

Анализ итогов опросов субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг о состоянии конкуренции на товарных рынках Ставропольского края в городе Лермонтове

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

1. В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в городе Лермонтове проведен опрос потребителей товаров и услуг. Опрошено 100 человек, что на 30% больше, чем в 2021 году.

Контингент опрошенных потребителей товаров и услуг: 38 - мужского пола, 62 - женского пола; 12% потребителей в возрасте от 18 до 24 лет, 28% - от 25 до 34 лет, 36% - от 35 до 44 лет, 8% - от 45 до 54 лет, 12% - от 55 до 64 лет, 4% - от 65 и старше. Таким образом, в опросе приняли участие в основном люди среднего возраста.

Среди потребителей товаров и услуг 67% - работающих, 4% - безработных, 12% - учащихся и студентов, 1% - домохозяйки, 12% - пенсионеров, 17% - предпринимателей, 2% - самозанятых, 2% - предпринимателей. Распределение опрошенных потребителей товаров и услуг по уровню образования: 60% - высшее образование (15% - бакалавриат, 45% - специалитет, магистратура), 20% - среднее профессиональное, 12% - общее среднее. В процентном соотношении данные показатели идентичны показателям за предыдущий год. То есть в опросе преимущественно приняли участие лица среднего возраста, работающие, имеющие высшее, либо среднее специальное образование, что позволит объективно оценить уровень развития конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках города Лермонтова.

2. Оценивая количество организаций, представляющих товары и услуги в городе Лермонтове, большинство опрошенных отметили достаточное количество организаций на рынках: образовательных услуг (дополнительного образования - 68%, общего образования - 78%, дошкольного образования - 53%). В сравнении с предыдущим годом количество респондентов, удовлетворенных указанными услугами, практически не изменилось. Также опрошенные отметили удовлетворительное количество организаций, оказывающих ритуальные услуги - 44% и работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме - 48%. Прошлогодний опрос данные рынки имели более высокие показатели - 79% и 76% соответственно.

Избыточными признаны: рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами - 88% опрошенных (в 2021 году - 23%), услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - 56% (в 2021 году - 36%), рынок жилищного строительства - 48% (в 2021 году - 24%), рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси - 58% (в 2021 году - 21%), что

выявляет значительное увеличение конкуренции на последних четырех рынках.

Вместе с этим часть респондентов отметила недостаточное количество организаций, оказывающих услуги на следующих приоритетных и социально значимых рынках:

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления - 34% от общего числа;
- рынок санаторно – курортных и туристических услуг - 16%;
- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды - 37%;
- рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья - 30%;

-рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов - 38%.

В 2021 году показатели были выше на:

- рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья - 36%;
- рынке санаторно - курортных и туристических услуг - 37%.

Показатели ниже на:

- рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов - 29%;
- рынке услуг детского отдыха и оздоровления - 33%;
- рынке выполнения работ по благоустройству городской среды - 26%.

3. Характеристика товаров и услуг на рынках города Лермонтова

	проценты								
	Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Рынок услуг дошкольного образования	60	12	28	56	16	28	56	20	24
Рынок услуг общего образования	68	28	4	68	20	12	72	16	12
Рынок услуг среднего профессионального образования	60	16	24	60	20	20	58	26	16
Рынок услуг дополнительного образования детей	56	28	16	57	20	23	56	28	16
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	46	46	8	44	28	28	48	32	20
Рынок медицинских услуг	46	46	8	44	44	12	54	35	11
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	48	40	12	48	25	27	59	22	19
Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	44	24	32	34	14	52	64	12	24
Рынок социальных услуг	54	23	23	27	119	54	43	30	27

Рынок ритуальных услуг	35	23	41	45	8	47	53	12	35
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	39	23	38	48	17	35	40	23	47
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	46	29	25	39	23	28	33	30	37
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	44	36	20	56	28	16	55	24	21
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	41	46	13	42	36	22	47	34	19
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	47	20	33	43	20	37	39	19	42
Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	43	26	31	40	27	33	51	21	28
Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	46	18	36	35	24	41	34	12	54
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	32	39	29	38	4	19	41	37	22
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	36	35	29	32	29	39	28	33	39
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	61	20	19	56	24	20	55	33	12
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	56	12	32	50	20	30	51	16	33
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	75	11	14	67	21	12	68	21	11
Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)	60	21	19	54	29	17	53	26	21
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	58	16	36	47	22	31	42	16	42
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	34	25	41	39	25	36	43	17	40
Рынок архитектурно-строительного проектирования	40	15	45	36	17	47	42	16	42
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	40	21	39	54	10	36	54	13	33
Рынок реализации сельскохозяйственной продукции	52	32	16	56	12	32	52	21	27

Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	40	29	31	41	17	42	45	13	42
Рынок племенного животноводства	25	20	45	41	17	42	39	13	48
Рынок семеноводства	34	16	50	40	21	38	43	13	44
Рынок вылова водных биоресурсов	33	17	50	44	12	44	43	20	37
Рынок переработки водных биоресурсов	36	12	52	44	12	44	31	15	53
Рынок товарной аквакультуры	41	19	40	40	12	48	37	16	47
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	34	25	41	39	25	36	43	17	40
Рынок нефтепродуктов	40	15	45	36	17	47	42	16	42
Рынок легкой промышленности	32	39	29	38	43	19	41	37	22
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	36	35	29	22	29	39	28	33	39
Рынок производства кирпича	41	46	13	42	36	22	47	34	19
Рынок производства бетона	39	23	38	48	17	35	40	23	47
Сфера наружной рекламы	40	21	39	54	10	36	54	13	33
Рынок санаторно-курортных и туристских услуг	24	27	49	35	24	41	39	12	48
Рынок минеральной воды	56	28	16	44	28	28	48	32	20

Анализируя результаты оценки удовлетворенности уровнем цен, качеством товаров и услуг, возможностью их выбора на рынках города Лермонтова, следует отметить, что в большинстве случаев потребители скорее удовлетворены уровнем цен на рынках образовательных услуг (в среднем, 60% опрошенных), а на рынке санаторно-курортных и туристских услуг, рынке медицинских услуг, рынке производства кирпича скорее не удовлетворены уровнем цен (в среднем 45% опрошенных). Это связано с недостаточным количеством организаций на данных рынках. При этом преобладающее число опрошенных потребителей положительно оценили качество оказываемых услуг и возможность выбора на исследуемых рынках.

Наименование рынков	Снизилось %		Увеличилось %		Не изменилось %		Затрудняюсь ответить %	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Рынок услуг дошкольного образования	6	4	8	8	43	55	13	33
Рынок услуг общего образования	6	4	9	8	44	57	11	31
Рынок услуг среднего профессионального образования	8	7	5	5	40	54	17	34
Рынок услуг дополнительного образования детей	4	8	16	23	38	36	12	33
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	9	3	10	12	35	35	16	50
Рынок медицинских услуг	6	6	20	26	29	38	15	30
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	3	4	27	33	23	39	17	24
Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с			6	5	25	21	39	74

ограниченными возможностями здоровья								
Рынок социальных услуг	10	9	5		33	36	22	55
Рынок ритуальных услуг	3	5	18		39	40	10	55
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	7	3	8	4	33	46	22	47
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	23	3	15	2	18	67	14	28
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	13	18	24	17	25	35	8	30
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	14	5	30	3	19	60	7	32
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	3	5	13	7	29	48	25	40
Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	2	2	9	1	43	77	16	20
Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	3		12	3	35	80	20	17
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	19	8	11	14	34	36	6	42
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	17	12	15	20	28	36	10	32
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации			40	25	21	60	9	15
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	6		27	21	32	30	5	49
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2	2	37	25	22	55	9	18
Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)			31	72	29	18	10	10
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	17	5	21	9	23	65	9	21
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	21	12	18	28	26	36	5	24
Рынок архитектурно-строительного проектирования	22		11	15	30	52	7	33
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	9		18	20	28	48	15	32

Рынок реализации сельскохозяйственной продукции	12	5	21	37	32	43	5	15
Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	8	3	12	2	33	16	17	79
Рынок племенного животноводства	3	6	8	1	25	20	34	73
Рынок семеноводства	4	2	11	10	20	12	35	76
Рынок вылова водных биоресурсов	9		8	3	29	14	24	83
Рынок переработки водных биоресурсов	3		6		26	10	35	90
Рынок товарной аквакультуры	2	6	6	10	33	60	29	24
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	3		2		11	8	54	92
Рынок нефтепродуктов	11	5	12	12	35	70	12	13
Рынок легкой промышленности	13	14	15	24	30	44	12	18
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	8	8	12	14	35	40	15	38
Рынок производства кирпича	12	5	17	6	29	56	12	33
Рынок производства бетона	11		20	10	30	49	9	41
Сфера наружной рекламы	12	10	15	21	33	46	10	23
Рынок санаторно-курортных и туристских услуг	10	3	11	15	35	50	14	32
Рынок минеральной воды		11	17	20	30	37	23	32

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках города Лермонтова, в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Ставропольского края - 60%;
- рынок услуг дошкольного образования - 55%;
- рынок услуг среднего профессионального образования - 54%;
- рынок санаторно-курортных и туристических услуг - 50%;
- рынок медицинских услуг - 38%;
- рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме - 60%;
- рынок производства бетона - 49%.

Увеличение количества организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках Ставропольского края за последние 3 года отмечено на рынках жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) - 72% (в 2021 году этот показатель был ниже на 31%), реализации сельскохозяйственной продукции - 37% (в 2021 году этот показатель был ниже на 21%), легкой промышленности - 24% (в 2021 году этот показатель был ниже на 15%).

Снизилось количество организаций, по мнению опрошенных, на следующих рынках:

- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды - 18% (в 2021 году этот показатель был ниже на 5%);
- рынок дорожной деятельности - 12% (в 2021 году этот показатель был выше на 9%).

Следует отметить, что респонденты затруднились оценить изменения на следующих рынках:

- 92% от общего числа респондентов добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, 83% - семеноводство, 90% - переработка водных биоресурсов, 73% - племенное животноводство ввиду того, что такие рынки в городе Лермонтове отсутствуют;

- 74% психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья;

В большей степени это связано с недостаточным уровнем развития указанных рынков или их отсутствием.

4. Оценив результаты исследования, можно сделать выводы, что в среднем участники исследования удовлетворены качеством услуг субъектов естественных монополий в городе Лермонтове - 67% - этот показатель ниже, чем прошлогодний (газоснабжение - 75%, водоснабжение и электроснабжение - по 70%, телефонная связь, сеть «Интернет» - 68%). Доля неудовлетворенных вышеуказанными услугами в 2022 году - 18% (не удовлетворены в большей мере теплоснабжением) - это выше, чем в 2021 году на 4%.

43% опрошенных столкнулись с теми или иными проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий. Так наибольшее количество респондентов отметили «Навязывание дополнительных услуг» - 20%. Данный показатель в предыдущем году был выше - 24% от общего числа опрошенных, из них 16% потребителей были недовольны «Взиманием дополнительной платы».

5. Исследование уровня удовлетворенности потребителей товаров и услуг края качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг показало, что в целом большинство участвующих в исследовании удовлетворены качеством указанной информации: 66% устраивает доступность информации, для 58% информация вполне понятна, 66% удовлетворены удобством получения информации. Недовольство высказали 12%, 16% и 16% соответственно.

Вышеуказанные показатели удовлетворенности несколько выше, чем за предыдущий год:

2021 год	проценты	
	Удовлетворен	Не удовлетворен
Уровень доступности	54	11
Уровень понятности	50	14
Удобство получения	50	18

В процессе исследования выявилось, что респонденты предпочитают и доверяют информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг города Лермонтова, размещаемой на официальном портале органов

местного самоуправления города Лермонтова, на официальных сайтах других органов исполнительной власти Ставропольского края и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и освещаемой по телевидению.

В целом, характеристика состояния конкуренции показала, что на обозначенных в регионе приоритетных и социально значимых рынках требуется продолжение реализации комплексных мер, направленных на развитие конкуренции в целях повышения удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг - цена, качество, возможность выбора.

II. Анализ итогов опросов субъектов предпринимательской деятельности

1. В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в городе Лермонтове проведен опрос 60 субъектов предпринимательской деятельности, что на 20% больше, чем в 2021 году. 12% опрошенных - юридические лица, 80% - индивидуальные предприниматели, 8% - самозанятые.

В ходе опроса, респондентам было предложено указать, в течение какого периода времени они осуществляют свою деятельность. Были получены следующие результаты:

- более 5 лет - 33% респондентов (20 предпринимателей);
- от 1 года до 5 лет - 66% респондентов (40 предпринимателей).

Это свидетельствует о том, что опрошенные предприниматели накопили определенный опыт ведения бизнеса и могут иметь богатый запас ответов на вопросы в сфере оценки развития конкурентной среды.

Все респонденты отнесли себя к микропредприятиям - 100%, общая выручка всех опрошенных до 120 млн. рублей. В основном численность работников не превышает 15 человек (88% опрошенных) и 12% предприятий с численностью работников от 16 до 100 человек.

Результаты опроса показали, что на вопросы анкеты отвечали собственники бизнеса - 66% общего числа респондентов, руководители высшего звена - 2%, руководители среднего звена - 3%, неруководящие сотрудники - 28%, то есть в опросе приняли участия лица, которые наиболее заинтересованы в развитии своего бизнеса.

Большая часть респондентов осуществляет свою деятельность в сфере легкой промышленности и в сфере пассажирских перевозок - по 18% от общего числа респондентов, 15% - дополнительного образования, 12% - реализация сельскохозяйственной продукции, 5% - обработка древесины и производство изделий из дерева, 7% - ремонт автотранспортных средств. Среди опрошенных есть предприниматели, оказывающие медицинские и социальные услуги, занятые в сфере наружной рекламы, санаторно-курортных и туристических услуг, выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, в производстве бетона.

2. Большая часть предпринимателей оценила условия ведения бизнеса как высокая конкуренция (45%), в сравнении с 2021 годом данный показатель увеличился на 9%. 50% респондентов оценили конкуренцию, как «очень высокая». В прошлом году это показатель был ниже - 30%. Умеренная конкуренция - 18% от общего числа опрошенных. К уровню 2021 года доля таких респондентов уменьшилась на 12%.

Результаты опроса показали, что 40% респондентов считает, что количество конкурентов увеличилось (что на 10% больше к уровню 2021 года), 8% опрошенных считают, что количество конкурентов уменьшилось (в 2021 году так считало 14% опрошенных), 38% - не увидели изменений.

3. В ходе опроса оценки состояние административных барьеров для ведения текущей деятельности, которую представляет организация, мнения разделились. Значительная часть предпринимателей считают, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат - 55%, этот показатель ниже предыдущего года на 5%. 15% считают, что есть административные барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, этот показатель выше предыдущего года на 5%.

5% опрошенных предпринимателей высказалась за отсутствие барьеров, а это плюс 1% по отношению к 2021 году.

Среди существенных административных барьеров выделила высокие налоги 35% (+7% к уровню 2021 года), необходимость установления партнерских отношений с органами власти - 16% (в 2021 году этот показатель был выше на 4%), ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий осложнили 22% респондентов. 5% опрошенных назвали нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность существенным барьером для своего бизнеса, 13% - сложность/затянутость процедуры получения лицензий. 8% опрошенных не увидели никаких ограничений, а это меньше на 12 %, чем в прошлом году.

Органы власти помогают своими действиями, считают 76% от общего числа респондентов, это на 12% ниже предыдущего года, неудовлетворенных помощью - 7%, этот показатель ниже предыдущего года на 5%. 16% предпринимателей затруднились ответить.

Большинство опрошенных определили, что за последние 3 года бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше - 14%, а это на 69% ниже, чем в 2021 году. По 8% решили, что количество административных барьеров отсутствовали, но сейчас появились, либо полностью устранены (в 2021 году эти показатели были ниже: по 5%).

60% предпринимателей высказалось об отсутствии дискриминационного доступа на товарные рынки, в предыдущем году данный показатель был значительно ниже - 24%. 8% опрошенных столкнулись в своей предпринимательской деятельности с продажей товара только в определенном ассортименте, продажей в наценку, разными условиями

поставки, 5% считают, что некоторые акты органов государственной власти субъектов Российской Федерации вводят ограничения в отношении создания хозяйствующих субъектов, осуществления ими отдельных видов деятельности, 26% затруднились ответить.

4. Жалоб за отчетный период 2022 года в контрольно-надзорные органы по данным вопросам от субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, услуг и работ не поступало.

5. Водоснабжение, водоотведение:

Небольшое количество респондентов отметила удовлетворительные сроки подключения (45% от общего числа), а также считает удовлетворительным сложность процедуры подключения (40% от общего числа). При этом 25% респондентов отметили высокую стоимость подключения к сетям водоснабжения, водоотведения. К уровню 2021 года на 7% повысилась степень удовлетворенности процедурой подключения, на 6% - сроками подключения, на 9% понизилась степень удовлетворенности стоимостью услуг.

Газоснабжение:

48% от общего числа респондентов отметила удовлетворительные сроки подключения и указала на сложность процедуры подключения (12% от общего числа). При этом 20% респондентов отметили высокую стоимость подключения к сетям газоснабжения.

К уровню 2021 года на 20% увеличилась степень удовлетворенности процедурой подключения, на 8% снизилась степень удовлетворенности сроками подключения.

Электроснабжение:

Часть респондентов отметила удовлетворительные сроки подключения (42% от общего числа), на сложность процедуры подключения указали 12% от общего числа). При этом 22% респондентов отметили высокую стоимость подключения к сетям электроснабжения.

К уровню 2021 года на 6% увеличилась степень удовлетворенности процедурой подключения, на 12% - сроками подключения и на 6% уменьшилась степень недовольства стоимостью услуг.

Теплоснабжение:

Часть респондентов отметила удовлетворительные сроки подключения (45% от общего числа), а также считает удовлетворительным сложность процедуры подключения (40% от общего числа), 30% респондентов удовлетворены стоимостью подключения к сетям теплоснабжения.

К уровню 2021 года на 21% увеличилась степень удовлетворенности процедурой подключения, на 14% - сроками подключения, на 6% уменьшилась степень удовлетворенности стоимостью.

Телефонная связь, сеть «Интернет»:

63% от общего числа опрошенных удовлетворительно оценила качество телефонной связи, сеть «Интернет», удовлетворительным сложность

процедуры подключения (65% от общего числа), довольны стоимостью подключения (53% от общего числа).

К уровню 2021 года на 33% увеличилась степень удовлетворенности процедурой подключения, на 25% - сроками подключения, на 23% - стоимостью процедуры.

Оценив результаты исследования, можно сделать выводы, что в целом участники исследования удовлетворены сроками, сложностью (количеством) процедур получения доступа и стоимостью подключения к услугам субъектов естественных монополий в Ставропольском крае, ниже показатели. Степень удовлетворенности значительно выше, чем аналогичные показатели в 2021 году.

Следует заметить, что 25% опрошенных затруднились оценить характеристику вышеуказанных услуг. Это связано с тем, что подавляющее количество опрошиваемых предпринимателей не сталкивались в отчетном году с подключением к сетям субъектов естественных монополий.

И все же, значительное количество опрошенных - 88% указало на повышение уровня цен на услуги субъектов естественных монополий за последние 3 года. Но и качество оказываемых услуг повысилось, считают 95%. В прошлом году эти показатели были значительно ниже (60% и 66% соответственно).

6. Большая часть респондентов ответила, что размещаемая информация о развитии конкуренции доступна (78% от общего числа респондентов, +4% к уровню 2021 года), понятна (72%, к уровню 2021 года показатель не изменился) и удобна для получения (78%, +10% к уровню 2021 года).

13% респондентов отметила, что не могут оценить степень удовлетворенности официальной информацией о развитии конкуренции, в том числе по причине того, что ничего не знают о наличии такой информации.

На основании проведенного опроса выявлено, что больше половины субъектов предпринимательской деятельности периодически пользуются официальной информацией, размещенной в специальных блогах, порталах и прочих электронных ресурсах, в своей деятельности, это показывает общую удовлетворенность информацией и ее востребованность.

7. Удовлетворенность деятельностью в сфере финансовых услуг, а также доступности для субъектов предпринимательской деятельности финансовых услуг города Лермонтова средняя:

	проценты								
	Стоимость			Качество			Доступность		
	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Банки	45	28	26	66	23	10	60	32	8
Микрофинансовые организации	18	66	15	22	63	15	58	26	15
Кредитные потребительские кооперативы	36	26	36	36	30	33	30	25	45
Ломбарды			100			100			100
Субъекты страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры)	38	52	10	35	35	13	48	40	12
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	3		96		3	96	3		96
Негосударственные пенсионные фонды	35	42	10	38	52	23	38	52	10
Брокеры			100			100			100

Достаточно высоко респонденты оценили качество банковских услуг - 66%, их доступность - 60% и стоимость - 45%.

58% опрошенных довольны доступностью микрофинансовых организаций, немного меньше удовлетворены качеством и стоимостью, оказываемых такими организациями, услуг - 22% и 18% соответственно.

Значительно улучшились показатели в сфере страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры). Если в прошлом году респонденты были крайне не удовлетворены стоимостью (32%) и качеством этих организаций (26%), то в этом году респонденты проявили относительную лояльность (38% и 35% соответственно).

Важно отметить, что в 2022 году у подавляющего большинства опрошенных вызвало затруднения в оценке деятельности таких финансовых организаций, как кредитные потребительские кооперативы, ломбарды, сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы, негосударственные пенсионные фонды, брокеры. Это связано с тем, что опрошенные предприниматели не пользуются услугами таких организаций.

Одними из существенных барьеров при доступе к финансовым услугам, по мнению опрошенных, являются: слишком низкая процентная ставка (для продуктов с процентным доходом) или слишком высокая (при

кредитовании) - 46%, нежелание предпринимателей брать кредиты и жить в долг - 23%.

В целом, предприниматели, участвующие в данном опросе, положительно оценивают развитие конкурентной среды - 78% опрошенных.

III. Анализ итогов опросов населения в отношении доступности финансовых услуг

Участниками опроса стали 112 человек. Среди них 48 - мужского пола, 64 - женского.

16% потребителей в возрасте от 18 до 24 лет, 22% - от 25 до 34 лет, 29% - от 35 до 44 лет, 14% - от 45 до 54 лет, 7% - от 55 до 64 лет, 11% - 65 и старше. Таким образом, в опросе приняли участие в основном люди среднего возраста.

Среди потребителей товаров и услуг 31% - работающих, 7% - безработных, 24% - учащихся и студентов, 13% - пенсионеры, 16% - предприниматели, 4% - домохозяйка, 4% - самозанятых.

38% потребителей имеют 2 детей, 33% - 1 ребенка, 19% - без детей. Распределение опрошенных потребителей товаров и услуг по уровню образования: 50% - высшее образование (22% - бакалавриат, 21% - специалитет, магистратура, 7% - подготовка кадров высшей категории), 32% - среднее профессиональное, 18% - общее среднее.

Материальное положение опрошенных:

- 40% - денег хватает на еду и одежду, но для более крупной покупки, пришлось бы копить или брать в долг/ кредит;

- 20% - могут позволить себе очень многое, но в ближайшем будущем не смогли бы самостоятельно накопить даже на однокомнатную квартиру;

- 12% - в случае необходимости мы можем купить основную бытовую технику и без привлечения заемных средств, но автомобиль для нас - непозволительная роскошь;

- 10% - у нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы сможем купить квартиру или дом;

- 11% - деньги есть только на еду, купить одежду - проблема;

- 8% - нет денег даже на еду.

Опрос показал, что потребители неохотно пользуются финансовыми продуктами: 25% опрошенных сделали вклад в банк, 10% респондентов обращались в микрофинансовую организацию, 4% - открыли индивидуальный инвестиционный счет, 6% - организовали страхование жизни.

Остальная часть опрошенных не пользовались финансовыми услугами последние 12 месяцев.

Одними из существенных барьеров при доступе к финансовым услугам, по мнению опрошенных является слишком низкая процентная ставка (для продуктов с процентным доходом). Так отметили 14% респондентов. 13% не доверяют финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать

в них денежные средства. 46% отметили отсутствие свободных денег главной причиной отказа от кредитных услуг.

Анализируя результаты опроса выяснилось, что 78% опрошенных пользуются зарплатными картами, 38% - пенсионными и социальными картами, 24% - кредитными картами, хотя и считают обслуживание карт слишком дорогим (7%). 75% - имеют кредиты. Активно используются различные типы дистанционного доступа к банковскому счету: 74% опрошенных регулярно совершают денежные переводы или платежи через мобильный банк или СМС. 20% не уверены в безопасности интернет-сервисов и не пользуются данным сервисом. Надо отметить, что данный показатель в 2021 году был ниже на 11%, это указывает на понижение уровня доверия интернет сервисам и цифровым технологиям.

71% респондентов пользуются страховыми продуктами (услугами), как обязательными, так и добровольными, 6% считают стоимость страхового полиса слишком высокой, 9% вообще не доверяют страховым организациям.

Удовлетворенность количеством и возможностью выбора финансовых организаций и услуг города Лермонтова высокая: 76% респондентов довольны количеством и удобством расположения банковских отделений, 69% - качеством дистанционного банковского обслуживания, 46% - имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг, 64% качеством интернет-связи.

75% респондентов довольны качеством переводов и платежей, 69% - использования расчетных (дебетовых), зарплатных карт, 54% - доступностью финансовых услуг по кредитованию.

Опрос показал, что на территории города Лермонтова есть все доступные каналы обслуживания и население активно ими пользуется.

Наиболее проблемными показателями при оценке доверия финансовым организациям оказались: микрофинансовые организации - 26%, страховые организации - 27%, а услугами кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, негосударственных пенсионных фондов, брокеров подавляющее большинство опрошенных (95-100%) не пользуются.