**Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках**

**товаров и услуг в Лежневском муниципальном районе Ивановской области**

**за 2024 год**

В целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции и выработки мероприятий по развитию конкуренции в муниципальном образовании, Администрацией Лежневского муниципального района проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг на территории Лежневского муниципального района.

**1.Общая характеристика социально-экономической**

**ситуации в 2024 году.**

По состоянию на 1 января 2025 года в Лежневском муниципальном районе согласно оценке зарегистрировано без учета садоводческих, потребительских кооперативов и общественных организаций 200 юридических лиц, из которых осуществляют коммерческую деятельность 147 предприятия, в том числе: 134 – малые и средние предприятия. На конец 2024 года зарегистрировано 469 индивидуальных предпринимателей и фермеров.

Наибольшее число зарегистрированных юридических лиц по обрабатывающим производствам –20,0 % (+3,2% к данным по состоянию на 01.01.2024 г.), далее идут в сфере торговли и общественного питания – 15,0% (-8,2%), строительство – 9,5% (-1,0%), сельское и лесное хозяйство – 8,5% (+1,7%), жилищные услуги – 6,5% (-0,3%), производство тепла и воды – 5,0% (+1,8%), транспорт и связь – 2,5% (-1,6%).

За 2024 год объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг по всем организациям района ожидается 10535,1 млн. рублей. В разрезе видов экономической классификации данный показатель представлен в таблице.

| Виды экономической деятельности | Объем отгруженных товаров, выполненных работ и услуг  |
| --- | --- |
| 2023 г | 2024 г - оценка  |
| тыс. руб. | в %к итогу | тыс. руб. | в %к итогу |
| ВСЕГО  | 20710818 | **100** | 10535096 | **100** |
| в том числе: |  |  |  |  |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 1667502 | **8,1** | 1588524 | **15,1** |
| Добыча полезных ископаемых | 0 | **0,0** | 0 | **0,00** |
| Обрабатывающее производство | 5542137 | **26,8** | 6188420 | **58,6** |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 144713 | **0,7** | 171012 | **1,7** |
| Строительство | 11444754 | **55,3** | 711864 | **6,8** |
| Оптовая и розничная торговля | 127776 | **0,6** | 27074 | **0,3** |
| Гостиницы и рестораны | 38175 | **0,2** | 74741 | **0,7** |
| Транспорт и связь | 1182909 | **5,7** | 1312655 | **12,5** |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 306580 | **1,5** | 367734 | **3,5** |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 256272 | **1,1** | 93072 | **0,8** |

Наиболее значимые отрасли для района – это обрабатывающее производство (58,7%), сельское хозяйство (15,1%), транспорт и связь (12,5%), строительство (6,8%).

Анализ основных экономических параметров развития Лежневского района по оперативным данным свидетельствует о ряде позитивных изменений, произошедших в 2024 году:

- численность занятого населения в экономике района по предварительным данным увеличилась на 0,1% к прошлому году,

- производства яиц и овощей составило соответственно 102,9% и 109,9% уровня прошлого года;

- объем инвестиций за счет всех источников (по крупным и средним организациям) по оперативным данным на уровне прошлого года;

- ожидается ввод жилья за счет средств населения почти 20 тыс.кв.метров или практически на уровне прошлого года;

- уровень зарегистрированной безработицы остался на уровне 0,1%;

- средняя месячная заработная плата по организациям ожидается 48001 рубля в месяц или 131,7% уровня 2023 года.

В то же время в районе сохраняются определенные проблемы:

- имеет место снижение численности населения района на 282 человека в результате превышения смертности над рождаемостью и отрицательной миграции;

- индекс промышленного производства за 2024 год ожидается 90,2% (Снижение в три раза производства текстильных изделий, на 12,5% производства химических продуктов при незначительном росте в остальных отраслях);

- объем продукции сельского хозяйства во всех категориях хозяйств в сопоставимых ценах ожидается 99,3% от уровня 2023 года;

- по сельхозпредприятиям прекращено производство молока;

- производство мяса скота и птицы, молока, зерновых и картофеля в 2024 году составило соответственно 59%, 46,2%, 70,7% и 99,3% от уровня прошлого года.

**Результаты опроса хозяйствующих субъектов и потребителей.**

В январе 2025 года Администрацией района был проведен опрос по оценке состояния и развития конкурентной среды, удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг на рынках Ивановской области. В нем приняло участие 83 респондента, из них: 31 субъект предпринимательской деятельности и 52  потребителя товаров и услуг.

**Анализ участников опроса оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг района.**

В анкетировании по состоянию и развитию конкурентной среды в районе приняли участие 8 юридических лиц и 23 индивидуальных предпринимателя, из них: 68% осуществляют бизнес более 5 лет, 29% - от 1 года до 5 лет, 3% - менее 1 года.

В 61% случаях или 19 предпринимателей - заполняли анкеты собственники бизнеса, в 32% или 10 предпринимателей - руководители высшего и среднего звена и 7% или 2 – не руководящих сотрудника.

52% или 16 организаций – это малые предприятия.

74% респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год и чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) и 19 % респондентов считают, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2 - 3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг, 3% респондентов считают, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) - нет конкуренции

В 52% анкет отмечено, что численность организации не более 15 человек, в 45% - от 16 до 100 человек и в 3% - от 101 до 250 человек. 78% участников – это представители микропредприятий с оборотом до 120 млн. рублей и 22% - с оборотом от 120 млн. руб. до 800 млн. руб.

В анкетировании приняли участие представители практически всех основных видов деятельности на территории района. 45% или 14 участников опроса оказывают услуги (по ремонту автотранспортных средств, по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, услуги, услуги в сфере жилищного строительства и др.), 19% или 6 предпринимателей выпускают конечную продукцию (семеноводство, рынок племенного животноводства), 13% - 4 предпринимателя производят компоненты для производства конечной продукции и столько же собственников бизнеса выпускают сырье и материалы для дальнейшей переработки (обработка древесины и производства изделий из дерева).

36% респондентов сказали, что реализуют продукцию и услуги на территории Ивановской области. 26% респондентов – на территории района. 32% респондентов считают, что их продукция и услуги имеют спрос за пределами Ивановской области.

Все потребители товаров и услуг являются жителями Лежневского района: 42 работающих, 1 безработный, 6 пенсионеров, 2 самозанятых гражданина, 1 студент. Более активными участниками опроса были женщины (88% или 46 человек), лица старше 35 лет и от 45 до 54 лет (39% - 18 человек и 31% - 14 человек соответственно). У многих респондентов имеются дети: у 54% или 28 респондентов - двое детей, у 27% или 14 опрошенных - один ребенок, участвовали 12% или 6 респондентов с тремя и более детьми, 8% или 4 человека, не имеющих детей.

Образовательный уровень участников опроса различный: лиц с высшим образованием – 68% (или 35 человек), со средним профессиональным образованием - 27% (или 14 человек), с общим средним образованием 4% (или 2 человека).

По среднедушевому доходу 52 респондента распределились следующим образом:

- два участника (4%) более 60 тыс. рублей в месяц на одного члена семьи;

- два участника (4%) с доходом в пределах от 45 до 60 тыс. рублей в месяц на одного члена семьи;

- восемнадцать участников (35%) с доходом в пределах от 30 до 45 тыс. рублей в месяц на одного члена семьи;

- девятьнадцать участников (37%) с доходом в пределах от 20 до 30 тыс. рублей в месяц на одного члена семьи;

- восемь участников (14%), доход в пределах от 10 до 20 тыс. рублей в месяц;

- три участника (6%), доход до 10 тыс. рублей в месяц.

**На вопрос какое из утверждений точнее всего описывает материальное положение Вашей семьи ответили следующим образом:**

Нам не всегда хватает денег даже на еду – 4 человек (8%);

У нас достаточно денег на еду, но купить одежду для нас - серьезная проблема - 3 человек (6%);

Нам хватает денег на еду и одежду, но для покупки холодильника или стиральной машины (или другой крупногабаритной техники) нам пришлось бы копить или брать в долг/кредит – 33 человека (63%);

В случае необходимости мы можем легко купить основную бытовую технику без привлечения заемных средств, но автомобиль для нас - непозволительная роскошь – 10 человек (19%);

Мы можем позволить себе очень многое, но в ближайшем будущем не смогли бы самостоятельно накопить даже на однокомнатную квартиру - 2 человека (4%);

**2.Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности.**

Часть участников 77% отметили, что в их бизнесе имеет место высокая и умеренная конкуренция.

 В целях повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг, владельцы бизнеса за последние 3 года:

- 29% или 9 человек приобретали технического оборудование;

- 23% или 7 респондентов занимались разработкой новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента;

- 26% или 8 владельцев бизнеса применяли новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии),

- 7% или 2 человека расширили системы представительств (торговой сети, сети филиалов и проч.),

- 7% или 2 человека - не предпринимали никаких действий;

- 3% или 1 человек провел обучение и переподготовку персонала.

36% или 11 участников опроса указали большое количество конкурентов своей сфере деятельности, у 29% или 9 респондентов–от 1 до 3 конкурентов и такое же количество респондентов ответили, что в их бизнесе представлено 4 и более конкурентов.

58% или 18 участников поставили положительные оценки по качеству официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе (уровню доступности, понятности и получения информации).

Часть опрошенных (52%) имеют четыре и более поставщиков основного товара, 32% - два-три поставщика, 13% - большое количество поставщиков,

Уровень конкуренции на отраслевом рынке района 65% или 20 респондентов оценили как «высокую» и «очень высокую», 26% или 8 человек оценили конкуренцию как «умеренную», 7% или 2 участника опроса – считают, что принадлежащему им бизнесу «нет конкуренции».

|  |
| --- |
| **Распределение по административным барьерам** |
| Наименование административных барьеров | Количество респондентов, чел. | Доля, % |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 0 | 0 |
| Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность  | 7 | 23 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 0 | 0 |
| Сложность/затянутость процедуры получений лицензий | 5 | 16 |
| Высокие налоги | 10 | 32 |
| Необходимость установления партнерских отношений с органами власти | 3 | 10 |
| Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 1 | 3 |
| Иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников | 0 | 0 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.) | 0 | 0 |
| Нет ограничений | 5 | 16 |
| Другое (пожалуйста укажите)Сложность получения банковских услуг | 0 | 0 |

На первом месте по значимости среди административных барьеров респонденты считают высокие налоги и нестабильность российского законодательства в сфере предпринимательской деятельности.

|  |
| --- |
| **Характеристика деятельности органов власти на основном для бизнеса, представляемого на рынке** |
|  | Количество респондентов, чел | Доля, % |
| Удовлетворен | 5 | 16 |
| Скорее удовлетворен | 19 | 61 |
| Скорее не удовлетворен | 2 | 7 |
| Не удовлетворен | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 5 | 16 |

77% или 24 участника поставили положительные оценки уровню деятельности органов власти и только 7% или 2 респондента оценили характеристики деятельности органов власти, как «неудовлетворительно» и 16% или 5 человек респондентов указали, что «затрудняются ответить на данный вопрос.

19% или 6 опрошенных преодолевают барьеры со значительными затратами, а 52% или 16 опрошенных преодолевают без затрат и не имеют барьеров.

|  |
| --- |
| **Распределение по уровню административных барьеров** |
|  | Количество респондентов, чел | Доля, % |
| Административные барьеры были полностью устранены | 0 | 0 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 11 | 36 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 8 | 26 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 0 | 0 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 0 | 0 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 6 | 19 |
| Затрудняюсь ответить | 6 | 19 |

 36% или 11 респондентов считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, 26% (8 участников) ответили, что уровень административных барьеров не изменился. 19% (6 участников) опроса считают, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее.

|  |
| --- |
| **Обращения за защитой своих прав потребителей, 52 человек** |
|  | Обращались, помогли | Обращались, безрезультатно | Не обращался |
| Роспотребнадзор | 1 | 1 | 50 |
| Росстандарт | 0 | 0 | 52 |
| Федеральная антимонопольная служба | 0 | 0 | 52 |
| Органы местного самоуправления | 10 | 8 | 34 |
| Органы власти Ивановской области | 1 | 2 | 49 |
| Прокуратура | 6 | 3 | 43 |
| Органы судебной власти | 2 | 0 | 50 |
| Уполномоченный по правам человека | 0 | 2 | 50 |

Большинство респондентов, принимавшие участие в опросе не обращались за защитой своих прав как потребитель из-за некачественных товаров и услуг. 35% или 18 человек обращались за помощью в органы местного самоуправления и 20% (10 чел.) была оказана помощь. В Роспотребнадзор обращались 2 человека, в органы прокуратуры 11% (9 человек), шестерым была оказана помощь.

**3. Мониторинг удовлетворенности качеством товаров и услуг и ценовой конкуренции на рынках района.**

Распределение респондентов по количеству организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках района:

В опросе принимали участие 52 респондента.

В районе в достатке развиты рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами и рынок услуг легкового такси (59,6% или 31 респондент и 51% или по 26 респондентов соответственно), рынок услуг дошкольного образования (60% или 31 опрошенных), рынок дополнительного образования (46% или 24 человека), рынок теплоснабжения и рынок купли-продажи электроэнергии (42% или 22 опрошенных и 46% или 24 человека соответственно).

По мнению большинства участников опроса, отсутствует рынок услуг среднего профессионального образования (85% или 44 человека) и рынок медицинских услуг – 86% или 45 человек.

Мало организаций или они отсутствуют совсем по следующим рынкам товаров и услуг района:

- рынок услуг перевозок пассажиров по муниципальным маршрутам – 67% и 35,

- рынок услуг перевозок пассажиров за пределы муниципалитета – 58% и 30,

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 77% и 40,

- рынок дорожной отрасли - 63% и 33,

- рынок добычи ископаемых – 69% и 36,

- рынок производства кирпича -67% и 35,

- рынок производства бетона -65% и 34,

- рынок жилищного строительства – 63% и 33,

- рынок племенного животноводства – 69% и 36,

- рынок семеноводства – 67% и 35,

- рынок вылова биоресурсов – 65 % и 34,

- рынок переработки биоресурсов – 67% и 35,

- рынок нефтепродуктов – 62% и 32,

- рынок архитектурно-строительного проектирования – 62% и 32.

|  |
| --- |
| **Число респондентов, удовлетворенных следующими характеристиками товаров и услуг на рынках района, 52 чел.**(*1* – удовлетворен, *2*- скорее удовлетворен, *3* – скорее не удовлетворен, *4* – не удовлетворен, *5* – затруднились ответить)  |
|  | Уровень цен | Качество | Ассортимент  |
|  | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** |
| Рынок услуг дошкольного образования | 4 | 13 | 8 | 7 | 20 | 22 | 12 | 2 | 6 | 10 | 16 | 13 | 9 | 5 | 9 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 0 | 5 | 10 | 9 | 28 | 11 | 9 | 6 | 7 | 19 | 2 | 5 | 6 | 23 | 16 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 0 | 5 | 10 | 9 | 28 | 4 | 11 | 1 | 9 | 27 | 3 | 11 | 1 | 26 | 14 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 3 | 6 | 12 | 10 | 21 | 12 | 16 | 3 | 3 | 18 | 7 | 20 | 11 | 7 | 6 |
| Рынок медицинских услуг | 2 | 3 | 17 | 21 | 9 | 7 | 9 | 5 | 23 | 11 | 3 | 7 | 16 | 21 | 5 |
| Рынок социальных услуг | 0 | 12 | 13 | 20 | 10 | 6 | 12 | 2 | 0 | 35 | 4 | 18 | 7 | 4 | 18 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными средствами | 0 | 15 | 14 | 23 | 3 | 17 | 15 | 6 | 4 | 10 | 13 | 18 | 11 | 7 | 3 |
| Рынок теплоснабжения | 6 | 5 | 16 | 19 | 6 | 7 | 9 | 22 | 10 | 4 | 15 | 21 | 4 | 2 | 10 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 3 | 12 | 10 | 19 | 8 | 14 | 13 | 3 | 1 | 7 | 15 | 24 | 3 | 1 | 12 |
| Рынок строительства капитальных объектов | 0 | 9 | 8 | 16 | 19 | 6 | 8 | 14 | 9 | 15 | 3 | 8 | 3 | 2 | 39 |
| Рынок услуг по сбору ТКО | 1 | 12 | 15 | 21 | 6 | 12 | 19 | 3 | 10 | 8 | 12 | 24 | 3 | 1 | 12 |
| Рынок купли-торговли электроэнергии | 5 | 12 | 10 | 23 | 2 | 10 | 7 | 8 | 14 | 13 | 10 | 14 | 12 | 6 | 10 |
| Рынок производства электроэнергии | 4 | 12 | 17 | 10 | 9 | 13 | 22 | 2 | 0 | 15 | 15 | 23 | 2 | 1 | 14 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 1 | 10 | 11 | 12 | 18 | 7 | 12 | 19 | 4 | 10 | 17 | 25 | 1 | 1 | 11 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 2 | 9 | 10 | 21 | 10 | 6 | 10 | 23 | 5 | 8 | 13 | 22 | 2 | 1 | 14 |
| Рынок легкового такси | 1 | 5 | 8 | 36 | 2 | 13 | 18 | 8 | 4 | 9 | 15 | 26 | 2 | 4 | 5 |
| Рынок дорожной отрасли | 6 | 10 | 10 | 13 | 13 | 5 | 10 | 4 | 0 | 36 | 3 | 10 | 3 | 1 | 38 |
| Рынок услуг связи | 7 | 11 | 8 | 17 | 9 | 16 | 19 | 3 | 1 | 13 | 13 | 23 | 2 | 1 | 16 |
| Рынок строительства | 8 | 11 | 15 | 9 | 9 | 8 | 11 | 2 | 2 | 32 | 5 | 12 | 4 | 2 | 32 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 2 | 8 | 17 | 11 | 14 | 5 | 9 | 2 | 0 | 39 | 1 | 10 | 3 | 3 | 38 |
| Рынок племенного животноводства | 0 | 3 | 9 | 15 | 25 | 2 | 3 | 3 | 0 | 47 | 1 | 5 | 2 | 5 | 42 |
| Рынок семеноводства | 2 | 6 | 7 | 16 | 21 | 2 | 3 | 2 | 1 | 47 | 1 | 5 | 2 | 4 | 43 |
| Рынок вылова водных биоресурсов | 0 | 1 | 9 | 17 | 25 | 2 | 3 | 2 | 1 | 47 | 1 | 4 | 2 | 5 | 43 |
| Рынок переработки водных биоресурсов | 0 | 0 | 7 | 18 | 27 | 2 | 3 | 2 | 1 | 47 | 1 | 4 | 2 | 5 | 43 |
| Рынок товарной аквакультуры | 1 | 2 | 9 | 15 | 25 | 2 | 3 | 2 | 1 | 47 | 1 | 4 | 2 | 4 | 44 |
| Рынок добычи полезных ископаемых | 0 | 5 | 6 | 13 | 28 | 2 | 3 | 2 | 1 | 47 | 1 | 4 | 2 | 3 | 45 |
| Рынок легкой промышленности | 9 | 13 | 15 | 6 | 9 | 5 | 4 | 3 | 1 | 42 | 3 | 6 | 3 | 3 | 40 |
| Рынок обработки древесины | 7 | 16 | 12 | 7 | 10 | 6 | 4 | 3 | 1 | 41 | 4 | 5 | 2 | 2 | 42 |
| Рынок производства кирпича | 0 | 4 | 21 | 18 | 9 | 3 | 4 | 2 | 1 | 45 | 2 | 5 | 2 | 2 | 44 |
| Рынок производства бетона | 1 | 3 | 16 | 17 | 15 | 3 | 4 | 2 | 0 | 46 | 2 | 4 | 1 | 3 | 45 |
| Сфера наружной рекламы | 4 | 3 | 18 | 14 | 13 | 6 | 3 | 2 | 1 | 43 | 3 | 7 | 1 | 1 | 43 |
| Рынок ремонта автотранспортных средств | 5 | 2 | 10 | 10 | 25 | 6 | 7 | 2 | 0 | 40 | 6 | 4 | 3 | 2 | 40 |
| Рынок нефтепродуктов |  1 | 3 | 12 | 27 | 9 | 12 | 17 | 8 | 4 | 11 | 21 | 11 | 10 | 6 | 4 |

Положительные оценки «Удовлетворен» и «Скорее удовлетворен» дали наибольшее количество респондентов уровню качества услуг в следующих рынках района: рынок услуг дошкольного образования (соответственно 22 и 12 респондентов), рынок услуг дополнительного образования детей (12 и 16 респондентов), рынок услуг розничной торговли лекарственными средствами (17 и 15 опрошенных), рынок услуг по сбору ТКО (13 и 22 опрошенных), рынок производства электроэнергии (13 и 22 респондентов), рынок легкового такси (13 и 18 респондентов), рынок услуг связи (16 и 19опрошенных).

Часть опрошенных удовлетворены уровнем и возможностью выбора услуг дополнительного образования (27 участников), рынок услуг дошкольного образования (29 участников), рынок теплоснабжения (32 респондента), рынок производства электроэнергии (35 участников), рынок легкового такси (41 чел.), услуг по перевозке пассажиров на межмуниципальных и внутримуниципальных маршрутах (31 респондент). В связи неразвитостью рынков (рынок архитектурно-строительного проектирования, племенного животноводства, семеноводства, рынок добычи полезных ископаемых, рынки биоресурсов и аквакультуры показали затруднения в ответе большинства участников опроса.

По всем без исключения рынкам по ценам товаров и услуг большинство респондентов поставили оценки «Скорее не удовлетворен» и «Не удовлетворен».

Участники опроса считают, что выше цены в Ивановской области по сравнению с другими регионами:

- рынок легкового такси – 44 респондентов,

 - на медицинские услуги – 38 респондентов,

-рынок услуг розничной торговли лекарственными средствами – 37 респондентов,

- рынок нефтепродуктов – 39 респондентов,

- рынок производства кирпича – 39 участников,

- рынок производства бетона – 33 участников,

- на услуги по теплоснабжению – 35 респондентов;

- рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии – 33 респондентов;

- рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам – 31 респондент.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Число респондентов, отметивших на каких рынках товаров и услуг слабо развита конкуренция, что негативно сказывается на качестве товара и ценах |
| Рынок услуг дошкольного образования |  |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 9 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 11 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 2 |
| Рынок медицинских услуг | 14 |
| Рынок социальных услуг |  |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными средствами | 1 |
| Рынок услуг по благоустройству |  |
| Рынок производства тепловой энергии | 7 |
| Рынок услуг строительства капитальных объектов | 2 |
| Рынок услуг по сбору ТКО | 9 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 10 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 15 |
| Рынок легкового такси | 11 |
| Рынок дорожной отрасли | 5 |
| Рынок услуг связи |  |
| Рынок жилищного строительства | 9 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 1 |
| Рынок племенного животноводства | 4 |
| Рынок семеноводства | 2 |
| Рынок вылова водных биоресурсов |  |
| Рынок переработки водных биоресурсов |  |
| Рынок товарной аквакультуры |  |
| Рынок добычи полезных ископаемых |  |
| Рынок легкой промышленности |  |
| Рынок обработки древесины | 3 |
| Рынок производства кирпича | 13 |
| Рынок производства бетона | 9 |
| Сфера наружной рекламы |  |
| Электроэнергия  | 6 |
| Услуги ремонта автотранспортных средств | 2 |
| Рынок нефтепродуктов | 3 |

Отмечено, что слабо развита конкуренция:

- на рынке медицинских услуг – 14 респондентов,

-на рынке услуг среднего профессионального образования – 11 респондентов,

- на рынке детского отдыха и оздоровления – 9 респондентов,

- на рынке услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам – 15 человек,

- на рынке услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам – 10 респондентов,

- на рынке легкового такси – 11 респондентов,

- на рынке производства кирпича - человек,

- на рынке производства бетона – 9 человек,

- на рынке жилищного строительства – 9 респондентов,

- на рынке теплоснабжения – 7 респондентов,

- на рынке дорожной отрасли – 5 респондентов.

Большинство респондентов считают, что изменения в течение трех последних лет на рынке услуг детского отдыха и оздоровления, среднего профессионального образования, дорожной отрасли, на рынках медицинских и социальных услуг, услуг в сфере легкового такси и организации перевозки пассажиров отсутствуют.

Наибольшее число участников опроса отметили отсутствие увеличения организаций в сферах ЖКХ, теплоснабжения, сбора ТКО.

За последние три года наибольшее число участников опроса отметили рост цен во всех отраслях. Качество и возможность выбора остались неизменными.

**4. Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Уполномоченным органом и муниципальными образованиями**

|  |
| --- |
| **Оценка предпринимателями официальной информации о состоянии конкурентной среды** **(число респондентов из 31 предприниматель)** |
|  | Удовлетво-рительно | Скорее удовлетво-рительно | Скорее неудовлетво-рительно | Неудовлетво-рительно | Затрудняюсь ответить |
| Уровень доступности | 9 | 12 | 6 | 0 | 4 |
| Уровень понятности | 11 | 10 | 5 | 0 | 5 |
| Удобства получения | 13 | 8 | 3 | 5 | 2 |

Большинство предпринимателей считают «Удовлетворительной» **официальную информацию о состоянии конкурентной среды.**

|  |
| --- |
| **Оценка потребителей официальной информации о состоянии конкурентной среды (число респондентов из 52 человека)** |
|  | Удовлетво-рительное | Скорее удовлетв. | Скорее неудовт. | Неуд. | Затрудняюсь ответить |
| Уровень доступности | 12 | 16 | 5 | 8 | 11 |
| Уровень понятности | 18 | 9 | 9 | 10 | 6 |
| Удобства получения | 10 | 14 | 10 | 3 | 15 |

|  |
| --- |
| **Оценка предпринимателями полноты размещенной органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, уполномоченным содействовать развитию конкуренции и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды (число респондентов из 31 предприниматель)** |
|  | Удовлетво-рительное | Скорее удовлетво-рительно | Скорее неудовлетво-рительно | Неудовлетво-рительно | Затрудняюсь ответить |
| Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе | 10 | 14 | 4 | 0 | 3 |
| Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе | 11 | 9 | 5 | 5 | 1 |
| Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона | 14 | 9 | 4 | 0 | 4 |
| Обеспечение доступности «дорожной карты» региона | 16 | 7 | 2 | 0 | 6 |
| Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона | 8 | 9 | 8 | 4 | 2 |
| Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе | 13 | 10 | 1 | 0 | 7 |

|  |
| --- |
| **Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего** **(число респондентов из 31 предприниматель)** |
|  | Предпочитаю пользоваться  | Доверяю больше всего | Затрудняюсь ответить |
| Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» | 28 | 0 | 3 |
| Официальная информация, размещенная на интернет–портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 30 | 1 | 0 |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 24 | 5 | 2 |
| Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 29 | 2 | 0 |
| Телевидение | 31 | 0 | 0 |
| Печатные средства массовой информации | 31 | 0 | 0 |
| Радио | 28 | 0 | 3 |
| Специальные блоги, порталы и порталы, и прочие электронные ресурсы | 30 | 0 | 1 |

|  |
| --- |
| **Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего** **(число респондентов 52)** |
|  | Предпочитаю пользоваться  | Доверяю больше всего | Затрудняюсь ответить |
| Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» | 29 | 18 | 5 |
| Официальная информация, размещенная на интернет–портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 27 | 16 | 9 |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 32 | 2 | 18 |
| Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 27 | 9 | 16 |
| Официальная информация, размещенная на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 34 | 10 | 8 |
| Официальная информация, размещенная на сайте Федеральной антимонопольной службы | 21 | 12 | 19 |
| Органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 36 | 10 | 6 |
| Телевидение | 47 | 0 | 5 |
| Печатные средства массовой информации | 28 | 7 | 17 |
| Радио | 33 | 9 | 10 |
| Специальные блоги, порталы и порталы, и прочие электронные ресурсы | 31 | 8 | 13 |

Основными источниками получения информации являются интернет, сайты ОМСУ и всех организаций. Большинство предпринимателей и потребителей удовлетворены получаемой информацией. Многие респонденты «затруднились» при уточнении источников информации.

В целях повышения уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в Ивановской области на официальном сайте администрации Лежневского муниципального района в подразделе «Потребительский рынок» раздел «Экономика» размещено распоряжение Администрации Лежневского муниципального района Ивановской области от 31.03.2022 № 131 «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию конкуренции в Лежневском муниципальном районе Ивановской области на 2022-2025 гг.» и распоряжение Администрации Лежневского муниципального района Ивановской области от 21.04.2023 № 168 «О внесении изменений в распоряжение Администрации Лежневского муниципального района Ивановской области от 31.03.2022 № 131 «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию конкуренции в Лежневском муниципальном районе Ивановской области на 2022-2025 гг. (отчет по исполнению «дорожной карты» за 2024 год представлен в Приложении 2 к письму). Ежегодно в этом же подразделе и в разделе «Новости» размещаются доклады о состоянии и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в Лежневском муниципальном районе. Таким образом обеспечивается информирование субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг муниципального района о работе, проводимой в Ивановской области в целях содействия развитию конкуренции.

**5. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории района.**

|  |
| --- |
| **Оценка бизнесом (число респондентов - 31 предприниматель)**  |
|  | Доступа к услугам по количеству процедур | По срокам получения доступа (дней) |
|  | 2 | 3-5 | 6-8 | 9 и более |  |  | До 50 | 51-90 | 91-150 | 151-180 |  |
| Подключение к электросетям | 10 | 15 | 3 | 3 |  |  | 9 | 13 | 7 | 2 |  |
| Подключение к сетям водоснабжения и водоотведения | 10 | 16 | 4 | 2 |  |  | 6 | 17 | 5 | 3 |  |
| Подключение к тепловым сетям | 11 | 14 | 3 | 3 |  |  | 5 | 14 | 6 | 6 |  |
| Подключение к телефонной сети | 13 | 11 | 4 | 3 |  |  | 13 | 11 | 6 | 1 |  |
| Получение доступа к земельному участку | 16 | 9 | 5 | 2 |  |  | 8 | 19 | 2 | 2 |  |

 Небольшое количество респондентов из принявших участие в анкетировании сталкивалось с процессом получения доступа к указанным услугам по месту ведения бизнеса (2-5 респондентов 3-8% соответственно).

|  |
| --- |
| **Оценка бизнесом (число респондентов - 31 предприниматель)** |
|  | Сроков получения услуг  | Стоимости подключения |
|  | неуд. | уд. | затрудняюсь | неуд. | уд. | затрудняюсь |
| водоснабжение, водоотведение | 3 | 25 | 3 | 5 | 21 | 5 |
| водоочистка | 5 | 24 | 2 | 7 | 19 | 5 |
| газоснабжение | 0 | 30 | 1 | 3 | 23 | 5 |
| электроснабжение | 0 | 29 | 2 | 1 | 25 | 5 |
| теплоснабжение | 3 | 27 | 1 | 3 | 24 | 4 |
| телефонная связь | 0 | 31 | 0 | 0 | 25 | 6 |

Большинство респондентов удовлетворены сроками получения услуг и стоимостью подключения.

|  |
| --- |
| **Оценка бизнесом (число респондентов - 31 предприниматель)** |
|  | Сложность (количество) процедур подключения | Качество услуг за последние 5 лет |
|  |  увел. | снизилось | не изменилось | ухудшилось | улучшилось | не изменилось |
| водоснабжение, водоотведение | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |
| водоочистка | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |
| газоснабжение | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |
| электроснабжение | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |
| теплоснабжение | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |
| телефонная связь | 0 | 0 | 31 | 0 | 0 | 31 |

100% респондентов считают, что сложность (количество) процедур подключения и качество услуг субъектов естественных монополий, предоставляемых по месту ведения бизнеса, за последние 5 лет, не изменилось. Большинство предпринимателей ответили, что не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами монополий и дискриминационными условиями доступа на товарный рынок или затруднились ответить (26 и 5 респондентов).

|  |
| --- |
| **Оценка бизнесом (число респондентов - 31 предприниматель)** |
| Как изменился уровень цен на услуги за последние 5 лет | Качество услуг по техническомуприсоединению |
|  | снизился | увеличился | не изменился | скорее неудовт. | скорее удовлет. | удовлетво-рительно | Затруд. ответить |
| водоснабжение, водоотведение | 0 | 31 | 0 | 1 | 22 | 5 | 3 |
| водоочистка | 0 | 31 | 0 | 2 | 24 | 3 | 2 |
| газоснабжение | 0 | 31 | 0 | 2 | 21 | 6 | 2 |
| электроснабжение | 0 | 31 | 0 | 2 | 20 | 7 | 2 |
| теплоснабжение | 0 | 31 | 0 | 1 | 21 | 6 | 3 |
| телефонная связь | 0 | 31 | 0 | 1 | 19 | 8 | 3 |

100% респондентов, что уровень цен на услуги за последние 5 лет «Увеличился», качество услуг находится на уровне «Скорее удовлетворительно».

|  |  |
| --- | --- |
|  | Оценка качества услуг естественных монополий 52 человека потребителей  |
|  | уд. | скорее уд. | скореенеуд. | затрудняюсь |
| Услуги по водоснабжению, водоотведению | 16 | 17 | 15 | 4 |
| Услуги газоснабжения | 19 | 27 | 2 | 6 |
| Услуги электроснабжения | 17 | 28 | 2 | 5 |
| Услуги теплоснабжения | 18 | 17 | 11 | 6 |
| Услуги телефонной связи | 16 | 28 | 2 | 6 |

Большинство отмечают удовлетворительное и скорее удовлетворительное качество услуг естественных монополий при росте цен, 29% и 21% потребителей неудовлетворены услугами по водоснабжению, водоотведению и теплоснабжению.

**6. Ежегодный мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг (число респондентов 52 человека).**

В рамках мониторинга были получены оценки населения относительно их удовлетворенности работой/сервисом финансовых организаций, их количеством и удобством расположения, их доступностью, достаточностью каналов обслуживания. В ходе мониторинга проведен анализ использования населением различных финансовых продуктов и услуг в определенный период времени. Получены следующие данные:

**Как часто пользовались потребители услугами финансовых организаций:**

* 8% или 4 человек – не реже, чем раз в неделю;
* 60% или 31 человек – не реже, чем 1 раз в год;
* 13% или 7 человек – не реже, чем 1 раз в месяц;
* 19% или 10 человека – не реже, чем 1 раз в 3 месяца.

|  |
| --- |
| **Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) пользовались** **за последние 12 месяцев (число респондентов из 52 человек)** |
|  | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | Не использовался за последние 12 месяцев |
| Банковский вклад | 17 | 16 | 25 |
| Договор на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации | 1 | 4 | 48 |
| Договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе | 0 | 0 | 52 |
| Договор на размещение средств в форме займа в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе | 2 | 1 | 49 |
| Индивидуальный инвестиционный счет | 8 | 3 | 41 |
| Инвестиционное страхование жизни | 7 | 3 | 42 |
| Брокерский счет | 0 | 0 | 52 |
| Вложение средств в паевой инвестиционный фонд | 2 | 5 | 45 |

Потребители указали причины отказа использования от вышеперечисленных финансовых продуктов (услуг) за последние 12 месяцев:

* 52% или 27 человек – данными услугами уже пользуются другие члены моей семьи;
* 36% или 19 человек – у меня недостаточно свободных денег;
* 13% или 7 человек – предлагаемая процентная ставка слишком низкая (для продуктов с процентным доходом);
* 21% или 11 человек – я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства;
* 11% или 6 человек – отделение финансовой организации находится слишком далеко от меня.

|  |
| --- |
| **Какими из перечисленных платежных карт пользовались потребители****за последние 12 месяцев (число респондентов из 52 человека)** |
|  | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | Не использовался за последние 12 месяцев |
| Зарплатная карта (банковская карта, предназначенная для выплаты сотруднику заработной платы и других денежных начислений (премий, командировочных, материальной помощи и т.д.) организацией, заключившей с банком договор на обслуживание в рамках зарплатного проекта) | 38 | 6 | 8 |
| Расчетная (дебетовая) карта для получения пенсий и иных социальных выплат | 12 | 4 | 36 |
| Другая расчетная (дебетовая) карта, кроме зарплатной карты и (или) карты для получения пенсий и иных социальных выплат | 5 | 2 | 45 |
| Кредитная карта | 16 | 10 | 26 |

Основаниями для не использования платежных карт за последние 12 месяцев потребители указали:

* 2% или 2 человека – отделения банков находятся слишком далеко от меня;
* 4% или 1 человек - банкоматы находятся слишком далеко от меня;
* 5% или 3 человека - обслуживание карты стоит слишком дорого;
* 23% или 12 человек - у меня недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте и использования этих финансовых продуктах;
* 14% или 7 человек - платежная карта есть у других членов моей семьи.

Большинство 67% или 35 человек из принимавших участие в голосовании – не использовали (расчетный счет без возможности получения дохода в виде процентов, отличным от счета по вкладу или счета платежной карты), 14% или 7 человек не имеют сейчас, но использовали за последние 12 месяцев и 19% или 10 человек имеют сейчас.

|  |
| --- |
| **Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг)** **Вы пользовались за последние 12 месяцев? (число респондентов из 52 человек)** |
|  | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | Не использовался за последние 12 месяцев |
| Онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) | 2 | 3 | 47 |
| Иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом | 1 | 2 | 49 |
| Использование кредитного лимита по кредитной карте | 12 | 3 | 40 |
| Онлайн-заем в микрофинансовой организации (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) | 1 | 4 | 47 |
| Иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-займом | 0 | 1 | 51 |
| Онлайн-заем в кредитном потребительском кооперативе | 0 | 0 | 52 |
| Иной заем в кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом | 0 | 0 | 52 |
| Онлайн-заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе | 2 | 1 | 49 |
| Иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом | 0 | 0 | 52 |
| Заем в ломбарде | 0 | 1 | 51 |

За последние 12 месяцев 19% или 10 человек использовали кредитный лимит по кредитной карте.

Основаниями для отказа использования финансовых продуктов потребители указали:

* 23% или 12 человек – Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг;
* 46% или 24 человека – процентная ставка очень высокая;
* 8% или 4 человека – использую другие способы получить заем (неформальные источники (родные и друзья, заем у работодателя);
* 29% или 15 человек – я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы привлекать у них денежные средства;
* 21% или 11 человек – кредит/заем оформлен на других членов семьи;
* 13% или 7 человек – я не уверен в технической безопасности онлайн-сервисов финансовых организаций;
* 25% или 13 человек – нет необходимости в заемных средствах;
* 6% или 3 человека – отделения финансовых организаций находятся слишком далеко от меня.

|  |
| --- |
|  **Какими из перечисленных типов дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты) пользовались потребители за последние 12 месяцев (число респондентов из 52 человек)** |
|  | Да, пользовался | Нет не пользовался за последние 12 месяцев |
| Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер) | 32 | 20 |
| Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью планшета или смартфона (через веб-браузер) на мобильном устройстве без использования специального приложения (программы) и без использования СМС команд (однако на номер телефона могут приходить подтверждающие коды) | 37 | 15 |
| Денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета | 41 | 11 |
| Денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона – с помощью отправки смс на короткий номер | 38 | 14 |

Причинами отказа от использования вышеперечисленных типов дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты) потребители указали:

-15 % или 8 человек – я не обладаю навыками использования таких технологий;

- 21% или 11 человек – я не уверен в безопасности интернет-сервисов;

- 11% или 6 человек – у меня нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона;

- 10% или 5 человек – у меня отсутствует возможность интернет-подключения или качество интернета не позволяет получить дистанционный доступ к финансовым услугам.

|  |
| --- |
| **Какими из перечисленных страховых продуктов пользовались потребители****за последние 12 месяцев (число респондентов из 52 человек)** |
|  | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | Не использовался за последние 12 месяцев |
| Добровольное страхование жизни | 7 | 5 | 40 |
| Другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование, добровольное имущественное страхование гражданской ответственности). | 9 | 6 | 37 |
| Другое обязательное страхование | 3 | 3 | 46 |

Основания для отказа использования вышеуказанных продуктов потребители указали:

* 21% или 11 человек – стоимость страхового полиса очень высокая;
* 16% или 8 человек – договор добровольного страхования есть у других членов моей семьи;
* 10% или 5 человек – другие не выгодные условия страхового договора;
* 17% или 9 человек – не вижу смысла в страховании;
* 36% или 19 человек – я не доверяю страховым организациям.

|  |
| --- |
|  **Оценка потребителей работой/сервисом следующих финансовых организаций при оформлении и/или использовании финансовых услуг или в любых других случаях** **(число респондентов 52 человека)** |
|  | Качество услуг  | Уровень доверия |
|  | Полностью не удовлетво-рен | Скорее не удовлетворен | Скорее удовлетворен | Полностью удовлетворен | Не сталкивался | Полностью не доверяю | Скорее не доверяю | Скорее доверяю | Полностью доверяю | Не сталкивался |
| Банки | 3 | 7 | 12 | 9 | 21 | 1 | 2 | 13 | 11 | 25 |
| Микрофинансовые организации | 1 | 3 | 0 | 2 | 46 | 0 | 6 | 0 | 1 | 45 |
| Кредитные потребительские кооперативы | 0 | 0 | 0 | 0 | 52 | 0 | 3 | 0 | 0 | 49 |
| Ломбарды | 0 | 1 | 0 | 2 | 49 | 0 | 5 | 0 | 0 | 47 |
| Субъекты страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры) | 4 | 7 | 11 | 2 | 26 | 0 | 5 | 5 | 7 | 35 |
| Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы | 0 | 1 | 0 | 3 | 48 | 0 | 0 | 2 | 1 | 49 |
| Негосударственные пенсионные фонды | 5 | 2 | 2 | 0 | 43 | 0 | 6 | 2 | 8 | 36 |
| Брокеры | 0 | 0 | 0 | 0 | 52 | 0 | 7 | 0 | 0 | 45 |

 Большинство респондентов «не сталкивалось» с указанными финансовыми организациями для оформления и/или использования финансовых услуг. Качеством услуг, предоставляемых банками «Скорее удовлетворены» и «Полностью удовлетворены» 40% респондентов (или 12 и 9 человек соответственно).

Высокий уровень доверия оказан банкам по оценкам потребителей «Скорее доверяю» и «Полностью доверяю» 46% (или 13 и 11человек соответственно).

|  |
| --- |
| **Оценка удовлетворенности следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда Вы сталкивались с ними (число респондентов 52 человека)** |
|  | Полностью не удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Скорее удовлетворен | Полностью удовлетворен | Не сталкивался |
| Банки | 4 | 11 | 17 | 6 | 14 |
| Микрофинансовые организации | 0 | 0 | 0 | 3 | 49 |
| Кредитные потребительские кооперативы | 6 | 2 | 0 | 0 | 44 |
| Ломбарды | 0 | 4 | 0 | 0 | 48 |
| Субъекты страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры) | 2 | 6 | 5 | 0 | 39 |
| Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы | 0 | 0 | 2 | 0 | 50 |
| Негосударственные пенсионные фонды | 3 | 2 | 3 | 7 | 37 |
| Брокеры | 6 | 0 | 0 | 0 | 46 |

Из проведенного опроса видно, что большинство респондентов не сталкивались с: - микрофинансовыми организациями;

* кредитными потребительскими кооперативами;
* ломбардами;
* сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами;
* брокерами;
* ломбардами.

|  |
| --- |
| **Оценка удовлетворенности потребителем в пункте проживания****(число респондентов 52 человека)** |
|  | Полностью не удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Скорее удовлетворен | Полностью удовлетворен | Не сталкивался |
| Количеством и удобством расположения банковских отделений | 12 | 18 | 6 | 7 | 9 |
| Качеством дистанционного банковского обслуживания | 6 | 11 | 22 | 5 | 8 |
| Имеющимся у Вас выбором различных банков для получения необходимых Вам услуг | 16 | 12 | 8 | 5 | 11 |
| Количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов | 0 | 9 | 2 | 6 | 35 |
| Имеющимся у Вас выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов для получения необходимых Вам услуг | 2 | 0 | 3 | 0 | 47 |
| Количеством и удобством расположения субъектов страхового дела | 7 | 13 | 4 | 8 | 20 |
| Имеющимся у Вас выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам услуг | 3 | 11 | 7 | 3 | 28 |
| Количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов | 8 | 17 | 2 | 5 | 20 |
| Имеющимся у Вас выбором различных негосударственных пенсионных фондов для получения необходимых Вам услуг | 10 | 5 | 4 | 1 | 32 |
| Количеством и удобством расположения брокеров | 1 | 1 | 0 | 0 | 50 |
| Имеющимся у Вас выбором различных брокеров для получения необходимых Вам брокерских услуг | 2 | 3 | 0 | 1 | 46 |
| Качеством интернет-связи | 8 | 6 | 17 | 9 | 12 |
| Качеством мобильной связи | 6 | 11 | 22 | 13 | 0 |

 Большинство отмечают, что «скорее удовлетворены» и «полностью удовлетворены» наличием выше перечисленных услуг в населенном пункте и качеством интернет и мобильной связи.

|  |
| --- |
|  **Оценка потребителей каналов обслуживания в населенном пункте****(число респондентов из 52 человека)** |
|  | Доступность (по шкале от 1 до 5) | Доступность с наименьшей затратой времени (по шкале от 1 до 5) |
|  | 1- практически недоступно | 2 | 3 | 4 | 5- легко доступно | 1 - на доступ трачу много времени | 2 | 3 | 4 | 5-Могу воспользоваться быстро |
| Касса в отделении банка | 12 | 3 | 9 | 13 | 15 | 1 | 1 | 13 | 8 | 32 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка | 14 | 10 | 5 | 6 | 17 | 12 | 7 | 10 | 8 | 15 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств), установленный не в отделении банка | 18 | 12 | 5 | 9 | 8 | 16 | 7 | 8 | 11 | 10 |
| POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 6 | 4 | 8 | 10 | 28 | 1 | 9 | 5 | 12 | 26 |
| Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 9 | 7 | 5 | 12 | 19 | 7 | 5 | 11 | 9 | 20 |
| Отделение почтовой связи | 4 | 6 | 9 | 9 | 24 | 9 | 4 | 7 | 13 | 19 |

Большинство опрошенных потребителей удовлетворены доступностью каналов обслуживания и могут легко воспользоваться услугами каналов обслуживания в населенном пункте.

**Мониторинг цен на товары, входящие в перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены.**

Администрацией Лежневского муниципального района проведен сравнительный анализ цен в магазинах: федеральных сетей, локальных сетей, несетевых магазинах на фиксированный набор товаров.

Для сравнения взяты результаты ежеквартальных отчетов об уровне цен на фиксированный набор товаров по состоянию на **30.12.2023** и **28.12.2024**.

**В магазинах федеральной сети («Магнит» и «Пятерочка»):**

**Увеличение минимальной средней цены на**: сахарный песок (на 5,3%), хлеб (на 11,4%), молоко (на 20,8%), масло сливочное (на 20,5%), чай черный байховый (на 51%), рыба соленая (10%), воду питьевую столовую (на 38%), картофель свежий (на 215%), капуста белокочанная свежая (на 107%), морковь (на 26%), огурцы (37%), томаты свежие (19,5%), перец сладкий свежий (на 46%), яблоки свежие (на 14,8%), бананы (на 28%), апельсиы (46,4%), мандарины (на 22%) связано с изменением цены закупки.

**Снижение минимальной средней цены на**: крупу рисовую (на 46,7%), крупу гречневую (на 33,7%), на макаронные изделия (на 10,5%), мясо кур (на 20%), виноград (на 14,2%), яйцо (на 48%) связано с изменением ассортиментного ряда и цены закупки.

**Рост максимальной средней цены на**: масло подсолнечное (на 10,6%), рыбу соленую (на 33,8%), мясо кур (32,8%), кефир (7,8%), воду питьевую столовую (на 16,5%) связан с изменением ассортиментного ряда и цены закупки.

**Снижение максимальной средней цены на**: соль поваренную (16,6%), крупу рисовую (на 43,8%), свинину (на 15,6 %), колбасы варено-копченые (на 21%) связано с изменением ассортиментного ряда.

**В магазинах локальной сети («Новый» и «Зеркальный»):**

**Снижение минимальной средней цены на:** крупу гречневую (на 34,8%), чай черный байховый (на 23,3%), мясо кур (на 15,2%), сыр твердый (на 34,2%), картофель свежий (на 13,5%), морковь столовую свежую (на 15,2%), связано с изменением цены закупки.

**Рост минимальной средней цены на:** крупу рисовую (на 5%), воду питьевую столовую (на 23,8%), молоко питьевое (на 17,5%), рыбу копченую (на 54,8%), лук репчатый (на 70,3%), капусту белокочанную свежую (на 51%) связан с изменение ассортиментного ряда.

**Снижение максимальной средней цены на:** крупу гречневую(на 36,5%), изделия колбасные вареные (на 11,8%) связано с изменение цены закупки.

**Рост максимальной средней цены на:** муку пшеничную (на 25,6%)**,** макаронные изделия (на 31%),крупу рисовую (на 5,1%),мясо кур (на 33,9%), рыбу копченую (на 23,1%), масло сливочное (на 18,4%), колбасы сырокопченые (14,6%) связан с изменением ассортиментного ряда.

**В несетевых магазинах (магазин «Продукты», магазин «Горка»):**

**Увеличение минимальной средней цены на**: масло подсолнечное (на 27%), сахарный песок (на 16,2%), хлеб (на 11,7%), молоко (на 18,9%), масло сливочное (на 22%), чай черный байховый (на 46,5%), рыбу соленую (на 26,3%), картофель свежий (на 142%), лук репчатый (на 95,8%), капуста белокочанная свежая (на 52,2%), морковь (на 26%), огурцы (98,2%), томаты свежие (44,5%), мандарины (на 23,8%), яйцо (на 49,4%) связано с изменением цены закупки.

**Снижение минимальной средней цены на**: крупу гречневую (на 29,6%), на макаронные изделия (на 13,5%), кефир (на 17%), мясо кур (на 25%), виноград (на 42%) связано с изменением ассортиментного ряда и цены закупки.

**Рост максимальной средней цены на**: масло подсолнечное (на 10,6%), рыбу соленую (на 33,8%), мясо кур (32,8%), кефир (7,8%), воду питьевую столовую (на 16,5%) связан с изменением ассортиментного ряда и цены закупки.

**Снижение максимальной средней цены на**: соль поваренную (16,6%), крупу рисовую (на 43,8%), свинину (на 15,6 %) связано с изменением ассортиментного ряда.

Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Лежневского муниципального района подготовлен и размещен на официальных сайтах Администрации Лежневского муниципального района в сети Интернет.