Приложение 2.

**Итоги м**[**ониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг за 2022 год**](https://www.vsevreg.ru/upload/docks/2021/01.2021/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3.rar)**.**

В целях проведения ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на территории муниципального образования «Всеволожский муниципальный район» Ленинградской области администрацией регулярно проводится 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; в 2022 году разработаны анкеты в виде Google форм.

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, проведенного в декабре 2022 года поступило 1 871 анкета, в том числе: от предпринимателей – 31 (19 юридических лиц, 11 индивидуальных предпринимателей, 1 самозанятый), от потребителей – 1 840 (940 от потребителей товаров, работ, услуг; 900 – от потребителей финансовых услуг).

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















В сравнении с 2021 годом:

высокая конкуренция – 32,3% (за 2021 год – 56,5%);

умеренная конкуренция – 29% (за 2021 год – 36,2%);

слабая конкуренция – 29 % (за 2021 год – 18,8%);

нет конкуренции – 9,7% (за 2021 год – 13%).



В сравнении с 2021 годом:

обучение и переподготовка персонала: 71% (за 2021 год – 34,8%);

новые способы продвижения продукции: 67,7% (за 2021 год – 36,2%);

приобретение оборудования: 61,3% (за 2021 год – 36,2%).



В сравнении с 2021 годом:

увеличилось – 54,8 % (в 2021 году – 39,1%); не изменилось – 41,9% (в 2021 году - 44,9%).



В сравнении с 2021 годом:

скорее удовлетворительное – 74,2% (в 2021 году – до 59,4%).



Наиболее существенные административные барьеры (в сравнении с 2021 годом):

- нет ограничений – 35,5% (в 2021 году – 14,5%);

- нестабильность Российского законодательства – 29 % (в 2021 году – 36,2%);

- высокие налоги, сложность получения доступа к земельным участкам, ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий– по 19,4% (в 2021 году – 30,4%, 17,4%, 5,8% соответственно).



В сравнении с 2021 годом:

органы власти помогают бизнесу своими действиями – 38,7% (в 2021 году – 26%).



В сравнении с 2021 годом:

- уровень и количество административных барьеров не изменилось – 38,7% (за 2021 год – 17,4%);

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, – 32,7% (за 2021 год – 26,1%);

- административные барьеры отсутствуют, как и ранее – 16.1% (за 2021 год – 5,8%)

- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – 3,2% (за 2021 год – 14,5%).



В сравнении с 2021 годом:

скорее удовлетворен – 80,6%, (в 2021 году характеристики оценивались каждая в отдельности – до 42%).

**Выводы:**

Наибольший процент респондентов, как и в 2021 году, считают конкуренцию высокой, однако в 2021 году процент был выше: 56,5% в 2021 году к 32,2% в 2022 году.

В 2022 году значительно увеличился процент респондентов, принимающих меры по повышению конкурентоспособности:

обучение и переподготовка персонала: 71% (за 2021 год – 34,8%);

новые способы продвижения продукции: 67,7% (за 2021 год – 36,2%);

приобретение оборудования: 61,3% (за 2021 год – 36,2%).

В целом, можно оценить мнение бизнеса о развитии конкуренции на территории Всеволожского района как удовлетворительное, несмотря на рост цен:

74,2% респондентов оценивают качества официальной информации о состоянии конкурентной среды как удовлетворительное (в 2021 году – до 59,4%); отсутствие ограничений (административных барьеров) отмечают 35,5% респондентов (в 2021 году – 14,5%); 32,7% респондентов считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше (в 2021 году – 26,1%); 38,7% - что органы власти помогают бизнесу своими действиями (в 2021 году – 26%); увеличение числа конкурентов отметили 54,8% респондентов (в 2021 году – 39,1%); скорее удовлетворены характеристиками субъектов естественных монополий 80,6% респондентов (в 2021 году – до 42%).

**Итоги анализа анкет потребителей**

Для оценки предлагались следующие рынки:

- Рынок туристских услуг;

- Рынок сельскохозяйственной продукции;

- Рынок услуг дошкольного образования;

- Рынок услуг детского отдыха и оздоровления;

- Рынок услуг дополнительного образования детей;

- Рынок услуг в сфере культуры;

- Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства;

- 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.

















В сравнении с 2021 годом:

рынок услуг в сфере культуры – 40,2% (за 2021 год – 54,9%);

рынок услуг детского отдыха – 39,6% (за 2021 год – 54,9%);

рынок услуг физкультуры и спорта – 39,1% (за 2021 год – 50%);

 рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 33,8% (за 2021 год - 45%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок услуг наружной рекламы – 51,4% (за 2021 год – 53,5%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок услуг наружной рекламы – 35,4% (за 2021 год – 26,8%);

рынок услуг дополнительного образования – 26,6% (за 2021 год – 33,8%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 22% (за 2021 год – 10,5%);

рынок услуг в сфере культуры – 21,9% (за 2021 год – 12,7%);

рынок услуг социального обслуживания населения - 17,9% (за 2021 год – 12,7%);

рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 17,6% (за 2021 год – 12,7%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства – 23,5% (за 2021 год – 43%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок сельскохозяйственной продукции – 24,8% (за 2021 год – 40,9%);

рынок услуг дополнительного образования детей – 23,8% (за 2021 год – 36,6%);

рынок услуг дошкольного образования – 20,6% (за 2021 год – 33,8%);

рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 19,8% (за 2021 год – 35,9%).



В сравнении с 2021 годом:

рынок сельскохозяйственной продукции – 25,3% (за 2021 год – 44,4%);

рынок услуг дополнительного образования детей – 22% (за 2021 год – 35,2%).



В сравнении с 2021 годом:

электроснабжение – 57,4% (за 2021 год – 77,5%);

теплоснабжение – 39,4% (за 2021 год – 57%);

газоснабжение – 36% (за 2021 год – 71,8%)

водоочистка - 13,3% (за 2021 год – 30%).



В сравнении с 2021 годом:

уровень доступности - 51,1% (за 2021 год – 52,8%);

уровень понятности- 41,8% (за 2021 год – 52,1%);

удобство получения – 21,8% (за 2021 год – 50%).



**Выводы:**

по результатам оценки **(наибольший % респондентов) отмечается**:

1. Недостаточное количество организаций на рынках при одновременном снижении доли респондентов в сравнении с 2021 годом:

- рынок услуг в сфере культуры – 40,2% (за 2021 год – 54,9%);

- рынок услуг детского отдыха – 39,6% (за 2021 год – 54,9%);

- рынок услуг физкультуры и спорта – 39,1% (за 2021 год – 50%);

 - рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 33,8% (за 2021 год - 45%).

1. Снижение количество организаций на рынках в сравнении с 2021 годом:

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 22% (за 2021 год – 10,5%);

- рынок услуг в сфере культуры – 21,9% (за 2021 год – 12,7%);

- рынок услуг социального обслуживания населения - 17,9% (за 2021 год – 12,7%);

- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 17,6% (за 2021 год – 12,7%).

1. Снижение процента респондентов, удовлетворенных качеством услуг на рынках, в сравнении с 2021 годом:

- рынок сельскохозяйственной продукции – 24,8% (за 2021 год – 40,9%);

- рынок услуг дополнительного образования детей – 23,8% (за 2021 год – 36,6%);

- рынок услуг дошкольного образования – 20,6% (за 2021 год – 33,8%);

- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 19,8% (за 2021 год – 35,9%).

1. Снижение процента респондентов, удовлетворенных возможностью выбора услуг на рынках, в сравнении с 2021 годом:

- рынок сельскохозяйственной продукции – 25,3% (за 2021 год – 44,4%);

- рынок услуг дополнительного образования детей – 22% (за 2021 год – 35,2%).

1. Снижение процента респондентов, удовлетворенных качеством услуг естественных монополий, в сравнении с 2021 годом:

- электроснабжение – 57,4% (за 2021 год – 77,5%);

- теплоснабжение – 39,4% (за 2021 год – 57%);

- газоснабжение – 36% (за 2021 год – 71,8%)

- водоочистка - 13,3% (за 2021 год – 30%).

Таким образом, в рамках исполняемых полномочий на уровне муниципального образования необходимо уделять особое внимание на развитие рынков услуг в сфере дошкольного и дополнительного образования, детского отдыха и оздоровления, культуры, физкультуры и спорта; услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства – водоочистка; благоустройству городской среды, а также качеству и возможности выбора сельскохозяйственной продукции.

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















В сравнении с 2021 годом:

не пользовались 56,9% (за 2021 год – 82,5%).



В сравнении с 2021 годом:

у меня недостаточно свободных денег – 65% (за 2021 год – 59,6%).

 В сравнении с 2021 годом:

не пользовались – 45,4% (за 2021 год – 63,2%);

кредитная карта – 26,6% (за 2021 год – 2%);

ипотечный кредит – 21,6% (за 2021 год – 6,3%).



В сравнении с 2021 годом:

не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг - 45% (за 2021 год – 47,2%).



В сравнении с 2021 годом:

зарплатная – 85,7% (за 2021 год – 95%);

кредитная - 28,6% (за 2021 год – 12%).





В сравнении с 2021 годом:

денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета – 73,8% (за 2021 год – до 80%).





В сравнении с 2021 годом:

не пользовались - 45,8% (за 2021 год – 72%);

КАСКО, ОСАГО – 32% (за 2021 год – 17,2%).



В сравнении с 2021 годом:

не вижу смысла в страховании – 43,9% (за 2021 год – 26,8%);

стоимость страхового полиса слишком высокая – 21,6% (за 2021 год – 34%);

я не доверяю страховым организациям – 14,6% (за 2021 год – 26,8%).



В сравнении с 2021 годом:

качеством мобильной связи – 45,2% (за 2021 год – 84,2%);

качеством дистанционного банковского обслуживания – 41,4% (за 2021 год – 73,7%);

качеством интернет-связи – 33,1% (за 2021 год – 80,7%);

количеством, удобством расположения банковских отделений, имеющимся у Вас выбором различных банков для получения необходимых услуг – 32,4% (за 2021 год –63,1%).



В сравнении с 2021 годом:

банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка – 48,2% (за 2021 год – 63,2%);

касса в отделении банка – 33,3% (за 2021 год – 59,7%);

банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка – 30,3% (за 2021 год – 56,1%);

отделение почтовой связи – 29,8% (за 2021 год – 49,1%).

**Выводы:**

Основное количество респондентов, также, как и в 2021 году:

- не пользуются доходными финансовыми продуктами (услугами) при снижении доли респондентов по отношению к 2021 году - 56,9% (за 2021 год – 82,5%), из них по причине недостаточности свободных денег – 65% (за 2021 год – 59,6%);

- не пользуются заемными финансовыми продуктами (услугами) при снижении доли респондентов по отношению к 2021 году - 45,4% (за 2021 год – 63,2%), из них по причине «Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг» - 45% (за 2021 год – 47,2%); при этом, увеличился процент респондентов, пользующихся кредитной картой – 26,6% (за 2021 год – 2%) и ипотечным кредитом – 21,6% (за 2021 год – 6,3%);

- не пользуются страховыми продуктами (услуг) - 45,8%, что ниже 2021 года (за 2021 год –72%), из них по причине: «Не вижу смысла в страховании» – 43,9% (за 2021 год – 26,8%); «стоимость страхового полиса слишком высокая» – 21,6% (за 2021 год – 34%); «я не доверяю страховым организациям» – 14,6% (за 2021 год – 26,8%), что свидетельствует о снижении неудовлетворенности стоимостью страхового полиса и большим доверием к страховым организациям по сравнении с 2021 годом, при снижении количества респондентов, которые находят необходимость в страховых продуктах.

Платежными банковскими картами пользуются: зарплатной 85,7% респондентов (за 2021 год – 95%), кредитной - 28,6%, что выше 2021 года на 16,6% (за 2021 год – 12%).

Денежными переводами «переводы/платежи» через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета, также, как и в 2021 году, используют большинство респондентов - 73,8% (за 2021 год – до 80%), при том, что удовлетворенность населения качеством услуг банковской сферы и связи в сравнении с 2021 годом снизилась.

Проведенный мониторинг свидетельствует о росте финансовой грамотности населения при одновременном снижении удовлетворенности качеством и доступностью получения финансовых услуг.