**Итоги м**[**ониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг за 2021 год**](https://www.vsevreg.ru/upload/docks/2021/01.2021/Мониторинг.rar)

В целях проведения ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на территории муниципального образования «Всеволожский муниципальный район» Ленинградской области администрацией в 2021 году проведен опрос субъектов предпринимательской деятельности и потребителей (далее - респондентов) по разработанным анкетам для дальнейшего использования в разработке мер по улучшению состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг и определения приоритетных направлений работы.

Целью исследования является оценка условий для развития конкуренции между хозяйствующими субъектами в отраслях экономики, а также реализации результативности и эффективности мер по развитию конкуренции в интересах потребителей товаров, работ и услуг, в том числе субъектов предпринимательской деятельности, граждан и общества.

В ходе опроса поступило 268 анкет, в том числе: от предпринимателей – 69 (25 юридических лиц, 36 индивидуальных предпринимателей, 8 самозанятых), от потребителей – 199 (142 от потребителей товаров, работ, услуг; 57 – от потребителей финансовых услуг).

**Анализ анкет субъектов предпринимательской деятельности, по условиям ведения бизнеса на территории муниципального образования Всеволожский район.**

1. Респонденты по отраслям:

- торговля – 16;

- производство – 2;

- сельское хозяйство, рыболовство – 7;

- услуги – 44, в том числе 11 – общественное питание.

2. Респонденты по сроку деятельности:

- менее 1 года – 13;

- от 1 до 5 лет – 32;

- более 5 лет – 24.

3. Респонденты по численности сотрудников и обороту бизнеса:

- до 15 человек, до 120 млн. руб. (микропредприятия) – 60;

- от 16 до 100 человек, от 120 до 800 млн. руб. (малые предприятия) – 8;

- от 100 человек, более 2000 (крупные предприятия) – 1.

4. Наибольшая доля респондентов:

- оценка конкуренции: умеренная, высокая конкуренция и очень высокая конкуренция (необходимость регулярно предпринимать меры по повышению конкурентоспособности) – 56,5% (за 2020 год – 81%);

- по 36% респондентов принимают меры по повышению конкурентоспособности «обучение и переподготовка персонала», «новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии)» и «приобретение технического оборудования»;

- количество конкурентов: от 1 до 8 – 58%; в 2020 году более 4 – 54,8%;

- изменение числа конкурентов: увеличилось – 39,1 % (в 2020 году – 54,8%); не изменилось – 45% (в 2020 году - 45,2%).

5. Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды:

- скорее удовлетворительное – до 59% (в 2020 году – до 69%);

- скорее неудовлетворительное – 12 % (в 2020 году - до 26%).

6. Наиболее существенные административные барьеры:

- нестабильность Российского законодательства – 36 % (в 2020 году – 45%);

- высокие налоги – 30,4% (в 2020 году – 45%);

- сложность получения доступа к земельным участкам – 17,4% (в 2020 году – 60%);

- сложность/ затянутость процедуры получения лицензий – 17,4% (в 2020 году – 2,4%).

Среди барьеров коррупцию отметили всего 4,4% респондентов к 19% в 2020 году.

7. Характеристика деятельности органов власти:

- органы власти помогают бизнесу своими действиями – 26% (в 2020 году – 31%);

- в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают – 20,3% (в 2020 году – 33%);

- органы власти ничего не предпринимают, что и требуется - 17,4% (в 2020 году – 4,7%).

8. Насколько преодолимы административные барьеры:

- есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат - 21,7% (в 2020 году – 14,3%);

- административные барьеры есть, но они преодолимые без существенных затрат – 18,8% (в 2020 году – 30,9%);

- нет барьеров – 18,8% (в 2020 году – 19,0%);

- есть непреодолимые административные барьеры – 5,8% (в 2020 году – 19%).

9. Изменение уровня административных барьеров в течение последних 3 лет:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – 26,1% (за 2019 год – 16,7%);

- уровень и количество административных барьеров не изменилось – 17,4% (за 2019 год – 21,4%);

- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – 14,5% (за 2019 год – 16,7%).

10. Характеристика услуг субъектов естественных монополий:

10.1. Сроки получения доступа:

- скорее неудовлетворительно – до 40% (в 2020 году – до 55%);

- скорее удовлетворительно – до 33% (в 2020 году – до 33%);

10.2. Сложность подключения:

- скорее неудовлетворительно – до 40% (в 2020 году – до 55%);

- скорее удовлетворительно – до 42% (в 2020 году – до 33%);

10.3. Стоимость подключения:

- скорее неудовлетворительно – до 47% (в 2020 году – до 55%);

- скорее удовлетворительно – до 32% (в 2020 году – до 33%);

11. Процесс получения доступа к услугам естественных монополий – основное число респондентов (95%) не ответили на данный вопрос, как и в 2020 году; респонденты, ответившие отметили, что количество процедур подключения достигает 30, срок получения – до 6 месяцев.

12. Изменение характеристик услуг субъектов естественных монополий (в 2020 году вопрос в анкете отсутствовал):

12.1. Качество:

- улучшилось – до 25%;

- ухудшилось – до 20%;

12.2. Уровень цен:

- увеличился – до 71%.

**Выводы:**

значительное количество респондентов (от 7 до 36%) на множество вопросов отвечали «Затрудняюсь ответить», что говорит об отсутствии однозначной позиции по конкретному вопросу либо пассивность респондентов;

в целом, можно оценить мнение бизнеса о развитии конкуренции на территории Всеволожского района как удовлетворительное: более 55% респондентов считают конкуренцию высокой; до 59% респондентов оценивают качества официальной информации о состоянии конкурентной среды как удовлетворительное; непреодолимые административные барьеры отметили всего 5,8% респондентов (в 2020 году – 19%); 26,1% респондентов считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше (в 2020 году – 16,7%), 26%, что органы власти помогают бизнесу своими действиями (в 2020 году – 31%).

Однако остаются неудовлетворительными характеристики услуги субъектов естественных монополий – до 40% респондентов (в 2020 году – до 55%).

**Итоги анализа анкет потребителей**

Для оценки предлагались следующие рынки:

- Рынок туристских услуг;

- Рынок первичного жилья экономического класса;

- Рынок сельскохозяйственной продукции;

- Рынок услуг дошкольного образования;

- Рынок услуг детского отдыха и оздоровления;

- Рынок услуг дополнительного образования детей;

- Рынок медицинских услуг;

- Рынок услуг в сфере культуры;

- Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства;

- Розничная торговля лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами;

- Рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам;

- Рынок наружной рекламы;

- Рынок услуг социального обслуживания населения;

- Рынок услуг физкультуры и спорта;

- Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды.

1. Социально-демографические характеристики:

- мужчин – 35, женщин – 107;

- 99% жителей Всеволожского района;

**Социально- демографические характеристики**

2. Количественная достаточность организаций, представляющих товары (работы, услуги):

- достаточно от 44% до 80% по рынкам туристских услуг, с/х продукции, дополнительного образования детей, медицинских услуг, розничной торговли лекарственными препаратами, пассажирских перевозок, наружной рекламы;

- мало и нет совсем – до 55% респондентов (приведено в таблице), благоустройство городской среды в 2020 году в анкете отсутствовало;

- до 19% респондентов затруднились ответить.

Процент респондентов, оценивающих недостаточность развития конкуренции (по количеству субъектов) на рынках, в 2021 году значительно вырос в сравнении с 2020 годом. Данный показатель можно объяснить продолжительной неблагоприятной эпидемиологической ситуацией.

3. Удовлетворенность характеристиками организаций, представляющих товары (работы, услуги):

3.1. Уровнем цен:

- скорее удовлетворены – до 33% респондентов по рынкам с/х продукции и в сфере культуры;

- скорее не удовлетворены от 40% до 57% по всем остальным рынкам;

- до 40% респондентов затруднились ответить.

3.2. Качеством:

- скорее удовлетворены 52% по розничной торговле лекарственными препаратами;

- скорее не удовлетворены – наибольшее значение от 35 до 53% респондентов (приведено в таблице);

- по 40% респондентов разделились «скорее удовлетворены» и «скорее не удовлетворены» качеством с/х продукции;

- до 40% респондентов затруднились ответить.

Процент респондентов, оценивающих неудовлетворительно качество продукции (услуг) на рынках, в 2021 году несколько ниже уровня 2020 года, по ряду рынков - практически на уровне 2020 года (с незначительным увеличением), значительно снизился в сравнении с 2020 годом процент респондентов, не удовлетворенных качеством услуг ЖКХ.

3.3. Возможностью выбора:

- скорее удовлетворены от 40% до 57% по рынкам с/х продукции, розничной торговли лекарственными препаратами;

- скорее не удовлетворены от 31% до 43% по рынкам культуры, первичного жилья, услуг ЖКХ;

- на одном уровне удовлетворенности и неудовлетворенности (мнения разделились пополам) по рынкам туристических услуг, медицинских услуг, перевозки пассажиров, физической культуре и спорту, благоустройству городской среды;

- до 40% респондентов затруднились ответить.

Процент респондентов, оценивающих недостаточность развития конкуренции (по возможности выбора) на рынках, в 2021 году снизился в сравнении с 2020 годом, значительно снизился по рынку ЖКХ и детскому отдыху, несколько увеличился по перевозке пассажиров.

4. Количественные изменения организаций, представляющих товары (работы, услуги), наибольшие значения:

- снизилось: менее 15% респондентов отметили снижение количества субъектов;

- увеличение: приведено в таблице, благоустройство городской среды в анкете 2020 года отсутствовало.

- не изменилось (наибольший процент): рынок туристических услуг – 29,5%, дошкольного образования – 34,5%, детского отдыха и оздоровления – 35,2%, услуг в сфере культуры - 44,4%, услуг ЖКХ – 43%, пассажирских перевозок – 43,7%, социальное обслуживание населения – 41,6%, услуг физической культуры и спорта – 39,4%;

- до 37% респондентов затруднились ответить.

Процент респондентов, оценивающих увеличение количества субъектов на рынках, в 2021 году снизился в сравнении с 2020 годом, за исключением незначительного роста на рынке первичного жилья, физической культуры и спорта, услуг дополнительного образования.

5. Качество услуг естественных монополий:

- мнение по удовлетворенности и неудовлетворенности разделилось по 44-46% по услугам водоснабжения, и водоотведения (соответствует показателю 2020 года);

- скорее не удовлетворены по 58,5% услугами по водоочитске (за 2020 год – 52,9%);

- скорее удовлетворены: услугами газоснабжения – 71,8% (в 2020 году – 58,8%), электроснабжения – 77,4% (в 2020 году – 58,8%), теплоснабжения – 57% (в 2020 году – 44%), телефонной связи – 57,7% (в 2020 году – 64,7%).

6. Изменения характеристик организаций, представляющих товары (работы, услуги), наибольшие показатели:

- увеличение уровня цен практически во всех отраслях отметили от 37 до 63% респондентов (в 2020 году - от 47% до 73,5%); затруднились ответить от 11 до 41% респондентов;

- по качеству наибольший процент респондентов ответили, что «не изменилось»: от 34 до 54% (в 2020 году - от 50% до 59%); по 24% респондентов отметили увеличение качества услуг физической культуры и спорта и благоустройства городской среды; затруднились ответить от 14 до 35% респондентов;

- по возможности выбора: 41,5% респондентов отметили увеличение возможности выбора по рынку розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами; наибольший процент респондентов ответили, что «не изменилось» - от 27 до 45% респондентов; затруднились ответить от 12 до 38% респондентов.

7. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды:

- до 52% респондентов скорее удовлетворены и доступностью, и понятностью, и удобством получения (в 2020 году – 82%); затруднились ответить от 28 до 33% респондентов.

8. Обращения в надзорные органы за защитой прав потребителей.

- 90% респондентов не обращались;

- по 2% респондентов обращались и: не удалось отстоять свои права; частично удалось отстоять свои права; полностью удалось отстоять свои права; вопрос завис на рассмотрении.

**Выводы:**

значительное количество респондентов на множество вопросов отвечали «Затрудняюсь ответить», что говорит об отсутствии однозначной позиции по конкретному вопросу либо пассивность респондентов;

по результатам оценки **более 50% респондентов**:

- недостаточное количество организаций на рынках услуг детского отдыха и оздоровления; в сфере культуры; перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам; услуг физкультуры и спорта;

- неудовлетворенность качеством услуг: на рынке первичного жилья экономического класса; медицинских услуг; услуг жилищно-коммунального хозяйства;

- недостаточность возможности выбора услуг на рынках: услуг жилищно-коммунального хозяйства; услуг детского отдыха и оздоровления;

- неудовлетворенность качеством услуг естественных монополий по водоочитске.

Таким образом, в рамках исполняемых полномочий на уровне муниципального образования необходимо уделить особое внимание на развитие рынков услуг в сфере детского отдыха и оздоровления; в сфере культуры; перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам; услуг физкультуры и спорта; жилищно-коммунального хозяйства.

**Итоги анализа анкет потребителей в отношении доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг**

1. Социально-демографические характеристики:

- мужчин – 22, женщин – 35;

- 100% жителей Всеволожского района.

**Социально- демографические характеристики**

1. Востребованность финансовых услуг.
   1. Доходные вклады: 82,5% респондентов не пользовались финансовыми продуктами (услугами), 59,6% из которых по причине недостаточности свободных денежных средств, 19% по причине низкой процентной ставки по доходам.
   2. Кредиты: 63,2% респондентов не пользовались финансовыми продуктами (услугами), 47,2% из которых по причине «не люблю/не хочу брать в долг», 16,7% по причине высокой процентной ставки, 13,9% - недоверия финансовым организациям.
   3. 95% респондентов используют только зарплатную банковскую карту и всего 12% - кредитную.
   4. До 80% респондентов используют денежные переводы/платежи через средства дистанционного доступа.
   5. Страховые продукты: 72% респондентов не пользовались страховыми продуктами (услугами), 34% из которых по причине слишком высокой стоимости страхового полиса, по 26,8% - по причине недоверия страховым организациям и «не вижу смысла в страховании».
2. Удовлетворенность финансовыми услугами и работой российских финансовых организаций, предоставляющих эти услуги; оценивались следующие организации:

- Банки;

- Микрофинансовые организации;

- Кредитные потребительские кооперативы;

- Ломбарды;

- Субъекты страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры);

- Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы;

- Негосударственные пенсионные фонды;

- Брокеры.

* 1. Удовлетворенность, доверие – наибольшее число респондентов:

- скорее не удовлетворены: до 17% респондентов всеми продуктами;

- скорее удовлетворены: до 80% работой банков;

- не сталкивались: до 87% респондентов со всеми продуктами, кроме банковских услуг.

3.2. Наибольшее число респондентов:

- скорее удовлетворены – от 63 до 84% респондентов количеством, удобством расположения банковских отделений, качеством дистанционного банковского обслуживания, качеством интернет и мобильной связи;

- не сталкивались – от 43 до 75% респондентов с услугами микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных организаций потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, субъектов страхового дела, негосударственных пенсионных фондов, брокеров.

3.3. Доступность каналов обслуживания населения - наибольшее число респондентов:

- практически недоступно, занимает много времени: услуги (отделения) почтовой связи – до 70% респондентов;

- легко и быстро доступно: отделения банков, банкоматы и терминалы, POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг), платежные терминалы - от 56 до 66% респондентов.

**Выводы:**

основное количество респондентов постоянно пользуются и удовлетворены обслуживанием только зарплатной банковской карты, удовлетворены работой банков, регулярно используют средства дистанционного доступа.