

Анализ итогов опросов субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг о состоянии конкуренции на товарных рынках Ставропольского края  
в Апанасенковском муниципальном округе за 2022 год  
(наименование муниципального образования)

**I. Анализ итогов опросов потребителей товаров, работ и услуг.**

1. Анкетированием по удовлетворенности качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках Ставропольского края в текущем году охвачено 63 потребителя. По сравнению с прошлым годом число опрошенных увеличилось на 3 респондента.

Из общего количества по социально-демографическим характеристикам – 17 % составляют мужчины (в 2021 году – 18%), 83% (82%) - женщины.

По социальному статусу – 100% опрошиваемых составили работающие (в том числе работающие пенсионеры). В 2021 году – 100% составляли работающие.

По возрасту респонденты распределяются следующим образом: от 18 до 24 лет – 2% (6%), от 25 до 34 лет – 21% (27%), от 35 до 44 лет – 40% (30%), от 45 до 54 лет – 25% (22%), от 55 до 64 лет – 9% (15%), 65 лет и старше – 3% (0%).

По образованию: респондентов, имеющих общее образование - нет, 2% опрошенных имеют среднее общее образование, 5% - среднее профессиональное образование, 35% - высшее образование - бакалавриат, 55% - высшее образование – специалитет, магистратура, 3% - имеют высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации.

2. Участники исследования в той или иной степени удовлетворены возможностью выбора, уровнем цен на товары и услуги на рынках Апанасенковского муниципального округа.

Опрошенные отметили, что достаточно организаций, представляющих товары и услуги на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 91% против 95% в 2021 году, услуг общего школьного образования – 89 % (90%), в сфере услуг дошкольного образования – 87 % (87%), рынок ритуальных услуг – 89%.

Респонденты в той или иной степени довольны уровнем цен на товары и услуги на рынках Апанасенковского муниципального округа. Удовлетворены уровнем цен на услуги общего образования – 94% против 95% в 2021 году, на услуги дошкольного образования – 81% (82%), на услуги дополнительного образования детей – 73% (73%), на социальные услуги – 65% (63%).

При анализе уровня цен население муниципального округа выразило недовольство стоимостью медицинских услуг – 49 % (48%), услуг по сбору и транспортировке твердых коммунальных отходов – 41% (38%), в сфере услуг на рынке розничной продажи нефтепродуктов - 38% (42%).

Многие удовлетворены качеством предоставления услуг на рынках, предложенных для исследования. Наибольшие показатели в сфере образова-

ния: рынок услуг дошкольного образования – 84% (85%), рынок услуг общего школьного образования – 79% (78%), рынок услуг среднего профессионального образования – 81% (78%), удовлетворены качеством услуг дополнительного образования детей – 78% (73%).

Наиболее проблемными по качеству являются рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 48% против 48% в 2021 году, рынок медицинских услуг 46% (48%), рынок нефтепродуктов – 32% (37%), рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств – 27% против 33%.

Наиболее широкий выбор предложений опрошенные отметили: услуг дошкольного образования – 89% (88%), дополнительного образования детей – 81% (83%), в сфере услуг общего школьного образования – 81% против 82% в 2021 году, на рынке ритуальных услуг – 67% (72%), на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 65% (62%).

Потребители не удовлетворены возможностью выбора на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 40% (50%), на рынке медицинских услуг – 46% (47%), на рынке нефтепродуктов – 38% против 42%.

3. По мнению участников исследования в течение последних трех лет увеличилось количество организаций на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – так считают 48% (42%) опрошенных, на рынке ритуальных услуг – 55% (50%), на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 49% (43%).

Вместе с тем, некоторые респонденты отмечали снижение количества организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках Апанасенковского муниципального округа за последние 3 года. Так 24% (20%) опрошенных считают, что уменьшение произошло на рынке медицинских услуг, 19% (13%) - на рынке перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и 21% (10%) на рынке перевозок пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок.

4. В целом участники исследования удовлетворены качеством услуг газоснабжения - 79% (80%), электроснабжения - 81% (77%) в опросе 2021 год), водоснабжения - 65% (70%), телефонной связи и сети «Интернет» - 63% (67%).

5. Опрошенные дали определенную оценку удовлетворенности качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на товарных рынках, размещаемой в открытом доступе удовлетворены: уровнем доступности информации – 75% (против 72% в 2021 г.), уровнем понятности – 73% (72%), удобством получения – 75% (75%).

## **II. Анализ итогов опросов субъектов предпринимательской деятельности**

1. В 2022 году анкетированием охвачено 27 субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих деятельность на территории Апанасенковского муниципального округа Ставропольского края. По сравнению с 2021 годом число опрошенных увеличилось на 2 субъекта. Из них 63% - это юридические лица, 22% - индивидуальные предприниматели и 15% - самозанятые.

41% (в 2021 году - 28%) респондентов относятся к бизнесу, численностью до 15 человек; 44% (56%) участников исследования представляют малый бизнес с численностью сотрудников от 16 до 100 человек; 11% (12%) – представители бизнеса, численность сотрудников в котором от 101 до 250 человек, 4% - численность сотрудников составляет свыше 251 человек.

Основная сфера деятельности предприятий, принявших участие в исследовании – это: рынок реализации сельскохозяйственной продукции – 19% (против 20% обследованных в 2021 г.), предоставление социальных услуг – 11% (16%), розничная торговля – 18% (12%), рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств – 7% (8%), производство пищевых продуктов – 11% (12%), производство готовых металлических изделий и строительство объектов капитального строительства – 7% (8%), рынок нефтепродуктов – 7% (8%), техническое обслуживание газопроводов и газового оборудования, предоставление коммунальных услуг, производство и распределение тепловой энергии, услуги по хранению зерна, производство муки и крупы, оптовая реализация шерсти - по 4%.

Основной продукцией (товаром, работой, услугой) бизнеса, который они представляют, 41% (40%) респондентов назвали предоставление услуг, 18,5% (20%) – сырье или материалы для дальнейшей переработки, 22% (20%) – конечную продукцию, 18,5% (20%) - осуществление торговли или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями и 0% (0%) иной вид деятельности.

2. Уровень конкуренции в Апанасенковском муниципальном округе оценивается участниками исследования достаточно высоко: 52% опрошенных против 60% в 2021 году указали на высокую или очень высокую конкуренцию, 41% (28%) отмечают умеренный уровень конкуренции, и только 7% (8%) считают, что конкуренция слабая. О том, что конкуренции нет вообще, не указал не один респондент.

На вопрос о количестве конкурентов бизнеса 48% (48%) участников исследования указали на большое количество конкурентов, 26% (20%) – 4 и более конкурентов, 22% (24%) – от 1 до 3 конкурентов. Что бизнес, который они представляют, конкурентов не имеет указали 4% (4%) респондентов.

48% (48%) респондентов указали на увеличение числа конкурентов, 48% (48%) считают, что количество конкурентов не изменилось или затруднились ответить на этот вопрос, 4% респондентов считают, что конкуренция сократилась более чем на 4 конкурента. В 2021 году никто из опрошенных не

считает, что конкуренция бизнеса, который они представляют, снизилась или сократилась.

3. По результатам опроса наиболее часто в качестве самого большого препятствия для ведения бизнеса отмечались высокие налоги 59% (против 56% в 2021 году), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность 30% (32%). 26% опрошенных считают, что нет ограничений для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке.

4. Деятельности органов власти на рынке, основном для бизнеса, который они представляют, респонденты отвечали: удовлетворен – ответили 44% (52%), скорее удовлетворен – 48% (40%), не удовлетворен и затрудняются ответить – по 4% (4%).

Важным признаком состояния конкурентной среды являются оценка субъектами предпринимательства преодоления административных барьеров для ведения деятельности и открытия нового бизнеса на рынке. Количество опрошенных, оценивших возможность преодоления административных барьеров для ведения текущей деятельности: 63% (40%) ответили, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат; 26% (36%) ответили, что административных барьеров нет, 4% (4%) ответили, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат и 7% (20%) признались, что затрудняются ответить на этот вопрос.

5. В целом участники опроса удовлетворены или скорее удовлетворены сроками получения доступа к услугам: электроснабжения 67% (64%), телефонной связи, сеть «Интернет» - 67% (64%), водоснабжения 67% (60%), газоснабжения 67% (56%).

Сложностью процедуры подключения удовлетворены: электроснабжению – 59% (72%), газоснабжение – 56% (68%) телефонной связи – 67% (60%) респондентов, по водоснабжению – 59% (56%).

Стоимостью подключения удовлетворены: услуг электроснабжения – 56% (60%), телефонной связи – 59% (60%), водоснабжения – 48% (56%) и газоснабжения – 52% (56%) опрошиваемых респондентов.

6. Респондентами было оценено качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе.

89% (против 80% опрошенных в 2021 году) респондентов удовлетворяет уровень доступности информации. Также 85% (80%) участвующих в опросе указали, что удовлетворены уровнем понятности информации. 85% (80%) опрошенных оценили удобство получения информации, размещаемой в открытом доступе.

7. Субъектам предпринимательской деятельности, осуществляющим деятельность на территории Апанасенковского муниципального округа Ставропольского края был задан вопрос об удовлетворенности деятельностью финансовых организаций, а также доступностью для субъектов предпринимательской деятельности финансовых услуг.

По стоимости услуг удовлетворены: деятельностью банков – 63% (76%), субъектов страхового дела (страховых организаций) – 30% (24%), дея-

тельность кредитных потребительских кооперативов – 11% (20%), деятельностью негосударственных пенсионных фондов – 7% (12%).

По качеству предоставляемых услуг удовлетворены: деятельностью банков – 89% (84%), субъектов страхового дела (страховых организаций) – 30% (24%), деятельностью кредитных потребительских кооперативов – 30% (20%), деятельностью негосударственных пенсионных фондов – 7% (12%).

По доступности предоставляемых услуг: деятельностью банков – 93% (88%), субъектов страхового дела (страховых организаций) – 33% (24%), деятельностью кредитных потребительских кооперативов – 11% (20%), деятельностью негосударственных пенсионных фондов – 11% (12%).

### **III. Анализ итогов опросов населения в отношении доступности финансовых услуг.**

1. Анкетированием по вопросам доступности финансовых услуг в Апанасенковском муниципальном округе Ставропольского края в 2022 году было охвачено 63 человека. Из числа опрошенных – 16% составили мужчины и 84% - женщины.

По возрасту респонденты распределяются следующим образом: от 18 до 24 лет – 0% (8%), от 25 до 34 лет – 22% (23%), от 35 до 44 лет – 38% (32%), от 45 до 54 лет – 26% (22%), от 55 до 64 лет – 11% (15%), 65 лет и старше – 3% (0%).

5% (8%) опрошенных о своем материальном положении сообщили, что им не всегда хватает денег даже на еду, 22% (12%) - что у них достаточно денег на еду, но купить одежду для них – серьезная проблема, 57% (57%) респондентов сообщили, что им хватает денег на еду и одежду, но для покупки импортного холодильника или стиральной машины-автомата им пришлось бы копить или брать в долг /кредит, 13% (12%) отметили, что в случае необходимости могут купить основную бытовую технику и без привлечения заемных средств, но автомобиль для них – непозволительная роскошь, и 3% (10%) ответили, что они могут позволить себе очень многое, но в ближайшем будущем не смогли бы самостоятельно накопить даже на однокомнатную квартиру, 0%, (2%) опрашиваемых ответили, что финансовых затруднений нет и при необходимости смогли бы купить квартиру или дом.

2. На вопрос, какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) вы пользовались за последние 12 месяцев, ответили, что: банковский вклад имеется сейчас – у 9,5% (23%), не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев – 9,5% (3%), не использовался последние 12 месяцев – 81% (55%); договор на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации сейчас имеется у 2% (0%), но не использовался за последние 12 месяцев – 98% (65%); договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе имеется сейчас – ответили 6% (8%) потребителей, не использовался последние 12 месяцев – 94% (62%).

3. Полностью или скорее удовлетворены деятельностью финансовых организаций: работой банков – 71% (67%) потребителей, негосударственных

пенсионных фондов – 14% (5%), работой субъектов страхового дела – 19% (10%) опрошенных.

Скорее или полностью неудовлетворены: работой банков – 22% (25%) потребителей; деятельностью субъектов страхового дела – 5% (15%), негосударственных пенсионных фондов – 8% (15%), работой кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных кооперативов – по 5% (12%), ломбардов 5% (7%), брокеров – 5% (8%), микрофинансовых организаций – 6% (12%) опрошенных.

Услугами финансовых организаций полностью или скорее удовлетворены: при оформлении дебетовых карт, включая зарплатные – 73% (63%), при использовании переводов и платежей – 71% (62%), кредитов – 52% (38%), кредитных карт – 33% (30%), вкладов – 33% (22%).

4. О доступности для населения округа финансовых услуг опрашиваемые ответили, что удовлетворены: количеством и удобством расположения банковских отделений – 62% (70%), качеством дистанционного банковского обслуживания – 75% (52%), имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг – 30% (52%), количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных и сельскохозяйственных потребительских кооперативов – 29% (40%), качеством интернет-связи – 49% (47%), качеством мобильной связи – 57% (53%).

В то же время отмечали, что неудовлетворены: количеством и удобством расположения банковских отделений – 38% (30%), качеством дистанционного банковского обслуживания – 14% (18%), имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг – 52% (32%), количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных и сельскохозяйственных потребительских кооперативов – 8% (18%), качеством интернет-связи – 38% (30%), качеством мобильной связи – 35% (23%).

О каналах обслуживания респонденты сообщали, что доступны: кассы в отделениях банка - 73% (65%), банкоматы или терминалы в отделении банка - 49% (63%), банкомат или терминал вне отделения банка - 51% (53%), POS-терминалы для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) – 51% (58%), платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товара (услуг) – 52% (57%), отделения почтовой связи - 60% (52%).

На вопрос, какими каналами можно воспользоваться быстро, не тратя много времени на доступ или ожидание, потребители ответили, что могут воспользоваться быстро: кассами в отделениях банка – 56% (57%), банкоматами или терминалами в отделении банка – 56% (58%), банкоматами или терминалами вне отделения банка – 56% (55%), POS-терминалами для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) – 52% (60%), платежными терминалами для приема наличных денежных средств с целью оплаты товара (услуг) – 56% (53%), в отделениях почтовой связи – 46% (53%).