

**РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА
СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ
НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ
муниципального образования «КУНЬИНСКИЙ РАЙОН»
2018 год**

Методологические основы проведения мониторинга

Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг муниципального образования «Куньинский район» и Псковской области (далее - мониторинг) проведен в соответствии с разделом VI Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 05.09.2015 № 1738-р (далее – стандарт развития конкуренции).

Мониторинг включает в себя:

а) мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках муниципального образования «Куньинский район»;

б) мониторинг оценки состояния конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъектами предпринимательской деятельности.

В целях мониторинга Администрацией Куньинского района с 7 ноября по 7 декабря проводились опросы путем анкетирования:

- потребителей товаров и услуг на рынках муниципального образования «Куньинский район» (анкета «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках муниципального образования»);

- предпринимателей района о состоянии и развитии конкурентной среды в Псковской области (анкета «Оценка состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Псковской области»).

Анкеты распространялись и направлялись непосредственно субъектам предпринимательской деятельности, в организации. На сайте муниципального образования «Куньинский район» были размещены анкеты, и каждый заинтересованный субъект мог заполнить анкету в рамках проводимого мониторинга.

В рамках мониторинга поступило 74 анкеты от предпринимателей и населения муниципального образования «Куньинский район», в том числе от предпринимателей поступило 10 анкет. Обработаны данные 10 анкет, поступивших от предпринимателей, и 64 анкеты, поступивших от населения.

Рассылка анкет и обработка результатов проведена комитетом по экономическому развитию Администрации Куньинского района без привлечения сторонних организаций. Результаты мониторинга являются основанием для планирования мероприятий по содействию развитию конкуренции в рамках реализации перечня мероприятий по содействию развитию конкуренции на территории муниципального образования «Куньинский район»

Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках муниципального образования «Куныинский район» и состоянием ценовой конкуренции

1. Социально-демографические характеристики.

В рамках мониторинга обработаны 64 анкеты населения.

В опросе приняли участие жители рп. Куныя (городское поселение), удельный вес которых в общем числе респондентов составил 75 %, а также жители сельских поселений муниципального образования «Куныинский район», доля которых в общем числе респондентов 25%.

Из общего числа опрошенных лиц женщины составили 82 %, мужчины – 18%.

Возрастной состав респондентов сложился следующий:

- от 21 до 35 лет – 10.0 % от общего числа респондентов;
- от 36 до 50 лет – 56.0% от общего числа респондентов;
- старше 51 года – 34.0 % от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе приняли участие респонденты различных возрастных групп.

На вопрос «Какой Ваш социальный статус?» ответы распределились следующим образом:

- работаю – 100.0 % от общего числа респондентов;
- без работы – 0% от общего числа респондентов;
- учусь/студент – 0% от общего числа респондентов;
- домохозяйка (домохозяин) – 0% от общего числа респондентов;
- пенсионер – 0% от общего числа респондентов.

То есть в опросе приняли участие работающие лица, в том числе и работающие пенсионеры.

На вопрос «Какое у Вас образование?» были получены следующие ответы:

- общее образование – 0% от общего числа респондентов;
- среднее специальное – 22.0% от общего числа респондентов;
- неполное высшее – 0% от общего числа респондентов;
- высшее – 78.0% от общего числа респондентов;
- научная степень – 0% от общего числа респондентов;
- иное – 0% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие высшее образование (78.0% от общего числа).

Ответы на вопрос «Есть ли у Вас дети?» распределились следующим образом:

- нет детей – 6.0 % от общего числа респондентов;
- 1 ребенок – 31.0 % от общего числа респондентов;
- 2 ребенка – 59.0 % от общего числа респондентов;
- 3 и более детей – 4.0 % от общего числа респондентов.

То есть в опросе преимущественно приняли участия лица, имеющие детей, что позволит оценить уровень развития конкуренции на «детских» приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куныинский район».

На вопрос «Какой примерно среднемесячный доход в расчете на одного члена Вашей семьи?» были получены следующие ответы:

- до 7 тыс. рублей – 0 % от общего числа респондентов;
- от 7 до 15 тыс. рублей – 68.5% от общего числа респондентов;
- от 15 до 20 тыс. рублей – 19.0 % от общего числа респондентов;
- свыше 20 тыс. рублей – 12.5 % от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи от 7 до 15 тыс. рублей (68.5 % от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что преимущественно в опросе приняли участие работающие женщины с высшим образованием, проживающие на территории муниципального образования «Куныинский район», в возрасте от 21 до 50 лет (экономически активное население), имеющие 1 – 2 детей, со средним месячным доходом на одного члена семьи от 7 до 15 тыс. рублей.

2. Сбор данных об удовлетворенности качеством и ценами товаров и услуг.

В целях определения удовлетворенности потребителей качеством и ценами товаров, работ, услуг участвующим в опросе предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куныинский район».

Таблица – Оценка населением количества организаций, представляющие следующие услуги на рынках муниципального образования «Куныинский район»

(в% от общего числа)

Наименование рынков	Избыточно много	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок медицинских услуг	-	22.0	78.0	-
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	-	50.0	50.0	-
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на межмуниципальных маршрутах	-	43.0	57.0	-
Рынок услуг дошкольного образования	-	69.0	31.0	-
Рынок услуг социального обеспечения	-	78.0	22.0	-
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	-	28.0	69.0	3.0
Рынок услуг дополнительного образования детей	-	43.0	57.0	-
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	-	25.0	69.0	6.0

Рынок услуг связи	-	63.0	37.0	-
Рынок услуг в сфере культуры	-	50.0	50.0	-
Розничная торговля	-	80.0	20.0	-
Рынок агропромышленного комплекса	-	50.0	44.0	6.0

Большая часть респондентов отметила недостаточное количество организаций, оказывающих услуги на следующих приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куньинский район»:

- рынке медицинских услуг – 78.0% от общего числа;
- рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на междумуниципальных маршрутах-57.0% от общего числа;
- рынке услуг детского отдыха и оздоровления-69.0%;
- рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья – 69.0 %;
- рынке услуг дополнительного образования детей – 57.0%;

При этом значительная часть респондентов считает достаточным количество организаций, оказывающих услуги на рынке услуг связи (63.0 % от общего числа), на рынке розничной торговли (80.0%), рынке услуг социального обеспечения населения (78.0%), рынке услуг дошкольного образования(69.0%), рынке агропромышленного комплекса(50.0%).

Далее респондентам предложили оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куныинский район». Результаты представлены в таблице.

Удовлетворенность основными характеристиками услуг
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Рынок медицинских услуг								
22.0	53.0	25.0	25.0	62.5	12.5	9.0	78.0	13.0
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства								
12.5	62.5	25.0	18.7	46.9	34.4	15.6	56.3	28.1
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом								
40.6	31.2	28.2	25.0	43.7	31.3	18.7	40.7	40.6
Рынок дошкольного образования								
43.8	12.5	43.7	50.0	12.5	37.5	37.5	18.7	43.8
Рынок услуг социального обеспечения населения								
37.5	15.6	46.9	40.6	12.5	46.9	37.5	12.5	50.0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления								
15.6	25.0	59.4	12.5	21.9	65.6	12.5	25.0	62.5
Рынок услуг дополнительного образования детей								

43.7	18.7	37.6	40.6	21.9	37.5	40.6	25.0	34.4
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья								
9.0	25.0	66.0	6.0	43.7	50.3	6.0	28.0	66.0
Рынок услуг связи								
46.9	34.3	18.8	46.9	34.4	18.7	59.4	21.9	18.7
Рынок услуг в сфере культуры								
28.0	12.5	59.5	25.0	18.7	56.3	25.0	12.5	62.5
Розничная торговля								
53.0	25.0	22.0	56.0	25.0	19.0	62.5	18.7	18.8
Рынок агропромышленного комплекса								
21.9	25.0	53.1	34.4	18.7	46.9	28.1	9.0	62.9

На рынке медицинских услуг большая часть респондентов не удовлетворена ценами (53.0% от общего числа), качеством услуг (62.5%) и возможностью выбора (78.0%).

Похожая ситуация сложилась на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства. Здесь не удовлетворены ценами 62.5% от общего числа респондентов, качеством услуг – 46.9%, возможностью выбора – 56.3%.

На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом удовлетворены ценами (40.6% от общего числа), а вот качеством услуг (43.7%) и возможностью выбора (40.7%) не удовлетворены.

На рынке услуг дошкольного образования уровнем цен на услуги удовлетворены 43.8%, качеством услуг удовлетворены также 50.0%. Возможностью выбора 37.5% от общего числа респондентов удовлетворены качеством услуг и 43.8% затруднились ответить.

На рынке услуг социального обеспечения населения значительная часть респондентов затруднилась оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления и на рынке услуг в сфере культуры аналогичная ситуация значительная часть респондентов затруднилась оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг дополнительного образования детей большая часть респондентов удовлетворена ценами (43.7%), качеством предоставляемых услуг (40.6%) и возможностью выбора (40.6%).

Оценить характеристики услуг на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья не смогли более 60% от общего числа опрошенных. При этом часть опрошенных оценила основные характеристики услуг (цена, качество, возможность выбора) неудовлетворительно.

На рынке услуг связи большая часть потребителей удовлетворены уровнем цен (46.9%) и возможностью выбора (46.9%) и качеством услуг (59.4%) от общего числа опрошенных.

На рынке розничной торговли значительная часть потребителей удовлетворена уровнем цен (53.0% от общего числа), качеством товаров (56.0%), возможностью выбора (62.5%) от общего числа респондентов.

На рынке агропромышленного комплекса значительная часть респондентов затруднилась оценить характеристики услуг на рынке.

В ходе опроса респондентам предложили указать, на какие товары и (или) услуги, по их мнению, цены в муниципальном образовании «Куньинский район» выше по сравнению с другими муниципальными образованиями.

Результаты опроса при условии, что можно было выбрать несколько вариантов ответов, получились следующие:

Наименование товаров, услуг	Удельный вес от общего числа респондентов, %
продовольственные товары	71.8
непродовольственные товары	53.0
услуги дошкольного образования	-
услуги детского отдыха и оздоровления	-
услуги дополнительного образования детей	-
медицинские услуги	25.0
услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	-
услуги жилищно-коммунального хозяйства	56.2
услуги перевозок пассажиров наземным транспортом	
услуги связи	15.6
услуги социального обслуживания населения	-
услуги в сфере культуры	-

Большая часть респондентов отметила, что в муниципальном образовании «Куньинский район» по сравнению с другими муниципальными районами цены выше на продовольственные товары (71.8% от общего числа), непродовольственные товары (53.0%), услуги жилищно-коммунального хозяйства (56.2%) и услуги связи (15.6%), медицинские услуги (25.0%).

3. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды

В целях оценки состояния конкуренции и конкурентной среды респондентам предложили ответить, как изменилось количество организаций, представляющих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куньинский район», в течение последних трех лет.

–Оценка населением изменения количества организаций оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куньинский район" в течение последних трех лет (в % от общего числа)

Наименование рынков	Снизилось	Увеличилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить
Рынок медицинских услуг	28.1	18.7	40.6	12.6
Рынок услуг жилищно-коммунального	12.6	6.0	59.4	22.0

хозяйства				
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	28.0	12.5	46.9	12.6
Рынок дошкольного образования	3.0	6.0	62.5	28.5
Рынок услуг социального обеспечения населения	-	12.5	56.2	31.3
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	6.0	6.0	53.0	35.0
Рынок услуг дополнительного образования детей	3.0	9.0	59.4	28.6
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	-	6.0	34.4	59.6
Рынок услуг связи	-	25.0	59.4	15.6
Рынок услуг в сфере культуры	6.0	-	65.6	28.4
Розничная торговля	-	53.1	37.5	9.4
Рынок агропромышленного комплекса	-	3.0	37.5	59.5

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куньинский район», в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- медицинских услуг-40.6%;
- услуги в сфере культуры – 58.3% от общего числа респондентов;
- услуги связи – 66.6%;
- услуги жилищно-коммунального хозяйства – 59.4%;
- услуг перевозок пассажиров наземным транспортом-46.9%;
- социальное обеспечения населения – 56.2%;
- дошкольное образование – 62.5%
- дополнительное образование детей – 59.4%;
- детского отдыха и оздоровления-53.0%;

При этом значительная часть респондентов отметила, что количество организаций в сфере торговли за последние 3 года увеличилось – 53.1% от общего числа респондентов.

Также следует отметить, что 45.7% от общего числа респондентов затруднилось оценить изменения на рынке услуг агропромышленного комплекса, а также 59.6 % от общего числа респондентов затруднились оценить изменения на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.

Также респондентам предложили ответить на какие товары и (или услуги, по вашему мнению, цены в муниципальном образовании «Куньинский район» выше по сравнению с другими муниципальными образованиями, где часть респондентов затруднилась ответить(45.8.0% от общего числа); 37.5 % ответили на продукты питания; 12.5% на непродовольственные; 31.2% на ГСМ.

По оценке качества услуг субъектов естественных монополий в муниципальном образовании «Куньинский район» большая часть респондентов неудовлетворительно относится к качеству услуг: по водоочистке (62.5% от общего числа), по газоснабжению (46.8% от общего числа) при этом удовлетворительно относятся к качеству услуг по водоснабжению (62.5%), по теплоснабжению (50.0%), по электроснабжению (90.6% от общего числа) и по связи (62.5%)

Также респондентам предложили ответить, как изменились характеристики товаров и услуг на рынках муниципального образования «Куньинский район» в течение последних трех лет.

Полученные результаты представлены в таблице.

**Оценка населением изменения характеристик товаров и услуг
на приоритетных и социально значимых рынках
муниципального образования в течение последних трех лет (в % от общего
числа)**

Уровень цен				Качество				Возможность выбора			
Снижен ие	Увеличен ие	Не изменил ся	Затрудня юсь ответить	Ухудшен ие	Улучшен ие	Не изменил ось	Затрудня юсь ответить	Снижен ие	Увеличен ие	Не изменил ось	Затрудня юсь ответить
Рынок медицинских услуг											
12.5	37.5	25.0	25.0	18.7	9.0	56.2	16.1	6.0	15.6	50.0	28.4
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства											
15.6	31.3	25.0	28.1	9.0	3.0	59.4	28.6	-	-	59.4	40.6
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом											
12.5	25.0	34.4	28.1	18.7	12.6	50.0	18.7	21.9	6.0	50.0	22.1
Рынок дошкольного образования											
3.0	12.5	40.6	43.9	3.0	3.0	47.0	47.0	4.2	4.2	33.3	58.3
Рынок услуг социального обеспечения населения											
3.0	3.0	43.8	50.2	-	6.0	53.1	40.9	3.0	-	46.9	50.1
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления											
6.0	-	34.4	59.6	3.0	-	48.5	48.5	6.0	3.0	31.3	59.7
Рынок услуг дополнительного образования детей											
6.0	6.0	40.6	47.4	-	6.0	43.7	50.3	3.0	3.0	43.7	50.3
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья											
6.0	3.0	25.0	66.0	3.0	-	31.3	65.7	-	-	34.4	65.6
Рынок услуг связи											
3.0	31.3	43.8	21.9	6.0	9.0	71.9	13.1	3.0	9.0	75.0	13.0
Рынок услуг в сфере культуры											
3.0	3.0	50	44.0	3.0	3.0	56.2	37.8	3.0	-	65.6	31.4
Розничная торговля											
9.0	50.0	28.1	12.9	9.0	18.7	56.2	16.1	3.0	34.4	50.0	12.6
Рынок агропромышленного комплекса											
3.0	18.7	31.3	47.0	-	-	56.3	43.7	-	3.0	53.1	43.9

На рынке медицинских услуг значительная часть респондентов отметила, что качество предоставляемых услуг(56.2%), возможность выбора(50.0%) не изменились, но при этом 37.5 % отметили увеличение уровня цен .

Похожая ситуация сложилась **на рынке розничной торговли** значительная часть респондентов отметила, что качество предоставляемых услуг(56.2%), возможность выбора(53.1%) не изменились, но при этом 50.0 % отметили увеличение уровня цен.

И аналогичная ситуация сложилась **на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства**, увеличение цен отметили 31.3 %, качество предоставляемых услуг (59.4 %), возможность выбора (59.4%) не изменились.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления значительная часть респондентов 59.6 % , 48.5 %, 59.7 % затруднилась оценить характеристики услуг на рынке, но при этом 48.5 % от числа опрошенных отметила, что качество предоставляемых услуг не изменилось.

На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на межмуниципальных маршрутах. Здесь большая часть респондентов считают, что уровень цен, качество услуг и возможность выбора не изменились.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления значительная часть респондентов затруднилась оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг дополнительного образования детей большая часть респондентов отметила, что уровень цен, качество и возможность выбора не изменились на данном рынке.

На рынке услуг связи основная часть потребителей отметила, что уровень цен, качество услуг и возможность выбора за последние три года не изменились.

На рынке услуг социального обеспечения населения значительная часть респондентов затруднилась оценить характеристики услуг на рынке. При этом в среднем третья часть респондентов считает, что характеристики услуг за последние три года не изменились. Похожая ситуация сложилась **на рынке услуг дошкольного образования.**

На рынке услуг в сфере культуры значительная часть респондентов считают, что уровень цен, качество услуг и возможность выбора за последние три года не изменились.

На рынке агропромышленного комплекса значительная часть респондентов отметили, что качество и возможность выбора не изменились за последние три года, а оценить уровень цен на данном рынке затруднились. Аналогичная ситуация сложилась на рынке **услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.**

В целом, результаты опроса показали, что в среди изменений за последние три года основных характеристик оказываемых услуг респонденты отметили рост цен в сфере розничной торговли.

Значительная часть респондентов считает, что на обозначенных приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Куньинский район» за последние три года не изменились качество предоставляемых услуг и возможность

выбора оказываемых услуг, что является объективной предпосылкой для реализации мероприятий по содействию развитию конкуренции.

По оценке качества информации, размещаемой в открытом доступе, о деятельности негосударственных организаций в муниципальном образовании «Кунынский район», оказывающих услуг во всех сферах большая часть респондентов приблизительно 50% от общего числа не владеют такой информацией и приблизительно столько же удовлетворены.

В основном это обусловлено недостаточным уровнем информированности населения об имеющихся сайтах, на которых размещена необходимая информация.

	Удовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить / ничего неизвестно о такой информации
Медицинских услуг	75.0	21.9	3.1
Жилищно-коммунального хозяйства	28.1	25.0	46.9
Перевозок пассажиров наземным транспортом	46.9	31.2	21.9
Дошкольного образования	46.9	12.5	40.6
Социального обеспечения населения	46.9	12.5	40.6
Детского отдыха и оздоровления	28.1	15.6	56.3
Дополнительного образования детей	40.6	9.0	50.4
Психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	21.9	12.5	65.6
Услуги связи	31.2	6.0	62.8
Культуры	40.6	3.0	56.4

На вопрос «На что, по Вашему мнению, должна быть в первую очередь направлена работа по развитию конкуренции в муниципальном образовании «Кунынский район» ответы распределились следующим образом:

Создание условий для того, чтобы увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги	15.6
Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции	9.0
Обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	12.5
Контроль над ростом цен	75.0
Обеспечение качества продукции	65.6
Обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной	18.7
Обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	18.7
Помощь начинающим предпринимателям	12.5
Контроль работы естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт	12.5

Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий	-
Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок	-
Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции	-
Юридическая защита предпринимателей	
Своевременная оплата заказчиком выполненных услуг и поставки товаров по заключенным контрактам	3.0

Большая часть респондентов на данный вопрос отметила: 65.6% от общего числа опрошенных – обеспечение качества продукции, 75.0 %- контроль над ростом цен, 12.5 %- обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке, 15.6% - создание условий для того, чтобы увеличения юридических и физических лиц (ИП), продающих товары или услуги, по 9.0 %- создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции, помощь начинающим предпринимателям 12.5%- контроль работы естественных монополий, таких как водоснабжение, электро-и теплоснабжение, обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной и обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность по 18.7 %.

В целом, характеристика состояния конкуренции показала, что на обозначенных в муниципальном образовании «Куньинский район» приоритетных и социально значимых рынках требуется реализация комплексных мер, направленных на развитие конкуренции в целях повышения удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг – цена, качество, возможность выбора.

Мониторинг оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности

1. Выделение групп субъектов предпринимательской деятельности (малый, средний, крупный бизнес), а также вида деятельности (наименование рынка, на котором субъект предпринимательской деятельности, приводящий свою оценку состояния конкурентной среды, осуществляет фактическую предпринимательскую деятельность)

В ходе опроса, респондентам было предложено указать, в течение какого периода времени они осуществляют свою деятельность. Были получены следующие результаты:

- более 5 лет – 90% респондентов (9 предпринимателей);
- от 1 года до 5 лет – 10% респондентов (1 предприниматель);
- менее 1 года – 0% респондентов (0 предпринимателей).

В ходе опроса респондентам было также предложено указать занимаемую ими должность. Распределение результатов опроса представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Занимаемая должность опрашиваемых лиц

	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества, %
Собственник бизнеса (совладелец)	3	30.0
Руководитель высшего звена (например, генеральный директор, зам. генерального директора)	2	20.0
Руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела)	3	30.0
Сотрудник	2	20.0
ИТОГО	10	100.0

Для получения информации о размерах бизнеса, осуществляемого субъектами предпринимательской деятельности, респондентов попросили указать численность сотрудников и величину годового оборота их организации (таблицы 3.1.,3.2.).

Таблица 3.1. - Численность сотрудников организации

	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества, %
до 15 человек	4	40.0
от 16 до 100 человек	6	60.0
от 101 до 250 человек	0	0
от 251 до 1000 человек	0	0
свыше 1000 человек	0	0
ИТОГО	10	100.0

Таблица 3.2.- Примерная величина годовой выручки организации

	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества, %
до 120 млн. рублей (микропредприятие)	10	100.0
от 120 до 800 млн. рублей (малое предприятие)	0	0
от 800 до 2000 млн. рублей (среднее предприятие)	0	0
более 2000 млн.рублей (крупное предприятие)	0	0
Затрудняюсь ответить	0	0
ИТОГО	10	100.0

Следует отметить, что данные по численности работников и размеру годовой выручки коррелируются между собой.

Все респонденты отнесли себя к микропредприятиям – 100.0% от общего числа опрошенных.

Распределение респондентов по видам бизнеса, осуществляемого в разных сферах экономической деятельности, представлено в таблице 4.

Таблица 4 - Распределение респондентов по сферам экономической деятельности

Сферы экономической деятельности	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества опрошенных, %
Обработка древесины и производство изделий из дерева	2	20.0
Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами)	3	30.0
Гостиницы и рестораны	1	10.0
Производство пищевых продуктов	1	10.0
Предоставление услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства	1	10.0
Другое (отдых населения)	2	20.0
ИТОГО	10	100.0

Большая часть респондентов из опрошенных осуществляет свою деятельность в сфере розничной торговли – 30.0% (3 чел.), по 20.0% от общего числа опрошенных респондентов занято в сфере отдыха населения и обработке древесины и производства изделий из дерева, по 10.0% от общего числа респондентов представляют гостиницы и рестораны, производство пищевых продуктов и предоставление услуг в сфере жилищно-коммунальных услуг.

Основной продукцией предоставляемой вышеуказанных респондентов является:

- 30.0% от общего числа опрошенных это услуги;
- 10.0%- сырье и материалы для дальнейшей переработки;
- 20.0%- конечная продукция;
- 40.0%-бизнес осуществляет торговлю .

На вопрос, какой географический рынок (рынки) является основным для бизнеса, основная часть респондентов (60% от общего числа опрошенных) ответила рынок Псковской области и по 20.0% распределились между рынком Российской Федерации и рынком стран СНГ.

Также мы попросили указать легко ли компании из другого региона обосноваться на рынке в Псковской области. Результаты опроса получились следующие:

- легко ответили 9 предпринимателей (90.0% от общего числа опрошенных);
- затруднились с ответом 1 предприниматель (10% от общего числа опрошенных).

Таким образом, большая часть респондентов считает, что достаточно легко обосноваться на рынке области.

2. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды

В ходе опроса субъектам предпринимательской деятельности было предложено выбрать утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который они предоставляют, ответы распределились следующим образом:

(в % от общего числа опрошенных)

Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг) — нет конкуренции	0
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг) — слабая конкуренция	0
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг) — умеренная конкуренция	50.0
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее — высокая конкуренция	30.0
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг), не используемые компанией ранее — очень высокая конкуренция	10.0
Затрудняюсь ответить	10.0

Таким образом, 50.0% респондентов выбрали утверждение, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции (работ, услуг) — умеренная конкуренция.

В целях оценки состояния конкуренции и конкурентной среды в муниципальном образовании «Куньинский район» респондентам предложили оценить уровень конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках Псковской области. Результаты представлены в таблице 10.

Таблица 10 - Уровень конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках Псковской области (в % от общего числа)

	Высокая конкуренция	Умеренная конкуренция	Слабая конкуренция	Конкуренция отсутствует
Рынок медицинских услуг	40.0	30.0	10.0	20.0
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	20.0	20.0	50.0	10.0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	0	10.0	50.0	40.0
Рынок услуг дошкольного образования	0	10.0	50.0	40.0
Рынок услуг социального-обеспечения населения	0	0	30.0	70.0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	20.0	10.0	40.0	30.0
Рынок услуг дополнительного образования детей	0	20.0	30.0	50.0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	0	10.0	40.0	50.0
Рынок услуг связи	0	10.0	40.0	50.0
Рынок услуг в сфере культуры	0	30.0	40.0	30.0
Розничная торговля	90.0	10.0	0	0
Рынок агропромышленного комплекса	0	0	50.0	50.0

Значительная часть респондентов оценила конкуренцию на рынке дошкольного образования как слабую (50.0% от общего числа), при этом 40.0% респондентов отметила отсутствие конкуренции на данном рынке.

Такая же ситуация наблюдается на рынке услуг детского отдыха и оздоровления – 40.0% респондентов считают конкуренцию на данном рынке слабой, а 30.0% респондентов говорит об ее отсутствии.

Значительная часть респондентов считают, что конкуренция на рынке дополнительного образования детей отсутствует (50.0% от общего числа), 30.0% респондентов оценила конкуренции на данном рынке как слабую.

Половина респондентов (50.0% от общего числа) отметила отсутствие конкуренции на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, при этом 40.0% респондентов считают, что конкуренция на указанном рынке слабая.

70% респондентов считают, что конкуренция отсутствует и на рынке услуг социального обеспечения населения.

Также преимущественно как слабый оценили респонденты уровень конкуренции на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства (50.0% от общего

числа), на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (50.0% от общего числа), в сфере культуры (40.0% от общего числа).

Высокая конкуренция была преимущественно указана респондентами на рынке розничной торговли (90.0% от общего числа), и на рынке медицинских услуг (40.0% от общего числа).

По рынку агропромышленного комплекса мнения разделились поровну (по 50% от общего числа опрошенных), что на данном рынке конкуренция слабая и вообще отсутствует.

В ходе опроса респонденты ответили на вопрос «Сколько конкурентов у Вашей организации?». Результаты получились следующие:

- 60.0% ответили- 1-3 конкурента;
- 30.0% ответили –большое число конкурентов;
- 10.0% -4 и более конкурентов.

Также респонденты ответили на вопрос «Как изменилось число конкурентов у Вашей организации за последние 3 года?». Результаты получились следующие:

- 40.0% от общего числа опрошенных считают, что увеличилось на 1-3 конкурентов;
- 30.0% считают, что увеличилось более чем на 4 конкурента;
- 30.0% считают, что не изменилось.

Таким образом, результаты опроса показали, что большая часть респондентов считает, что имеет 1-3 конкурента (60.0% от общего числа опрошенных). По оценке за последние 3 года 40.0% от общего числа респондентов считают, что количество конкурентов увеличилось на 1-3 конкурентов.

Самым большим препятствием, с которым сталкивались предприятия в своей деятельности, отметили следующие (допускался один вариант ответа).

Таблица 13 (в % от числа опрошенных)

Доступ к получению земли	10.0
Доступ к финансированию	10.0
Конкуренция, теневой сектор	40.0
Коррупция	0
Налоговые службы	0
Недостаточная подготовка сотрудников	10.0
Политическая нестабильность	0
Получение лицензии	10.0
Преступность	0
Ставка налогообложения	0
Судебная система	0
Таможенные правила	0
Транспорт	0

Трудовое законодательство	0
Электроснабжение	0
Не сталкивается с препятствиями	0
Затрудняюсь ответить, отказ от ответа	20.0

Самым большим препятствием, с которым сталкивались предприятия в своей деятельности, отметили конкуренцию, теневой сектор (40%).

В рамках мониторинга респондентам предложили указать способы повышения конкурентоспособности, которые использовала организация за последние 3 года.

При этом респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов. Полученные результаты представлены в таблице 14.

Таблица 14 - Способы повышения конкурентоспособности

	Удельный вес от общего числа респондентов, %
Покупка машин и оборудования	30.0
Покупка технологий, патентов, лицензий, ноу-хау	10.0
Использование новых способов продвижения продукта	30.0
Обучение персонала	10.0
Развитие и расширение системы представительств	10.0
Вывод на рынок новых продуктов	20.0
Ничего не предпринимал для повышения конкурентоспособности	10.0

Опрос показал, что большая часть респондентов для повышения конкурентоспособности приобретала машины и оборудование (30.0%), выводила на рынки новые продукты (20.0%) и использовала новые способы продвижения продукции (30.0%).

10.0% респондентов ответили, что ничего не предпринимали для повышения конкурентоспособности. Скорее всего, так ответил респондент, осуществляющий предпринимательскую деятельность в течение 1 или чуть более 1 года.

В ходе опроса мы спросили респондентов «Планировала ли организация за последние 3 года выход на новые рынки?», и получили следующие результаты:

- да – 3 предпринимателя (30.0% от общего числа);
- нет – 7 предпринимателей (70.0% от общего числа).

На вопрос «Сталкивалась ли организация с препятствиями в связи с выходом на новые рынки?» ответы распределились следующим образом:

Нет, особых препятствий нет – 60.0% от общего числа ответов;

Да, сталкивался с незначительными препятствиями – 30.0%;

Да, сталкивался со значительными препятствиями – 10.0%.

Основными препятствиями при выходе на новые рынки респонденты отметили следующие (допускались несколько вариантов ответа).

Таблица 17 – Препятствия при выходе на новые рынки

	Удельный вес от общего числа респондентов, %
Высокие начальные издержки	40.0
Жёсткое противодействие традиционных участников рынка	10.0
Насыщенность новых рынков сбыта	20.0
Нет информации о ситуации на новых рынках	0
Поддержка местными властями традиционных участников рынка	10.0
Привязанность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка	10.0
Никакие	10.0

Основными препятствиями при выходе на новые рынки респонденты отметили высокие начальные издержки (40.0%), насыщенность новых рынков сбыта (20.0%), по 10% распределилось между привязанностью поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка, поддержку местных властей традиционных участников рынка, жесткое противодействие традиционных участников рынка и никаких препятствий.

В ходе опроса, респондентам предложили оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг (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), ответы распределились следующим образом:

	<i>Удовлетворительное</i>	<i>Скорее удовлетворительное</i>	<i>Скорее неудовлетворительное</i>	<i>Неудовлетворительное</i>	<i>Затрудняюсь ответить/мне не известно о такой информации</i>
Уровень доступности	50.0	40.0	0	0	10.0
Уровень понятности	40.0	40.0	0	10.0	10.0
Удобство получения	50.0	40.0	0	0	10.0

В целом большинство респондентов оценивают качество информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг размещаемой в открытом доступе как удовлетворительное или скорее удовлетворительное (уровень доступности 50.0% от общего числа опрошенных, уровень понятности 40.0%, удобство получения 50.0%).

Также предложили оценить примерное число поставщиков основного закупаемого товара (работы и услуги), который приобретает представляемый бизнес

для производства и реализации собственной продукции, а так же удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками этого товара (работы, услуги).

	<i>Единственный поставщик/неудовлетворительно</i>	<i>2-3 поставщика/Скорее неудовлетворительно</i>	<i>4 и более поставщика /Скорее удовлетворительно</i>	<i>Большое количество поставщиков/Удовлетворительно</i>	<i>Затрудняюсь ответить</i>
Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги)	0	50.0	40.0	0	10.0
Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги)	0	40.0	30.0	10.0	20.0

В рамках опроса предпринимателям также предложили оценить степень влияния на конкурентную среду в Псковской области органов власти и общественных организаций, представляющих интересы бизнес-сообщества. Полученные результаты представлены в таблице 9.

Таблица 10 – Степень влияния на конкурентную среду в Псковской области органов власти и объединений (% от общего числа респондентов)

	Высокая	Средняя	Низкая
Общественные организации, представляющие интересы бизнес-сообществ	10.0	40.0	50.0
УФАС России (её территориальное управление)	0	50.0	50.0
Органы местного самоуправления	20.0	30.0	50.0
Органы исполнительной власти Псковской области	10.0	40.0	50.0

Опрос показал, что предприниматели низко оценивают влияние на конкурентную среду региона общественных организаций, представляющих их интересы (50.0% от общего числа опрошенных).

Влияние ФАС России на конкурентную среду мнение разделилось, оценивается как среднее (50.0%) и низкое (50.0%).

Влияние органов исполнительной власти на конкурентную среду региона большинством опрошенных (50%) ответили низкое, 40%-среднее влияние и 10% опрошенных ответили высокое влияние. Влияние местного самоуправления на состояние и развитие конкурентной среды также оценивается: высокое влияние – 20.0%, среднее влияние – 30.0% и низкое 50%).

В связи с этим деятельность органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, а также ФАС России рассматривается предпринимателями скорее всего как низкая по степени влияния на конкурентную среду. Проводимая органами власти политика в сфере содействия развитию конкуренции должна быть направлена на создание стимулов и содействие

формированию условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства, а также содействие устранению административных барьеров.

3. Оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности

В рамках опроса предприниматели охарактеризовали деятельность органов власти на рынке, который представляет организация. Результаты получились следующие.

Таблица 20 – Деятельность органов власти на рынке, который представляет организация

	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества, %
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	3	30.0
Органы власти ничего не предпринимают	3	30.0
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	2	20.0
Органы власти мешают бизнесу своими действиями	0	0
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	2	20.0
ИТОГО	10	100.0

Мнения респондентов в ходе опроса разделились. Поровну по 30.0% считают, что органы власти помогают своими действиями и ничего не предпринимают. По 20.0% поровну респонденты считают, что органы власти ничего не предпринимают, но их участие необходимо и что органы власти помогают, в чем-то мешают.

Далее предпринимателям предложили оценить состояние административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке, который представляет организация. Результаты представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Состояние административных барьеров

	Количество предпринимателей, единиц	Удельный вес от общего количества, %
Есть непреодолимые административные барьеры	0	0
Административные барьеры имеют тенденцию к снижению	5	50.0
Административные барьеры имеют тенденцию к увеличению	1	10.0
Административные барьеры отсутствуют	4	40.0
ИТОГО	10	100

И здесь их мнения также разделились. 50% от общего числа опрошенных

считают, что административные барьеры имеют тенденцию к снижению, 40.0% считают, что административные барьеры отсутствуют. При этом 10.0% от общего числа респондентов считают, что административные барьеры имеют тенденцию к увеличению.

Среди наиболее существенных административных барьеров были отмечены следующие (допускались несколько вариантов ответов).

Таблица 22 – Административные барьеры

	Удельный вес от общего количества, %
Сложность получения доступа к земельным участкам	10.0
Нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	80.0
Коррупция (взятки, дискриминация и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)	0
Сложность / затянутость процедуры получения лицензий	0
Высокие налоги	
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	
Ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	0
Ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок	0
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий, кооперативов и др.)	
Иные действия	0
Силовое давление со стороны правоохранительных органов(угрозы, вымогательства и т.д.)	
Нет ограничений	100.0

Из представленных данных можно сделать вывод, что значительная часть респондентов среди существенных административных барьеров выделила нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (80.0% от общего числа опрошенных), сложность получения доступа к земельным участкам (10.0%) и 10%-нет ограничений.

По оценке предпринимателей, на сколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса, который они представляют, 40% от общего числа опрошенных ответили, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат, 20% считают, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее, 10% считают, есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, и 10.0% затруднились ответить.

На вопрос, как изменился уровень административных барьеров на рынке, основном для бизнеса, который вы представляете, в течение последних трех лет, ответы распределились следующим образом:

-50% от общего числа опрошенных ответили, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше;

-10% ответили, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее;

-40% затруднились с ответом.

Также было предложено оценить характеристики услуг субъектов естественных монополий в Псковской области по следующим критериям:

Сроки получения доступа к услугам субъектов естественных монополий

Услуги	Сроки получения доступа(% от числа опрошенных)				
	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительно	Скорее неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Водоснабжение, водоотведение	30.0	10.0	0	0	60.0
Газоснабжение	10.0	10.0	0	0	80.0
Электроснабжение	20.0	0	0	20.0	60.0
Теплоснабжение	20.0	10.0		10.0	60.0
Телефонная связь	10.0	0	10.0	20.0	60.0

По итогам проведенного анкетирования в отношении сроков получения доступа к услугам субъектов естественных монополий большинство респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

Оценка сложности (количество) процедур подключения к услугам субъектов естественных монополий

Услуги	Сложность(количество) процедур подключения(% от числа опрошенных)				
	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительно	Скорее неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Водоснабжение, водоотведение	30.0	0	0	0	70.0
Газоснабжение	10.0	0	10.0	0	80.0
Электроснабжение	10.0	0	10.0	20.0	60.0
Теплоснабжение	20.0	10.0	0	10.0	60.0
Телефонная связь	10.0	0	0	30.0	60.0

Аналогичная ситуация сложилась и с оценкой сложности процедур подключения к услугам субъектов естественных монополий- большинство респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

Оценка стоимости подключения к услугам субъектов естественных монополий

Услуги	Стоимость подключения(% от числа опрошенных)				
	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительно	Скорее неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Водоснабжение, водоотведение	10.0	10.0	0	0	80.0
Газоснабжение	0	0	0	10.0	90.0
Электроснабжение	0	0	20.0	10.0	70.0
Теплоснабжение	10.0	10.0	0	10.0	70.0

Телефонная связь	0	0	0	30.0	70.0
------------------	---	---	---	------	------

Здесь также большая часть респондентов затруднилась дать ответ по оценке стоимости подключения к услугам субъектов естественных монополий.

В итоге предпринимателям предложили ответить на вопрос, на что, по их мнению, должна быть в первую очередь направлена работа по развитию конкуренции.

По данному вопросу мнения разделились: 20% от общего числа опрошенных считает, что работа должна быть направлена на обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке, и 20.0% на помощь начинающим предпринимателям; по 10% считают, что должен быть контроль за ростом цен, обеспечение качества продукции, обеспечение того, чтобы конкуренция была добросовестной; обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность; 30% считает, что работа должна быть направлена на юридическую защиту предпринимателей.