Аналитическая записка

«Результаты мониторинга состояния и развития конкурентной среды на территории Белокаливтиснкого района»

2018 год

Содержание

 Введение……………………………………………………………………………. 3

1. 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 Белокалитвинского района, деятельности по содействию развитию конкуренции и оценки удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности деятельностью субъектов естественных монополий на территории Белокалитвинского района……………………………… 4
2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Белокалитвинского 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 Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями, оценки удовлетворенности потребителями товаров, работ и услуг деятельностью субъектов естественных монополий на территории Белокалитвинского района………………………………………………………….. 18

**Введение**

В Белокалитвинском районе, в рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в муниципальных образованиях Ростовской области, предусмотрено ежегодное проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг региона.

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 районе.
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 районе.

Для решения поставленных исследовательских задач отделом экономики, малого бизнеса, инвестиций и местного самоуправления Администрации Белокалитвинского района совместно с администрациями городских и сельских поселений Белокалитвинского района в ноябре 2018 года были проведены опросы субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг Белокалитвинского района, 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 228 респондентов (что составляет 0,25 % от населения Белокалитвинского района), из которых 68 представителей бизнеса и 160 потребителей товаров и услуг.

# 1. 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 Белокалитвинского района, деятельности по содействию развитию конкуренции (размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями) и оценки удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности деятельностью субъектов естественных монополий на территории Белокалитвинского района.

# Характеристики бизнеса

 С целью оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Белокалитвинского района 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. Всего от респондентов было получено 68 анкет.

58,8% субъектов предпринимательской деятельности, представители которых были опрошены, действуют на рынке более 5 лет; 7,4% предприятий и организаций осуществляют деятельность от 1 до 3 лет; 20,6% ведут бизнес на протяжении 3-5 лет; 13,2% пришлось на начинающих предпринимателей.

Распределение предприятий и организаций по времени осуществления предпринимательской деятельности, % к опрошенным

Преимущественное большинство респондентов (75,0%) являются собственниками бизнеса, из которых около 48,6% осуществляют предпринимательскую деятельность более 5 лет. Из числа опрошенных руководители высшего и среднего звена составили примерно равные доли – 7,3% и 4,4% соответственно. Практически половина выше обозначенных руководителей работает в организациях, функционирующих на рынке более 5 лет. На не руководящих сотрудников пришлось 13,3% опрошенных.

Распределение респондентов по занимаемым должностям, % к опрошенным

Таким образом, в опросе приняли участие преимущественно владельцы и руководители организаций, осуществляющих деятельность более 5 лет, имеющих существенный опыт осуществления предпринимательской деятельности и способных объективно оценивать рыночную и конкурентную среду ведения бизнеса.

Если говорить о размере бизнеса, то в целом 83,8% опрошенных заявили, что численность сотрудников их организаций составляет не более 15 человек, 11,8% пришлось на организации с численностью от 16 до 100 человек, 2,9% – на предприятия с численностью от 101 до 250 человек, 1,5% – от 251 до 1 тысячи человек.

Распределение предприятий и организаций по численности сотрудников организации, % к опрошенным

По величине годового оборота бизнеса ответы респондентов распределились следующим образом: до 120 миллионов рублей (микропредприятие) – 58,8%, от 120 до 800 миллионов рублей (малое предприятие) – 5,9%, от 800 до 2000 миллионов рублей (среднее предприятие) – 2,9%. Затруднились в ответе на этот вопрос 32,4% опрошенных.

Распределение предприятий и организаций по величине годового оборота бизнеса, % к опрошенным

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.

Больше трети респондентов (64,7 %), заявили, что их организации занимаются оптово-розничной торговлей; 10,3% респондентов предоставляют сферу услуг, на производство конечной продукции приходится 11,8%, на сферу общепита приходится 5,9% количества опрошенных. Прочие виды деятельности составили около 7,3% опрошенных.

Распределение предприятий и организаций по основной производимой продукции (товару, работе, услуге), % к опрошенным

Таким образом, по информации респондентов, большинство организаций, участвовавших в опросе, ведут оптово-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 50% организаций являются микро- и малыми предприятиями (соответствие по двум критериям – объему выручки и численности работников) и работают на рынке преимущественно от 3 до 5 лет.

Опрос респондентов о географических рынках, представляемых бизнесом, показал, что основным рынком сбыта продукции (товаров, работ, услуг) в более чем половине случаев (73,5%) является рынок Белокалитвинского района, на рынок Ростовской области пришлось 13,2% опрошенных. На рынках нескольких субъектов Российской Федерации реализуют продукцию (услуги) 5,9% респондентов. На рынки стран СНГ и рынки дальнего зарубежья ориентируются лишь по 1,5% опрошенных. Затруднились с ответом 4,4% респондентов.

Распределение предприятий и организаций по географическим рынкам, % к опрошенным

# Оценка состояния и развития конкурентной среды

Важным фактором развития и поддержания бизнеса является наличие конкурентной среды.

Рассматривая вопрос о количестве конкурентов, лишь 4,4% опрошенных отметили, что у них нет конкурентов. От 1 до 3 конкурентов имеют 33,8% опрошенных. О наличии 4-х и более конкурентов заявили 27,9% респондентов. Большое количество конкурентов отметили 22,1%. Затруднились с ответом 11,8%.

Распределение предприятий и организаций относительно количества конкурентов на основном рынке, % к опрошенным

Если рассматривать изменения количества конкурентов на основном рынке за последние 3 года, то можно отметить следующее:

Распределение предприятий и организаций относительно изменения количества конкурентов за последние 3 года, % к опрошенным

 Так, сокращение конкуренции на 4 и более конкурентов отметили 4,4% опрошенных, на 1-3 конкурента – 10,3%. Увеличение на 1-3 конкурента пришлось на 23,6% респондентов, на 4 и более конкурентов пришлось 13,2% опрошенных. Затруднились ответить 20,6% респондентов. 27,9 % 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. Результаты опроса показали, что бизнес оценивает состояние конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) как скорее удовлетворительное и удовлетворительное.

Распределение предприятий и организаций относительно числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), % к опрошенным

В части числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для осуществления деятельности, большинство опрошенных имеют 4 и более поставщиков (30,9%); 27,9% пользуются услугами большого количества поставщиков; 19,1% – услугами 2-3 поставщиков. О наличии единственного поставщика сообщили 1,5% респондентов. Затруднились с ответом 20,6 % респондентов. Таким образом, представители бизнеса, принявшие участие в опросе, в целом удовлетворительно рассматривают, как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними.

**Мнение субъектов предпринимательской деятельности о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках**

**товаров и услуг Белокалитвинского района, размещаемой в открытом доступе.**

 Повышение уровня информационной открытости деятельности органов местного самоуправления, в том числе по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалитвинского района, 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 25,2% предпринимателей по всем трем уровням; скорее удовлетворяет в среднем – 27,0%. Как неудовлетворительное качество размещения информации охарактеризовали в среднем 4,5% опрошенных, а как скорее неудовлетворительную – в среднем 10,2% опрошенных. Респонденты затруднились с ответом в среднем в 33,1 % случаев.

Распределение предприятий и организаций относительно оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалитвинского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, % к опрошенным

Таким образом, качество размещаемой в открытом доступе официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках Белокалитвинского района 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 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 со снижением объемов производства из-за неэффективного использования 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 оказывают высокие налоги. На этот административный барьер пришлось 36,8% от общего числа ответов.

На втором месте по частоте выбора оказался такой барьер, как нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность 23,0%. Представители бизнеса отметили сложность получения доступа к земельным участкам и сложность (затянутость) в получении лицензий (5,9% и 4,9% соответственно). Необходимость установления партнерских отношений с органами власти отметили 2,5% опрошенных. На наличие коррупции в 2018 году пришлось 5,4% ответов. В меньшей степени респонденты отмечали такие барьеры, как ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок – 4,4%; ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий - 3,4%; так же на ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий, силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства) и на иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников пришлось по 0,5% опрошенных респондентов. На прочие административные барьеры пришлось – 3,9%. Важно отметить, что на отсутствие ограничений в этом году указали 8,3% респондентов.

Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, % к общему количеству ответов

Степень преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса, % к опрошенным

Наличие непреодолимых барьеров отмечают 2,9% опрошенных респондентов. Барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, препятствуют осуществлению предпринимательской деятельности по мнению 10,3% представителей бизнеса. На присутствие барьеров, преодолимых без существенных затрат, сослались 16,2%. Об отсутствии каких-либо административных барьеров заявило 33,8% респондентов. Затруднились с ответом 36,8% опрошенных.

Рассматривая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке, 35,3% респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу. 19,1% отметили, что органы власти в чем-то помогают, в чем-то – нет. Практически 11,8% представителей бизнеса полагали, что вмешательство органов власти отсутствует и не требуется. Нуждались в участии органов власти 5,9%. Органы власти только мешали своими действиями по свидетельству 2,9% опрошенных. Не определились в своем мнении 23,5% респондентов. К прочим ответам можно отнести 1,5 % опрошенных.

Распределение мнения представителей предприятий и организаций относительно оценки деятельности органов власти на рынке, являющемся основным для бизнеса, % к опрошенным

Более 90% опрошенных субъектов предпринимательской деятельности заявили, что в надзорные органы за защитой своих прав не обращались. На оставшихся чуть менее 10% респондентов приходится положительная доля обращения в надзорные органы за защитой своих прав. Однако они не смогли назвать орган и предмет заявления.

**Степень удовлетворённости естественными монополиями опрашиваемых представителей бизнеса.**

 Более 60% опрошенных респондентов заявило об удовлетворительном качестве предоставления услуг по водоснабжению (водоотведению), газоснабжению, электроснабжению, теплоснабжению.

 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 затруднились назвать определенный период времени, который пришлось потратить на получение той или иной услуги, и количество пройденных при этом процедур.

# Мнение субъектов предпринимательской деятельности относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Белокалитвинском районе

Распределение ответов респондентов относительно направлений развития конкуренции, % к опрошенным

 Рассмотрев ответы опрошенных представителей бизнеса, можно выделить основные направления развития конкурентной среды:

* помощь начинающим предпринимателям (22,3 %);
* контроль над ростом цен (13,5%);

- обеспечение того, что бы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность (11,9%);

* обеспечение качества продукции (8,5%);
* контроль работы естественных монополий (8,2%).

 К менее частым ответам респондентов можно отнести следующее:

* юридическая защита предпринимателей (7,4%);
* создание условий для увеличения юридических и индивидуальных предпринимателей (7,6%);

 - создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции (4,6%);

* обеспечение того, что бы конкуренция была добросовестной (5,3%);
* обеспечение того, что бы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке (4,5%);
* повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок и прочие направления (1,5%);
* ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции (1,5%)

 -сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий (0,0%).

**Выводы**

В опросе приняли участие преимущественно предприятия, осуществляющие свою деятельность более 5 лет. Большая часть является собственниками бизнеса, а также 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 также занимается производством. Основным рынком сбыта продукции около 73,5% случаев является локальный рынок.

Если говорить о вопросе конкуренции, то можно отметить следующее.

1. Условия ведения бизнеса в Белокалитвинском районе в целом конкуренты. По оценкам бизнеса, уровень конкуренции в районе находится на достаточном уровне – более 50% опрошенных имеют большое количество конкурентов. Более трети респондентов (36,8%), принимавших участие в опросе, считают, что за последние три года число конкурентов возросло.
2. 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.
3. Представители бизнеса, принявшие участие в опросе, в целом удовлетворительно рассматривают как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними.
4. Уровень доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции является удовлетворительным для большинства респондентов.
5. 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 в районе. По мнению опрошенных, наиболее сильное отрицательное влияние на деятельность бизнеса в районе оказывают высокие налоги. На этот административный барьер пришлось 36,8% от общего числа ответов. На втором месте по частоте выбора оказался такой барьер, как нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (23,0%).
6. Примерно 33,8% участников опроса отметили отсутствие каких-либо административных барьеров, 16,2% - отметили, что барьеры имеются, но они преодолимы без существенных затрат. Наличие непреодолимых барьеров отмечают 2,9% опрошенных. Барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат – 10,3 %. Затруднились с ответом более 35% респондентов.
7. Оценивая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке, более 35% респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу. Затруднились с ответом 23,5 % респондентов.

Среди субъектов предпринимательской деятельности менее 10% опрошенных заявили, что обращались в надзорные органы за защитой своих прав.

1. Что касается опроса респондентов в части уровня удовлетворенности бизнеса качеством услуг естественных монополий то можно выделить следующее. Более 60% опрошенных респондентов заявило об удовлетворительном качестве предоставления услуг по водоснабжению (водоотведению), газоснабжению, электроснабжению, теплоснабжению, телефонной связи.

По результатам опроса субъектов предпринимательской деятельности относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Белокалитвинском районе, можно выделить основные направления ответов, составивших в сумме более 60% общего числа. Так, в качестве основных направлений развития конкурентной среды в Белокалитвинском районе респондентами предлагается: помощь начинающим предпринимателям (22,3%); контроль над ростом цен (13,5%); обеспечение того, что бы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность (11,9%); обеспечение качественной продукции (8,5%); контроль работы естественных монополий (водоснабжение, электро-, газо- и теплоснабжение) – 8,2%.

1. Субъектов предпринимательской деятельности в обеспечении конкуренции на рынках Белокалитвинского района и Ростовской области, в первую очередь, волнуют вопросы инфраструктуры (в части работы субъектов естественных монополий); государственного регулирования и преодоления административных барьеров (контроль за ростом цен, противодействие монополизму, создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов, повышение открытости при проведении закупок).

**2 . Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Белокалитвинского 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 Белокалитвинского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом, оценки удовлетворенности потребителями товаров, работ и услуг деятельностью субъектов естественных монополий на территории Белокалитвинского района.**

В 2018 году в рамках мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Белокалитвинского района и состоянием ценовой конкуренции были разработаны специальные анкеты для потребителей товаров, работ и услуг на товарных рынках Белокалитвинского района.

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Белокалитвинском районе проведено анкетирование с общей выборкой в 160 респондентов из 12 поселений Белокалитвинского района, что составляет 0,174 % от численности населения района.

Преобладающей частью респондентов были женщины (70,6% опрошенных), лишь каждым четвертым участником опроса был мужчина. В прошлом году большую часть респондентов также составили женщины. Больше всего опрошено респондентов в возрасте от 36 до 50 лет (40,0 %) и от 21 до 35 лет (31,9%). Среди опрошенных потребителей товаров, работ и услуг лиц старше 51 года оказалось в целом чуть больше 20%. Таким образом, выборка репрезентирует экономически зрелое население, приносящее доход в домохозяйства путем снабжения экономики ресурсами.

Распределение по возрастной структуре, %

 В структуре опрошенных, характеризующей социальный статус, преобладает работающее население (73,1%). В ходе исследования были опрошены также пенсионеры (12,5% от общего числа респондентов), безработные граждане (8,1%) и учащиеся/студенты (6,3%).

Распределение по социальному статусу, %

 Из числа прошедших анкетирование 50 % имеют детей в возрасте до 18 лет. При этом более половины опрошенных, имеющих детей, являются работающими женщинами в возрасте от 36 до 50 лет.

 Высшее образование имеют 70,6%; неполное высшее - 5,6%, среднее специальное – 19,4%, общее среднее – 3,1%; неполное среднее - 1,3%.

 Из числа опрошенных 84,4% имеют среднемесячный доход на одного члена семьи до 15 тыс. рублей; от 15 до 25 тыс. рублей – 15,6%.

Распределение по уровню доходов, %

 Низкий доход (менее 15 тысяч рублей на одного члена семьи) в основном имеют работающие респонденты, проживающие в сельской местности и имеющие высшее образование. Практически 52% опрошенных с низким доходом на одного члена семьи имеют несовершеннолетних детей.

**Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и приоритетных рынках Белокалитвиинского района**

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

**1.1 Рынок услуг дошкольного образования**

 Отметили, что достаточно учреждений дошкольного образования – 79,4%; 18,7% - что их мало; 1,9% - что нет совсем. Год назад эти данные составляли 52,3%, 43,4% и 4,3% соответственно.

Мнение респондентов о количестве детских садов в 2017 и 2018 годах, %

 Важным показателем, характеризующим развитие конкуренции на рынке услуг дошкольного образования, является удовлетворенность населения качеством и доступностью дошкольных образовательных услуг. Качеством данных услуг в районе в той или иной мере удовлетворены 4,6 % респондентов. В целом удовлетворенность возможностью выбора высказали 47,5% респондентов. Большинство потребителей, принявших участие в опросе 2018 года, также заявило, что удовлетворено качеством предоставляемых услуг и возможностью их выбора.

Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке дошкольного образования, % к опрошенным

Возможность выбора, %

Качество,%

Уровень цен, %

## 2. 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, 70,0% респондентов придерживались мнения о том, что на рынке присутствует достаточно организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей; 26,9% респондентов полагали, что их мало, а 3,1 %, что их нет совсем. Аналогичный результат был год назад.

Количество организаций на рынке дополнительного образования детей,

% к опрошенным

Более половины опрошенных потребителей (60,6%), за последние три года отметили увеличение количества субъектов, предоставляющих услуги на данном рынке.

В той или иной мере большинство потребителей удовлетворено как качеством услуг дополнительного образования детей – 63,8%, так и возможностью выбора (59,4%) и уровнем цен (49,4%). При этом по итогам опроса 2017 года большая часть респондентов в разной степени была удовлетворена качеством и уровнем цен услуг дополнительного образования детей, однако в разной степени не удовлетворена возможностью выбора.

По мнению большинства, опрошенных в 2018 году, рынок дополнительного образования в районе достаточно развит. Преобладающая часть респондентов удовлетворена всеми характеристиками предоставляемых услуг на данном рынке.

**3. Рынок медицинских услуг**

 Избыток медицинских учреждений отметили – 3,1% опрошенных, достаточно - для 61,9%, мало медицинских учреждений для 33,1% респондентов, нет совсем - для 1,9%.

Количество организаций на рынке медицинских услуг, в % к опрошенным

 В большей степени респонденты отмечали неудовлетворенность уровнем цен на медицинские услуги (52,5%). Качеством услуг в той или иной мере оказались не удовлетворены 46,3% опрошенных. В 2018 году 58,6% респондентов заявила, что удовлетворена возможностью выбора на рынке медицинских услуг, но высказала неудовлетворенность уровнем цен предоставляемых услуг.

 В ходе опроса выяснилось, что рынок медицинских услуг в Белокалитвинском районе развит хорошо. Увеличилось число организаций, предоставляющих услуги на нем.

 Респонденты высказывали неудовлетворенность ценовой политики на рынке медицинских услуг.

## 4. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства

Большая часть респондентов, как и годом ранее, полагала, что рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства недостаточно развит. Напротив, о достаточном количестве организаций данного рынка услуг говорят 18,6% опрошенных, а 12,5% полагают, что их нет совсем.

 Количество организаций на рынке услуг ЖКХ, % к опрошенным

Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги ЖКХ в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Более половины респондентов (66,9%), считали, что количество организаций, предоставляющих услуги на рынке ЖКХ, в течение последних 3 лет, не изменилось. Положительную динамику на этом рынке зафиксировали 8,8% респондентов, а 5,6% – отрицательную.

38,1% респондентов высказали в той или иной мере неудовлетворенность уровнем цен на рынке услуг ЖКХ. 28,9% респондентов не удовлетворены возможностью выбора поставщиков услуг на этом рынке. Практически 14,4% опрошенных отметили различного рода неудовлетворенность качеством жилищно-коммунальных услуг. Аналогичная ситуация была отмечена в ходе опроса, проведенного в 2017 году.

Удовлетворенными возможностью выбора и качеством услуг ЖКХ посчитали себя 12,5% и 16,9% респондентов соответственно. Ценовой политикой на данном рынке услуг удовлетворены только 7,5% респондентов.

Степень удовлетворенности характеристиками услуг жилищно-коммунального хозяйства, % к опрошенным

Таким образом, уровень конкуренции на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства не изменился за последние три года. 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 и возможностью выбора организаций, их оказывающих.

## 5. Рынок розничной торговли

Достаточно развитым рынок розничной торговли назвали 78,7% респондентов. Об избыточном количестве организаций, представляющих данный рынок услуг, говорили 19,4% опрошенных, а о малом – 1,9%. О полном отсутствии таких организаций заявили лишь 1,5% респондентов. В 2017 году 71,3% респондентов считала рынок розничной торговли достаточно развитым.

Количество организаций на рынке розничной торговли, % к опрошенным

Более половины опрошенных (68,8%) отметили положительную динамику в изменении количества организаций, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли.

Изменение количества субъектов, на рынке торговли в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Степень удовлетворенности характеристиками рынка розничной торговли,

% к опрошенным

Качеством услуг, предоставляемых на рынке розничной торговли, удовлетворены в разной степени 60,6% респондентов. Скорее удовлетворены возможностью выбора данных услуг 49,4%, а уровнем цен – 35,6%. Скорее не удовлетворены уровнем цен и возможностью выбора предоставляемых услуг на рынке розничной торговли 20,6% и 13,7% соответственно.

В прошлом году были удовлетворены качеством и возможностью выбора предоставляемых услуг 48,6% и 41,6% респондента соответственно.

## 6. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

Более половины опрошенных посчитали, рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, недостаточно развитым 69,4%; 19,4% что организаций, представляющих данный рынок услуг, достаточно. Полное отсутствие таких организаций отметили 11,2% респондентов. Годом ранее рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом также был назван потребителями недостаточно развитым (62,7%).

Количество организаций на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, % к опрошенным

59,5% опрошенных не зафиксировали изменений на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом за последние 3 года. Положительную тенденцию отметили 13,6%, а отрицательную – 10,6%. Затруднились ответить на данный вопрос 16,3%.

Качеством услуг на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом скорее удовлетворены 26,3% респондентов, однако 48,9% не совсем устраивает качество предоставляемых услуг. Затруднились ответить на данный вопрос 5,4%.

Степень удовлетворенности характеристиками услуг перевозки пассажиров,

% к опрошенным

%

0

%

20

%

40

%

60

%

80

%

100

**Возможность выбора**

**Цена**

**Качество**

**,**

**26**

**8**

**30**

**,**

**3**

**8**

**,**

**3**

**0**

**40**

**,**

**,**

**12**

**3**

**,**

**5**

**15**

**21**

**1**

**,**

**,**

**33**

**0**

**4**

**,**

**25**

6

10

,

,

9

23

8

,

48

**5**

**1**

**,**

**0**

**,**

**5**

**0**

**,**

**2**

удовлетворен

скорее удовлетворен

скорее не удовлетворен

не удовлетворен

затрудняюсь ответить

Ценовая политика на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом в разной степени устраивает 60,7% опрошенных потребителей. При этом 13,1% респондентов полагали, что не удовлетворены ценами на услуги перевозок, и 20,6% потребителей высказали скорее не удовлетворенность уровнем цен на этом рынке. В 2017 году также была отмечена удовлетворенность уровнем цен на услуги перевозок пассажиров наземным транспортом. 5,6 % опрошенных ответили, что не пользуются общественным транспортом.

Потребители Белокалитвинского района охарактеризовали рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом как недостаточно развитый. Количество организаций, предоставляющих данные услуги, по их мнению, не изменилось. Доля респондентов, не удовлетворенных качеством превысила долю удовлетворенных.

## 7. Рынок услуг связи

 Подавляющее большинство респондентов (80,6%), как и годом ранее (67,4%), считало рынок услуг связи достаточно развитым, 3,8% опрошенных как избыточным. Наличие недостаточного количества организаций, осуществляющих услуги связи отметили 13,1% респондентов, а их полное отсутствие – 2,5%.

Количество организаций на рынке услуг связи, % к опрошенным

По мнению 70,6% опрошенных за последние 3 года на рынке связи не произошло изменений в количестве субъектов. Положительную динамику 5,6%, а негативную – 1,9%. Затруднились ответить 21,9% респондентов. Преобладающая часть респондентов, принявших участие в опросе 2018 года, также отметила отсутствие изменений в числе субъектов, предоставляющих услуги связи.

60,6% опрошенных скорее удовлетворена качеством услуг связи, а 25,6% респондентов полностью удовлетворены.

Возможностью выбора предоставляемых услуг считали себя скорее удовлетворенными 40,6% опрошенных, полностью удовлетворены –20,6%. В разной степени не удовлетворены возможностью выбора 28,1% респондентов. Уровнем цен услугами связи удовлетворены 12,5% потребителей, а 45,6% скорее 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.

## 8. Рынок животноводства

Большинство опрошенных (58,1%) полагали, что рынок животноводства достаточно развит. 37,5% респондентов, напротив, уверены, что на этом рынке недостаточно организаций; 4,4% респондентов утверждали, что таких организаций совсем нет.

 Количество организаций на рынке услуг социального обслуживания

населения, % к опрошенным

Большая часть участников опроса (81,8%), как и годом ранее, не зафиксировала за последние 3 года изменений количества субъектов животноводства. Положительную динамику отметили 15,6% респондентов, отрицательную – 2,6%.

В среднем более половины потребителей товаров, работ и услуг высказали в разной степени удовлетворенность характеристиками рынка животноводства. Возможностью выбора оказались не удовлетворены 8,1% респондентов.

Количество организаций на рынке животноводства остается стабильным. При этом большая доля респондентов удовлетворена как качеством, так и возможностью выбора, и ценами на данном рынке услуг.

## 9. Рынок жилищного строительства

 Большинство респондентов (55,6%), как и годом ранее, считает, что организаций, предоставляющих услуги на рынке жилищного строительства, в Белокалитвинского районе мало, однако 24,3% опрошенных уверены, что их достаточно, а 20,1% респондентов полагают, что таких организаций нет совсем.

Количество организаций на рынке жилищного строительства, % к опрошенным

В течение последних 3 лет 75,6% респондентов не замечали изменений количества субъектов, представляющих рынок жилищного строительства. Положительную динамику отметили 4,4%, отрицательную – 3,1%. Затруднились ответить 16,9% респондентов. В 2017 году большинством респондентов также не было зафиксировано изменение количества таких организаций.

Качеством продукции на рынке жилищного строительства респонденты в целом скорее удовлетворены (51,9%), чем не удовлетворены (32,5%). Противоположная ситуация сложилась в части удовлетворенности уровнем цен. По данному критерию неудовлетворенных потребителей оказалось больше, чем удовлетворенных: 57,5% против 26,3%.

Степень удовлетворенности характеристиками жилищного строительства, % к опрошенным

Рынок жилищного строительства в Белокалитвинском районе представлен недостаточным количеством субъектов, число которых в течение последних трех лет не увеличилось. Также большая часть респондентов недовольна уровнем цен, но отметила удовлетворительное качество.

## 10. Рынок промышленности

Бóльшая часть респондентов (55,6%) отметила, что рынок промышленности в Белокалитвинском районе достаточно развит. 37,5% респондентов, напротив, уверены, что на этом рынке недостаточно организаций. На полное отсутствие организаций рынка промышленности указали 1,9% участников опроса.

Количество организаций на рынке промышленности, % к опрошенным

Не заметили изменений на рынке промышленности 63,1% опрошенных. Увеличение количества организаций, представляющих рынок промышленности, отметили 18,1% респондентов, а их сокращение –18,8%.

Число респондентов, в той или иной мере удовлетворенных качеством, возможностью выбора и ценами товаров, работ, услуг на рынке производства промышленности, оказалось больше количества неудовлетворенных: 33,8% против 23,1%.

Таким образом, рынок промышленности в Белокалитвинском районе развит в достаточном объеме по мнению респондентов, изменения в количестве субъектов, предоставляющих услуги на нем, потребителями не были отмечены.

Большая часть респондентов довольна характеристиками товаров, работ, услуг на рынке промышленности.

# Удовлетворенность потребителей качеством и ценами товаров, работ и услуг

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: 16,2% респондентов охарактеризовали наличие данной сферы как избыточное, 81,3% – как достаточное. На втором месте по критерию «избыточно (много)», по мнению населения, – промышленные предприятия 5,0%; на третьем – организации по оказанию услуг связи – 3,8%; на четвертом - медицинских услуг - по 3,1%.

По данным таблицы выявлено, что 7 из 10 рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно (избыточно) развитые. Это:

* Рынок розничной торговли (81,3%);
* Рынок услуг связи (80,6%);
* Рынок услуг дошкольного образования (79,4%);
* Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции, клубы, музеи, библиотеки и пр.) (70,0%);
* Рынок промышленного производства (67,5%);
* Рынок животноводства (58,1%);

При этом, из вышеперечисленных, рынок розничной торговли и рынок связи потребители больше других оценили, как избыточно развитые.

Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют товары и услуги на следующих рынках вашего города

(поселка, хутора)»

 (%)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование рынка**  | **Избыточно (много)**  | **Достаточно**  | **Мало**  | **Нет совсем**  |
| Рынок услуг дошкольного образования  | 0  | **79,4**  | 18,7  | 1,9  |
| Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции, клубы, музеи, библиотеки и пр.)  | 0  | **70,0** | 26,9  | 3,1  |
| Рынок медицинских услуг  | 3,1  | **61,9**  | 33,1  | 1,9  |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства  | 0  | 18,6  | **68,9**  | 12,5  |
| Рынок розничной торговли  | 16,2  | **81,3**  | 1,9  | 0,6  |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом  | 0  | 19,4  | **69,4**  | 11,2  |
| Рынок услуг связи  | 3,8  | **80,6**  | 13,1  | 2,5  |
| Рынок животноводства  | 0  | **58,1**  | 37,5  | 4,4 |
| Рынок жилищного строительства  | 0  | 24,3  | **55,6**  | 20,1  |
| Рынок промышленности  | 5,0  | **67,5**  | 25,6  | 1,9  |

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

- услуг жилищно-коммунального хозяйства (68,9% и 12,5% соответственно);

- услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (69,4% и 11,2% соответственно);

- жилищного строительства (55,6% и 20,1% соответственно).

Согласно данным опроса потребителей, рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли (68,8% опрошенных).

Кроме того, отсутствием изменений в числе конкурентов среди изучаемых рынков выделяются рынки: услуг жилищно-коммунального хозяйства, услуг связи, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, промышленного производства и услуг жилищного строительства.

В большей степени респонденты также отмечали неудовлетворенность качеством и ценой предоставляемых услуг на рынке медицинских и жилищно-коммунальных услуг.

В пользу положительных распределились ответы респондентов об удовлетворенности возможностью выбора товаров и услуг на рынках розничной торговли, дошкольного образования, услуг дополнительного образования детей и медицинских услуг.

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 Ростовской области выше по сравнению с другими регионами. Большинством респондентом был отмечен высокий уровень цен в Ростовской области на медицинские услуги (52,2%) и жилищно-коммунальные услуги (38,1%).

**Мнение потребителей о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалитвинского района и**

**деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе**

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

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалиттвинского района 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 качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалитвинского района и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, в % от числа опрошенных**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Респонденты  | Неудовлет-ворительное  | Скорее неудовлет-ворительное  | Скорее удовлетво-рительное  | Удовлетво-рительное  | Затрудняюсь ответить  | Итого  |
|   |  Уровень доступности  |  |
| Потребители  | 1,6  | 6,3  | 54,4  | 28,9 | 8,8  | 100,0  |
| Субъекты предпринимательской деятельности  | 4,3  | 18,8  | 43,8  | 22,5  | 10,6  | 100,0  |
|  |  Уровень понятности  |  |  |
| Потребители  | 2,2  | 3,3  | 23,2  | 67,1  | 4,2  | 100,0  |
| Субъекты предпринимательской деятельности  | 6,9 | 16,3  | 31,9  | 38,8  | 6,1  | 100,0  |
|  |  Удобство получения  |  |  |
| Потребители  | 2,5  | 9,3  | 46,3  | 37,5  | 4,4  | 100,0  |
| Субъекты предпринимательской деятельности  | 7,5  | 15,6  | 34,4  | 39,4  | 3,1  | 100,0  |

 **Оценка потребителями**

# качества услуг субъектов естественных монополий

Потребителям товаров, работ и услуг Белокалитвинского района было предложено оценить качество услуг субъектов естественных монополий.

В результате большая часть респондентов оказалась в той или иной мере удовлетворена услугами практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоснабжению и электроснабжения. При этом прослеживается наибольшая удовлетворенность газоснабжения и электросвязи.

Потребители Белокалитвинского района редко обращались за защитой своих прав.

Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий в Белокалитвинском районе, % от числа опрошенных по каждой услуге

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуг субъектов естественных монополий  | Удовлет -ворен  | Скорее удовлетворен  | Скорее не удовлетворен  | Не удовлетворен  | Затрудняюсь ответить  |
| Услуги по водоснабжению, водоотведению  | 17,5  | 25,6  | 35,6  | 21,3  | 0  |
| Услуги по водоочистке  | 28,1  | 32,5  | 9,4  | 3,7  | 26,3  |
| Услуги газоснабжения  | 38,1  | 42,5  | 13,8  | 4,4  | 1,2  |
| Услуги электроснабжения  | 26,3  | 31,2 | 39,4  | 3,1  | 0  |
| Услуги теплоснабжения  | 27,5  | 38,7  | 20,6  | 6,9  | 6,3  |
| Услуги электросвязи (телефонной связи)  | 46,9  | 31,9  | 10,6  | 1,2  | 9,4  |

**Мнение потребителей относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции**

В качестве основных направлений развития конкурентной среды в районе большинством участников опроса было предложено установить контроль над ростом цен (27,5%). Также важными направлениями потребители считают:

- контроль работы естественных монополий, таких как водоснабжение, электро и теплоснабжение, (18,8%);

- обеспечение качества продукции (18,1%);

- обеспечение добросовестной конкуренции (8,9%);

- обеспечение условий, чтобы одна компания не полностью диктовала условия на рынке (5,6 %);

- помощь начинающим предпринимателям (5,6%).

С точки зрения развития конкуренции у потребителей наименее популярными оказались следующие направления:

- повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок (4,4 %);

- создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции (3,8 %);

- юридическая защита предпринимателей (3,1%);

- ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции (1,9%).

Предпринимателей в обеспечении конкуренции, в первую очередь, волнуют вопросы инфраструктуры (в части работы субъектов естественных монополий); государственного регулирования и преодоления административных барьеров (контроль за ростом цен, противодействие монополизму, создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов, повышение открытости при проведении закупок).

Потребителей же в обеспечении конкуренции, в первую очередь, волнуют вопросы преодоления неконтролируемого роста цен, другие проблемы государственного регулирования и преодоления административных барьеров (противодействие монополизму, повышение открытости при проведении закупок), что, в целом, соответствует желаниям предпринимателей, однако, отсутствует взаимопонимание между потребителями и предпринимательским сообществом по вопросу роли обеспечения качества продукции и помощи начинающим предпринимателям в развитии конкурентоспособности.

 **Выводы**

В ходе опроса было изучено мнение потребителей продукции (товаров, работ и услуг) Белокалитвинского района. Каждым вторым участником опроса была работающая женщина в возрасте от 21 до 50 лет, с высшим образованием и уровнем среднемесячного дохода до 15 000 руб. У большинства указанных женщин есть дети возрастом до 18 лет.

Мнения опрошенных представителей потребителей товаров, работ и услуг Белокалитвинского района отражают нижеуказанные тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды.

1. В целом респонденты полагают, что 7 из 10 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: розничной торговли; услуг связи; услуг дошкольного образования; рынок услуг дополнительного образования; услуг дополнительного образования детей; рынок медицинских услуг; услуг промышленного производства.

2. Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли.

3. 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 строительства и рынка жилищно-коммунального хозяйства.

По качеству предоставляемых услуг позитивные ответы превалировали над негативными на рынках дошкольного и дополнительного образования детей и рынке услуг связи.

1. В процессе опроса респондентам было предложено назвать основные товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Ростовской области выше по сравнению с другими регионами. Большинством респондентом был отмечен высокий уровень цен на медицинские услуги и жилищно-коммунальные услуги.
2. В результате оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белокалитвинского района 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.
3. 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 и электроснабжению. При этом прослеживается наибольшая удовлетворенность услугами электроснабжения и газоснабжения.
4. 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.