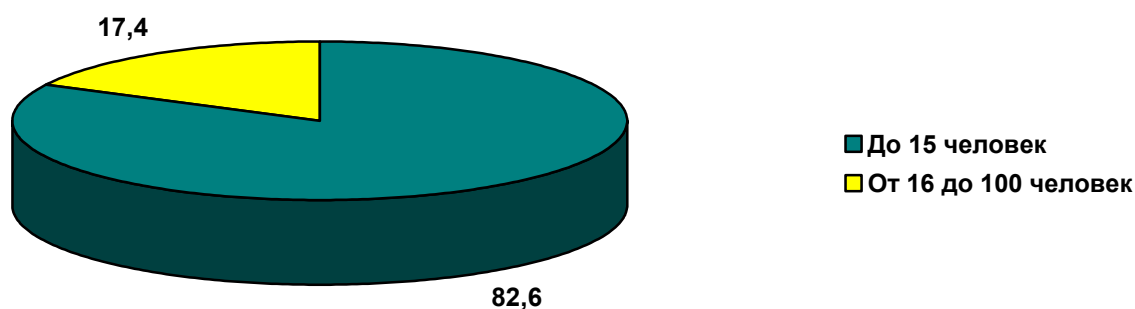


Рисунок 1.3. Распределение предприятий и организаций по численности сотрудников организации, % к опрошенным

По величине годового оборота бизнеса ответы респондентов распределились следующим образом (рисунок 1.4): до 120 миллионов рублей (микропредприятие) – 71,7%, от 120 до 800 миллионов рублей (малое предприятие) – 8,7%, от 800 до 2000 миллионов рублей (среднее предприятие) – 4,3%, более 2000 миллионов рублей – 2,2%. Затруднились в ответе на этот вопрос 13,1% опрошенных. Годом ранее структура выборки по величине годового оборота была следующей: до 120 миллионов рублей (микропредприятие) – 78,6%, от 120 до 800 миллионов рублей (малое предприятие) – 7,1%, от 800 до 2000 миллионов рублей (среднее предприятие) – 2,4%. Затруднились в ответе на этот вопрос 11,9% опрошенных.

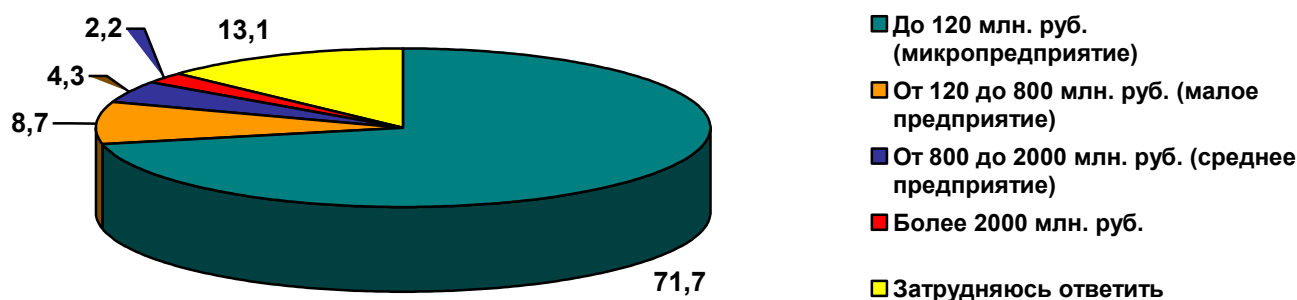


Рисунок 1.4. Распределение предприятий и организаций по величине годового оборота бизнеса, % к опрошенным

Можно сделать вывод о том, что из всех представителей бизнеса, принявших участие в опросе в 2019 году, преобладают микропредприятия с численностью сотрудников до 15 человек и величиной годового оборота не более 120 млн. рублей.

Более половины респондентов (58,7%) заявили, что их организации занимаются производством сельскохозяйственной продукции (в 2018 году - 35,7%); 34,8% респондентов осуществляют деятельность в сфере оптово-розничной торговли (в 2018 году – 50,0%); на сферу транспорта и связи приходится 2,2% количества опрошенных (в 2018 году – 2,4%); прочие виды деятельности составили 4,3% опрошенных (рисунок 1.5). Также в 2018 году опрос респондентов коснулся таких сфер деятельности: обработка древесины и производство изделий из дерева – 2,4%; производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 2,4% и 7,1% - сфера прочих коммунальных, социальных и персональных услуг.

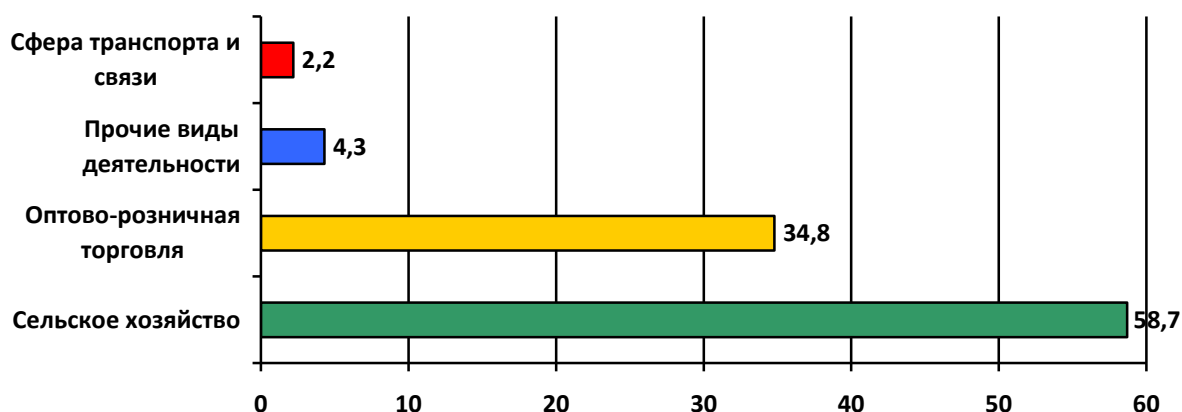


Рисунок 1.5. Распределение предприятий и организаций по основной производимой продукции (товару, работе, услуге), % к опрошенным

Таким образом, по информации респондентов, большинство организаций, участвовавших в опросе, занимаются производством сельскохозяйственной продукции, а также ведут оптово-розничную торговлю (продовольственными и непродовольственными товарами).

Опрос респондентов о географических рынках, представляемых бизнесом (рисунок 1.6), показал, что основным рынком сбыта продукции (товаров, работ,

услуг) в 34,8% случаев является рынок Тарасовского района, на локальный рынок (одно муниципальное образование) пришлось 23,9% опрошенных. На рынках нескольких субъектов Российской Федерации реализуют продукцию (услуги) 30,4% респондентов. Затруднились с ответом 10,9% опрошенных. В прошлом году ситуация наблюдалась следующая: основным рынком сбыта продукции в половине случаев (50,0%) является рынок Тарасовского района. На рынках нескольких субъектов Российской Федерации реализуют продукцию (услуги) 28,6% респондентов. Затруднились с ответом 21,4% респондентов.

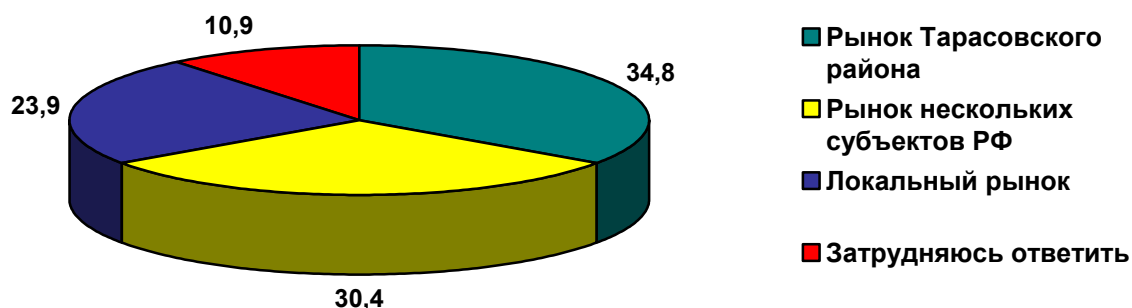


Рисунок 1.6. Распределение предприятий и организаций по географическим рынкам, % к опрошенным

Оценка состояния и развития конкурентной среды

Важным фактором развития и поддержания бизнеса является наличие конкурентной среды.

Отвечая на вопрос о количестве конкурентов, 10,9% опрошенных отметили, что у них нет конкурентов (рисунок 1.7). От 1 до 3 конкурентов имеют 17,4% опрошенных. О наличии 4-х и более конкурентов заявили 23,9% опрошенных. Большое количество конкурентов отметили 32,6%. Затруднились с ответом 15,2%. Сопоставимые пропорции наблюдались и в 2018 году. Можно сказать, что около 30% опрошенных в 2018 и 2019 гг. имеют более 4 конкурентов.

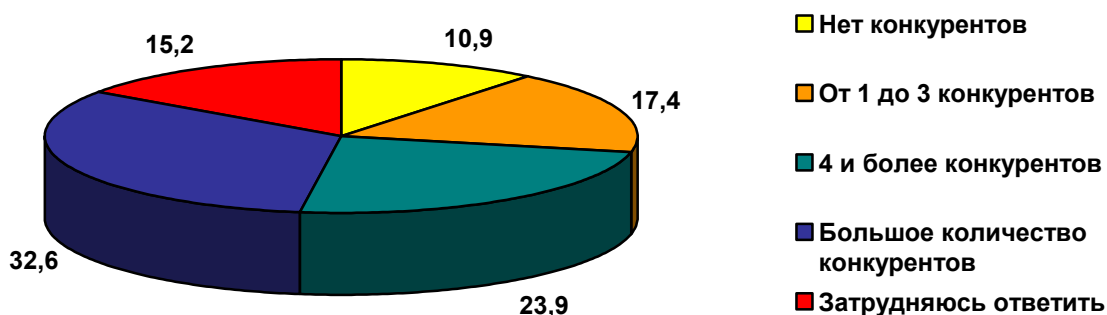


Рисунок 1. 7. Распределение предприятий и организаций относительно количества конкурентов на основном рынке, % к опрошенным

Немаловажным фактором функционирования бизнеса является возрастание количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке (рисунок 1.8).

Так, 23,9% опрошенных указали на увеличение конкуренции за последние три года, в том числе: 10,9% указали на увеличение на 1-3 конкурента, 13,0% отметили увеличение на 4 и более конкурентов. Сокращение конкуренции отметили 8,7% предпринимателей, в том числе: 2,2% указали сокращение на 4 и более конкурентов и 6,5% на 1-3 конкурента. Затруднились ответить 19,6% респондентов. 47,8% не отметили изменений в количестве конкурентов за 3 года. В 2018 году отслеживалась подобная структура: 23,8% респондентов отмечался рост конкурентов на рынке, из них: 14,3% указали на увеличение на 1-3 конкурента, 9,5% отметили увеличение на 4 и более конкурентов. Сокращение конкуренции на 1-3 конкурента отметили 16,7% опрошенных. Затруднились ответить 7,1% респондентов. На неизменности ситуации на рынке настаивало 52,4%.

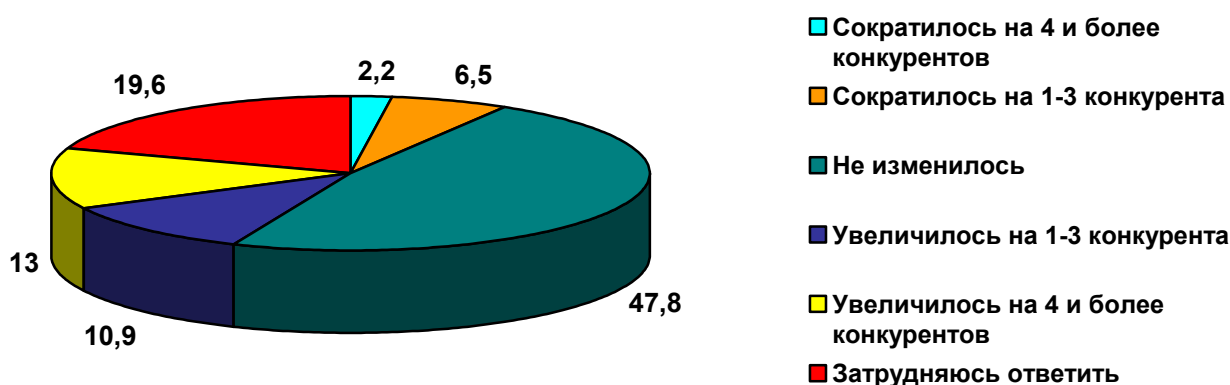


Рисунок 1.8. Распределение предприятий и организаций относительно изменения количества конкурентов за последние 3 года, % к опрошенным

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). Данный вопрос затруднений у респондентов не вызвал, мнения сложились следующим образом (рисунок 1.9).

Чаще всего (28,3% ответов) респонденты отмечали, что ведут бизнес в условиях умеренной конкуренции, т.е. для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (в 2018 году – 50,0%).

23,9% опрошенных считают, что действуют в условиях слабой конкуренции – для сохранения рыночной позиции время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (в 2018 году – 21,4%) .

Ведение бизнеса в условиях высокой или очень высокой конкуренции отметили 15,2% опрошенных (в 2018 году – 19,1%). При этом в условиях высокой конкуренции действуют 10,9% респондентов (в 2018 году – 14,3%), регулярно (раз в

год или чаще) предпринимающие меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг сохранения рыночной позиции бизнеса, а также время от времени (раз в 2-3 года) применяющие новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее.

Очень высокую конкуренцию зафиксировали 4,3% респондентов (в 2018 году – 4,8%), для сохранения рыночной позиции бизнеса им было необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, не используемые компанией ранее.

Утверждению «для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) соответствовало определение «нет конкуренции». Этот вариант выбрали 19,6% опрошенных (в 2018 году – 7,1%).

Затруднились ответить 13,0% опрошенных.

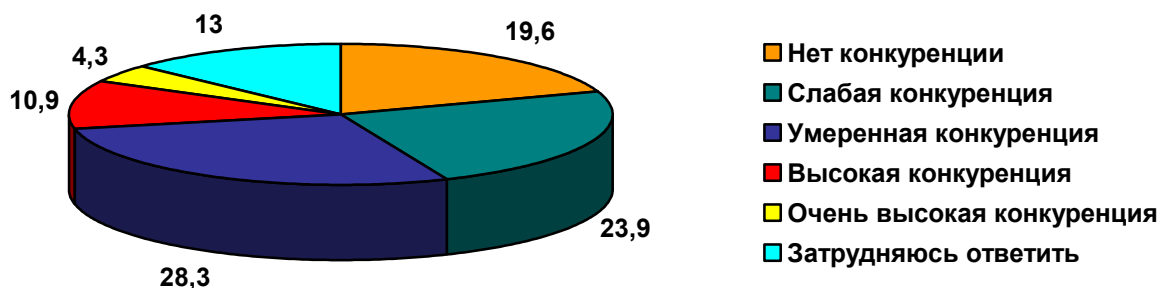


Рисунок 1.9. Характеристика условий ведения бизнеса, % к опрошенным

Ведение бизнеса в условиях конкуренции предполагает постоянное применение новых, не используемых ранее, способов повышения конкурентоспособности продукции. Предприятия, представители которых считают уровень конкуренции высоким, вынуждены постоянно проводить усовершенствование своей продукции и тщательно отбирать поставщиков для сотрудничества.

Так, респондентами оценивалась степень удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) и число таких поставщиков. Результаты опроса (рисунок 1.10) показали, что бизнес оценивает состояние конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) как скорее удовлетворительное (47,8%) и удовлетворительное (26,1%). Относительно результатов опроса 2018 года также большинство респондентов (47,6%) оценили состояние конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) как скорее удовлетворительное и (21,4%) удовлетворительное.

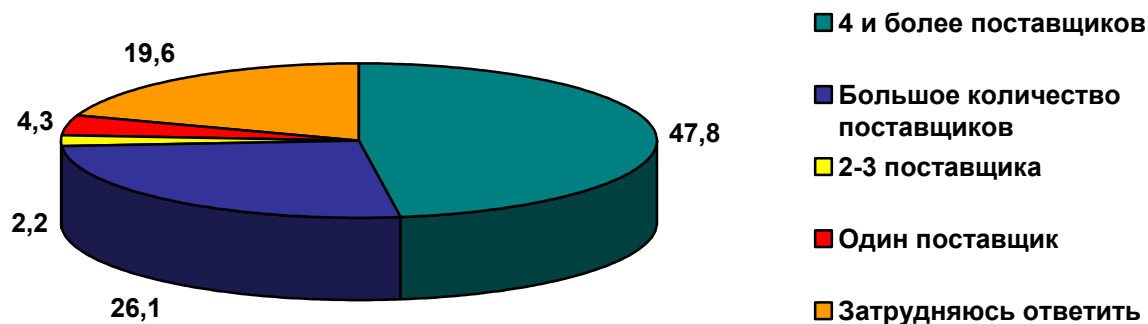


Рисунок 1.10. Распределение предприятий и организаций относительно числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), % к опрошенным

В части поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для осуществления деятельности, большинство опрошенных имеют 4 и более поставщиков (47,8%); 26,1% пользуются услугами большого количества поставщиков; 2,2% - услугами 2-3 поставщиков. О наличии единственного поставщика сообщили 4,3% респондентов. Затруднились с ответом 19,6% респондентов.

Таким образом, представители бизнеса, принявшие участие в опросе, в целом удовлетворительно рассматривают как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними, что соответствует результатам опроса 2018 года.

Мнение субъектов предпринимательской деятельности о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района, размещаемой в открытом доступе

Повышение уровня информационной открытости деятельности органов исполнительной власти, в том числе по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района, является одной из основных задач по развитию конкуренции.

В связи с этим был проведен опрос на выявление уровня доступности, уровня понятности и уровня получения официальной информации (рисунок 1.11). Удовлетворительным качеством размещения информации признали в среднем около 25,3% предпринимателей по всем трем уровням; скорее удовлетворяет в среднем – 40,6% респондентов. Как неудовлетворительное качество размещения информации охарактеризовали в среднем 5,9% опрошенных, а скорее неудовлетворительное – в среднем 13,0% опрошенных. Респонденты затруднились с ответом в среднем в 15,2% случаев.

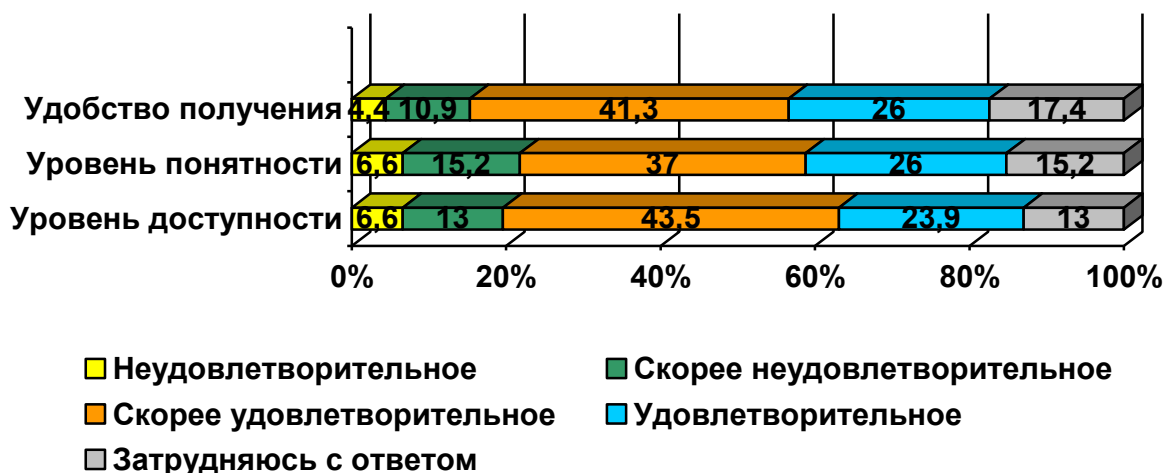


Рисунок 1.11. Распределение предприятий и организаций относительно оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, % к опрошенным

Таким образом, качество размещаемой в открытом доступе официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции на основе анализа ответов респондентов можно считать в большей степени удовлетворительным.

Относительно результатов опроса 2018 года также большинство респондентов (более 40,0%) по всем трем параметрам удовлетворены качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе.

Оценка административных 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 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 административные барьеры для ведения бизнеса в районе или открытия нового дела на сегодняшний момент есть, но они преодолимы без существенных затрат. Такой точки зрения придерживаются 34,8% респондентов (рисунок 1.12). Количество респондентов,

придерживающихся данного мнения, увеличилось в сравнении с прошлым годом на 18,1%.

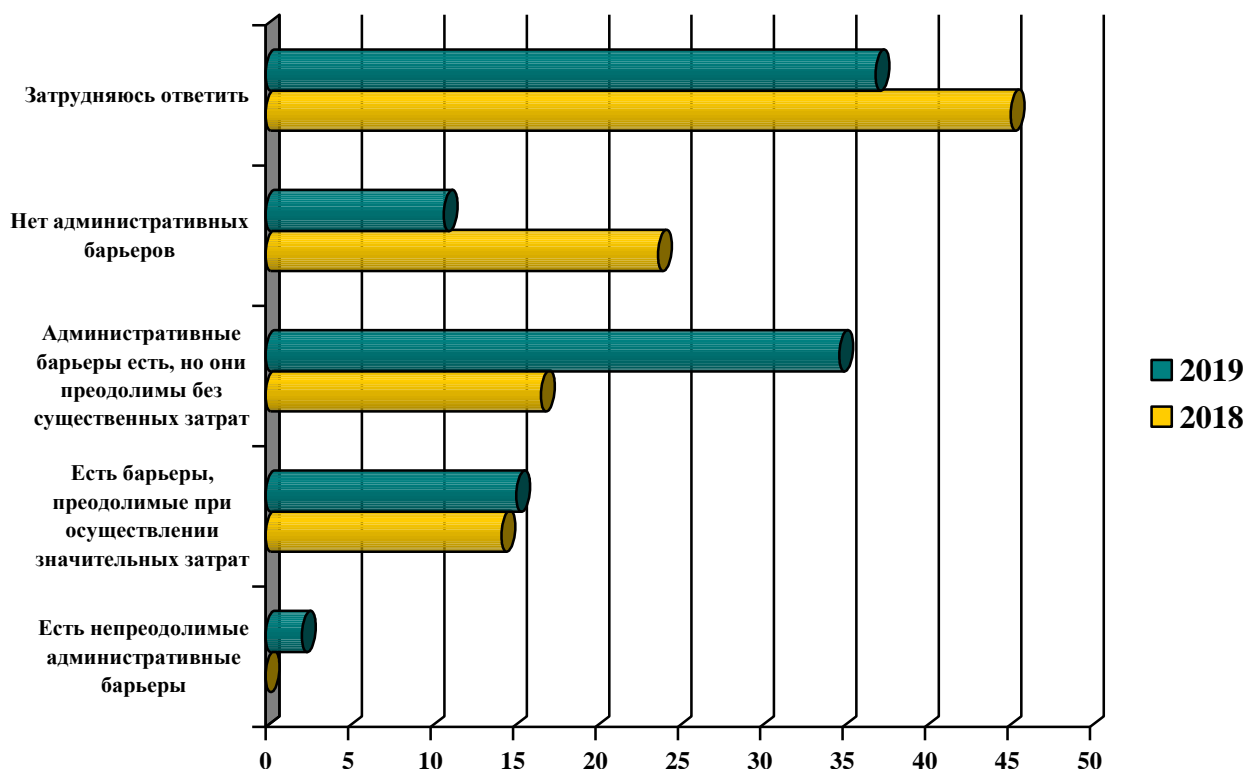


Рисунок 1.12. Степень преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса, % к опрошенным

Наличие барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, препятствуют осуществлению предпринимательской деятельности 15,2%. Аналогичное мнение высказали в прошлом году 14,3% респондентов. На наличие непреодолимых административных барьеров указали 2,2%, в 2018 году данные барьеры у опрошенных респондентов отсутствовали. Об отсутствии каких-либо административных барьеров сообщили 10,8%. Доля респондентов, высказавших аналогичное мнение, в прошлом году составила 23,8%. Затруднились с ответом 37,0% опрошенных (в 2018 году - 45,2%).

Оценивая динамику проблемы административных барьеров (рисунок 1.13), 13,0% опрошенных не заметили каких-либо изменений уровня административных барьеров для ведения бизнеса за последние 3 года, 10,9% респондентов считает, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры.

4,4% респондентов, напротив, считают, что стало сложнее преодолевать административные барьеры; 4,3% опрошенных утверждают, что административные барьеры были полностью устранены, 4,4% - ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились. Большая часть респондентов (63%) не определились в своем мнении.

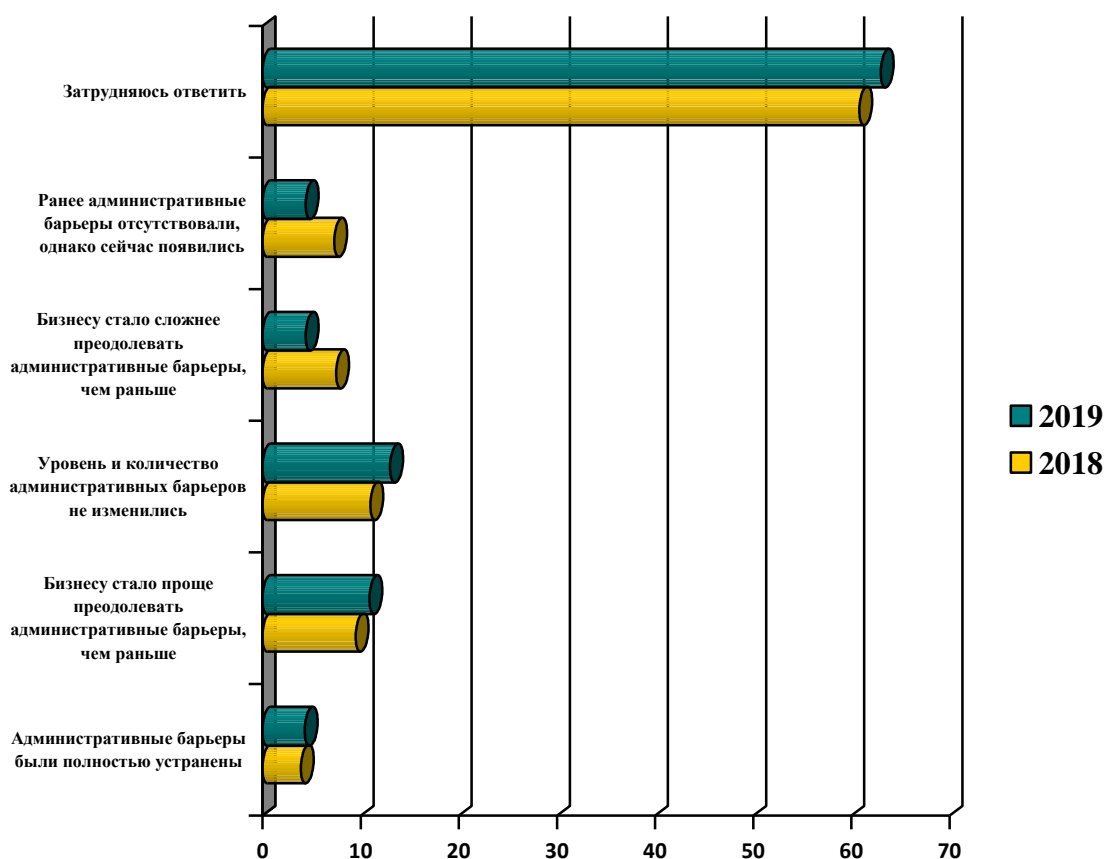


Рисунок 1.13. Изменение уровня административных барьеров на рынке в течение последних 3 лет, % к опрошенным

К числу наиболее существенных административных барьеров ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предпринимателями Тарасовского района были отнесены (рисунок 1.14):

высоки налоги – 41,5%;

нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – 20,7%;

коррупция (включая взятки, предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) – 9,8%;

сложность/ затянутость процедуры получения лицензий – 8,5%;

сложность получения доступа к земельным участкам – 6,1%.

В 2018 году наибольшее количество респондентов также считали наиболее существенными административными барьерами высокие налоги (36,0%) и нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (28%).

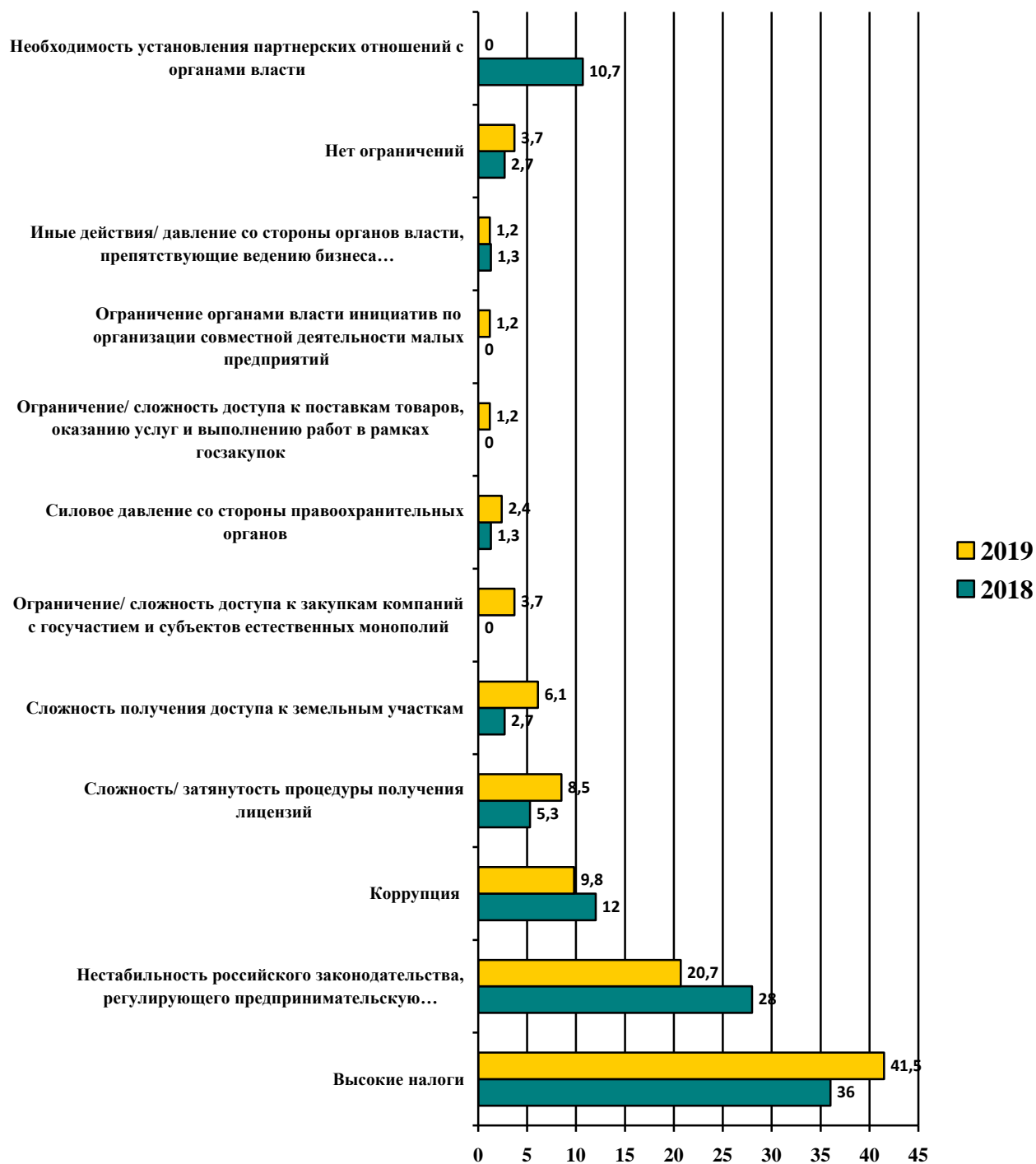


Рисунок 1.14. Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, % к опрошенным

Оценивая деятельность органов власти на основном рынке для бизнеса, 30,4% опрошенных отметили, что органы власти ничего не предпринимают. При этом 21,7% полагали, что их вмешательство и не требуется, а 8,7% респондентов нуждались в их участии (рисунок 1.15). Аналогичного мнения респонденты придерживались в прошлом году.

Оценили помощь действующей власти в ведении бизнеса 15,2% опрошенных, а 4,3% респондентов полагают, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями. 15,2% представителей бизнеса, оценивших эффективность действий органов власти, говорят о том, что «в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают». Не определились в своем мнении 34,9% респондентов.

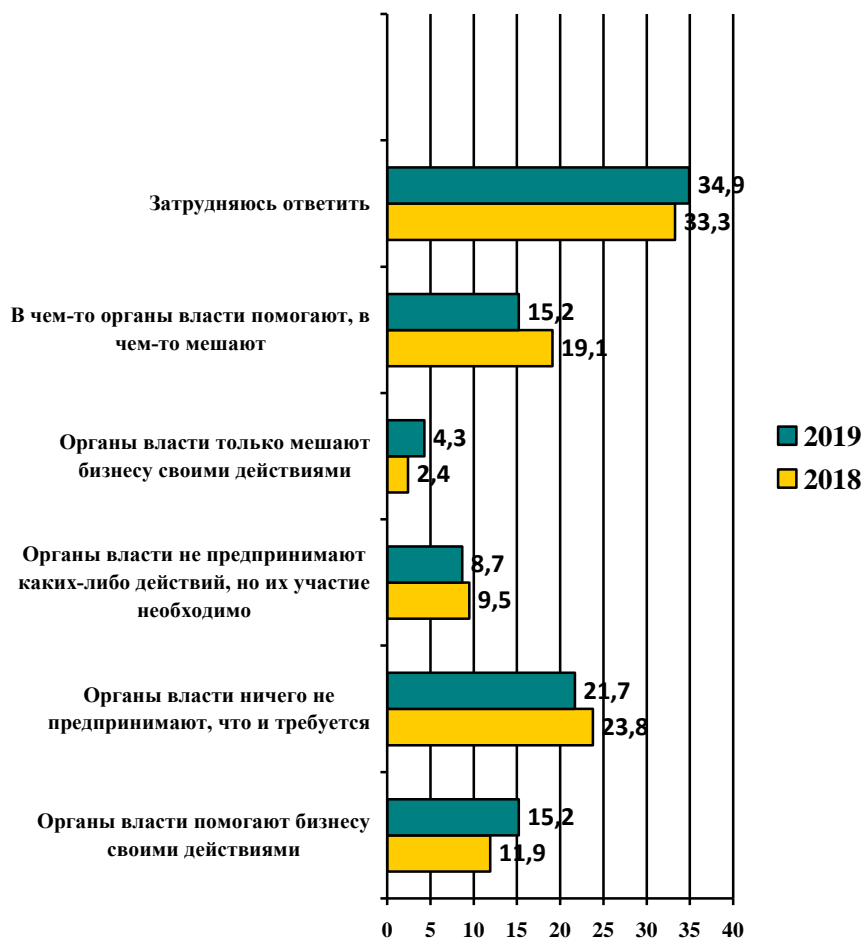


Рисунок 1.15. Деятельность органов власти на основном рынке для бизнеса, % к опрошенным

Оценка субъектами предпринимательской деятельности услуг субъектов естественных монополий

Субъекты предпринимательской деятельности удовлетворенность услугами естественных монополий (услуги по водоснабжению, водоотведению; газоснабжению; электроснабжению; теплоснабжению; телефонной связи) оценивали по следующим трем параметрам: сроки получения доступа; сложность (количество) процедур подключения; стоимость подключения.

Анализ оценки мнений респондентов о характеристиках услуг субъектов естественных монополий показал, что сроками получения доступа ко всем видам услуг удовлетворены более 57% респондентов. Годом ранее удовлетворены сроками получения доступа ко всем видам услуг более 54% респондентов.

По количеству процедур подключения ко всем видам услуг также удовлетворено более 53% респондентов. Годом ранее удовлетворены количеством процедур подключения более 58% респондентов.

Стоимостью подключения ко всем видам услуг удовлетворено более 43% респондентов. Годом ранее удовлетворены стоимостью подключения более 53% респондентов.

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

Мнение субъектов предпринимательской деятельности относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Тарасовском районе

В качестве основных направлений развития конкурентной среды в районе большинством представителей бизнеса было предложено установить контроль над ростом цен (27%), обеспечить юридическую защиту предпринимателей (13,5%) и оказывать помощь начинающим предпринимателям (12,6%). Годом ранее эти же направления оказались наиболее распространенными среди субъектов предпринимательской деятельности.

Также важными направлениями представители бизнеса считают:

- обеспечение качества продукции (9,9%);
- обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной (9,9%);
- создание условий для увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги (8,1%).

Такие направления развития конкуренции в районе, как контроль работы естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт; повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок; а также ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции, отметили всего лишь 2,7%, 1,8% и 1% опрошенных соответственно.

Выводы

В ходе опроса было изучено мнение преимущественно собственников бизнеса (совладельцев) Тарасовского района. Бизнес 58,7% респондентов присутствует на рынке более 5 лет. 82,6% респондентов представляли микропредприятия. По информации респондентов, большинство организаций, участвовавших в опросе, занимаются производством сельскохозяйственной продукции (58,7%), а также ведут оптово-розничную торговлю продовольственными и непродовольственными товарами (34,8%). Основным рынком сбыта продукции (услуг) в 34,8% случаев является рынок Тарасовского района.

Мнения опрошенных представителей субъектов предпринимательской деятельности Тарасовского района отражают следующие тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды:

1. Условия ведения бизнеса в Тарасовском районе конкуренты. Мнение бизнеса по оценке уровня конкуренции разделились. 23,9% опрошенных считают, что действуют в условиях слабой конкуренции или ее нет вообще - 19,6%. 43,5% респондентов считают, что уровень конкуренции в районе находится на достаточном уровне: 28,3% респондентов ведут бизнес в условиях умеренной конкуренции (для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг), а 15,2% опрошенных отметили, что работают в условиях высокой или очень высокой конкуренции.

Причем за последние 3 года 23,9% респондентов отметили рост уровня конкуренции, а 8,7% опрошенных считают, что число конкурентов сократилось.

2. Уровень доступности, понятности и удобства получения информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции большую часть бизнес-сообщества в различной мере, но все же устраивает. Удовлетворительным качеством размещения информации признали в среднем около 25,3% предпринимателей по всем трем уровням; скорее удовлетворяет в среднем – 40,6% респондентов. Как неудовлетворительное качество размещения информации охарактеризовали в среднем 5,9% опрошенных, а скорее неудовлетворительное – в среднем 13,0% опрошенных. Респонденты затруднились с ответом в среднем в 15,2% случаев.

3. В части поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для осуществления деятельности, 47,8% респондентов пользуются услугами 4 и более поставщиков; 26,1% респондентов пользуются услугами большого количества поставщиков; 2,2% - услугами 2-3 поставщиков и только 4,3% респондентов имеют единственного поставщика. Затруднились с ответом 19,6% респондентов.

47,8% опрошенных представителей бизнес-сообщества оценивают состояние конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) как удовлетворительное или скорее удовлетворительное.

4. В своей повседневной деятельности бизнес сталкивается с целым рядом проблем, от конкуренции до налоговой политики государства.

Административные барьеры для ведения бизнеса в районе или открытия нового дела на сегодняшний момент есть, но они преодолимы без существенных затрат. Такой точки зрения придерживаются 34,8% респондентов. Наличие барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, препятствуют осуществлению предпринимательской деятельности 15,2% респондентов. На наличие непреодолимых административных барьеров указали 2,2%. Об отсутствии каких-либо административных барьеров сообщили 10,8%. Затруднились с ответом 37,0% опрошенных.

По вопросам преодоления административных барьеров оценка предпринимателями тенденций последних 3-х лет показывает, что ситуация либо не изменилась (13,0% респондентов), либо бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры (10,9% респондентов). 4,4% респондентов, напротив,

считают, что стало сложнее преодолевать административные барьеры. 4,3% опрошенных утверждают, что административные барьеры были полностью устранены, 4,4% - ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились. Большая часть респондентов (63%) не определились в своем мнении.

Особенно бизнес-сообщество обеспокоено высокими налогами; нестабильностью российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность; коррупцией; сложностью процедур получения лицензий и доступа к земельным участкам.

5. Оценивая деятельность органов власти на основном рынке для бизнеса, 30,4% опрошенных отметили, что органы власти ничего не предпринимают. При этом 21,7% полагали, что их вмешательство и не требуется, а 8,7% респондентов нуждались в их участии. Оценили помощь действующей власти в ведении бизнеса 15,2% опрошенных. 4,3% респондентов полагали, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями, а 15,2% - в чем-то помогают, в чем-то мешают. Не определились в своем мнении 34,9% респондентов.

6. Что касается опроса респондентов в части уровня удовлетворенности бизнеса качеством услуг естественных монополий (услуги по водоснабжению, водоотведению; газоснабжению; электроснабжению; теплоснабжению; телефонной связи), то можно выделить следующее.

Сроками получения доступа ко всем видам услуг удовлетворены более 57% респондентов. По количеству процедур подключения ко всем видам услуг также удовлетворено более 53% респондентов. Стоимостью подключения ко всем видам услуг удовлетворено более 43% респондентов.

7. По результатам опроса субъектов предпринимательской деятельности относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Тарасовском районе, можно выделить основные направления ответов, составивших в сумме более 70% общего числа. Так, в качестве основных направлений развития конкурентной среды в Тарасовском районе респондентами предлагается: контроль над ростом цен (27%); юридическая защита предпринимателей (13,5%); помощь начинающим предпринимателям (12,6%); обеспечение качества продукции (9,9%); обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной (9,9%).

2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Тарасовского 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 Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом).

В 2019 году в рамках мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Тарасовского района и состоянием ценовой конкуренции проведено анкетирование 63 респондентов из 10 поселений Тарасовского района.

Социально-демографические характеристики

Гендерная структура участников анкетирования представлена на рисунке 2.1. Преобладающей частью респондентов, как и годом ранее, были женщины – 71,4%, мужская часть респондентов составила 28,6%.

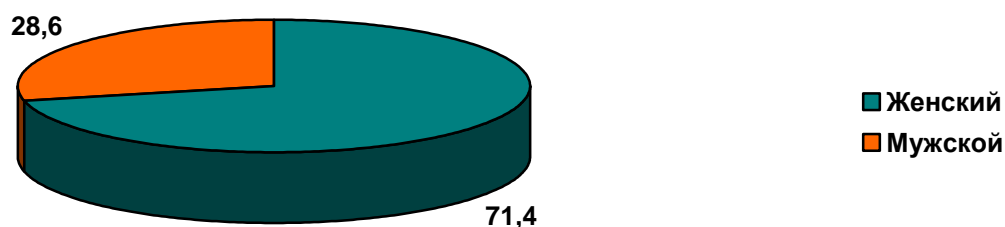


Рисунок 2.1. Распределение потребителей по полу, % к опрошенным

Возрастная структура потребителей представлена на рисунке 2.2. Больше всего было опрошено респондентов возрасте от 36 до 50 лет – 42,9%, старше 51 года – 30,1%. Среди опрошенных потребителей товаров, работ и услуг лиц от 21 до 35 лет оказалось 25,4%, лиц до 20 лет – 1,6%. В 2018 году также основную часть опрошенных составили респонденты в возрасте от 36 до 50 лет.

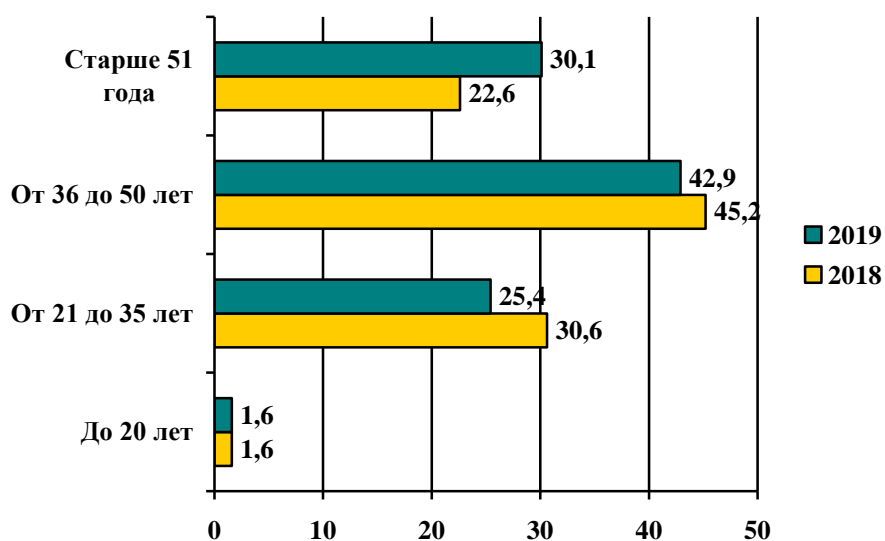


Рисунок 2.2. Распределение потребителей по возрасту, % к опрошенным

В структуре опрошенных, характеризующей социальный статус, преобладает работающее население (76,2%). В ходе исследования были опрошены также пенсионеры (17,5% от общего числа респондентов), безработные граждане (4,7%) и учащиеся/студенты (1,6%). Социальные группы потребителей по характеру основной деятельности отражены на рисунке 2.3. Годом ранее в опросе также принимали участие преимущественно работающие потребители товаров и услуг Тарасовского района.

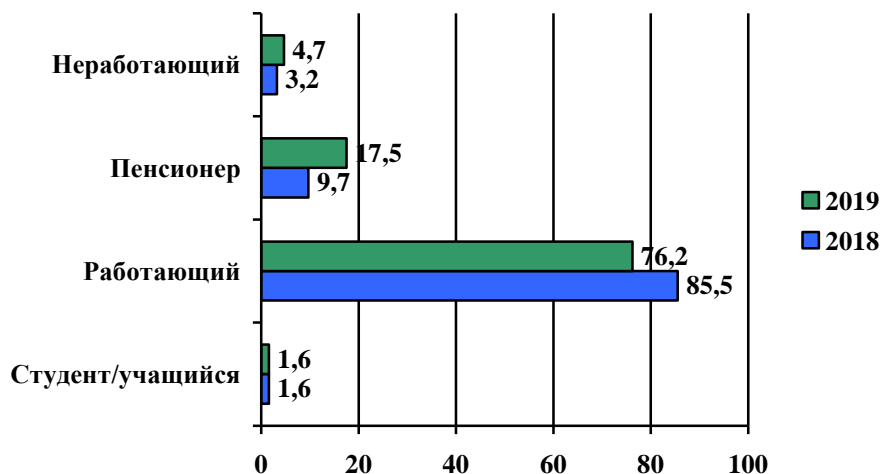


Рисунок 2.3. Распределение потребителей по социальному статусу, %

На рисунке 2.4 представлена структура потребителей товаров и услуг Тарасовского района по показателю детности. Из общего количества опрошенных у 58,7% нет несовершеннолетних детей, а у 41,3% - есть. В 2018 году большую часть участников опроса составили респонденты, имеющие детей в возрасте до 18 лет.

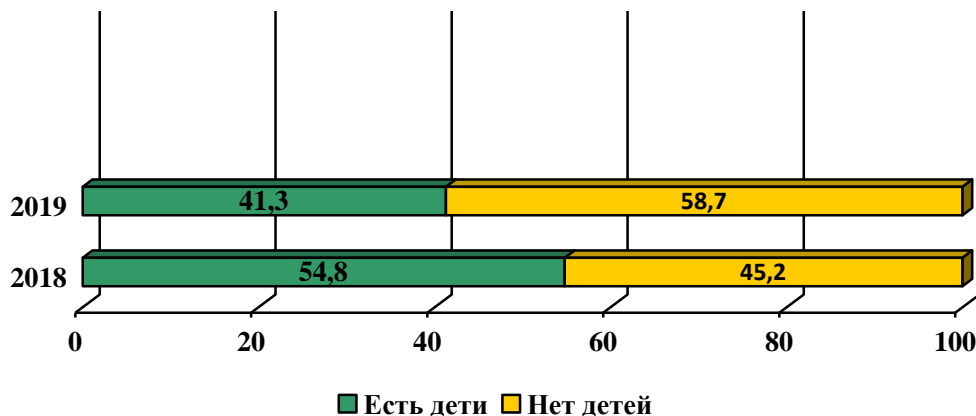


Рисунок 2.4. Наличие несовершеннолетних детей до 18 лет у потребителей, % к опрошенным

На рисунке 2.5 представлена образовательная структура потребителей товаров и услуг Тарасовского района. Как и годом ранее, большинство респондентов имеют высшее и среднее специальное образование (47,6% и 34,9% соответственно). 9,5% получили только общее среднее образование, 3,2% - неполное среднее; 4,8% - неполное высшее образование.

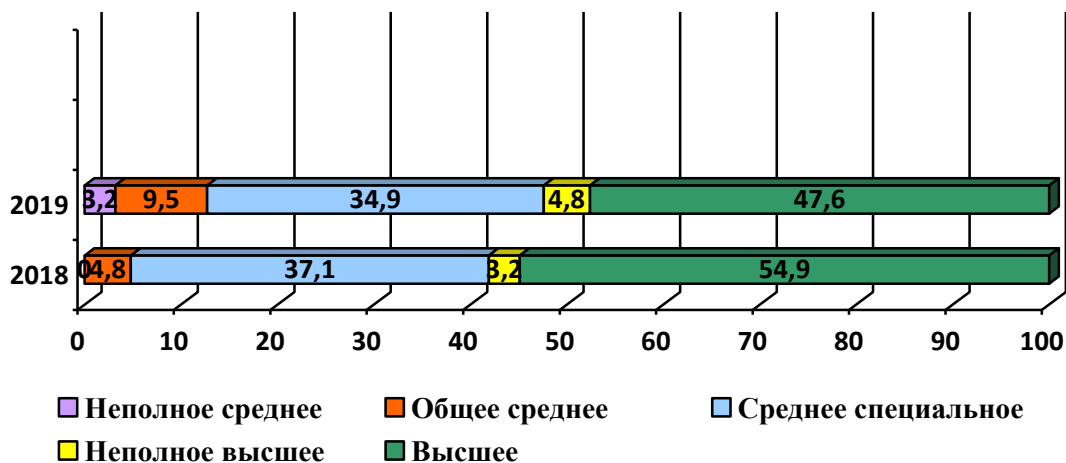


Рисунок 2.5. Распределение потребителей по имеющемуся образованию, % к опрошенным

На рисунке 2.6 представлена доходная структура потребителей. Больше половины опрошенных сообщили, что ежемесячный доход на члена семьи в среднем составляет от 10 до 20 тысяч рублей; 33,3% опрошенных потребителей указали, что среднемесячный доход не превышает 10 тысяч рублей; 6,4% респондентов указали на диапазон в 20-30 тысяч рублей. Подобная структура была отмечена и в ходе опроса 2018 года.

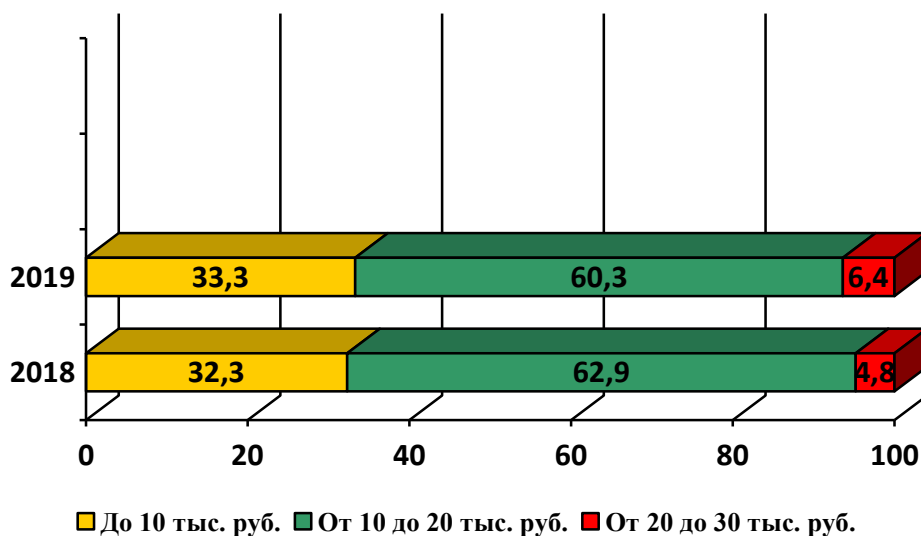


Рисунок 2.6. Структура потребителя по среднемесячному доходу на одного члена семьи (тыс. рублей), % к опрошенным

Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и приоритетных рынках Тарасовского района

1. Рынок услуг дошкольного образования

Большинство потребителей (57,2%) считают, что рынок услуг дошкольного образования достаточно развит, а годом ранее большинство респондентов (50%) полагали, что данный рынок не развит. 34,9% респондентов считают, что

организаций, предоставляющих услуги дошкольного образования мало, а 7,9% полагают, что их нет совсем (рисунок 2.7).

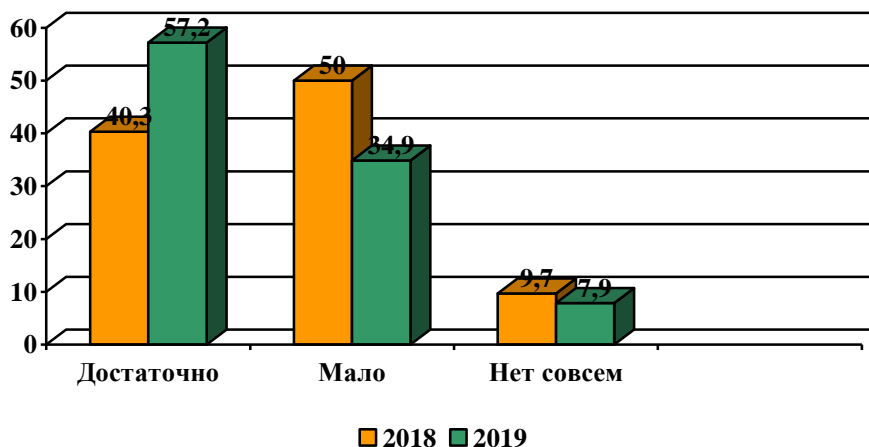


Рисунок 2.7. Количество организаций на рынке услуг дошкольного образования, % к опрошенным

При этом 69,8% потребителей считают, что объем рынка услуг дошкольного образования за последние 3 года остался неизменным, годом ранее респондентов с таким же мнением было 77,7%. Всего лишь 3,2% отметили его увеличение, а 17,5% считают, что количество участников рынка снизилось. Затруднились оценить изменения на рынке дошкольного образования 9,5% опрошенных (рисунок 2.8).

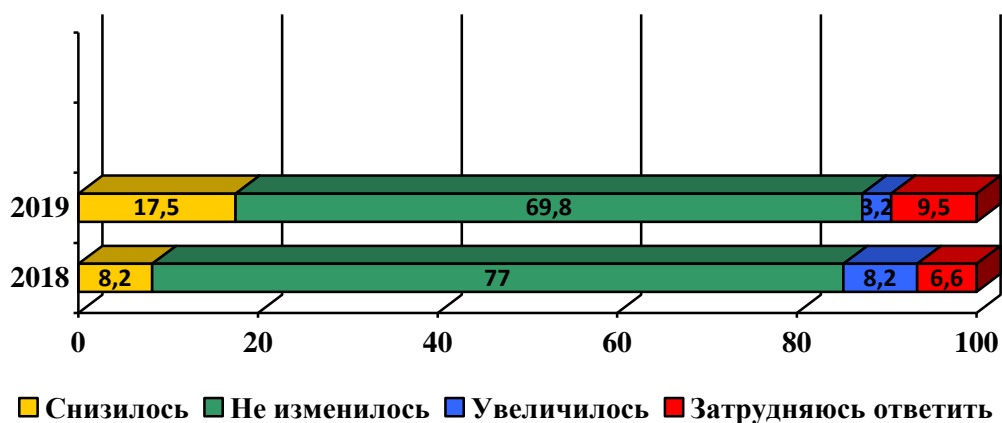


Рисунок 2.8. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг дошкольного образования в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Важным показателем, характеризующим развитие конкуренции на рынке услуг дошкольного образования, является удовлетворенность населения качеством и доступностью дошкольных образовательных услуг.

Большинство респондентов (41,2%) в той или иной мере удовлетворены качеством услуг дошкольного образования в Тарасовском районе, а также уровнем цен на этом рынке (41,2%). Возможность выбора не устраивает в различной степени 34,9% респондентов (рисунок 2.9). Большинство потребителей, принявших участие в опросе 2018 года, также заявили, что в разной степени удовлетворены качеством предоставляемых услуг, но отметили неудовлетворенность возможностью их выбора и уровнем цен.

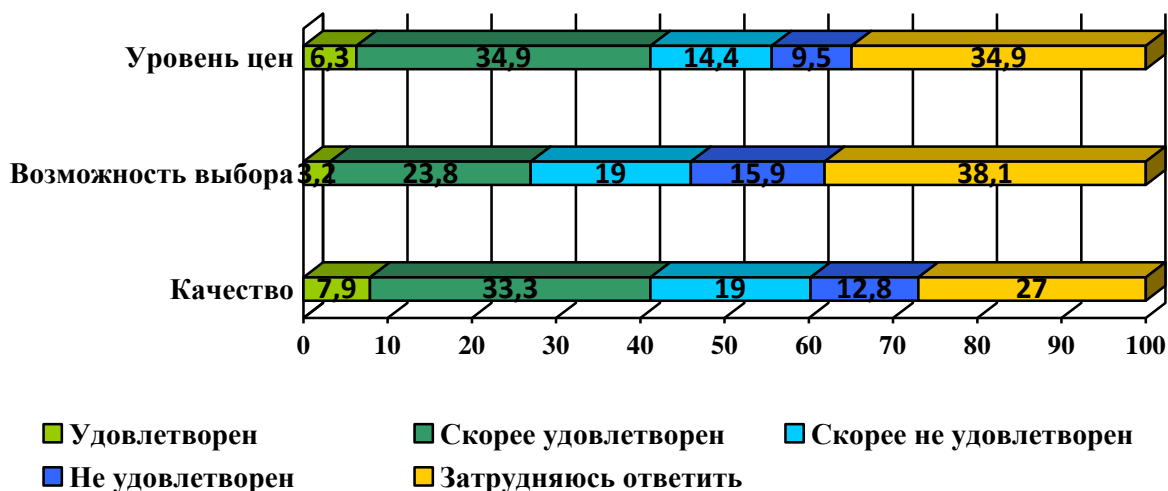


Рисунок 2.9. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке дошкольного образования, % к опрошенным

Вместе с тем респондентов, высказавших неудовлетворенность качеством услуг дошкольного образования и ценовой политикой, оказалось меньше, чем неудовлетворенных возможностью выбора. Очевидно, что опрошиваемых устраивает качество услуг дошкольных образовательных учреждений и уровень цен, но при этом есть некоторая неудовлетворенность возможностью выбора на данном рынке.

2. Рынок услуг дополнительного образования детей

Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции, клубы, музеи, библиотеки и пр.) относится к рынкам, которые большинство потребителей считают недостаточно развитыми. Так, 52,3% респондентов придерживались мнения о том, что на рынке присутствует мало организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей; 31,8% полагали, что их достаточно, а 15,9%, что их нет совсем (рисунок 2.10). Годом ранее большая часть также отметила недостаточное количество организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей.

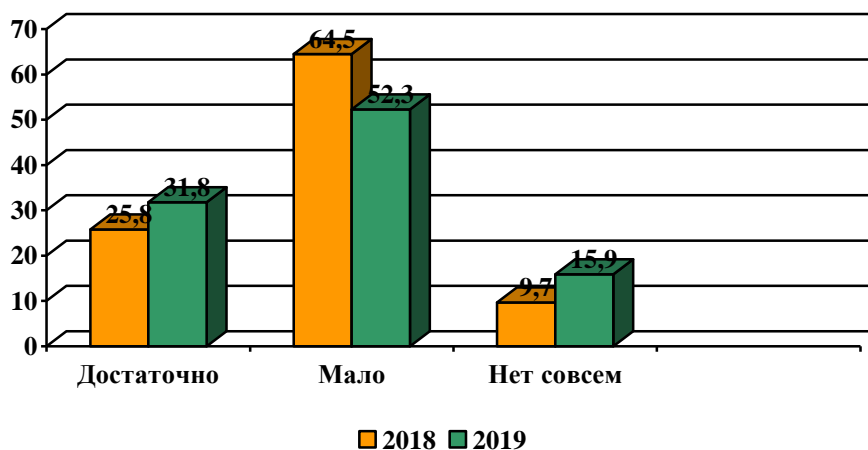


Рисунок 2.10. Количество организаций на рынке услуг дополнительного образования детей, % к опрошенным

Большинство опрошенных потребителей (81%), как и в 2018 году, не заметили за последние 3 года изменений количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке дополнительного образования детей (рисунок 2.11). Увеличение количества организаций, предоставляющих указанные услуги, отметили 3,2% респондентов и также 3,2% - их снижение. 12,6% опрошенных потребителей затруднились ответить.

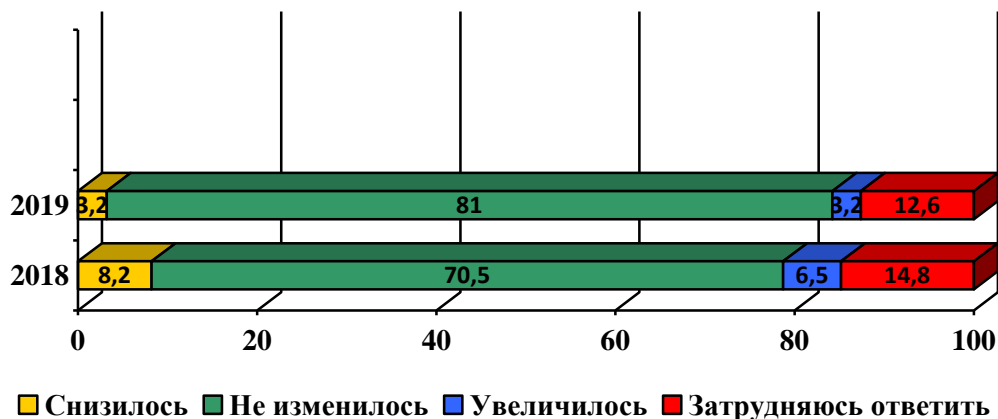


Рисунок 2.11. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг дополнительного образования детей в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большинство опрошенных потребителей в разной степени не удовлетворены уровнем цен дополнительного образования детей района – 39,7% и возможностью выбора на этом рынке – 52,3%. (рисунок 2.12). При этом 38,1% опрошенных в той или иной мере удовлетворены качеством услуг дополнительного образования, в то время как годом ранее 57,6% опрошенных были не удовлетворены качеством услуг данного рынка.

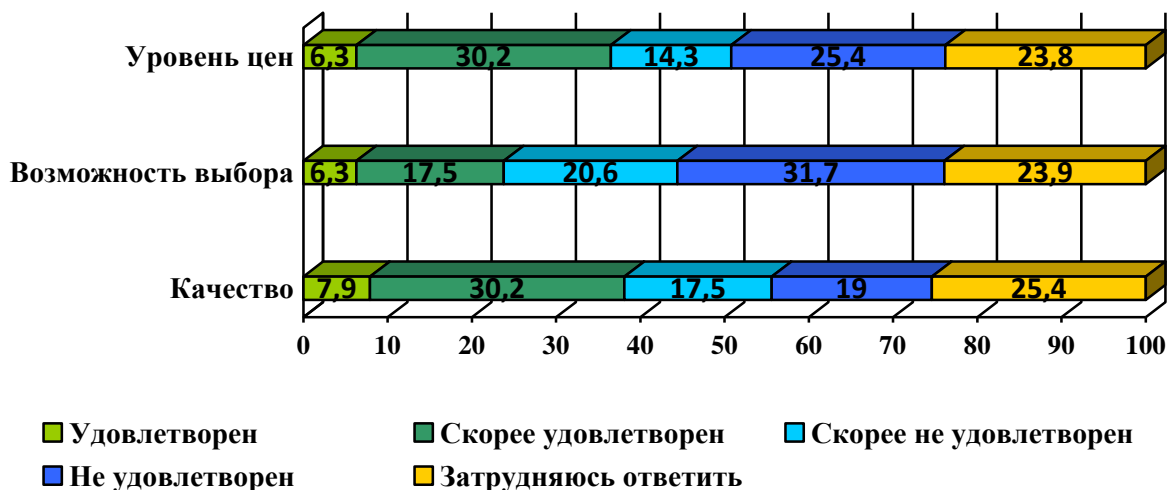


Рисунок 2.12. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке дополнительного образования детей, % к опрошенным

По мнению большинства опрошенных в 2019 году, рынок дополнительного образования детей в районе является недостаточно развитым, в течение последних трех лет количество субъектов на нем не изменилось. Преобладающая часть респондентов не удовлетворена уровнем цен и возможностью выбора на данном рынке, при этом качество услуг дополнительного образования потребители признают удовлетворительным.

3. Рынок медицинских услуг

52,4% опрошенных считают недостаточным количество организаций, предоставляющих медицинские услуги; 38,1% не согласны с этим утверждением и полагают, что таких организаций на рынке медицинских услуг достаточно (рисунок 2.13). В прошлом году 62,3% потребителей считали количество организаций на рынке медицинских услуг недостаточным.

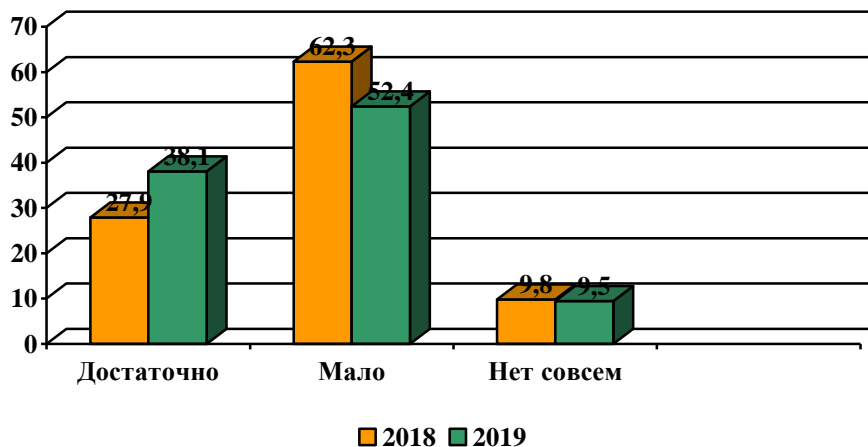


Рисунок 2.13. Количество организаций на рынке медицинских услуг, % к опрошенным

Большинство опрошенных потребителей (77,8%) считают, что объем рынка медицинских услуг за последние 3 года остался неизменным, годом ранее респондентов с таким же мнением было 72,1%. Отметили снижение количества участников рынка медицинских услуг 14,3% опрошенных. Затруднились оценить изменения на рынке медицинских услуг 12,6% респондентов (рисунок 2.14).

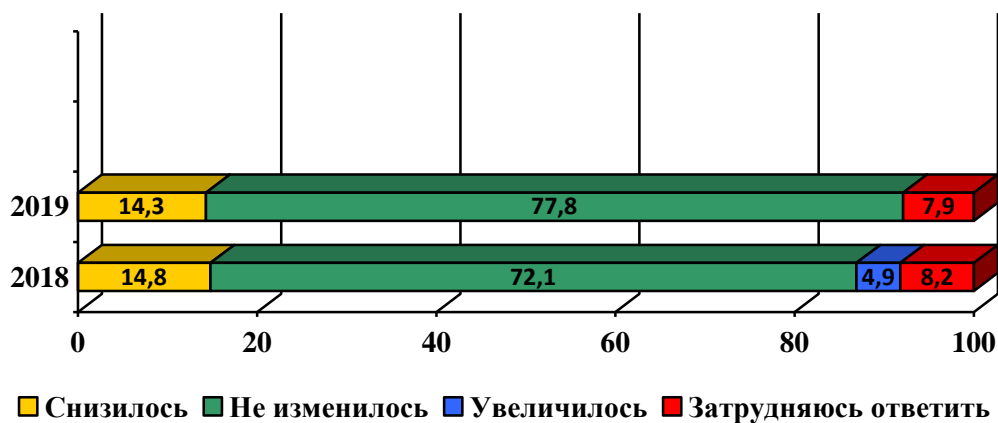


Рисунок 2.14. Изменение количества субъектов, предоставляющих медицинские услуги, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Более половины респондентов в разной степени отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на рынке медицинских услуг: уровнем цен на услуги недовольны 69,8%, качеством и возможностью выбора – 69,8% и 66,7% опрошенных соответственно (рисунок 2.15). В 2018 году наблюдалась аналогичная ситуация.

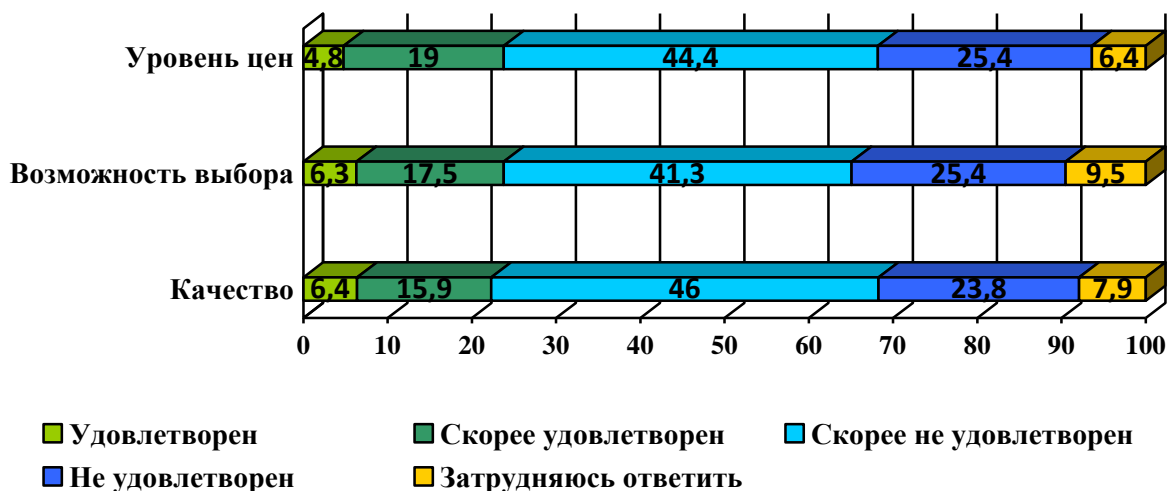


Рисунок 2.15. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке медицинских услуг, % к опрошенным

В ходе опроса этого года выяснилось, что рынок медицинских услуг в районе развит недостаточно, а также отсутствует изменение числа организаций, предоставляющих услуги на нем. Одновременно с этим респонденты высказывали неудовлетворенность по всем трем анализируемым критериям, характеризующим медицинский сервис.

4. Рынок услуг в сфере культуры

47,6% опрошенных посчитали количество организаций на рынке услуг в сфере культуры (библиотеки, дома культуры и пр.) достаточным. Однако при этом 42,9% респондентов заявили, что этот рынок развит мало. Лишь 3,2% респондентов полагали, что таких организаций избыточно, а 6,3%, напротив, указали на их полное отсутствие (рисунок 2.16). В прошлом году участники опроса отмечали, что данный рынок в районе развит мало (60%).

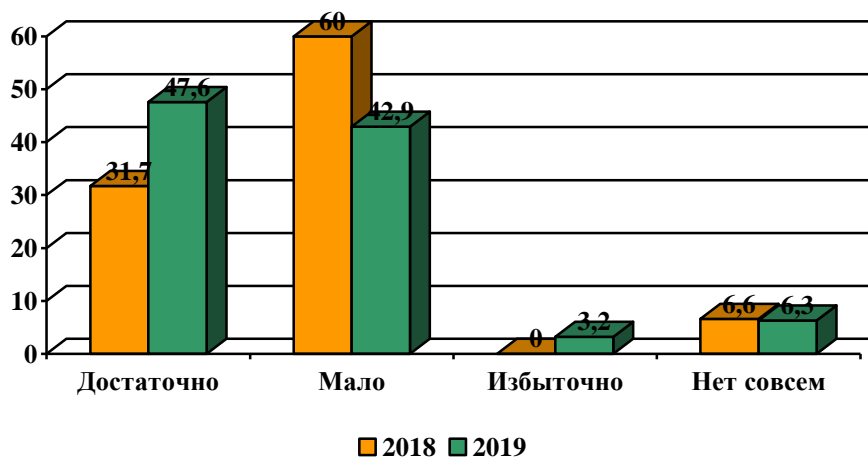


Рисунок 2.16. Количество организаций на рынке услуг в сфере культуры, % к опрошенным

81% респондентов считают, что за последние 3 года количество библиотек, домов культуры и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере культуры,

не изменилось. 7,9% опрошенных отметили отрицательную динамику на данном рынке услуг. 3,2% респондентов полагают, что количество субъектов, предоставляющих услуги в сфере культуры, напротив, увеличилось (рисунок 2.17).

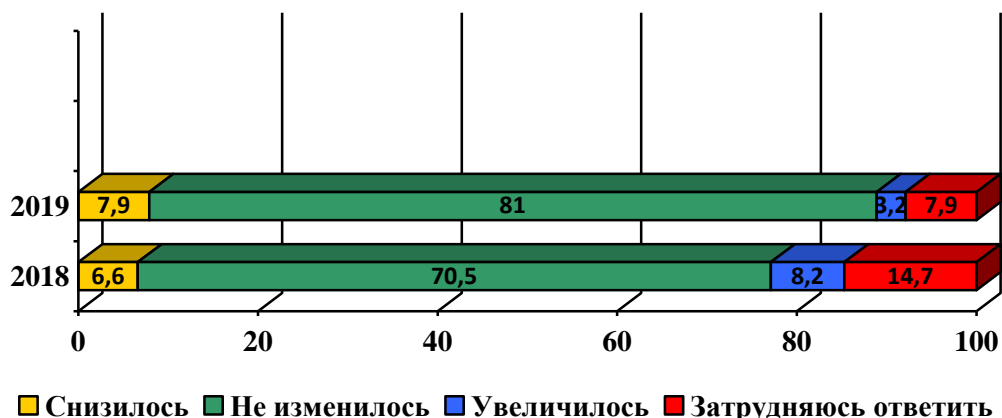


Рисунок 2.17. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги в сфере культуры, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большинство респондентов в разной степени отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на рынке услуг в сфере культуры: уровнем цен на услуги недовольны 47,6%, качеством и возможностью выбора – 53,9% и 47,6% опрошенных соответственно (рисунок 2.18). Годом ранее наблюдалась аналогичная ситуация.

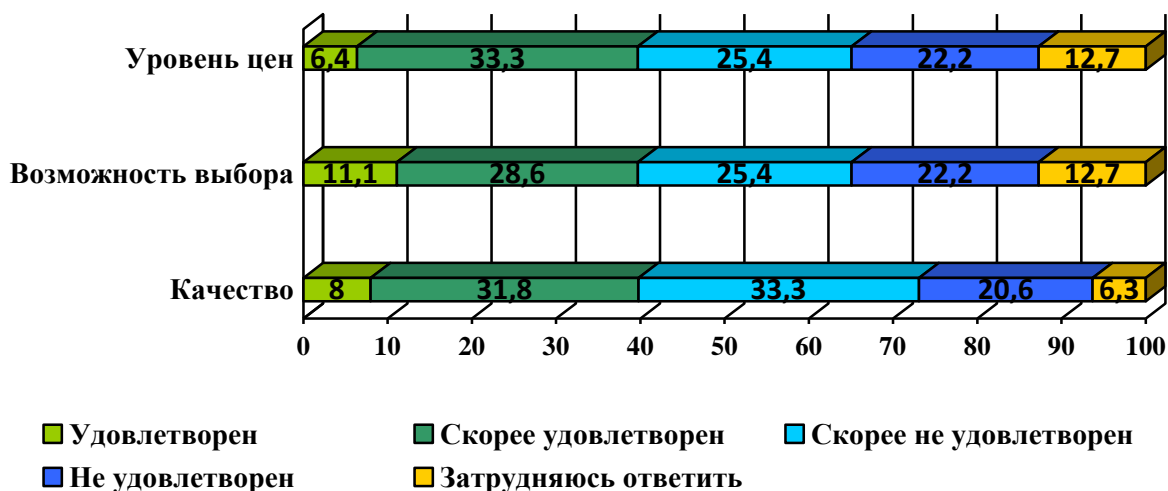


Рисунок 2.18. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг в сфере культуры, % к опрошенным

В оценке количества организаций, предоставляющих услуги в сфере культуры, мнение респондентов перевесило в сторону их достаточного количества. Также можно сказать о том, что в районе прослеживается определенная неудовлетворенность потребителей ценовой политикой, возможностью выбора и качеством услуг в сфере культуры.

5. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ)

Большая часть респондентов (39,6%), как и годом ранее, полагала, что рынка услуг жилищно-коммунального хозяйства на территории района нет совсем. 30,2% опрошенных считали, что рынок услуг ЖКХ достаточно развит, а 30,2% респондентов отметили недостаточное количество организаций на данном рынке (рисунок 2.19).

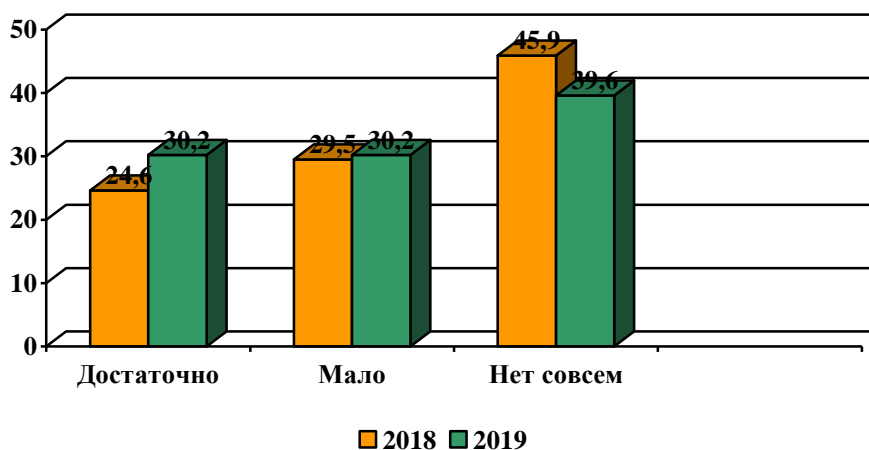


Рисунок 2.19. Количество организаций на рынке услуг ЖКХ, % к опрошенным

Как и в прошлом году, более половины участников опроса (66,7%) считали, что количество организаций, предоставляющих услуги на рынке ЖКХ, в течение последних 3 лет, не изменилось. Рост числа организаций на этом рынке зафиксировали 15,9% опрошенных, 17,4% респондентов затруднились ответить (рисунок 2.20).

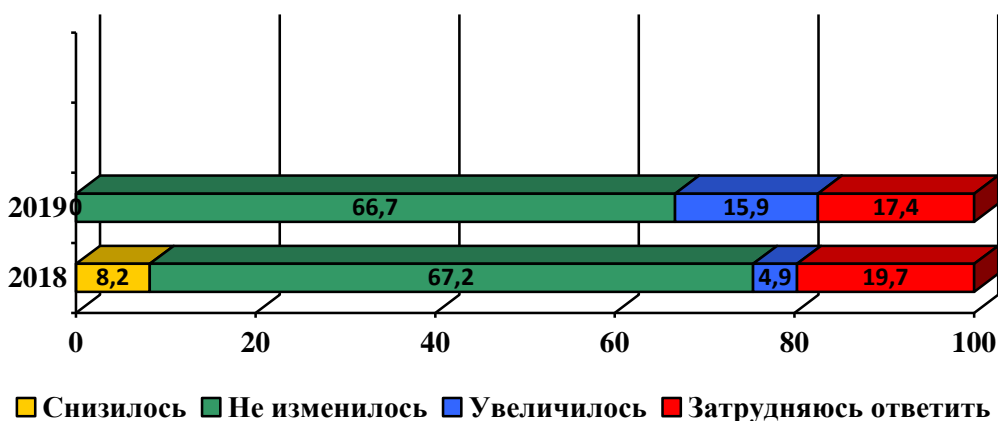


Рисунок 2.20. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги ЖКХ в течение последних 3 лет, % к опрошенным

При оценке характеристик рынка услуг ЖКХ 47,6% опрошенных в разной степени отмечали неудовлетворенность возможностью выбора предоставляемых услуг. При этом 62,9% респондентов оказались в той или иной мере удовлетворены уровнем цен на данном рынке. Сложилось равные доли участников опроса удовлетворенных и неудовлетворенных качеством предоставляемых услуг – 36,5% (рисунок 2.21). В ходе опроса 2018 года более половины респондентов были недовольны по всем трем показателям.

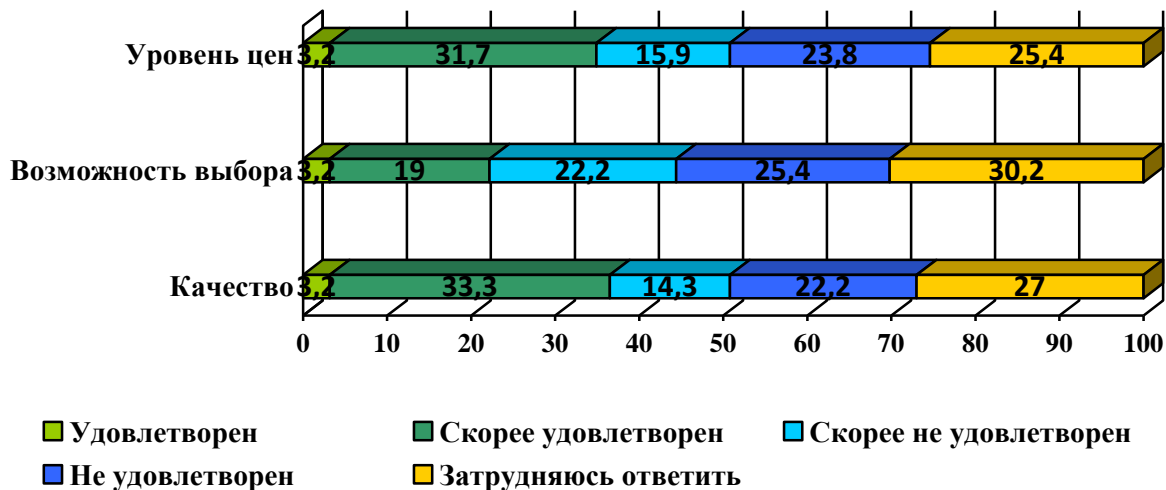


Рисунок 2.21. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства, % к опрошенным

Таким образом, на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства, по мнению участников опроса, ведет деятельность достаточное количество субъектов, уровень конкуренции между которыми не изменился. Действующие на данном рынке организации устанавливают приемлемые цены и предлагают удовлетворительное качество услуг.

6. Рынок розничной торговли

По результатам опроса достаточно развитым рынок розничной торговли признали 71,4% респондентов, как и по данным 2018 года. О малом количестве организаций, предоставляющих данный рынок услуг, говорили 15,9% опрошенных, а об избыточном – 4,8%. О полном отсутствии таких организаций заявили 7,9% респондентов (рисунок 2.22).

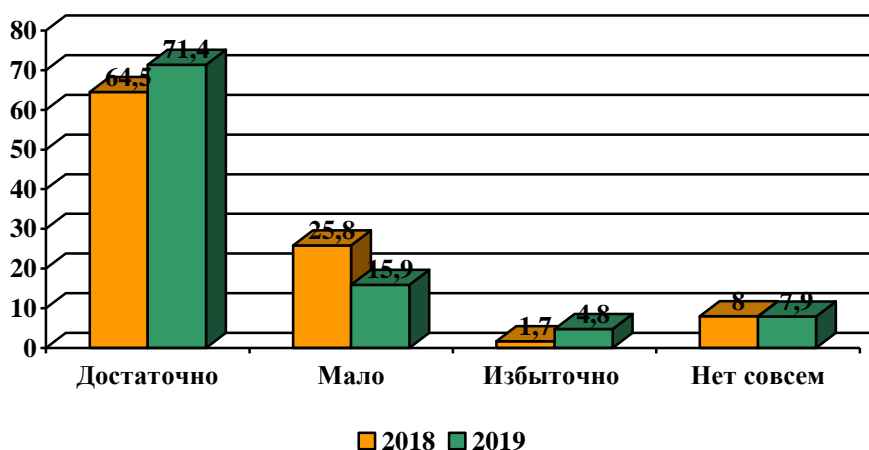


Рисунок 2.22. Количество организаций на рынке розничной торговли, % к опрошенным

Большинство респондентов (61,9%), как и годом ранее, не зафиксировали за последние 3 года изменений количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли. 27% опрошенных отметили положительную динамику в

изменении количества организаций на рынке розничной торговли, а отрицательную – 1,6% (рисунок 2.23).

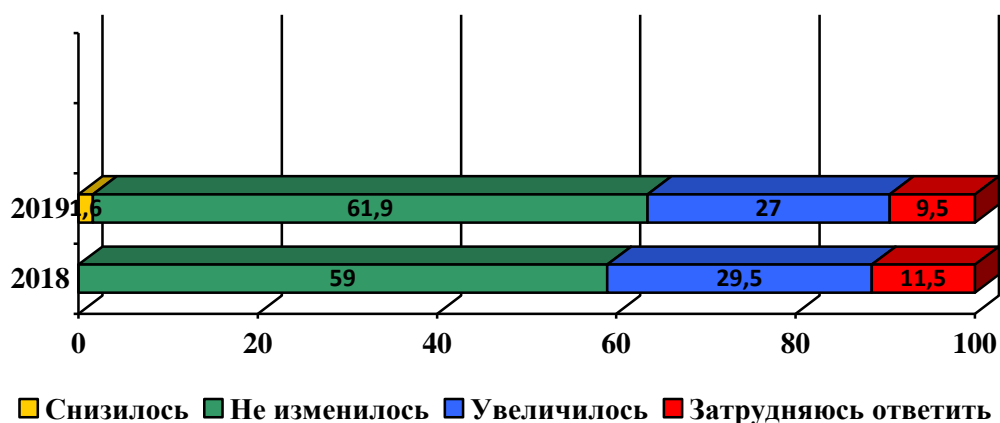


Рисунок 2.23. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Преобладающее большинство потребителей в разной степени выразили удовлетворенность по всем трем характеристикам рынка розничной торговли: 65,1% положительно оценили возможность выбора услуг, 57,2% - качеством, 53,9% уровнем цен (рисунок 2.24).

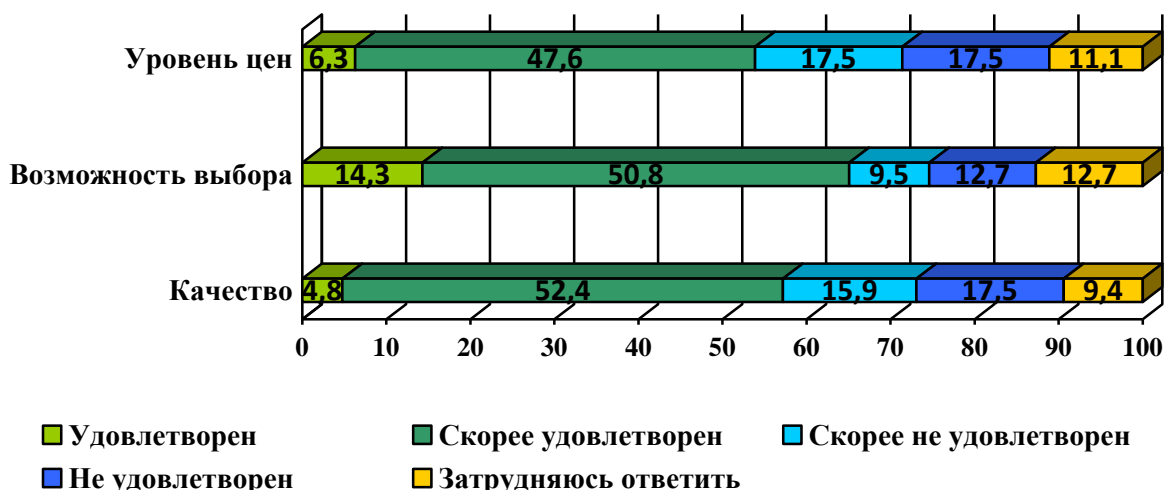


Рисунок 2.24. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке розничной торговли, % к опрошенным

Таким образом, рынок розничной торговли в районе представлен достаточным количеством организаций, количество их не изменилось за последние три года. Важно отметить удовлетворенность по всем трем рассматриваемым характеристикам продукции на рынке.

7. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

46% участников опроса определили, что организаций, предоставляющих рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом в районе, мало, а 12,7% отметили полное отсутствие таких организаций. 41,3% респондентов посчитали данный рынок услуг достаточно развитым (рисунок 2.25). В 2018 году рынок услуг

перевозок пассажиров наземным транспортом также был назван потребителями недостаточно развитым.

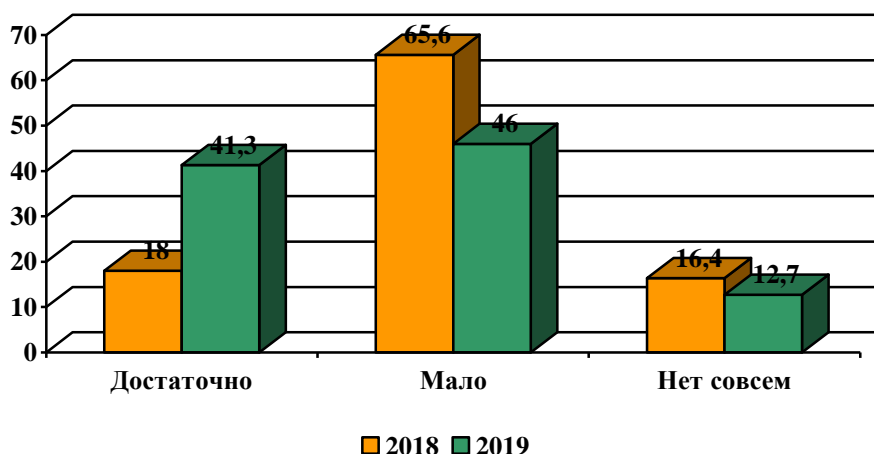


Рисунок 2.25. Количество организаций на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, % к опрошенным

Не отметили изменений на данном рынке услуг за последние 3 года 71,5% опрошенных. Вместе с тем снижение количества организаций отметили 9,5%, а увеличение – 6,3%. Затруднились ответить на данный вопрос – 12,7% опрошенных (рисунок 2.26).

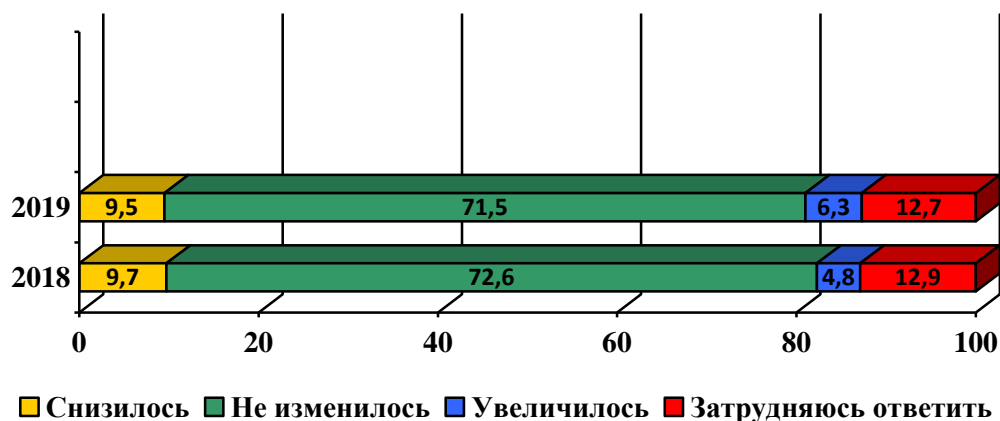


Рисунок 2.26. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги перевозок пассажиров наземным транспортом, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Более половины респондентов в разной степени отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом: уровнем цен на услуги недовольны 57,1%, качеством и возможностью выбора – 55,4% и 50,7% опрошенных соответственно (рисунок 2.27). Годом ранее наблюдалась аналогичная ситуация.

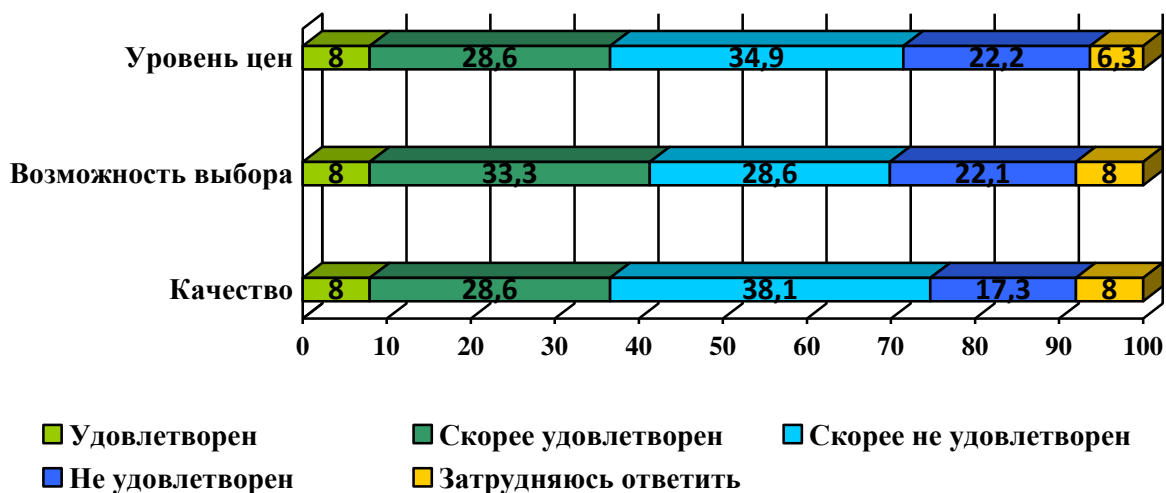


Рисунок 2.27. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке пассажирских перевозок наземным транспортом, % к опрошенным

В 2019 году потребители района оценили рынок услуг перевозки пассажиров наземным транспортом как недостаточно развитый. Количество организаций, предоставляющих данные услуги, по их мнению, не изменилось, что негативно повлияло на удовлетворенность потребителей возможностью выбора, качества, а также ценовой политики на данном рынке услуг.

8. Рынок услуг социального обслуживания населения

Большинство опрошенных (66,7%) полагали, что рынок услуг социального обслуживания населения достаточно развит. 27% респондентов, напротив, уверены, что на этом рынке организаций недостаточно; а 6,3% респондентов утверждали, что таких организаций нет совсем (рисунок 2.28). В прошлом году респонденты также заявили, что данный рынок достаточно развит.

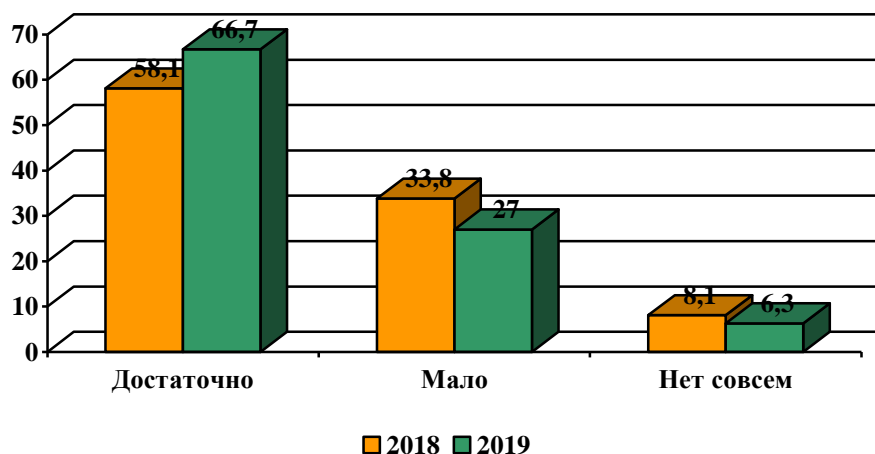


Рисунок 2.28. Количество организаций на рынке услуг социального обслуживания населения, % к опрошенным

Большая часть участников опроса (81%), как и годом ранее, не зафиксировала за последние 3 года изменений количества субъектов, предоставляющих услуги

социального обслуживания населения (рисунок 2.29). Положительную динамику отметили 6,3% респондентов.

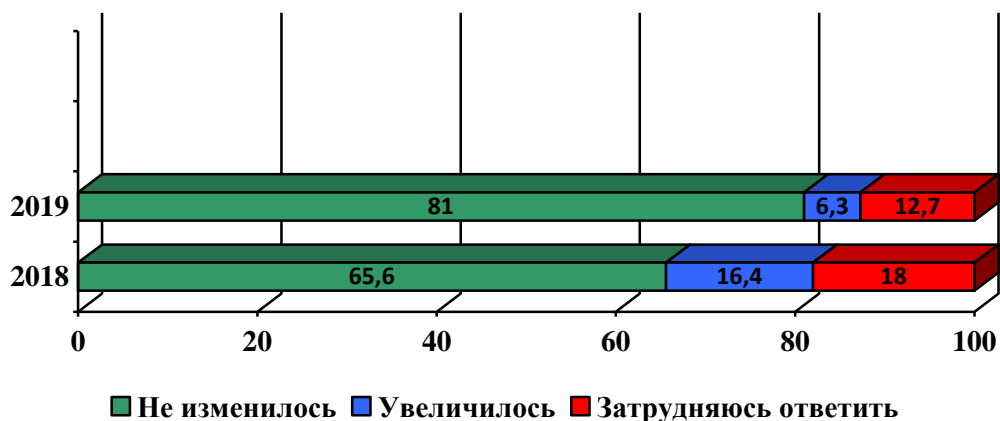


Рисунок 2.29. Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги социального обслуживания населения, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

В среднем более половины потребителей товаров, работ и услуг района, как и годом ранее, в разной степени высказали удовлетворенность всеми характеристиками услуг социального обслуживания населения (рисунок 2.30).

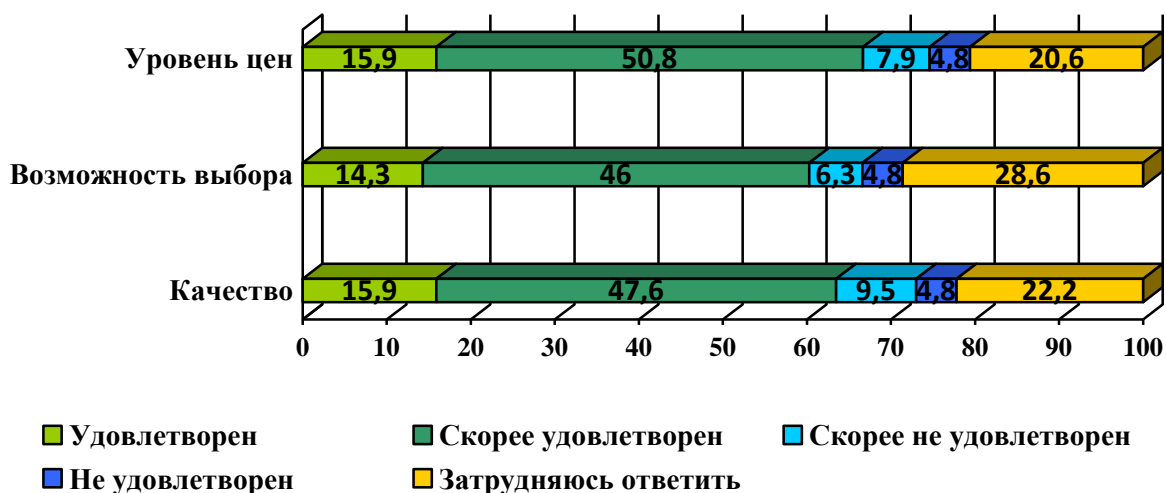


Рисунок 2.30. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг социального обслуживания населения, % к опрошенным

Организаций, оказывающих услуги на рынке социального обслуживания населения, в районе достаточно, их количество остается стабильным, по мнению потребителей. При этом большая доля респондентов удовлетворена качеством, возможностью и ценами на данном рынке услуг.

9. Рынок жилищного строительства

Большинство респондентов (74,6%) считало, что организаций, предоставляющих услуги на рынке жилищного строительства в районе нет совсем, а 17,5% полагали, что таких организаций мало. Лишь 7,9% опрошенных определили, что рынок жилищного строительства достаточно развит (рисунок 2.31).

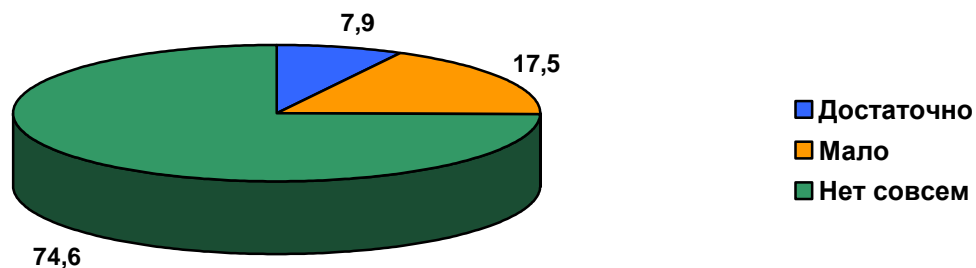


Рисунок 2.31. Количество организаций на рынке жилищного строительства, % к опрошенным

В течение последних 3 лет 49,2% респондентов не замечали изменений количества субъектов, представляющих рынок жилищного строительства, а отрицательную динамику отметили 1,6%. Затруднились ответить на данный вопрос 49,2% опрошенных (рисунок 2.32).

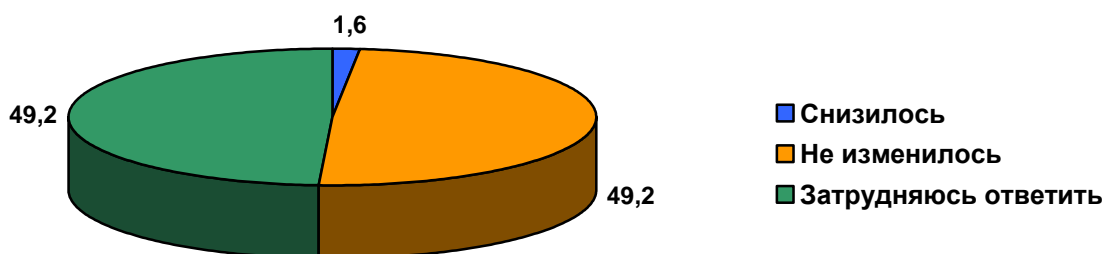


Рисунок 2.32. Изменение количества субъектов, представляющих рынок жилищного строительства, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большинство участников опроса затруднились оценить характеристики на рынке жилищного строительства. При этом стоит отметить, что респонденты в разной степени отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на данном рынке: уровнем цен недовольны 28,6%, качеством и возможностью выбора – 28,5% и 30,1% опрошенных соответственно (рисунок 2.33).

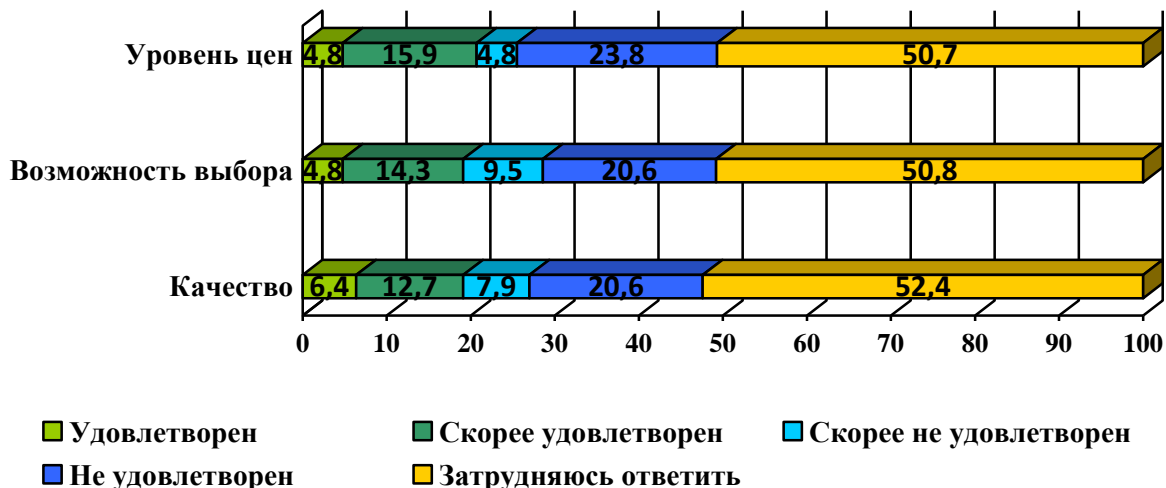


Рисунок 2.33. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке жилищного строительства, % к опрошенным

Рынка жилищного строительства в районе, по мнению большинства респондентов, нет совсем. Количество субъектов, представляющих рынок жилищного строительства, в течение последних трех лет не изменилось. Большинство опрошенных затруднились оценить характеристики на данном рынке, при этом они отмечали недовольство качеством, возможностью выбора и ценовой политикой на рынке жилищного строительства.

10. Рынок промышленного производства

Большинство респондентов (81%) считало, что организаций, предоставляющих услуги на рынке промышленности в районе нет совсем, а 15,8% полагали, что таких организаций мало. Лишь 3,2% опрошенных определили, что рынок жилищного строительства достаточно развит (рисунок 2.34).

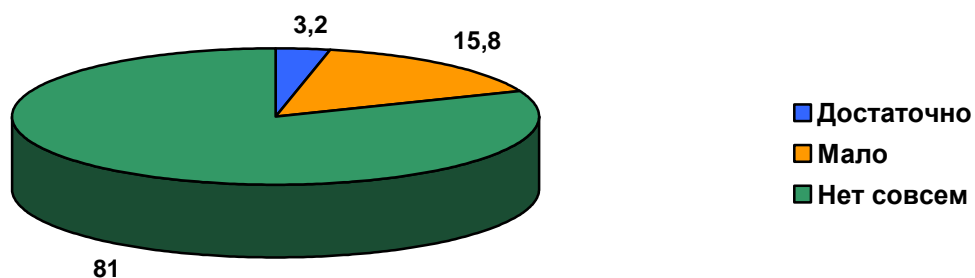


Рисунок 2.34. Количество организаций на рынке промышленного производства, % к опрошенным

47,6% респондентов в течение последних 3 лет не заметили изменений на рынке промышленного производства. Вместе с тем снижение количества организаций, предоставляющих услуги на нем отметили 1,6%. Затруднились

оценить изменения на рынке промышленного производства 50,8% опрошенных (рисунок 2.35).

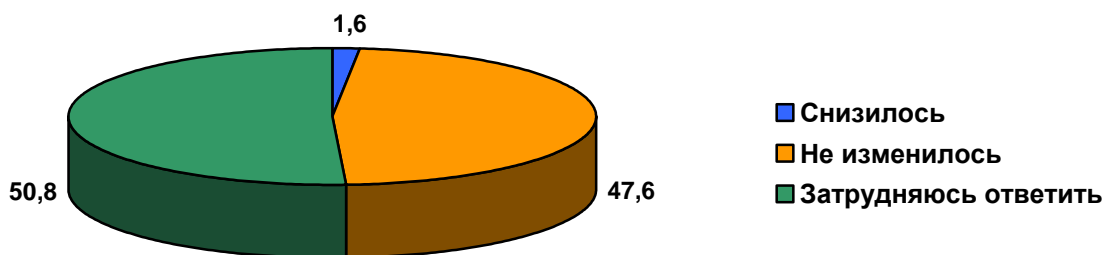


Рисунок 2.35. Изменение количества субъектов, представляющих рынок промышленного производства, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большинство участников опроса затруднились оценить характеристики на рынке промышленного производства. При этом стоит отметить, что респонденты в разной степени отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на данном рынке: уровнем цен недовольны 27% опрошенных, качеством – 30,3%, возможностью выбора – 28,5% (рисунок 2.36).

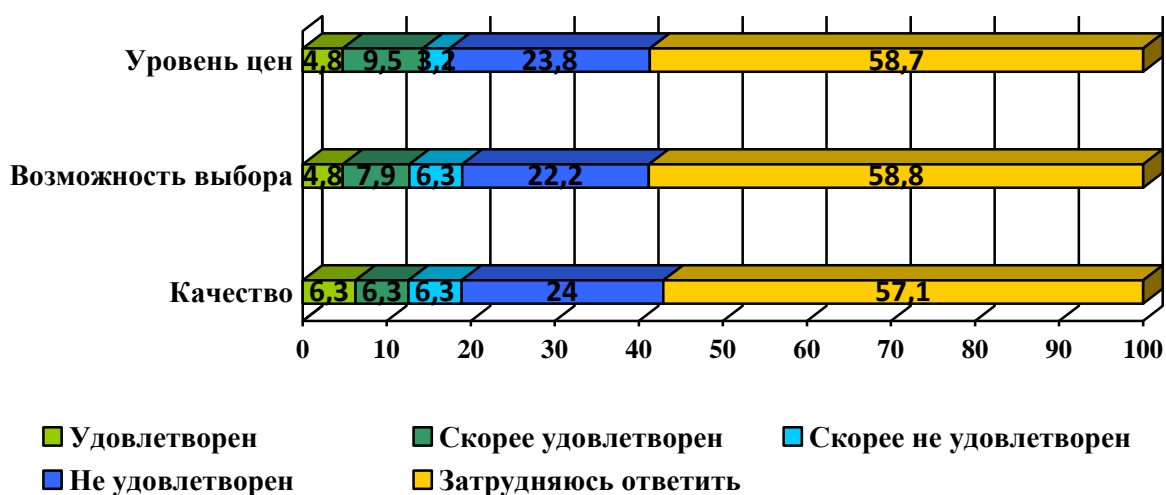


Рисунок 2.36. Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке промышленного производства, % к опрошенным

Рынка промышленного производства в районе, по мнению большинства респондентов, нет совсем. Оценить изменения количества субъектов, представляющих рынок промышленного производства, в течение последних трех лет, а также характеристики на данном рынке, большинство респондентов затруднились. При этом они отмечали недовольство качеством, возможностью выбора и ценовой политикой на рынке промышленного производства.

Удовлетворенность потребителей Тарасовского района качеством и ценами товаров и услуг

В ходе опроса респондентам предложили оценить широту представленности организаций на рынках товаров и услуг района. Степень удовлетворенности потребителей объемом услуг различных рыночных сегментов оценивалась через индикаторы «избыточно», «достаточно», «мало», «нет совсем». По мнению 4,8% респондентов, в районе в полной мере представлен рынок розничной торговли. Также широкое распространение, по мнению опрошенных, имеют предприятия рынка услуг в сфере культуры – 3,2% потребителей охарактеризовали наличие данной сферы как избыточное (таблица 2.1).

Таблица 2.1. Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют товары и услуги на следующих рынках вашего города (поселка, села)?»

Наименование рынка	Избыточно	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг дошкольного образования	0	57,2	34,9	7,9
Рынок услуг дополнительного образования детей	0	31,8	52,3	15,9
Рынок медицинских услуг	0	38,1	52,4	9,5
Рынок услуг в сфере культуры	3,2	47,6	42,9	6,3
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	0	30,2	30,2	39,6
Рынок розничной торговли	4,8	71,4	15,9	7,9
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	0	41,3	46,0	12,7
Рынок услуг социального обслуживания населения	0	66,7	27	6,3
Рынок жилищного строительства	0	7,9	17,5	74,6
Рынок промышленного производства	0	3,2	15,8	81,0

По данным таблицы 2.1 выявлено, что 4 из 10 рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые. Это рынки:

- розничной торговли (71,4%);
- услуг социального обслуживания (66,7%);
- услуг дошкольного образования (57,2);
- услуг в сфере культуры (47,6%).

При этом, из вышеперечисленных, лишь рынок розничной торговли и рынок услуг в сфере культуры потребители оценили как избыточно развитые.

Предложение услуг жители Тарасовского района оценивали также ответами «мало» и «нет совсем». Недостаток организаций, предоставляющих услуги, больше всего был отмечен респондентами на рынках:

- медицинских услуг (52,4%);
- услуг дополнительного образования детей (52,3%);
- услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (46,0%).

Рынки, которых, по мнению большинства респондентов, нет совсем:

- промышленного производства (81,0%);
- жилищного строительства (74,6%);
- услуг жилищно-коммунального хозяйства (39,6%).

Результаты оценки ответов потребителей об изменении количества субъектов, предоставляющих товары и услуги на рынках района, в течение последних 3 лет представлены в таблице 2.2.

Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли (27,0%).

Кроме того, отсутствием изменений в числе конкурентов среди изучаемых рынков выделяются рынки: услуг дополнительного образования детей (81,0%); услуг социального обслуживания населения (81,0%); медицинских услуг (77,8%); услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (71,5%).

Таблица 2.2. Распределение ответов на вопрос «Как, по вашему мнению, изменилось количество субъектов, предоставляющих товары и услуги на следующих рынках в вашем городе (поселке, селе), в течение последних 3 лет?», % по каждому рынку

Наименование рынка	Количество субъектов на рынке (объем рынка)			
	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	17,5	69,8	3,2	9,5
Рынок услуг дополнительного образования детей	3,2	81,0	3,2	12,6
Рынок медицинских услуг	14,3	77,8	0	7,9
Рынок услуг в сфере культуры	7,9	81,0	3,2	7,9
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	0	66,7	15,9	17,4
Рынок розничной торговли	1,6	61,9	27,0	9,5
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	9,5	71,5	6,3	12,7
Рынок услуг социального обслуживания населения	0	81,0	6,3	12,7
Рынок жилищного строительства	1,6	49,2	0	49,2
Рынок промышленного производства	1,6	47,6	0	50,8

В большей степени респонденты также отмечали неудовлетворенность уровнем цен, качеством и возможностью выбора предоставляемых товаров и услуг на рынках: медицинских услуг, услуг в сфере культуры, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, жилищного строительства и промышленного производства.

В пользу положительных распределились ответы респондентов об удовлетворенности качеством и ценой на рынках: услуг дошкольного образования, дополнительного образования детей, жилищно-коммунального хозяйства.

Респонденты высказали удовлетворенность всеми характеристиками услуг на рынках: социального обслуживания населения, розничной торговли.

При этом в целом по результатам опроса населения можно отметить, что потребители товаров и услуг удовлетворены ситуацией с их качеством, ценой либо возможностью выбора на большинстве социально значимых и приоритетных рынков.

Мнение потребителей о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе

Одной из задач по развитию конкуренции в муниципальном образовании является повышения уровня информационной открытости деятельности органов исполнительной власти, в том числе по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района.

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, осуществлялось (как и в случае субъектов предпринимательской деятельности) по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и удобству получения информации. По каждому из этих параметров респонденты также высказывали степень своей удовлетворенности (рисунок 2.37).

Удовлетворительным качество размещения информации признали в среднем около 12,7% опрошенных по всем трем уровням; скорее удовлетворяет в среднем – 63,5% респондентов. Как неудовлетворительное качество размещения информации охарактеризовали в среднем 8,4% опрошенных, а скорее неудовлетворительное – в среднем 15,3% опрошенных.

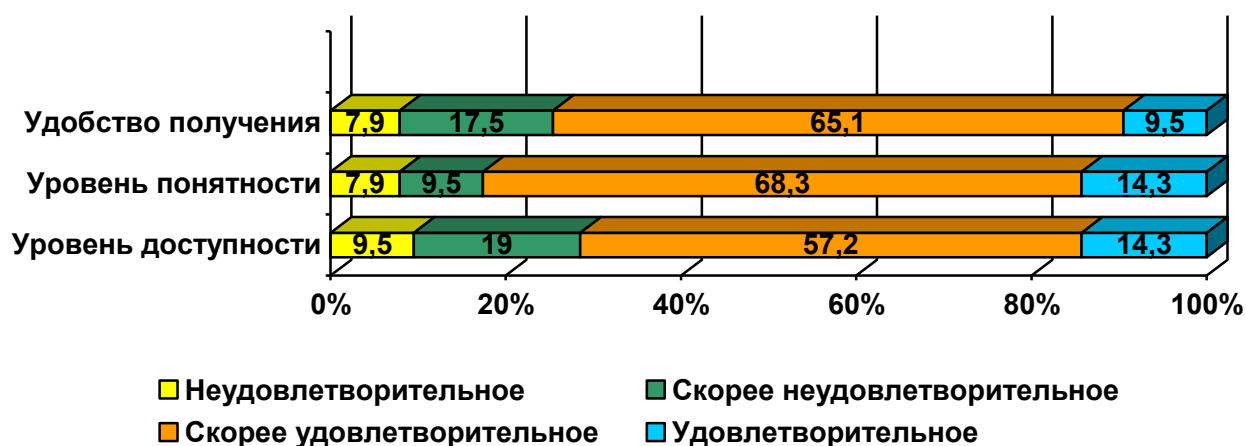


Рисунок 2.37. Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, % к опрошенным

В результате, как и годом ранее, доля опрошенных в большей мере удовлетворенных уровнем понятности, доступности и удобством получения официальной информации существенно превысило долю неудовлетворенных респондентов по данным критериям.

Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий

Потребителям товаров, работ и услуг Тарасовского района было предложено оценить качество услуг субъектов естественных монополий (таблица 2.3).

По результатам оценки большая часть опрошенных выразила удовлетворенность в разной степени практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоочистке. В 2018 году опрошенные были неудовлетворены услугами субъектов естественных монополий - услугами водоснабжения, водоотведения; услугами по водоочистке и теплоснабжения. При этом наибольшую удовлетворенность в той или иной мере, как и годом ранее, респонденты выразили по услугам почтовой связи (76,3%) и электроснабжения (73%).

Таблица 2.3. Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий в Тарасовском районе, % от числа опрошенных по каждой услуге

Наименование услуг субъектов естественных монополий	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Услуги по водоснабжению, водоотведению	22,2	25,4	30,2	7,9	14,3
Услуги по водоочистке	4,8	12,7	17,5	27	38
Услуги газоснабжения	23,8	23,8	9,5	23,8	19,1
Услуги электроснабжения	36,5	36,5	9,5	11,1	6,4
Услуги теплоснабжения	12,7	14,3	12,7	12,7	47,6
Услуги электросвязи (телефонной связи)	22,2	25,5	20,6	23,8	7,9
Услуги почтовой связи	42,9	33,4	11,1	6,3	6,3

Из общего количества потребителей, принявших участие в опросе, только 1 респондент обращался за защитой своих прав в Роспотребнадзор.

Мнение потребителей относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции

В качестве основных направлений развития конкурентной среды в районе большинством участников опроса было предложено обеспечить качество производимой и продаваемой продукции (27%) и установить контроль над ростом

цен (25,8%). В 2018 году эти же направления оказались наиболее распространенными среди потребителей. Важно отметить, что представителями субъектов предпринимательской деятельности метод установления контроля над ростом цен также был выбран в качестве основного (27%).

Кроме того, важными направлениями потребители считают:

- помощь начинающим предпринимателям (11,4%);
- создание условий для увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги (6%).

Такие направления развития конкуренции в районе, как повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок; обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность; а также сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий, отметили всего лишь 2,9%, 2,4% и 1,2% опрошенных соответственно.

Выводы

В ходе опроса было изучено мнение потребителей продукции (товаров, работ и услуг) Тарасовского района. Преобладающей частью участников опроса были работающие женщины в возрасте от 36 до 50 лет, с высшим образованием и уровнем среднемесячного дохода от 10 до 20 тыс. рублей.

Мнения опрошенных представителей потребителей товаров, работ и услуг Тарасовского района отражают следующие тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды:

1. В целом респонденты полагают, что 4 из 10 рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые в части количества организаций, представляющих продукцию (товары, работы, услуги) на рынках. Это рынки: розничной торговли; услуг социального обслуживания; услуг дошкольного образования; услуг в сфере культуры.

Рынки, которых, по мнению большинства респондентов, нет совсем: промышленного производства; жилищного строительства; услуг жилищно-коммунального хозяйства.

2. Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли. Отсутствием изменений в числе конкурентов среди изучаемых рынков выделяются рынки: услуг дополнительного образования детей; услуг социального обслуживания населения; медицинских услуг; услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

3. По степени удовлетворенности потребителей характеристиками продукции (товаров, работ, услуг) на рынках недовольство населения сосредоточено по критериям «качество», «уровень цен» и «возможность выбора» вокруг пяти рынков, а именно: рынка медицинских услуг, рынка услуг в сфере культуры, рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, рынка жилищного строительства и промышленного производства.

На рынках услуг удовлетворенных респондентов уровнем цен было меньше, чем неудовлетворенных. Это рынки услуг дошкольного образования, услуг

жилищно-коммунального хозяйства, розничной торговли и услуг социального обслуживания.

По качеству предоставляемых услуг позитивные ответы преобладали над негативными также на рынках услуг дошкольного образования, услуг жилищно-коммунального хозяйства, розничной торговли, услуг социального обслуживания и услуг дополнительного образования.

В пользу положительных распределились ответы респондентов об удовлетворенности возможностью выбора товаров и услуг на рынках розничной торговли и услуг социального обслуживания.

4. В результате оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тарасовского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе доля опрошенных в большей мере удовлетворенных уровнем понятности, доступности и удобством получения официальной информации существенно превысило долю неудовлетворенных респондентов по данным критериям.

5. По итогам оценки респондентами качества услуг субъектов естественных монополий большая часть опрошенных выразила удовлетворенность в разной степени практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоочистке. При этом наибольшую удовлетворенность в той или иной мере, респонденты выразили по услугам почтовой связи и электроснабжения.

6. Из общего количества потребителей, принявших участие в опросе, только 1 респондент обращался за защитой своих прав в Роспотребнадзор.

7. В качестве основных направлений развития конкурентной среды в районе большинством участников опроса было предложено обеспечить качество производимой и продаваемой продукции (27%) и установить контроль над ростом цен (25,8%). Важно отметить, что представителями субъектов предпринимательской деятельности метод установления контроля над ростом цен также был выбран в качестве основного (27%).

Кроме того, важными направлениями потребители считают: помощь начинающим предпринимателям (11,4%); создание условий для увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги (6%).