**Аналитическая записка**

*«Результаты мониторинга состояния развития конкурентной среды в Ичалковском*

 *муниципальном районе»*

с. Кемля, 2020

Введение

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

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

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

 В ходе мониторинга опрашивались 20 респондентов.

1. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров

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

**Характеристики бизнеса**

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

Все четыре организации представлены численностью сотрудников до 15 человек.

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

20% респондентов работают в бизнесе от 3 до 7 лет, 55% респондентов работают в бизнесе более 7 лет, т.е. успели накопить достаточный опыт ведения бизнеса и могут давать объективные оценки конъюнктуры рынка и состоянию конкурентной среде. Еще четвертая часть опрошенных присутствуют на рынке от 1 – 3 лет.

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

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

 Организации около трети респондентов представляют сферу услуг; 75% респондентов осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг и только 25 % реализацию сельскохозяйственной и фермерской продукции.

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

**Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды**

Отвечая на вопрос о количестве конкурентов, от 1 до 3 конкурентов имеют 55,0 % опрошенных, 4 и более конкурентов имеют 20,0 %, сложно подсчитать (большое число конкурентов – 25,0%.

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

Так, 100 % опрошенных указали на повышение конкуренции за последние три года.

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).

20% респондентов отмечали, что ведут бизнес в условиях достаточно интенсивной конкуренции, 50% респондентов – в условиях средней интенсивности, 30% оценивают конкурентную борьбу как незначительную. Т.е. 75 % респондентам для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг.

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

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

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

По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень своей удовлетворенности Уровень доступности официальной информации удовлетворяет 100 % предпринимателей; более трети опрошенных представителей бизнеса удовлетворены уровнем понятности, 25 % – скорее удовлетворены.

Удобство получения подобного рода информации считают удовлетворительным 75,0% опрошенных, 25 % – скорее удовлетворены.

Оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности

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

Результаты проведенного исследования показывают, что 80% респондентов отметили что в Ичалковском муниципальном районе отсутствуют административные барьеры, 20% респондентов- затруднились ответить.

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

* сложность получения доступа к земельным участкам – 25 %;
* нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – 50%;
* сложность/ затянутость процедуры получения лицензий – 75%
* высокие налоги – 75 %;
* ограничение/ сложность доступа к закупкам компаний с государственным участием и субъектов естественных монополий – 25 %;
* ограничение/ сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках государственных закупок – 25 %;

 Оценили помощь действующей власти в ведении бизнеса 100 % опрошенных.

Оценка субъектами предпринимательской деятельности услуг субъектов естественных монополий

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

Анализ оценки мнений респондентов о характеристиках услуг субъектов естественных монополий показал, что по сложности процедуры подключения к услугам наиболее сложные зафиксированы при получении услуг водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 25 %.

По количеству процедур подключения наиболее сложными названы услуги водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 25%.

По стоимости подключения услуги водоснабжения, электроснабжения и газоснабжения – 25% оценены респондентами как наиболее дорогостоящие.

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

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

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

**Социально-демографические характеристики**

 Было опрошено 31,2 % мужчин и 68,8 % женщин.

 Больше всего было опрошено респондентов в возрасте от 25 до 34 лет – 40,1%, от 35 до 44 лет – 25,1%, от 55 до 64 лет – 19,3%, от 45 до 54 лет 12,3%, 65 лет и старше 3,2%.

По показателю количество детей 45,1% опрошенных респондентов имеют 1 ребенка, 2 ребенка – 17,8%, не имеют детей-37,1%.

 Большинство респондентов (86,3%) имеют высшее образование, 8,5% - два высших образования, 5,2% – среднее специальное.

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

 62,4 % опрошенных сообщили, что ежемесячный доход на члена семьи в среднем не превышает 10 тысяч рублей; 27,3 % респондентов указали на диапазон в 10 – 20 тысяч рублей; 10,3 % опрошенных потребителей имеют среднемесячный доход более 20 тысяч рублей.

Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и приоритетных рынках Ичалковского района

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

**1. Рынок услуг дошкольного образования.**

Большинство потребителей считают, что рынок услуг дошкольного образования Ичалковского муниципального района достаточно развит (75,5%). 13,4 % респондентов считают, что организаций, предоставляющих услуги дошкольного образования мало, 11,1% затрудняются ответить.

52,6 % респондентов в разной степени удовлетворены качеством услуг дошкольного образования региона, в основном их устраивает уровень цен (83,3%) и возможность выбора на этом рынке (83,3%). Возможность выбора не устраивает в различной степени от 5,5 % до 11,1% респондентов.

Уровень цен на услуги дошкольного образования в различной степени не устраивает 15,6 % респондента. 84,3 % опрошенных потребителей удовлетворены ценами на услуги дошкольного образования района.

2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

45,4% респондентов считают, рынок услуг детского отдыха и оздоровления достаточно развит, 37,8% респондентов ответили, что организаций на рынке услуг детского отдыха и оздоровления недостаточно, 16,8%-затруднились ответить на этот вопрос.

Более 59 % респондентов в разной степени удовлетворены качеством и возможностью выбора услуг детского отдыха и оздоровления района, также их устраивает и уровень цен на этом рынке.

1. **Рынок услуг дополнительного образования детей**

 Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции, клубы, музеи, библиотеки и пр.) относится к рынкам, которые большинство потребителей считают достаточно развитыми – 83,7 % респондентов, считают, что на рынке достаточно организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей. Большинство опрошенных потре-бителей в разной степени удовлетворены качеством услуг дополнительного образования детей региона – 88,8 % респондентов, возможностью выбора (88,2 %) и уровнем цен (77,8 %).

4. Рынок медицинских услуг

32,3% опрошенных считают достаточным количество организаций, предоставляющих медицинские услуги; 67,7 % не согласны с этим утверждением и полагают, что таких организаций на рынке медицинских услуг недостаточно.

Возможностью выбора на рынке медицинских услуг в разной степени удовлетворены 29,4 % респондентов. Качеством медицинских услуг региона удовлетворены 44,4 % респондентов, большинство (37,5 %) респондентов удовлетворены уровнем цен на медицинские услуги.

5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с

**ограниченными возможностями здоровья**

Подавляющее большинство респондентов (52,6%) затруднились в оценке рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (консультативные услуги, патронаж, услуги, опирающиеся на механизмы само- и взаимопомощи), что дает основания полагать, что этот рынок имеет узкий охват населения и большинству населения неизвестен. Из числа лиц, оценивших этот рынок, большинство скорее не удовлетворены качеством услуг, уровнем цен и возможностью выбора психолого-педагогического сопровождения детей Ичалковского муниципального района.

6.. . Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ)

Половина респондентов считает, что рынок услуг ЖКХ достаточно развит. 33,3 % - мало, 16,7 % респондентов затрудняются ответить.

 Половина респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг ЖКХ, 52,9 % респондентов удовлетворены качеством услуг ЖКХ, 12,5 % опрошенных потребителей не удовлетворены ценовой политикой на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства региона. 43,8 % опрошенных полагают, что скорее удовлетворены ценами на услуги ЖКХ. Только 6,2 % потребителей устраивает уровень цен на этом рынке.

7. Рынок розничной торговли

Подавляющее большинство респондентов считают рынок розничной торговли достаточно развитым По этому показателю рынок розничной торговли лидирует среди других рынков. 68,7 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке розничной торговли, 18,8 % респондентов совсем скорее не удовлетворены возможностью выбора на рынке розничной торговли. 12,5 % респондентов затруднились оценить возможность выбора на рынке розничной торговли.

81,2 % респондентов удовлетворены качеством услуг розничной торговли, 12,5 % скорее не удовлетворены качеством услуг рынка розничной торговли, 6,3 % респондентов затруднились оценить качество услуг на рынке розничной торговли.

26,7 % потребителей скорее не удовлетворены ценовой политикой на рынке розничной торговли. 60 % опрошенных потребителей удовлетворены уровнем цен на этом рынке.

 8.. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

11,8 % опрошенных определили, что этот рынок развит мало, 82,3 %, напротив, что развит достаточно, а 5,9 % полагают затруднились ответить. 68,7 % – удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. 18,8 % респондентов в различной степени скорее не удовлетворены возможностью выбора на этом рынке. 12,5% респондентов затруднились оценить возможность выбора услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

 81,2% удовлетворены качеством услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, 12,5 % скорее не удовлетворены качеством услуг на этом рынке, 6,3 % респондентов затруднились оценить качество услуг на данном рынке.

Ценовая политика на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом 26,7 % опрошенных потребителей скорее не устраивает, а 60,0 % опрошенных полагают, что удовлетворены ценами на услуги перевозок. Затруднились оценить уровень цен на этом рынке 13,3 % опрошенных потребителей.

 9. Рынок услуг связи

Подавляющее большинство респондентов считают рынок услуг связи мало развитым, более того, 26 % считают, что данный рынок отсутствует на территории района. Только 17,4 % респондентов считают, что этот рынок достаточно развит.

Только 4,3 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг связи.

Около 56,5 % респондентов удовлетворены качеством услуг связи, а 13 % респондентов скорее не удовлетворены. 26 % респондентов не смогли определить степень удовлетворенности качеством на данном рынке.

13 % опрошенных потребителей скорее не удовлетворены, 56,5 % опрошенных полагают, что удовлетворены ценами на услуги связи. 26 % затруднились в оценке своего отношения к уровню цен на услуги связи.

10. Рынок услуг социального обслуживания населения

5,6% опрошенных считают, что рынок социального обслуживания населения мало развит. 38,8% респондентов напротив, уверены, что на этом рынке достаточно организаций, оказывающих услуги по социальному обслуживанию населения. 5,6 % респондентов полагают, что таких организаций совсем нет.

58,8 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг социального обслуживания населения. 5,9 % респондентов скорее не удовлетворены, 35,3 % респондентов затруднились оценить возможность выбора на рынке услуг социального обслуживания населения.

61,2 % респондентов удовлетворены, а 5,5 % – скорее не удовлетворены качеством услуг социального обслуживания населения. 33,3% респондентов затруднились оценить качество услуг вышеупомянутого рынка.

52,9 % опрошенных полагают, что удовлетворены, а 5,5 % – скорее не удовлетворены ценами на рынке услуг социального обслуживания населения. 41,2 % респондентов затруднились с оценкой личного отношения к ценовой политике на рынке услуг социального обслуживания населения.

11. Рынок услуг в туризма и отдыха

22,2% опрошенных считает рынок услуг в сфере туризма и отдыха достаточно развитым. 22,2 % опрошенных считают, что этот рынок развит мало, а 27,8 % полагают, что не развит совсем, 27,8% затрудняются ответить на этот вопрос.

5,9 % респондентов удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг в сфере туризма и отдыха, 17,6 % респондентов скорее не удовлетворены возможностью выбора на этом рынке. 52,9 % респондентов затруднились оценить возможность выбора услуг в сфере туризма и отдыха.

 35,3 % респондентов удовлетворены качеством услуг в сфере туризма и отдыха, 11,8 % респондентов скорее не удовлетворены, а 47,1 % респондентов затруднились оценить качество услуг в сфере туризма и отдыха.

6,3 % опрошенных потребителей удовлетворены ценовой политикой на рынке услуг в сфере туризма и отдыха района, 18,7 % опрошенных полагают, что скорее удовлетворены ценами на услуги в сфере туризма и отдыха. 50,0% респондентов затруднились ответить на вопрос о ценовой политике на рынке услуг в сфере туризма и отдыха.

**12. Рынок точек реализации фермерской продукции.**

38,9% респондентов считают рынок реализации фермерской продукции достаточно развитым. 33,3 % респондентов определили, что этот рынок мало развит, 22,2 %, затрудняются ответить.

55,6 % респондентов удовлетворены, а 11,1 % –скорее не удовлетворены возможностью выбора на рынке реализации фермерской продукции. 33,3 % респондентов затруднились оценить возможность выбора на рынке реализации фермерской продукции.

55,5 % респондентов удовлетворены качеством на рынке реализации фермерской продукции. 33,3 % респондентов затруднились оценить качество предложения на данном рынке.

Ценовая политика на рынке реализации фермерской продукции устраивает 55,7 % опрошенных потребителей, а 11,2 % – скорее не устраивает. 33,3 % потребителей затруднились оценить уровень цен.