Аналитическая справка

Мониторинг оценки состояния и развития конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности, включая мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров, мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности уровнем доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Минераловодского городского округа, деятельности по содействию развитию конкуренции и оценки удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности деятельностью субъектов естественных монополий на территории Минераловодского городского округа

 В Минераловодском городском округе, в рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в муниципальных образованиях Ставропольского края, предусмотрено ежегодное проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг.

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

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

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

Для решения поставленных задач управлением экономического развития администрации Минераловодского городского округа в 2018 году были проведены опросы субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг Минераловодского городского, по результатам которых был подготовлен настоящий информационно-аналитический материал. Оба исследования были проведены по единой методике, обеспечивающей сопоставимость полученной информации. В ходе исследований было опрошено 45 респондентов представителей бизнеса и 40

потребителей товаров и услуг.

**Мониторинг оценки состояния и развития конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности, включая мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров, мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности уровнем доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Минераловодского городского округа, деятельности по содействию развитию конкуренции (размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями) и оценки удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности деятельностью субъектов естественных монополий на территории Минераловодского городского округа**

Характеристики бизнеса

 С целью оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Минераловодского городского округа был проведен опрос представителей бизнеса. Респондентам было предложено заполнить анкету с вопросами об условиях конкуренции, наличии (отсутствии) административных барьеров, деятельности органов исполнительной власти региона и органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции и качестве (уровне доступности, понятности, удобства получения) официальной информации о

состоянии конкурентной среды, размещаемой ими.

Более 15 % субъектов предпринимательской деятельности, представители которых были опрошены, действуют на рынке более 5 лет; 45 % предприятий и организаций осуществляют деятельность от 1 до 5 лет; около 40 % пришлось на начинающих предпринимателей.

Из числа опрошенных 45 % являются собственниками (совладельцами) бизнеса, 25 % - руководителями высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная позиция), 20 % - руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела) и на неруководящих сотрудников пришлось 10 % опрошенных.

Таким образом, в опросе приняли участие преимущественно владельцы

и руководители организаций, осуществляющих деятельность до 5 лет, – это 45 % опрошенных, имеющих опыт осуществления предпринимательской деятельности и способных объективно оценивать рыночную и конкурентную среду ведения бизнеса.

Если говорить о размере бизнеса, то в целом 85 % опрошенных заявили, что численность сотрудников их организаций составляет не более 15 человек, 15 % пришлось на организации с численностью от 16 до 100 человек.

По величине годового оборота бизнеса ответы респондентов распределились следующим образом: до 120 миллионов рублей (микропредприятие) – 75 %, от 120 до 800 миллионов рублей (малое предприятие) – 10 %. Затруднились в ответе на этот вопрос 15 % опрошенных.

Можно сделать вывод о том, что из всех представителей бизнеса, принявших участие в опросе в 2018 году, превалируют микропредприятия с численностью сотрудников до 15 человек и величиной годового оборота не более 120 млн. рублей. Организаций, удовлетворяющих этим двум критериям сразу, казалось 34 единиц или 75,6 % от числа опрошенных. При этом доля малых предприятий с численностью работников до 100 человек и величиной годового оборота до 800 млн. рублей составила 10 %. Таким образом, более 85% респондентов, представляли микро - и малые предприятия.

Больше трети респондентов (40 %), заявило, что их организации занимаются розничной торговлей; 20 % респондентов предоставляют транспортные услуги и услуги связи; 10 % - в сельском хозяйстве, 10 % в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса по 5 % опрошенных осуществляют деятельность в сфере строительства, производства готовых металлических изделий, обработки древесины и производство изделий из дерева, оптовой торговли (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами).

Таким образом, по информации респондентов, большинство организаций, участвовавших в опросе, ведут розничную торговлю (продовольственными и непродовольственными товарами), занимаются предоставлением разного рода услуг населению, а также задействованы в сфере производства.

Если говорить о размере бизнеса и сроке его действия по указанным выше преобладающим видам деятельности в 2018 году, то в сфере оптово-розничной торговли более 40 % организаций являются микро- и малыми предприятиями (соответствие по двум критериям – объему выручки и численности работников) и работают на рынке преимущественно от 1 до 5 лет. В сфере услуг более 20 % хозяйствующих субъектов осуществляют свою деятельность более 5 лет и также относятся к микро- и малым предприятиям.

Опрос респондентов о географических рынках, представляемых бизнесом, показал, что основным рынком сбыта продукции (товаров, работ, услуг) в более чем половине случаев (75 %) является локальный рынок/ рынок муниципального образования, на рынок Ставропольского края пришлось 15 % опрошенных. Затруднились с ответом 10 % респондентов.

Важным фактором развития и поддержания бизнеса является наличие

конкурентной среды.

Рассматривая вопрос о количестве конкурентов, никто из опрошенных не отметил, что у них нет конкурентов. От 1 до 3 конкурентов имеют 80 % опрошенных. О наличии 4-х и более конкурентов заявили 15 % респондентов. Затруднились с ответом 5 %. Хочется отметить, что наибольшее количество конкурентов имеет сфера розничной торговли (от 4 и более конкурентов).

Если рассматривать изменения количества конкурентов на основном

рынке за последние 3 года, то можно отметить следующее:

Так, сокращение конкуренции на 1-3 конкурента отметили 15 % опрошенных. Увеличение конкуренции на 1-3 конкурентов пришлось на 45 % респондентов, на 4 и более конкурентов пришлось на 5 % опрошенных. Затруднились ответить 15 % респондентов. И 20 % не отметили изменений в количестве конкурентов за 3 года.

Наибольшее количество конкурентов приходится на сферу розничной

торговли и услуг.

Таким образом, положительной тенденцией является не только преобладание большого количества конкурентов на большинстве рынков района, но и рост их числа в целом. Высокая конкуренция на рынках товаров,

работ и услуг должна стимулировать бизнес принимать меры по повышению

конкурентоспособности продукции, использовать инновационные подходы,

обеспечивающие повышение его эффективности.

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

Так, респондентами оценивалась степень удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) и число таких поставщиков.

В части числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для осуществления деятельности, опрошенных имеют 4 и более поставщиков 25 %; 45 % пользуются услугами 2-3 поставщиков.

Мнение субъектов предпринимательской деятельности о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Минераловодского городского округа, размещена в открытом доступе.

Повышение уровня информационной открытости деятельности органа местного самоуправления, в том числе по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Минераловодского городского округа, является одной из основных задач по развитию конкуренции.

В связи с этим был проведен опрос на выявление уровня доступности,

уровня понятности и уровня получения официальной информации. Удовлетворительным качество размещение информации признали в среднем

около 45 % предпринимателей по всем трем уровням; скорее удовлетворяет в среднем – 28, %. Как скорее неудовлетворительную – в среднем 5 % опрошенных. Респонденты затруднились с ответом в среднем в 25 % случаев.

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

 Оценка административных барьеров ведения предпринимательской деятельности.

Административные барьеры являются важным фактором оказывающим негативное воздействие на развитие конкуренции. Необоснованные административные барьеры снижают стимулы входа на рынки новых участников и создают условия для коррупции. Негативным эффектом от административных барьеров помимо прочего является уход бизнеса с рынка в теневую экономику в целях снижения транзакционных издержек. В итоге это ведет к серьезным экономическим потерям общества, как прямым, выражающимся в росте цен, так и косвенным, связанным с недопроизводством валового регионального продукта в связи с неэффективным использованием ресурсов. Административные барьеры не только не решают тех проблем, в связи с которыми они создаются, но и затрудняют использование более эффективных методов госрегулирования.

С целью оценки барьеров ведения предпринимательской деятельности

респондентам был предложен перечень административных барьеров, из которых необходимо было выбрать несколько, наиболее оказывающих влияние на ведение текущей деятельности или открытие нового бизнеса на рынке. Респонденты также имели возможность указать в анкетах свои варианты ответов.

В результате, по мнению опрошенных, наиболее сильное отрицательное влияние на деятельность бизнеса в районе оказывают высокие

налоги. На этот административный барьер пришлось 30 % от общего числа

ответов. На втором месте по частоте выбора оказался такой барьер, как сложность получения доступа к земельным участкам и сложность (затянутость) в получении лицензий (15 % и 25 % соответственно). В меньшей степени респонденты отмечали такие барьеры, как ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и

выполнению работ в рамках госзакупок – 10 %.

Рассматривая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке 25 % респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу. 40 % отметили, что органы власти в чем-то помогают, в

чем-то – нет. Практически 20 % представителей бизнеса полагали, что вмешательство органов власти отсутствует и не требуется. Нуждались в участии органов власти почти 5 %. Не определились в своем мнении 26,05% респондентов. Затруднились ответить 10 % опрошенных.

 По мнению опрошенных 45 % считают, что административные барьеры существуют, но они преодолимы, 20 % - сошлись во мнении, что барьеры есть, но их преодоление требует значительных затрат. Об отсутствии административных барьеров высказались 10 % респондентов и затруднились ответить 25 % опрошенных.

Степень удовлетворённости естественными монополиями опрашиваемых представителей бизнеса.

Относительно оценки удовлетворенности услугами естественных монополий по следующим трем параметрам: сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения можно выделить следующее.

Основным из определяющих критериев оценки удовлетворённости респондентов является фактор территориальной отдаленности субъекта бизнеса от субъектов естественных монополий. От этого преимущественно и

зависят сроки получения доступа к естественной монополии и сложность процедур подключения, а так же стоимость подключения услуг.

Так, в связи с этим можно отметить, что более 17 % опрошенных респондентов, включая имеющих отдаленное территориальное расположение

ведения бизнеса от естественных монополий, заявило в среднем об удовлетворительном качестве предоставления услуг по водоснабжению (водоотведению), газоснабжению, электроснабжению, теплоснабжению, телефонной связи.

Выводы

По итогам опроса были рассмотрены предприятия, осуществляющие свою деятельность преимущественно до 5 лет. Большая часть являются собственниками бизнеса, а так же руководителями высшего и среднего звена.

Большинство респондентов представляли микро- и малые предприятия. По информации респондентов, большая часть организаций, участвовавших в опросе, занимается оптово-розничной торговлей, оказывает разного рода услуги, а так же занимается производством. Основным рынком сбыта продукции около 75% случаев является локальный рынок.

Если говорить о вопросе конкуренции то можно отметить следующее.

Условия ведения бизнеса в Минераловодском городском округе в целом конкуренты. По оценкам бизнеса, уровень конкуренции в районе находится на достаточном уровне – более 50 % опрошенных имеют большое количество конкурентов. Более 50% респондентов, принимавших участие в опросе, отмечают большое количество конкурентов на целевом рынке и считают, что за последние три года число конкурентов возросло.

Преимущественно респонденты отмечали, что ведут бизнес в условиях

умеренной конкуренции, т.е. для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (один раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности, а также, в случае высокой конкуренции, время от времени (один раз в 2-3 года) применять новые способы повышения конкурентоспособности, не используемые компанией ранее.

Представители бизнеса, принявшие участие в опросе, в целом удовлетворительно рассматривают как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними.

Уровень доступности, понятности и удобства получения официальной

информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию

развитию конкуренции является удовлетворительным для большинства респондентов.

В своей повседневной деятельности бизнес сталкивается с целым рядом проблем, от конкуренции до налоговой политики государства. Административные барьеры на сегодняшний момент все еще являются препятствием для ведения бизнеса. По мнению опрошенных, наиболее сильное отрицательное влияние на деятельность бизнеса в районе оказывают

высокие налоги. На этот административный барьер пришлось 30 % от общего числа ответов. На втором месте по частоте выбора оказался такой барьер, как сложность (затянутость) в получении лицензий (25%).

Примерно 45 % считают, что административные барьеры существуют, но они преодолимы, 20 % - сошлись во мнении, что барьеры есть, но их преодоление требует значительных затрат. Об отсутствии административных барьеров высказались 10 % респондентов и затруднились ответить 25 % опрошенных.

Рассматривая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке 25 % респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу. 40 % отметили, что органы власти в чем-то помогают, в

чем-то – нет. Практически 20 % представителей бизнеса полагали, что вмешательство органов власти отсутствует и не требуется. Нуждались в участии органов власти почти 5 %. Не определились в своем мнении 26,05% респондентов. Затруднились ответить 10 % опрошенных.

 В результате опроса субъектов предпринимательской деятельности относительно уровня административных барьеров на рынке, в основном для бизнеса, который они представляют, в течении последних 3 лет – 45 % считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше и 30 % - что уровень и количество административных барьеров не изменились.

Можно выделить основные направления по развитию конкуренции в Минераловодском городском округе по мнению опрошенных респондентов (65 % опрошенных). Так, в качестве основных направлений развития конкурентной среды в Минераловодском городском округе респондентами предлагается: помощь начинающим предпринимателям (33,61 %); контроль над ростом цен (32,7 7%); обеспечение качественной продукции (27,73 %).

**2 . Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров,**

**работ и услуг на товарных рынках Минераловодского городского округа 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 Минераловодского городского округа и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом, оценки удовлетворенности потребителями товаров, работ и услуг деятельностью субъектов естественных монополий на территории**

**Минераловодского городского округа**

В 2018 году в рамках мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Минераловодского городского округа, состоянием ценовой конкуренции, а так же в рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Минераловодском городском округе проведено анкетирование с общей выборкой в 40 респондентов Минераловодского городского округа, что составляет 0,03 % от численности населения округа.

Преобладающей частью респондентов были женщины (60 % опрошенных), лишь каждым четвертым участником опроса был мужчина. В прошлом году большую часть респондентов также составили женщины.

Больше всего опрошено респондентов в возрасте от 21 до 35 лет (36 %) и до 20 лет (28 %). Среди опрошенных потребителей товаров, работ и услуг лиц от 36 до 50 лет оказалось в целом 24 % и старше 51 года - 12 %. Таким образом, выборка репрезентирует экономически зрелое население, приносящее доход в домохозяйства путем снабжения экономики ресурсами.

В 2017 году основную часть опрошенных также составили респонденты в возрасте от 21 до 35 лет.

В структуре опрошенных, характеризующей социальный статус, преобладает работающее население (52 %). В ходе исследования были опрошены также пенсионеры (4 % от общего числа респондентов), безработные граждане (16 %), домохозяйки (домоходяины) (12 %) и учащиеся/студенты (16 %). Годом ранее в опросе также принимали участие преимущественно работающие потребители товаров и услуг Минераловодского городского округа.

Из числа прошедших анкетирование 40 % имеют 2 детей. При этом более половины опрошенных, имеющих детей, являются работающими женщинами. В 2017 году данные были такими же.

Высшее образование имеют 56 %; неполное высшее – 28 %, среднее

специальное-20 %.

Из числа опрошенных 30 % имеют среднемесячный доход на одного члена семьи от 10 до 20 тыс.рублей; 12,5 % имеются доход от 20 до 30 тыс.рублей. Такой же процент опрошенных имеют доход на одного члена семьи до 10 тыс.рублей, 12 % опрошенных имеют доход от 30 до 45 тыс.рублей. Подобная доходная структура была отмечена и в ходе опроса 2017 года.

Низкий доход (до 10 тысяч рублей на одного члена семьи) в основном имеют работающие респонденты, проживающие в сельской местности и имеющие высшее образование. Практически все опрошенные с низким доходом на одного члена семьи имеют несовершеннолетних детей. Соответственно, если взять гипотетическую семью из трех человек с одним ребенком, то относительно указанных критериев каждый родитель приносит

доход в размере 15 000 рублей в месяц. Такой доход ниже значений среднемесячной заработной платы по Минераловодскому городскому округу в 2018 году (за 9 месяцев 2018 года- 31 754,20 рублей).

Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и

приоритетных рынках Минераловодского городского округа

(оценка состояния конкуренции и конкурентной среды)

1. Рынок услуг дошкольного образования

Отметили, что достаточно учреждений дошкольного образования – 56 %; 20 %- что их мало; 12 % - что достаточно. Затруднились ответить 12 % респондентов.

Важным показателем, характеризующим развитие конкуренции на рынке услуг дошкольного образования, является удовлетворенность населения качеством и доступностью дошкольных образовательных услуг. Качеством данных услуг в округе в той или иной мере удовлетворены более 80 % респондентов. В целом удовлетворенность возможностью выбора высказали 76 % респондентов. Большинство потребителей, принявших участие в опросе 2017 года, также заявило, что удовлетворено качеством предоставляемых услуг, но отметило неудовлетворенность возможностью их выбора.

 Степень удовлетворенности потребителей уровнем цен на рынке дошкольного образования выглядит следующим образом: 40 % опрошенных скорее удовлетворены, 28 % удовлетворены полностью и 20 % - скорее удовлетворены.

2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

 Мало достаточного количества детских оздоровительных учреждений отметили 24 % респондентов; 40 % - что нет совсем. Наибольшее количество отметивших отсутствие оздоровительных учреждений проживают в сельской местности.

Качество услуг детского отдыха и оздоровления чаще оценивалось скорее неудовлетворительно и неудовлетворительно (72 % и 8 %). Наибольшую долю недовольных качеством услуг респондентов составили женщины возрастом от 36 до 50 лет.

В разной степени не удовлетворены респонденты возможностью выбора и уровнем цен на рынке услуг детского отдыха и оздоровления.

Таким образом, можно сказать, что рынок услуг детского отдыха и оздоровления представлен скорее в недостаточном количестве и за последние

3 года не претерпел существенных изменений, в связи с чем часть опрошенных не вполне довольна возможностью выбора на данном рынке.

3. Рынок услуг дополнительного образования детей

Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции,

клубы, музеи, библиотеки и пр.) относится к рынкам, которые большинство

потребителей назвали достаточно развитыми.

Так, 64 % респондентов придерживались мнения о том, что на рынке

присутствует достаточно организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей; 20 % респондентов полагали, что их мало. Аналогичный результат был год назад.

В той или иной мере большинство потребителей удовлетворено как качеством услуг дополнительного образования детей – 56 %, так и возможностью выбора (68,0%) и уровнем цен (72 %) . Такое же мнение выразили потребители по итогам опроса 2017 года.

По мнению большинства опрошенных в 2018 году, рынок дополнительного образования в регионе достаточно развит, в течение последних трех лет количество субъектов на нем не изменилось существенно. Преобладающая часть респондентов удовлетворена всеми характеристиками предоставляемых услуг на данном рынке.

 4. Рынок медицинских услуг

Избыток медицинских учреждений отметили – 4 % опрошенных, достаточно - для 51 %, нет совсем - для 12 % и затруднились ответить 4 % опрошенных.

В большей степени респонденты отмечали неудовлетворенность уровнем цен на медицинские услуги (56 %). Качеством и выбора услуг в той или иной мере оказались не удовлетворены 44 % и 28 % опрошенных соответственно. Удовлетворенных возможностью выбора на рынке медицинских услуг оказалось 48 % потребителей.

В ходе опроса выяснилось, что на рынке медицинских услуг достаточно медицинских учреждений, предоставляющих услуги на нем. Респонденты высказывали неудовлетворенность ценовой политики на рынке медицинских услуг.

5. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства

Большая часть респондентов, как и годом ранее, полагала, что рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства достаточно развит.

Более половины респондентов (59,8%), считали, что количество организаций, предоставляющих услуги на рынке ЖКХ, в течение последних

3 лет, не изменилось. 72 % респондентов высказали в той или иной мере неудовлетворенность уровнем цен на рынке услуг ЖКХ. Такое же количество респондентов удовлетворены в разной степени возможностью выбора поставщиков услуг на этом рынке. Практически 48 % опрошенных отметили различного рода неудовлетворенность качеством жилищно-коммунальных услуг. Аналогичная ситуация была отмечена в ходе опроса, проведенного в 2017 году.

Скорее удовлетворенными возможностью выбора и качеством услуг ЖКХ посчитали себя 72 % и 20 % респондентов соответственно. Ценовой политикой на данном рынке услуг скорее удовлетворены только 4 % респондентов.

Таким образом, рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства представлен в Минераловодском городском округе достаточным количеством субъектов. Уровень конкуренции на нем изменился за последние три года в лучшую сторону. Однако, по мнению опрошенных, организации, действующие на данном рынке, устанавливают необоснованно высокие цены. Доля неудовлетворенных ценовой политикой на рынке ЖКУ оказалась больше, чем доля удовлетворенных. Больше всего респондентов, неудовлетворенных уровнем цен на данные услуги, оказалось среди работающих участников опроса. Респонденты в целом также недовольны качеством услуг ЖКХ.

6. Рынок розничной торговли

Достаточно развитым рынок розничной торговли назвали все респонденты. Об избыточном количестве организаций, представляющих данный рынок услуг, говорили 76 % опрошенных, а о достаточном – 16 %.

 Более половины опрошенных отметили положительную динамику в изменении количества организаций, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли.

Качеством услуг, предоставляемых на рынке розничной торговли, удовлетворены в разной степени 44 % респондентов. Скорее удовлетворены возможностью выбора данных услуг 84 %, а уровнем цен – 16 %. Скорее не удовлетворены и не удовлетворены уровнем цен предоставляемых услуг на рынке розничной торговли 68 %.

7. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

Более половины опрошенных посчитали рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом достаточно развитым 96 %. Годом ранее

рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом также был назван

потребителями достаточно развитым.

Качеством услуг на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом скорее удовлетворены 44 % респондентов, 18 % не устраивает качество предоставляемых услуг. Возможностью выбора услуг на данном рынке в разной степени удовлетворены 88 % опрошенных.

Ценовая политика на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом в разной степени не устраивает 20 %, 52 % опрошенных удовлетворены ценами на услуги перевозок. В 2017 году также была отмечена неудовлетворенность уровнем цен на услуги перевозок пассажиров

наземным транспортом.

Потребители Минераловодского городского округа охарактеризовали рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом как достаточно развитый. Доля респондентов, не удовлетворенных качеством и ценой услуг, осталась на уровне 2017 года.

8. Рынок услуг связи

Подавляющее большинство респондентов (80 %), как и годом ранее, считало рынок услуг связи достаточно развитым. Наличие возможности выбора организаций, осуществляющих услуги связи в, отметили 68 % респондентов, скорее не удовлетворены выбором – 8 %.

По мнению большинства опрошенных за последние 3 года на рынке связи не произошло изменений в количестве субъектов. Преобладающая часть респондентов, принявших участие в опросе 2017 года, также отметила отсутствие изменений в числе субъектов, предоставляющих услуги связи.

72 % опрошенных скорее удовлетворены качеством услуг связи, а 8 % респондентов скорее не удовлетворены. Уровнем цен услугами связи в разной степени удовлетворены 56 % потребителей, а 28 % скорее не удовлетворены.

Рынок услуг связи достаточно развит, но количество субъектов, предоставляющих услуги на нем, существенно не изменилось за последние три года. Респонденты в целом удовлетворены характеристиками услуг связи.

9. Рынок услуг социального обслуживания населения

Из числа опрошенных 20 % полагали, что рынок услуг социального обслуживания населения достаточно развит, 48 % респондентов, напротив, уверены, что на этом рынке недостаточно организаций, оказывающих услуги по социальному обслуживанию населения и около 24 % респондентов утверждали, что таких организаций совсем нет.

В среднем более половины потребителей товаров, работ и услуг высказали в разной степени не удовлетворенностью качеством услуг социального обслуживания населения. Возможностью выбора оказались не удовлетворены в разной степени 28 % респондентов.

10. Рынок производства сельскохозяйственной продукции

Большинство респондентов, как и годом ранее, 72 % считает, что организаций, производящих сельскохозяйственную продукцию в Минераловодском городском округе достаточно, однако 8 % опрошенных уверены, что их мало, а 4 % респондентов затрудняются ответить.

В течение последних 3 лет 32,4 % респондентов не замечали изменений количества субъектов, представляющих данный рынок. В 2017 году большинством респондентов также было зафиксировано отсутствие изменений количества таких организаций.

Качеством продукции на рынке производства сельскохозяйственной продукции большинство респондентов в целом скорее удовлетворены (52 %), чем не удовлетворены (8 %). Такая же ситуация сложилась в части удовлетворенности уровнем цен. По данному критерию удовлетворенных: оказалось большинство.

Рынок производства сельскохозяйственной продукции в Минераловодском городском округе представлен достаточным количеством субъектов, число которых в течение последних трех лет увеличилось. При этом большая часть респондентов довольна уровнем цен и отмечает удовлетворительное качество.

11. Рынок санаторно-курортных и туристических услуг

Бoльшая часть респондентов (53,2%) отметила, что рынок санаторно-курортных и туристических услуг в Минераловодском городском округе мало развит. На полное отсутствие организаций данного рынка указали 84 % участников опроса и 8 % затруднились ответить.

Число респондентов, в той или иной мере неудовлетворенных качеством, возможностью выбора и ценами товаров, работ, услуг на рынке санаторно-курортных и туристических услуг оказалось больше количества удовлетворенных: 72 % против 8 %.

Таким образом, рынок санаторно-курортных и туристических услуг в Минераловодском городском округе не достаточно развит в достаточном объеме по мнению респондентов, изменения в количестве субъектов, предоставляющих услуги на нем, потребителями также не были отмечены.

В ходе опроса респондентам предложили оценить широту представленности организаций на рынках товаров и услуг. Степень удовлетворенности потребителей объемом услуг различных рыночных сегментов оценивалась через индикаторы «избыточно (много)», «достаточно», «мало», «нет совсем». Наиболее широкое распространение, по

мнению респондентов, имеют предприятия рынка розничной торговли: 76 % респондентов охарактеризовали наличие данной сферы как избыточное, 16 % – как достаточное. На втором месте по критерию «избыточно (много)», по мнению населения, – рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом 72 %; на третьем – предприятия жилищно-коммунальных услуг – 64 % и слуг связи – 44 %.

По данным таблицы выявлено, что 5 из 14 рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые.

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

. услуг детского отдыха и оздоровления (24 % и 40 % соответственно);

. рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (40 % и 44 %);

- рынок услуг в сфере культуры (44 % и 16 %);

- рынок услуг социального обслуживания населения (48,6 % и 24 %);

- рынок санаторно-курортных и туристических услуг (20 % и 64 %).

Согласно данным опроса потребителей, рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынках: розничной торговли (92 % опрошенных), услуг связи (96 %), услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (92 %), услуг жилищно-коммунального хозяйства (96 %), услуг дополнительного образования детей (80 %), услуг дошкольного образования (84 %).

Более всего ощущалось снижение конкуренции, по мнению 16 % респондентов, на рынках услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья и производства сельскохозяйственной продукции, 8 % – на рынке услуг в сфере культуры, 32 % - на рынке санаторно-курортных и туристических услуг.

Следует отметить, что потребители наиболее часто затруднялись охарактеризовать тенденцию изменения количества субъектов, представляющих услуги на рынке детского отдыха и оздоровления, рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

В большей степени респонденты также отмечали неудовлетворенность

качеством и ценой предоставляемых услуг на рынке жилищно-коммунальных услуг.

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

При этом в целом по результатам опроса населения можно отметить,

что потребители товаров и услуг удовлетворены ситуацией с их качеством,

ценой либо возможностью выбора на большинстве социально значимых и

приоритетных рынков.

В процессе опроса респондентам было предложено определить основные товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Ставропольском крае выше по сравнению с другими регионами. Большинством респондентом был отмечен высокий уровень цен в Ставропольском крае на жилищно-коммунальные услуги, лекарства, водоснабжение, водоотведение и увеличение налогов.

*Мнение потребителей о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Минераловодского городского округа 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 Минераловодского городского округа.

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

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

*Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий*

Потребителям товаров, работ и услуг Минераловодского городского округа было предложено оценить качество услуг субъектов естественных монополий.

В результате большая часть респондентов оказалась в той или иной мере не удовлетворена услугами следующих естественных монополий: теплоснабжение, газоснабжение, водоочистка. При этом прослеживается наибольшая удовлетворенность услугами телефонной связи, электроснабжения и водоснабжение и водоотведения. В 2017 году больше всего положительных оценок получили услуги газоснабжения и электросвязи.

Выводы

В ходе опроса было изучено мнение потребителей продукции (товаров, работ и услуг) Минераловодского городского округа. Каждым вторым участником опроса была работающая женщина в возрасте от 21 до 50 лет, с высшим образованием и уровнем среднемесячного дохода до 20 000 руб. У большинства указанных женщин есть дети возрастом до 18 лет.

Мнения опрошенных представителей потребителей товаров, работ и услуг Минераловодского городского округа отражают нижеуказанные тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды.

В целом респонденты полагают, что 5 из 14 анализируемых рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые в части количества организаций, представляющих продукцию (товары, работы, услуги) на рынках. Это рынки: жилищно-коммунального хозяйства, услуг связи, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, производство сельскохозяйственной продукции.

Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли, услуг связи, услуг дополнительного образования детей, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. Более всего ощущалось снижение конкуренции на рынке санаторно-курортных и туристических услуг.

 По степени удовлетворенности потребителей характеристиками продукции (товаров, работ, услуг) на рынках недовольство населения сосредоточено по критериям «качество», «уровень цен» и «возможность выбора» вокруг двух рынков, а именно: рынка жилищно-коммунального хозяйства.

По качеству предоставляемых услуг позитивные ответы превалировали

над негативными рынках дошкольного и дополнительного образования детей

и рынке услуг связи.

В процесс опроса респондентам было предложено назвать основные товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Ставропольском крае выше по сравнению с другими регионами. Большинством респондентом был

отмечен высокий уровень цен в Ставропольском крае на жилищно-коммунальные услуги, лекарства, водоснабжение, водоотведение и увеличение налогов.

В результате оценки качества официальной информации о состоянии

конкурентной среды на рынках товаров и услуг Минераловодского городского округа и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе доля опрошенных, в той или иной мере удовлетворенных уровнем понятности, доступности и удобством получения официальной информации, существенно превысила долю неудовлетворенных респондентов по данным критериям.

По итогам оценки респондентами качества услуг субъектов естественных монополий большая часть респондентов оказалась в той или иной мере удовлетворена услугами практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоснабжению. При этом прослеживается наибольшая удовлетворенность услугами телефонной связи, электроснабжения и водоснабжение и водоотведения.

В качестве основных направлений развития конкурентной среды большинством участников опроса было предложено установить контроль над

ростом цен и обеспечить качество производимой и продаваемой продукции.

Важно отметить, что представителями субъектов предпринимательской деятельности данные методы также были выбраны в качестве основных.