

**ДОКЛАД**  
**о результатах мониторинга**  
**состояния и развития конкурентной**  
**среды на рынках товаров, работ и**  
**услуг в городском округе Кохма**  
**за 2024 год**

## ДОКЛАД

### о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городском округе Кохма за 2024 год

Развитие эффективной конкурентной среды является необходимым условием стабильного экономического роста и решением социальных проблем.

Доклад о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городском округе Кохма подготовлен в соответствии со следующими документами:

– распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»;

– Указом Губернатора Ивановской области от 09.03.2016 № 33-уг «Об утверждении перечня приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в Ивановской области»;

– распоряжением Губернатора Ивановской области от 15.07.2015 № 131-р «О мерах по внедрению стандарта развития конкуренции в Ивановской области»;

– Соглашением между Правительством Ивановской области и администрацией городского округа Кохма о внедрении в Ивановской области стандарта развития конкуренции от 09.12.2016. В рамках приведения в соответствие со Стандартом развития конкуренции, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р, было заключено дополнительное соглашение от 10.12.2019 (далее – Стандарт);

– распоряжением Губернатора Ивановской области от 19.07.2017 № 94-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Ивановской области на период 2022 - 2025 гг.»;

– распоряжением администрации городского округа Кохма от 18.03.2022 № 44 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в городском округе Кохма на период 2022-2025 годов». Исполнение плана мероприятий за 2024 год представлено в Приложение № 1 к Докладу (не приводится).

В целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции, и выработке мероприятий по развитию конкуренции в городе, администрацией городского округа Кохма был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городском округе Кохма за 2024 год.

Анкетирование проводилось по двум направлениям:

– опрос субъектов предпринимательской деятельности для оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг;

– опрос потребителей для оценки их удовлетворенности качеством товаров, работ, услуг на товарных рынках и состоянием ценовой конкуренции.

В целях наибольшего охвата респондентов и объективной оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг предпринимателям и

физическим лицам предлагалось пройти онлайн-анкетирование с помощью электронного сервиса, созданного Департаментом экономического развития и торговли Ивановской области.

Ссылки на электронный сервис были опубликованы на официальном сайте городского округа Кохма в сети Интернет ([https://kohma37.gosuslugi.ru/dlya-zhiteley/novosti-i-reportazhi/novosti\\_654.html](https://kohma37.gosuslugi.ru/dlya-zhiteley/novosti-i-reportazhi/novosti_654.html)), распространялись через структурные подразделения администрации городского округа Кохма, подведомственные учреждения. Кроме этого, в адрес субъектов предпринимательской деятельности по электронной почте были направлены письма с просьбой о принятии участия в анкетировании. Опрос проводился до 01 февраля 2025 года.

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городском округе Кохма проведено анкетирование с общей выборкой в 93 респондента, из них: 30 чел. – субъекты предпринимательской деятельности и 63 чел. – потребители товаров, работ и услуг.

Результаты ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городском округе Кохма размещаются на официальном сайте городского округа Кохма в сети «Интернет» в разделе «Экономика», подразделе «Развитие конкуренции» (ссылка: <https://kohma37.gosuslugi.ru/deyatelnost/napravleniya-deyatelnosti/ekonomika/razvitie-konkurentsii/>).

### **Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности в городском округе Кохма**

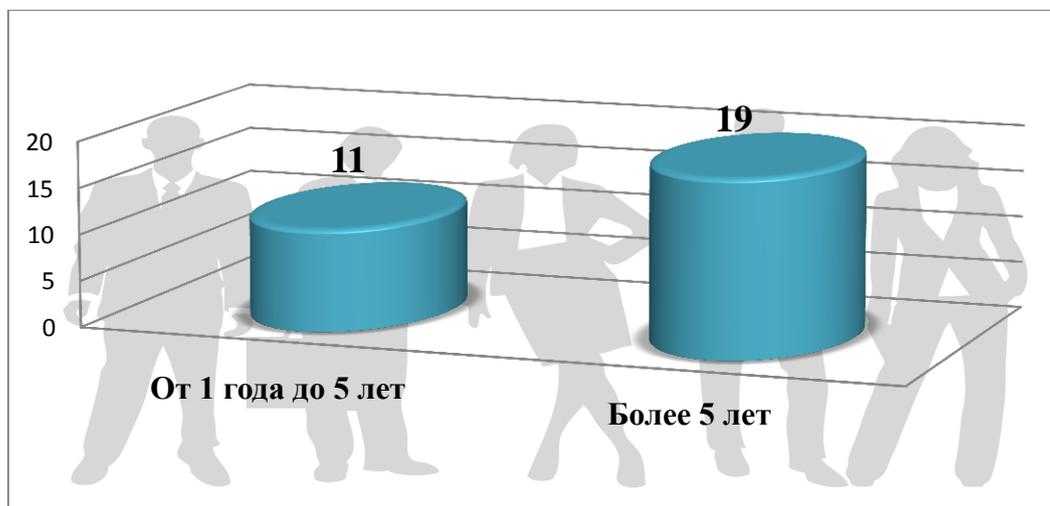
Малое предпринимательство в настоящее время является источником создания рабочих мест, пополнения бюджета, обеспечивает устойчивое улучшение социально-экономической ситуации в городе. Одним из основных показателей качества экономической среды в городском округе Кохма является количество субъектов малого и среднего предпринимательства. По данным Единого реестра малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы в городском округе Кохма по состоянию на 10.01.2025 численность субъектов предпринимательской деятельности составляет 1362 ед. Анализ сферы развития малого и среднего предпринимательства показал, что по итогам 2024 года наблюдается рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тысяч чел. населения до 454,8 ед., 106,1 % к уровню 2023 года.

В рамках мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городе были проанкетированы 30 представителей субъектов предпринимательской деятельности, в частности 19 юридических лиц и 11 индивидуальных предпринимателей.

Предмет исследования – наличие (отсутствие) административных барьеров и оценка состояния конкурентной среды в городском округе Кохма.

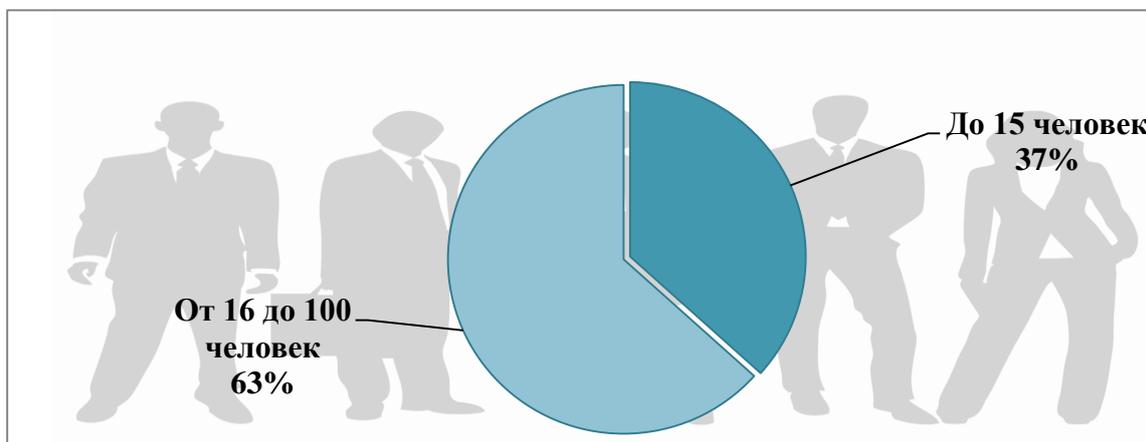
В анкетировании принимали участие 30 чел. (100,0 %) – собственники бизнеса (владельцы).

Анализ длительности периода, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, показал, что большинство респондентов (63,3 %) занимаются бизнесом более 5 лет, 36,7 % опрошенных работают в этой сфере от 1 года до 5 лет (рис. 1).



**Рис. 1. Распределение респондентов по периоду времени, в течение которого они осуществляют свою деятельность (чел.)**

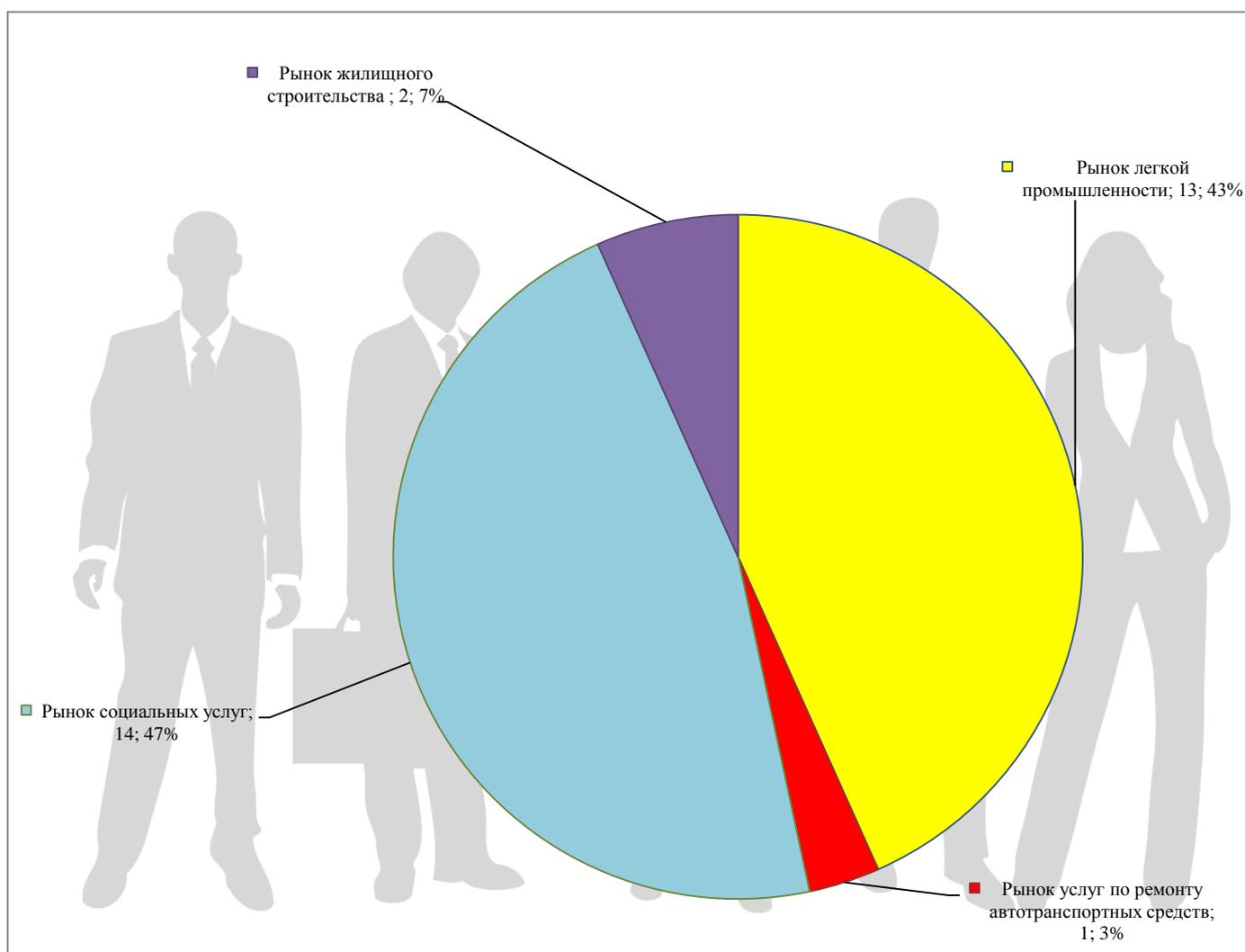
Из общего числа субъектов бизнеса 19 предпринимателей (63,3 %) ответили, что в их организации работает от 16 до 100 сотрудников, 11 респондентов (36,7 %) сообщили, что их организация с численностью до 15 сотрудников (рис. 2).



**Рис. 2. Структура опрошенных по численности работников (%)**

По величине годового оборота 30 предпринимателей (100,0%) ответили, что имеют оборот до 120 млн. руб.

Отраслевая принадлежность респондентов отражена на рис.3.



**Рис. 3. Структура респондентов в зависимости от сферы экономической деятельности (чел., %)**

Наибольший удельный вес респондентов пришелся на субъекты предпринимательской деятельности, осуществляющие свою деятельность в следующих сферах:

- «Рынок легкой промышленности» 43,0 %;
- «Рынок социальных услуг» – 47 %.

Большинство субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в опросе, производят конечную продукцию – 13 чел. (43,3 %), осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями – 11 чел. (36,7 %).

Опрос респондентов о географических рынках для бизнеса показал, что основными рынками сбыта продукции (услуг) в 56,7 % (17 чел.) случаев являются локальный рынок (отдельное муниципальное образование), 20,0 % (6 чел.) – региональный рынок, 16,7 % (5 чел.) – рынок Российской Федерации, 6,6 % (2 чел.) – рынок нескольких субъектов Российской Федерации



**Рис. 4. Оценка географической составляющей ведения бизнеса (широта рынка присутствия) (чел.)**

В рамках мониторинга были получены оценки представителей хозяйствующих субъектов относительно уровня конкурентной среды на представляемых ими рынках. Согласно полученным данным 100 % респондентов в целом позитивно оценивают состояние конкурентной среды в городе. Большая часть респондентов оценили конкурентную среду на рынках как «умеренную» (рис. 5).



**Рис. 5. Оценка состояния конкурентной среды (чел., %)**

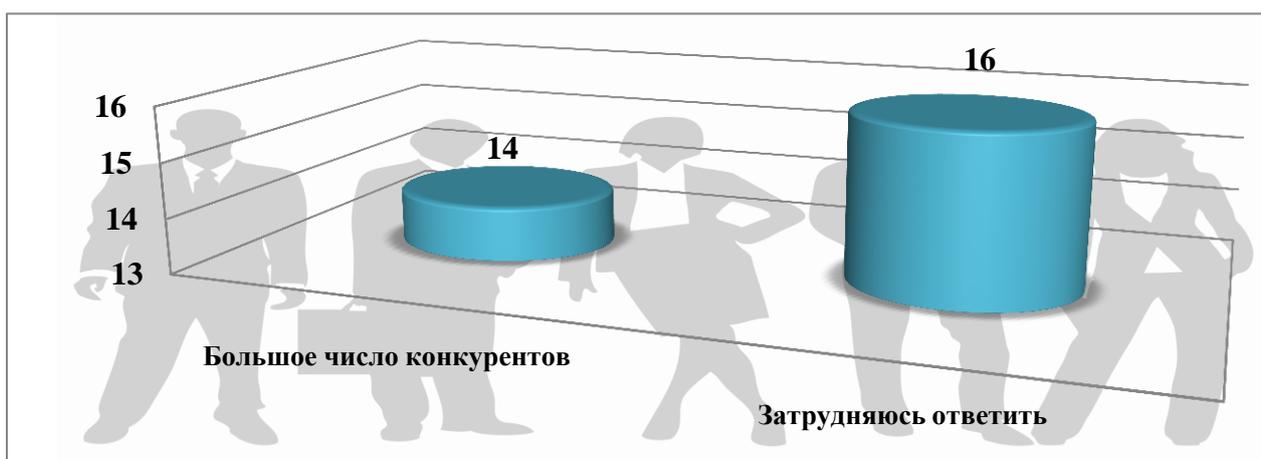
Оценивая необходимость мер по повышению конкурентоспособности большинство предпринимателей утверждают, что ими проводится обучение и переподготовка персонала (43,3 %), 36,7 % респондентами не предпринималось никаких действий.



**Рис. 6. Оценка мер по повышению конкурентоспособности продукции, работ, услуг, предпринятых предпринимателями за последних 3 года (чел.; %)**

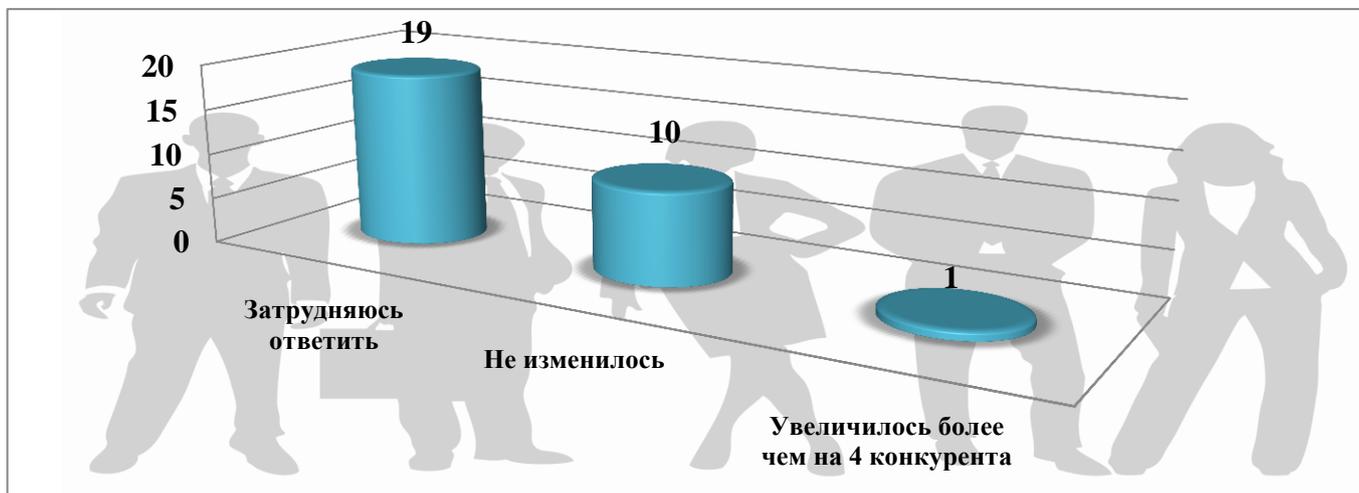
Мнения опрошенных представителей бизнеса отражают следующие тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды для предприятий города.

Большинство опрошенных затруднились оценить количество конкурентов бизнеса (53,3 %), а 46,7 % считают, что на представляемом ими рынке большое число конкурентов.

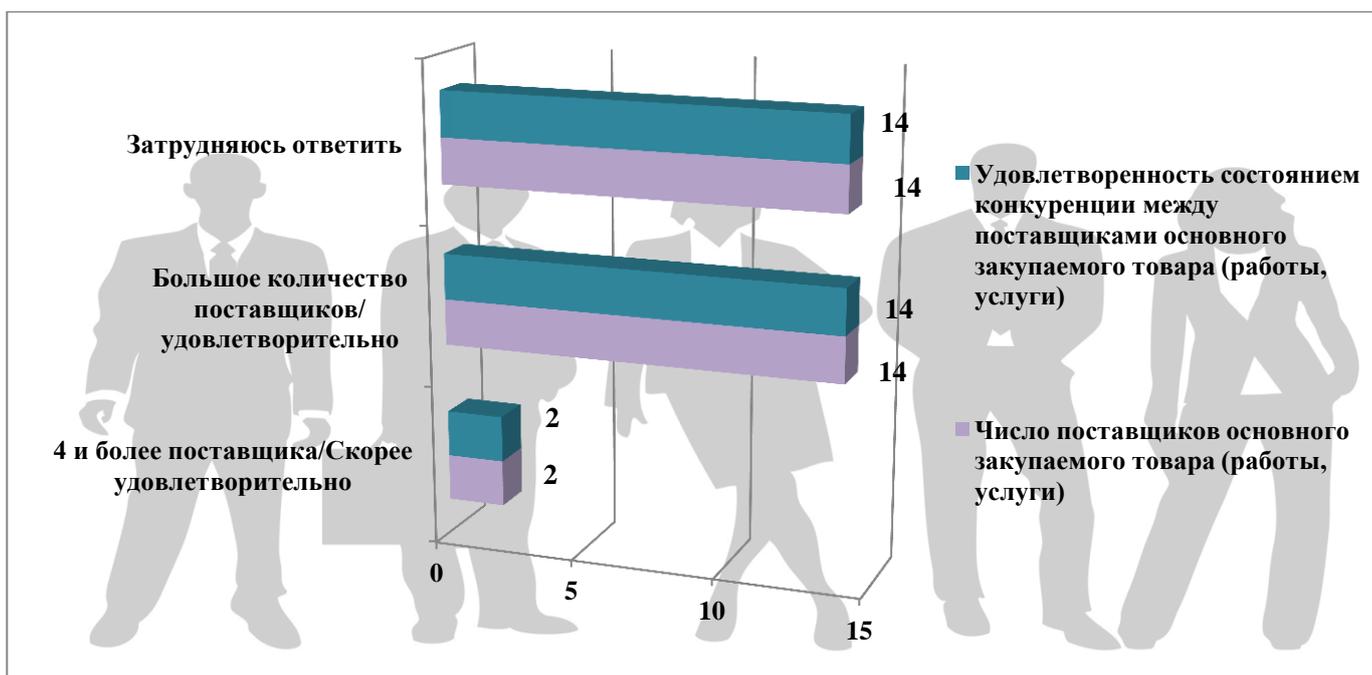


**Рис. 7. Число конкурентов бизнеса, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) (чел.)**

Немаловажным фактором функционирования бизнеса является динамика количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке. Большинство респондентов затруднились оценить изменение числа конкурентов за последние 3 года (63,3 %), по мнению 10 опрошенных представителей бизнеса (33,3 %) число конкурентов не изменилось, 1 чел. (3,4 %) считает, что их число увеличилось более чем на 4 единицы (рис. 8).



**Рис.8. Изменение числа конкурентов бизнеса за последние 3 года (чел.)**



**Рис. 9. Оценка предпринимателями уровня поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для производства и реализации собственной продукции (чел.)**

Административные барьеры являются негативными факторами, препятствующими развитию конкуренции. Они ограничивают ведение

предпринимательской деятельности, снижают стимулы входа на рынки новых участников, повышают издержки.

Распределение мнений респондентов относительно существования административных барьеров для ведения и открытия бизнеса отражены в таб.1.

**Таблица 1. Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса (чел.)**

Административные барьеры	2023 год	2024 год
<b>Доля респондентов, %</b>		
Высокие налоги	36,4	48,5
Нет ограничений	57,5	39,4
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	6,1	3,0
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок	0	0
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.)	0	0
Сложность получения доступа к земельным участкам	0	9,1
Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)	0	0
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	0	0
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	0	0
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с государственным участием и субъектов естественных монополий	0	0
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
Другое (пожалуйста, укажите) (распространение сетевых магазинов)	0	0

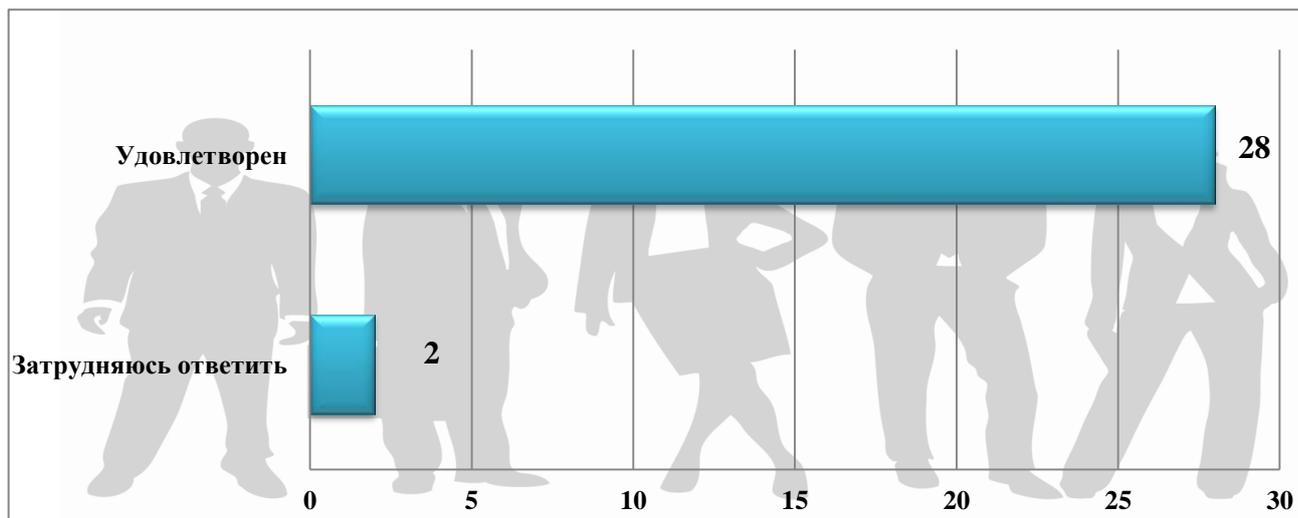
По результатам исследования 2024 году, как и в 2023 году, наиболее значимыми административными барьерами для ведения и расширения бизнеса являются высокие налоги, так отметили 16 чел. (данный показатель увеличился по сравнению с показателями 2023 года на 12,1 %). 39,4 % (13 чел.)

респондентов считает, что ограничения для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в городском округе Кохма отсутствуют.

Трудности для развития бизнеса по-прежнему создает нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, которая отмечена 1 чел., 3,0 % респондентов (данный показатель уменьшился по сравнению с показателями 2023 года на 3,1 %).

В процессе опроса предпринимателей исследовалось мнение респондентов в точки зрения удовлетворенности бизнеса деятельностью органов власти. Ответы респондентов отражены на рис. 10.

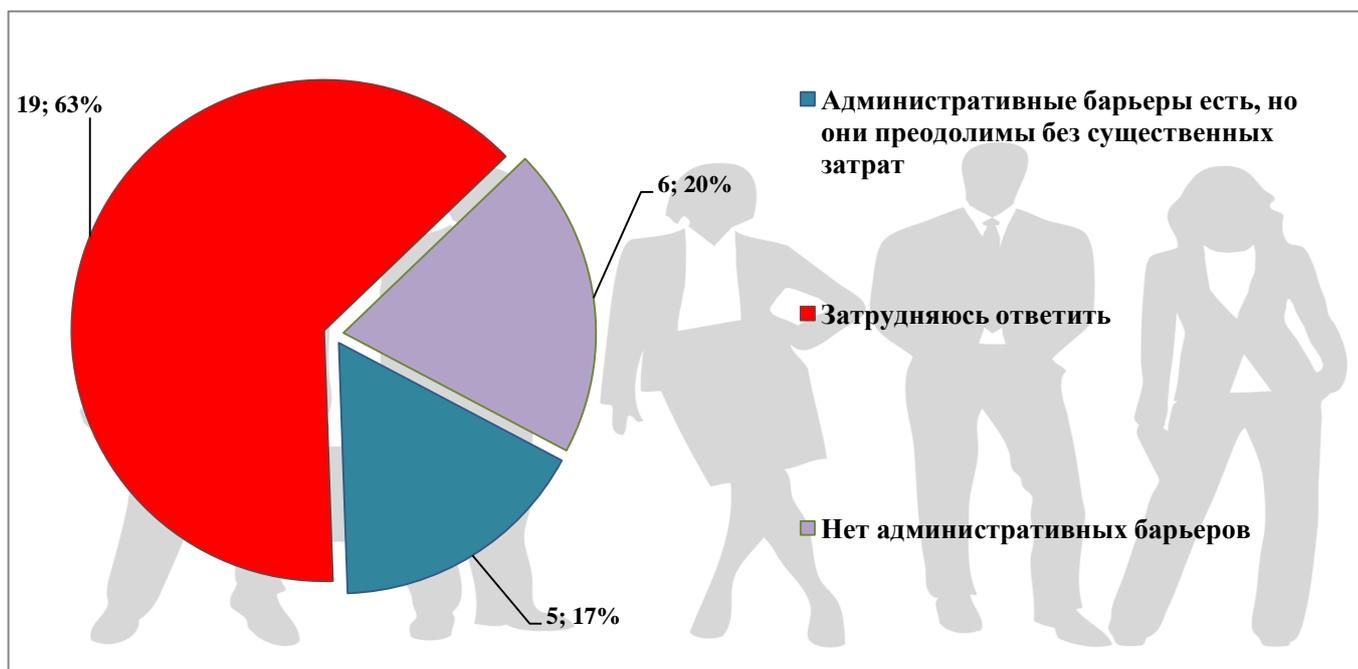
Большинство респондентов – 28 чел. (93,3%) удовлетворительно оценили деятельность органов власти.



**Рис. 10. Оценка удовлетворенности бизнеса деятельностью органов власти (чел.)**

Таким образом, в целом влияние органов власти на развитие конкуренции в городском округе оценивают положительно. 40,0 % предпринимателей не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, который они представляют, остальная часть предпринимателей затруднились ответить на данный вопрос.

По результатам мониторинга получены следующие оценки субъектами предпринимательской деятельности наличия и возможности преодоления административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке (рис. 11).



**Рис. 11. Оценка преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса (чел.; %)**

Из представленных данных можно сделать вывод, что большинство респондентов затруднились ответить на вопрос о преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса (63,3 %), а 20 % отметили, что на рынке нет административных барьеров, 16,7 % опрошенных считают, что административные барьеры преодолимы без существенных затрат.

Согласно полученным данным большая часть респондентов (80,0 %) затруднились оценить изменения уровня административных барьеров на рынке в течение последних 3 лет. 10,0 % представителей предпринимательской деятельности считают, что количество административных барьеров за последние 3 года отсутствовало, как и ранее, такая же часть уверены, что предпринимателям стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше (рис. 12).



**Рис. 12. Оценка изменения уровня административных барьеров на рынке в течение последних 3 лет (чел.; %)**

### **Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках товаров, работ и услуг городского округа Кохма и состоянием ценовой конкуренции**

В рамках системного анализа развития конкуренции в 2024 году в городе был проведен опрос жителей, направленный на определение уровня потребительской удовлетворенности характеристиками товаров, работ и услуг, реализуемых на товарных рынках.

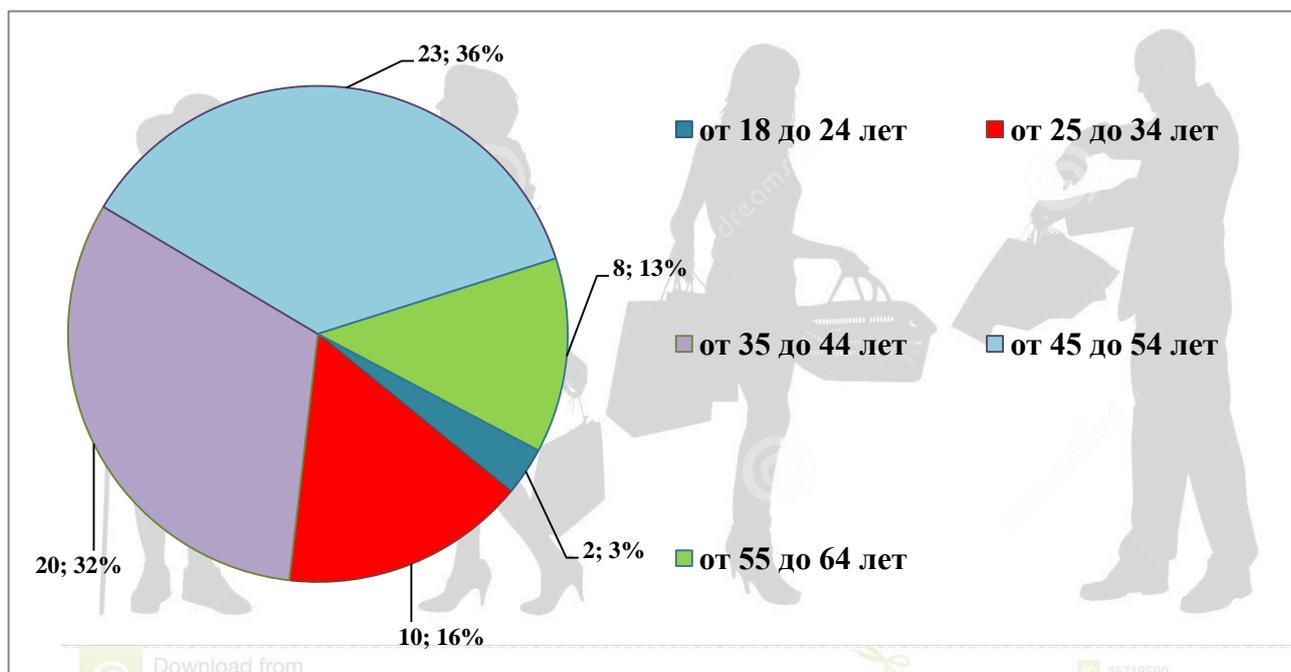
В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городе проведено анкетирование с общей выборкой в 63 респондента.

Объект исследования – население городского округа Кохма (потребители).

Предмет исследования – удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках городского округа Кохма и состоянием ценовой конкуренции.

В анкетировании приняло участие 58 женщин (92,1 % от общего числа респондентов) и 5 мужчин (7,9 % от общего числа респондентов).

Возрастная структура представлена на рис. 13.

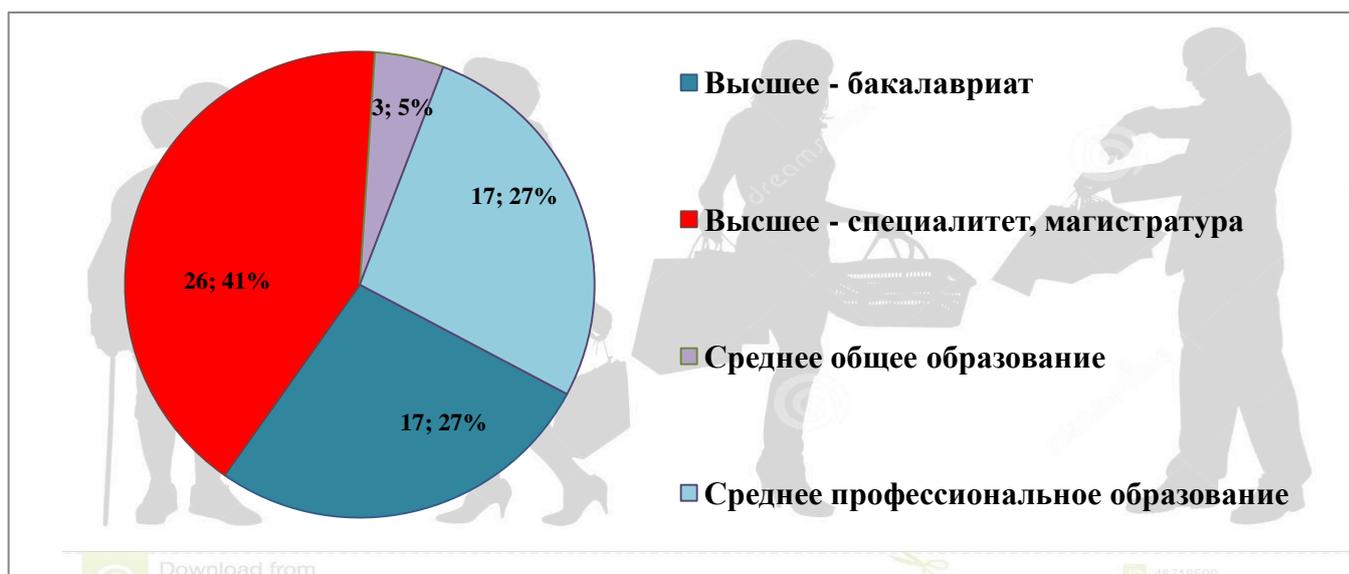


**Рис. 13. Возрастная структура (чел.; %)**

Большинство респондентов 23 чел. (36,5 %) принадлежат к возрастной группе от 45 до 54 лет, 20 чел. (31,7 %) – от 35 до 44 лет, 10 чел. (15,9 %) – к возрастной группе от 25 до 34 лет.

По социальному статусу респонденты распределились следующим образом: работают – 62 чел. (98,4 %), пенсионер – 1 чел. (1,6 %).

На вопрос «Есть ли у Вас дети?» 33 чел. (52,4 %) опрошенных указали на наличие 2 детей; 17 чел. (27,0 %) опрошенных имеют 1 ребенка, 7 чел. (11,1 %) не имеют детей, 6 чел. (9,5 %) имеют трех и более детей.

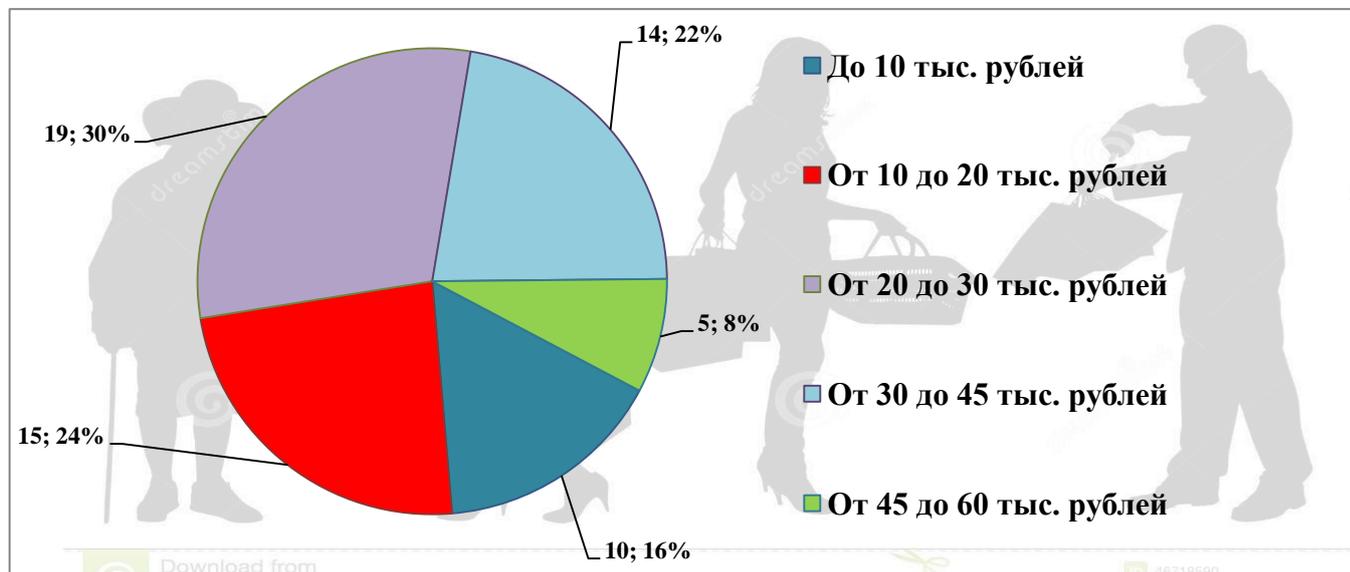


**Рис. 14. Структура респондентов в разрезе типа образования (чел.; %)**

Большинство опрошенных имеют высшее образование – специалитет, магистратура – 26 чел. (41,3 %), высшее образование – бакалавриат – 17 чел.

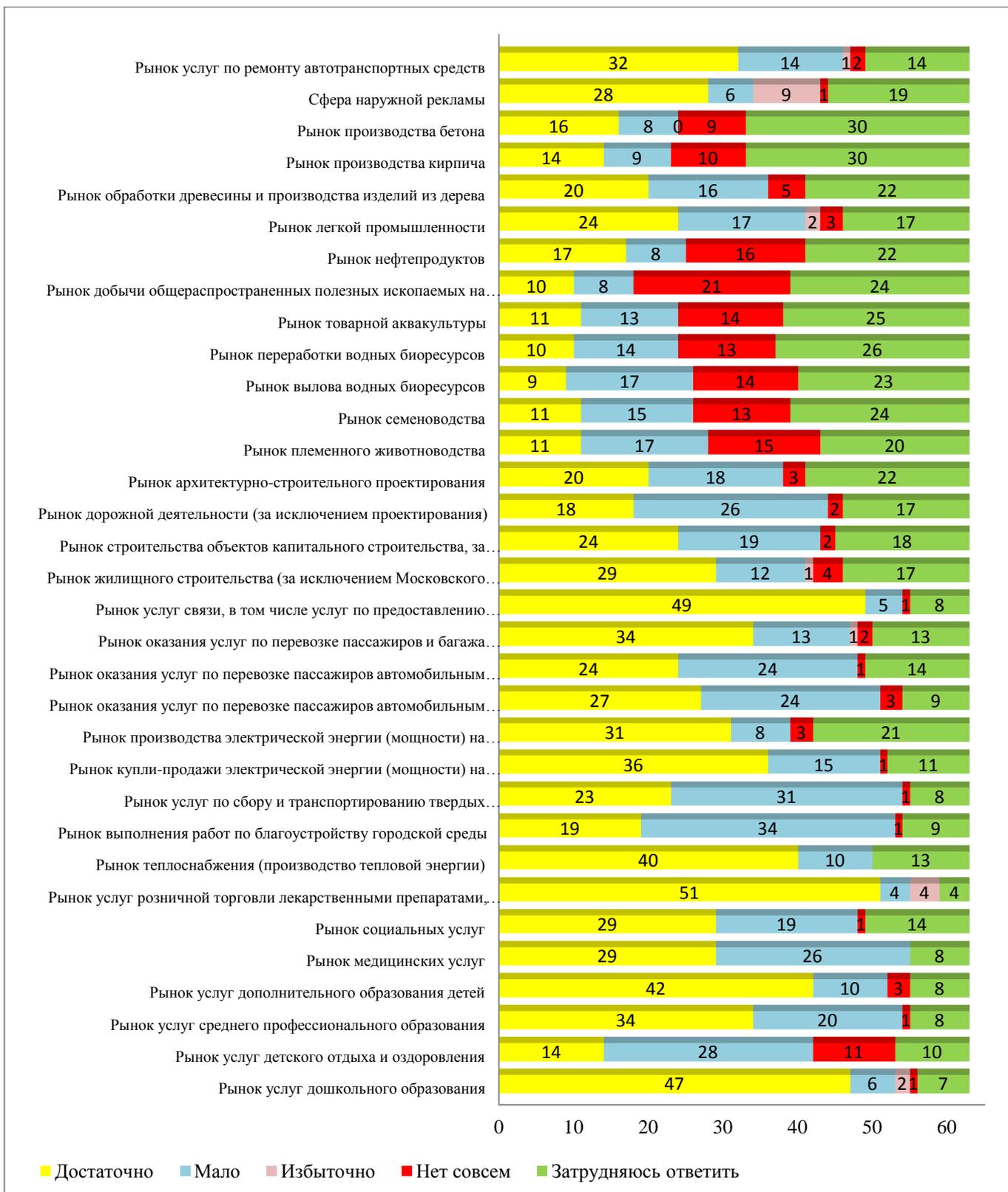
(27,0 %), среднее профессиональное образование – 17 чел. (27,0 %), основное общее образование – 3 чел. (4,7 %).

Большинство опрошенных – 19 чел. (30,2 %) – от 20 до 30 тысяч руб., 15 чел. (23,8 %) имеют среднемесячный доход на одного члена семьи от 10 до 20 тысяч руб., лишь 10 чел. (15,9 %) – до 10 тысяч рублей. Свыше 30 тысяч руб. среднемесячный доход на одного члена семьи имеют 19 чел. (30,1 %), а именно: с 30 до 45 тысяч руб. – 14 чел., с 45 до 60 тысяч руб. – 5 чел.



**Рис. 15. Структура респондентов в разрезе дохода в расчете на одного члена семьи (чел.; %)**

По итогам оценки потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках городского округа Кохма, получены следующие результаты (рис. 16).



**Рис. 16. Оценка количества организаций на товарных рынках города (чел.)**

Из представленной диаграммы видно, что по мнению опрошенных, в городе избыточное количество организаций в сфере наружной рекламы. Достаточное количество организаций розничной торговли лекарственными препаратами (80,9 %), организаций, оказывающих услуги связи, в том числе услуги по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (77,8 %), дошкольного образования (74,6 %).

Вместе с тем, значительная доля потребителей считают недостаточным количество организаций, представляющих следующие рынки:

– «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 54,0%;

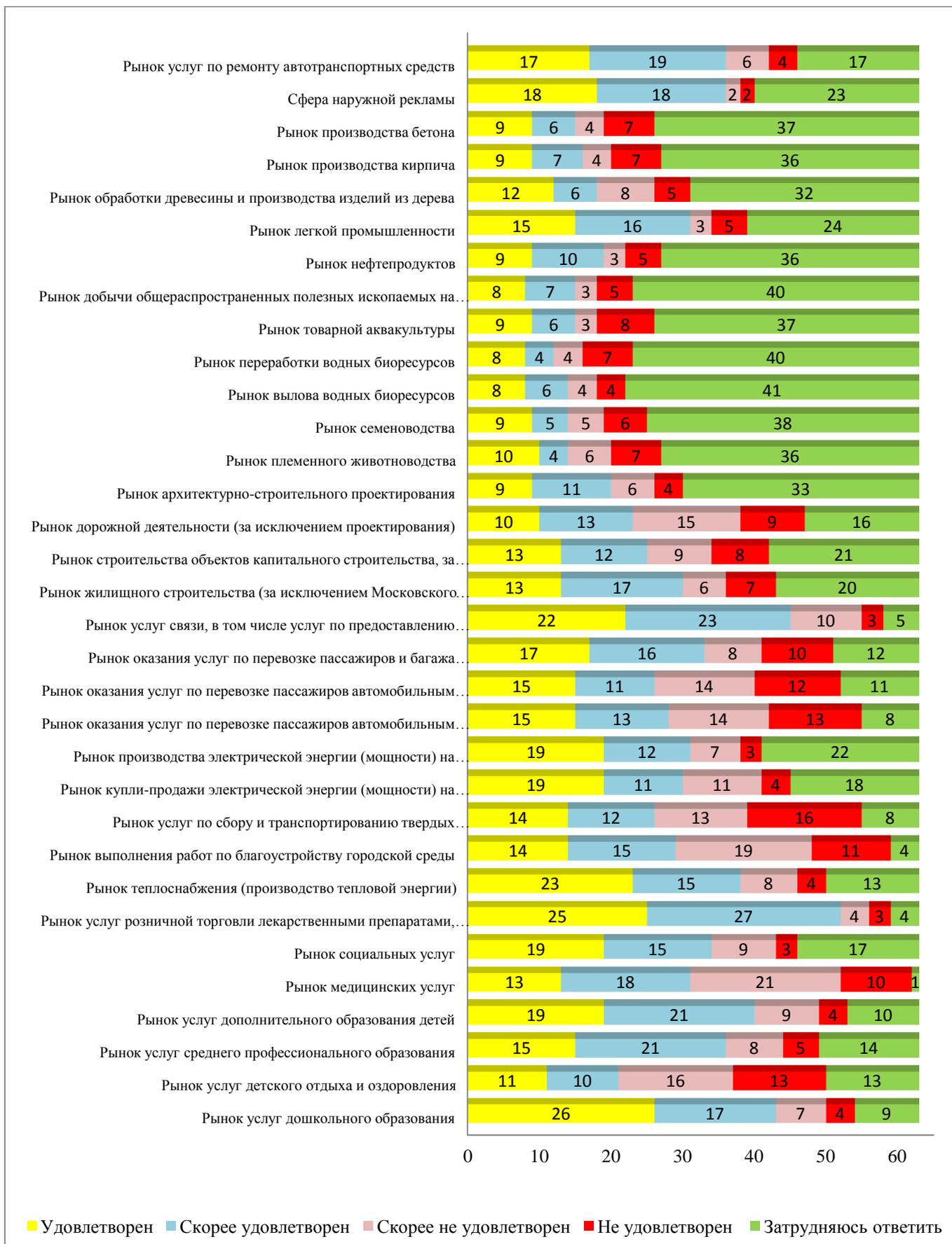
– «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов» – 49,2 %;

– «Рынок услуг детского отдыха и оздоровления» – 44,4 %;

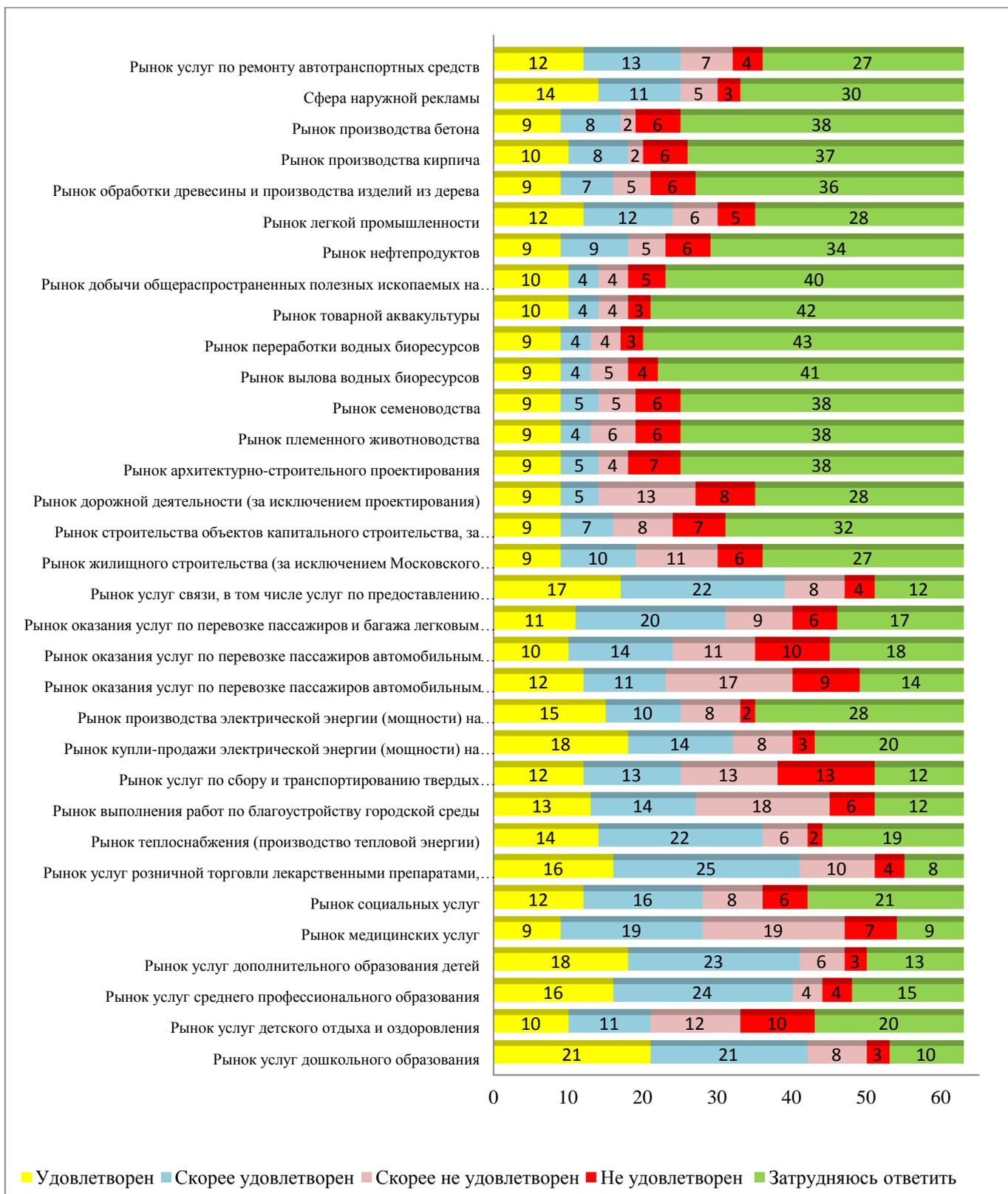
– «Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)» – 41,3 %;

– «Рынок медицинских услуг» – 41,3 %.

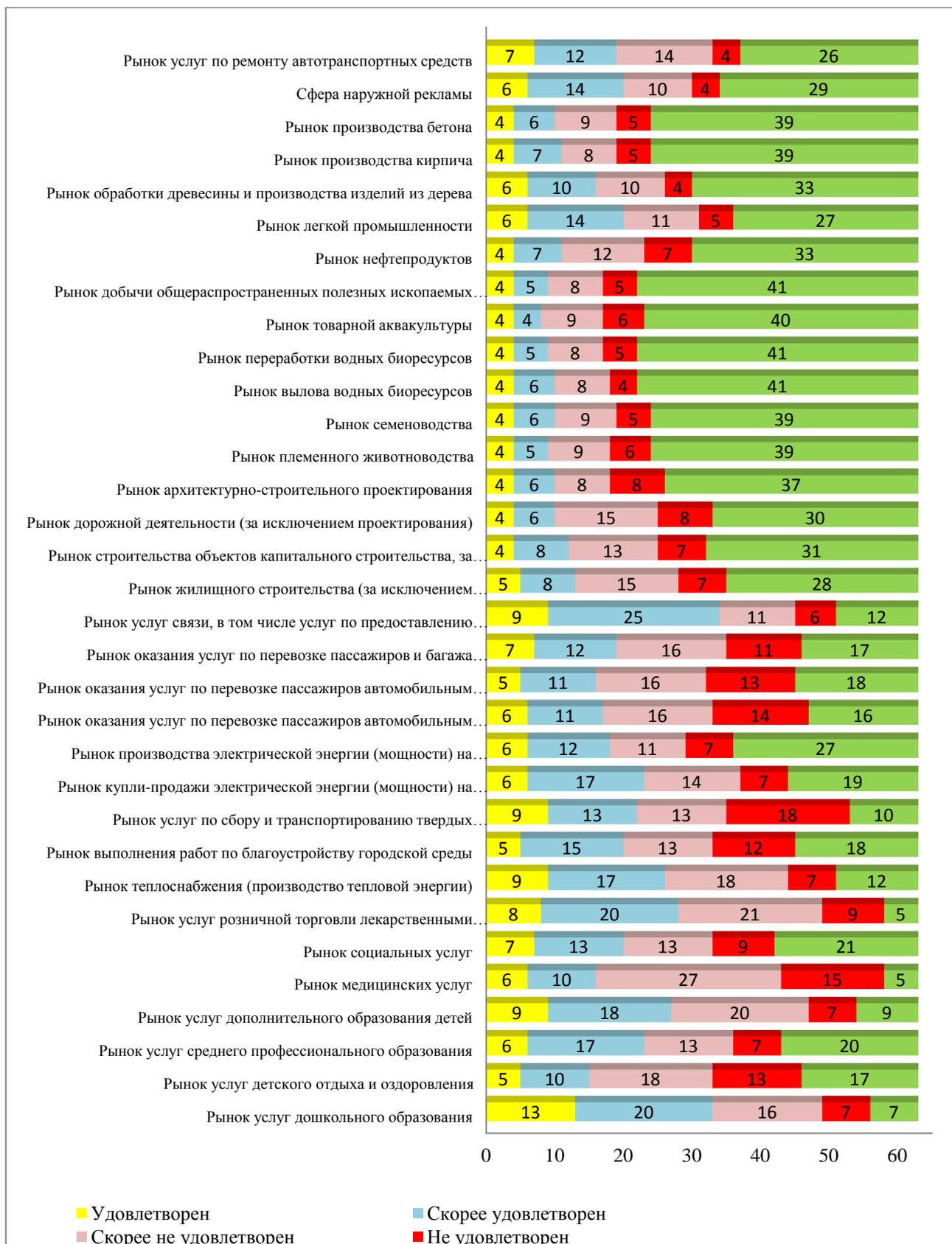
По итогам оценки потребителями удовлетворенности характеристиками товаров, работ и услуг на рынках городского округа Кохма получены следующие результаты (рис. 17).



**Рис. 17. Оценка ассортимента товаров и услуг на товарных рынках (чел.)**



**Рис. 18. Оценка удовлетворенности качеством товаров и услуг на товарных рынках (чел.)**



**Рис. 19. Оценка удовлетворенности уровнем цен на товарных рынках (чел.)**

Согласно результатам проведенного анкетирования большинство респондентов считают качество товаров, работ и услуг на рынках городского округа Кохма удовлетворительным.

Наиболее удовлетворены (скорее удовлетворены и удовлетворены) качеством услуг жители города на рынках:

- «Рынок услуг дошкольного образования» – 66,7 %;
- «Рынок услуг дополнительного образования детей» – 65,1 %;
- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами» – 65,1 %;
- «Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» – 61,9 %.

В части возможности выбора предоставляемых на рынках товаров, работ и услуг «сильными» социально-значимыми рынками определены:

- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами» – 82,5 %;
- «Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»» – 71,4 %;
- «Рынок услуг дошкольного образования» – 68,3 %;
- «Рынок услуг дополнительного образования детей» – 63,5 %.

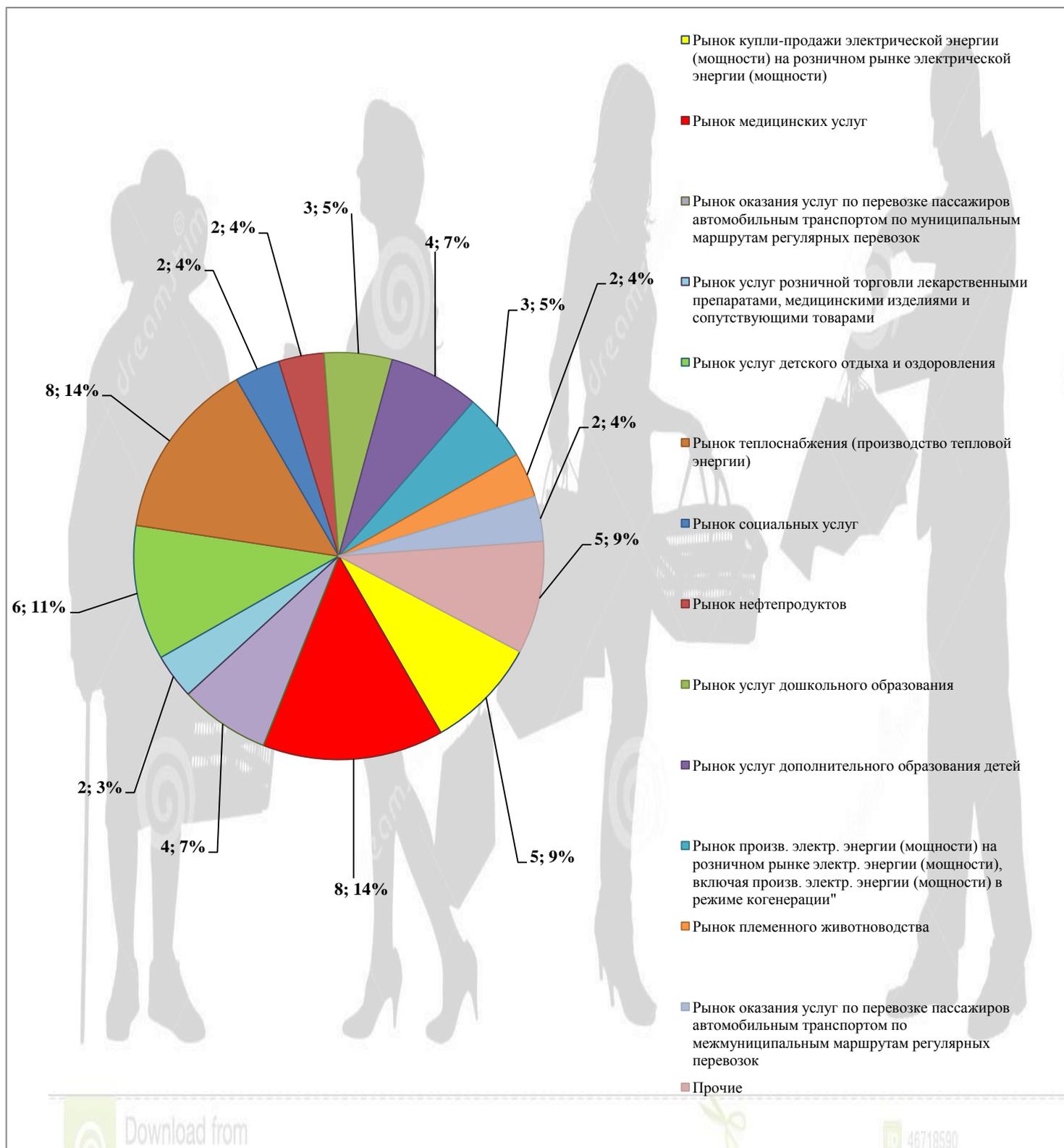
Однако большинство респондентов отметили уровень цен «Скорее не удовлетворен».

Согласно результатам проведенного анкетирования неудовлетворительным большинство респондентов считают уровень цен на следующих рынках:

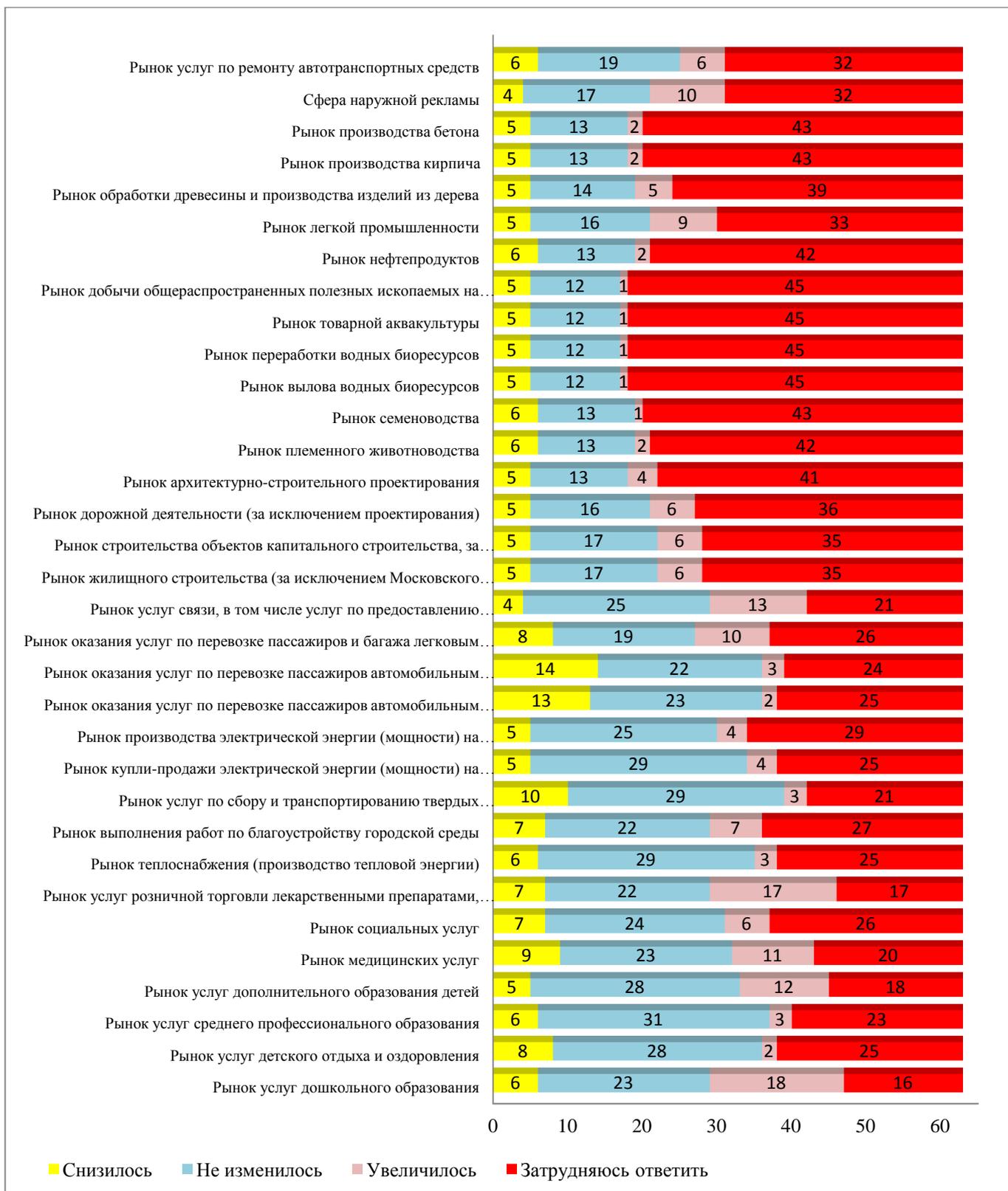
- «Рынок медицинских услуг» – 66,7 %;
- «Рынок услуг детского отдыха и оздоровления» – 49,2%;
- «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов» – 49,2%.
- «Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок» – 47,6 %;
- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами» – 47,6 %.

Значительная часть респондентов выразили мнение, что конкуренция слабо развита и негативно влияет на качество товара и цены на рынке медицинских услуг.

На вопрос: «На какие товары и услуги цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами» большинство респондентов ответили: медицинские услуги – 12,7 %, рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) – 12,7 % (рис. 20).



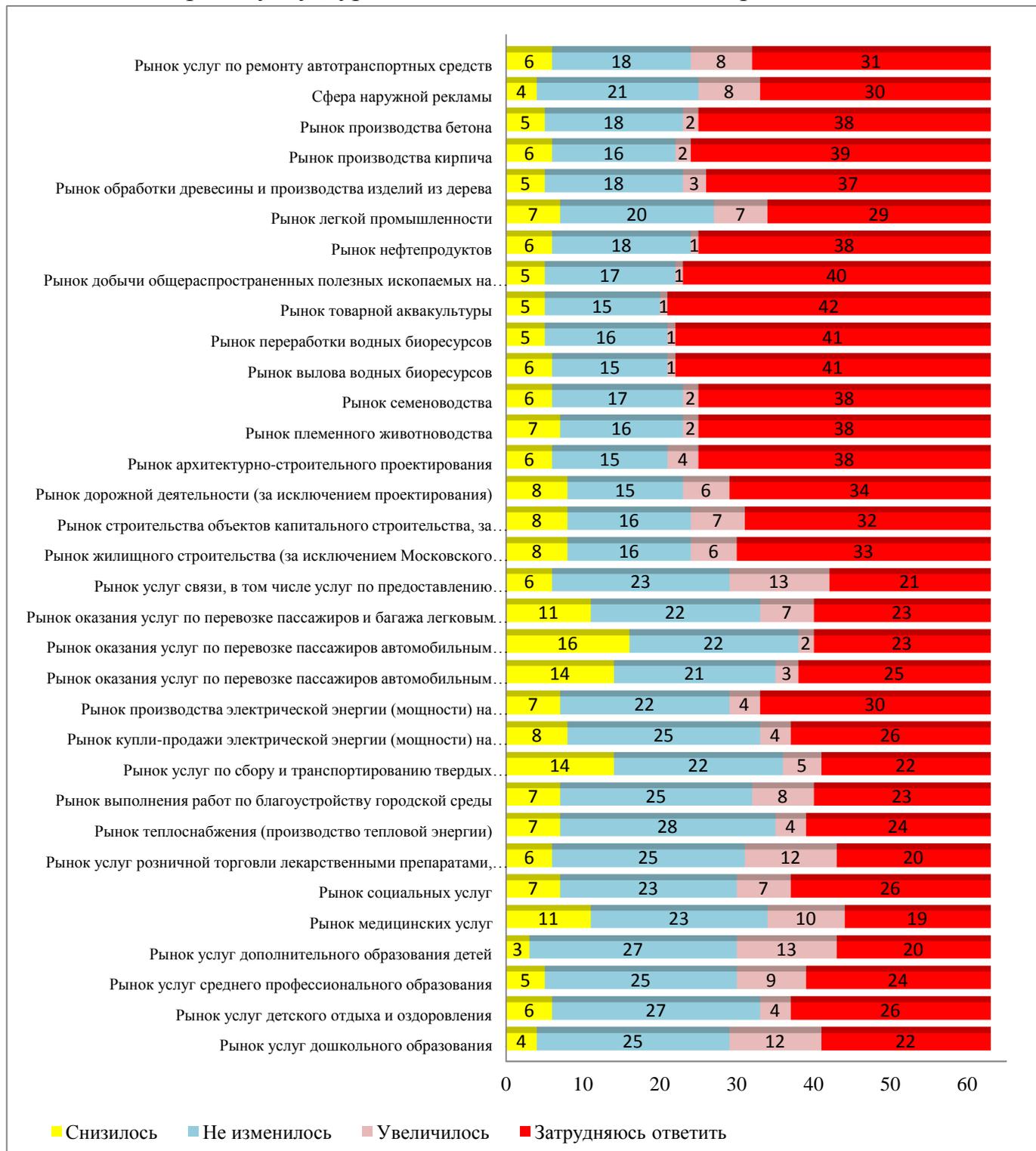
**Рис. 20. На какие товары и (или) услуги, по вашему мнению, цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами? (чел.; %)**



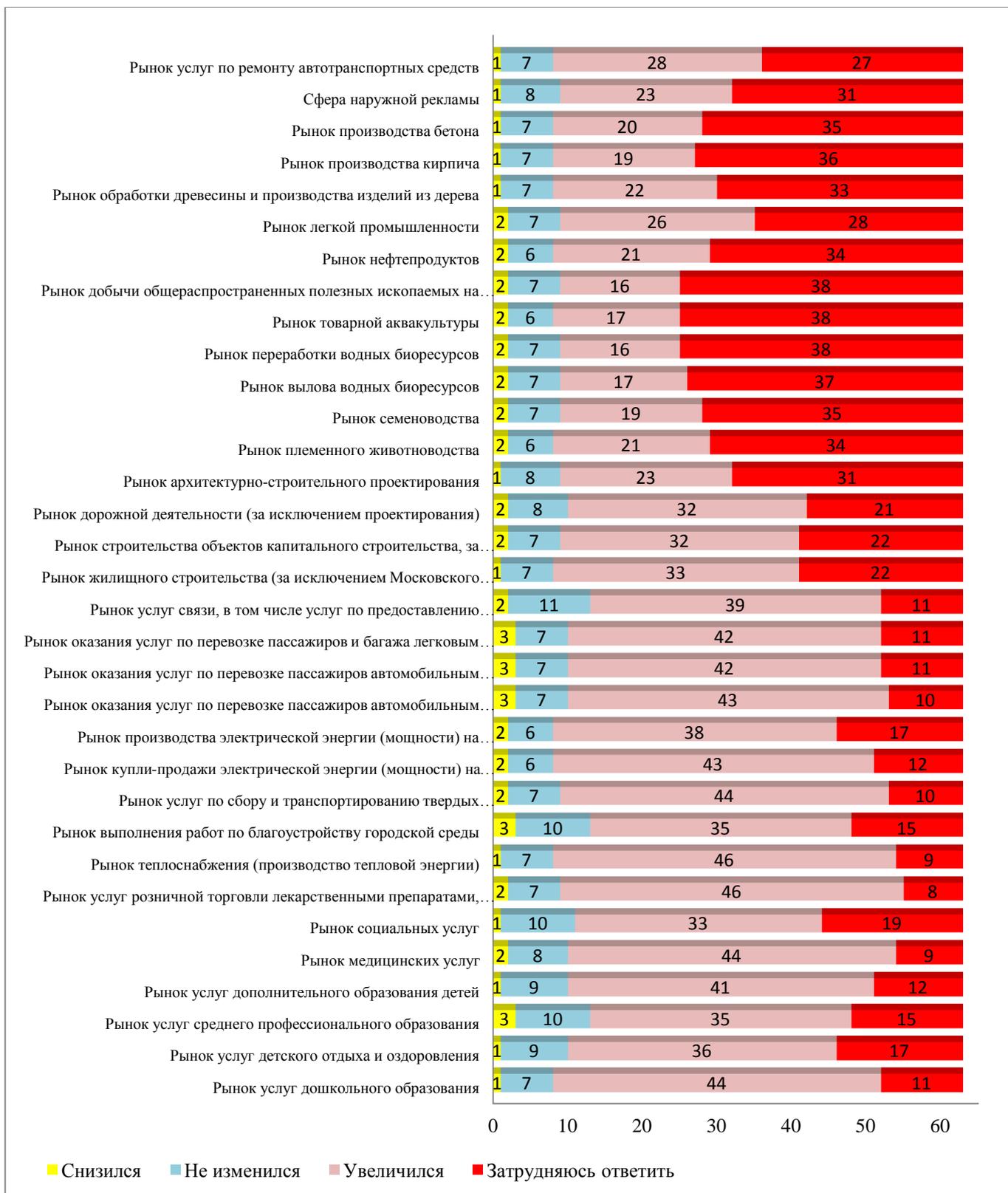
**Рис. 21. Оценка потребителями изменений количества организаций, предоставляющих следующие товары и услуги на рынках города, в течение последних 3 лет (чел.)**

В целом потребители считают, что количество организаций на рынках города за последние 3 года осталось неизменным (рис. 21). Большая часть респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

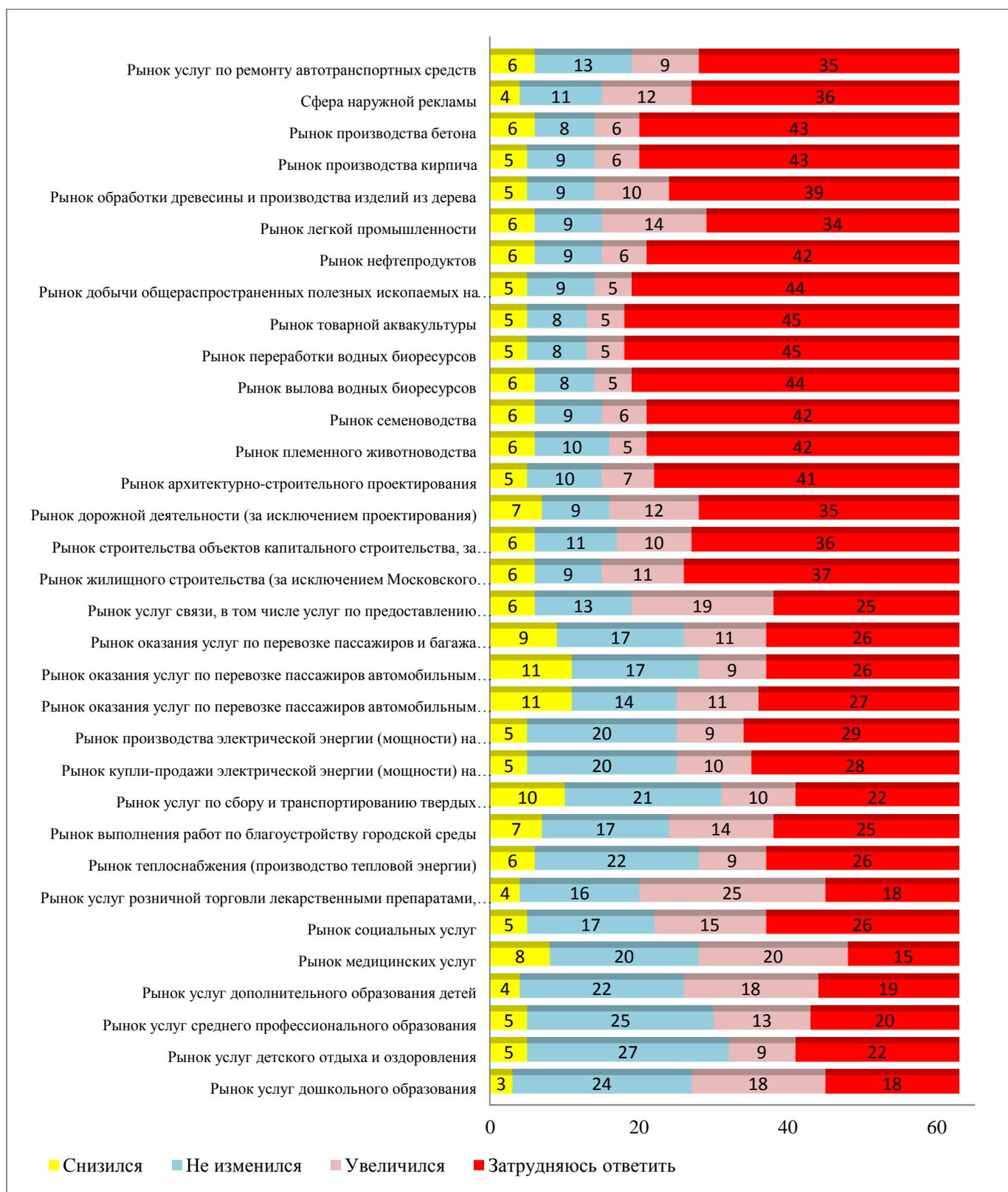
При оценке изменений характеристик товаров и услуг на товарных рынках города за последние три года принявшим участие в опросе жителям было предложено проанализировать эти изменения с учетом таких критериев, как качество товаров и услуг, уровень цен и возможность выбора.



**Рис. 22. Оценка потребителями изменений качества товаров и услуг на рынках города, в течение последних 3 лет (чел.)**



**Рис. 23. Оценка потребителями изменений уровня цен на товары и услуги на рынках города, в течение последних 3 лет (чел.)**



**Рис. 24. Оценка потребителями изменений ассортимента товаров и услуг на рынках города, в течение последних 3 лет (чел.)**

По итогам анализа оценки изменения рассматриваемых характеристик товаров, работ, услуг в течение последних 3 лет большинство респондентов отметили, что цены на представленных рынках увеличились. Более всего, по мнению респондентов, заметно повышение цен на услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими

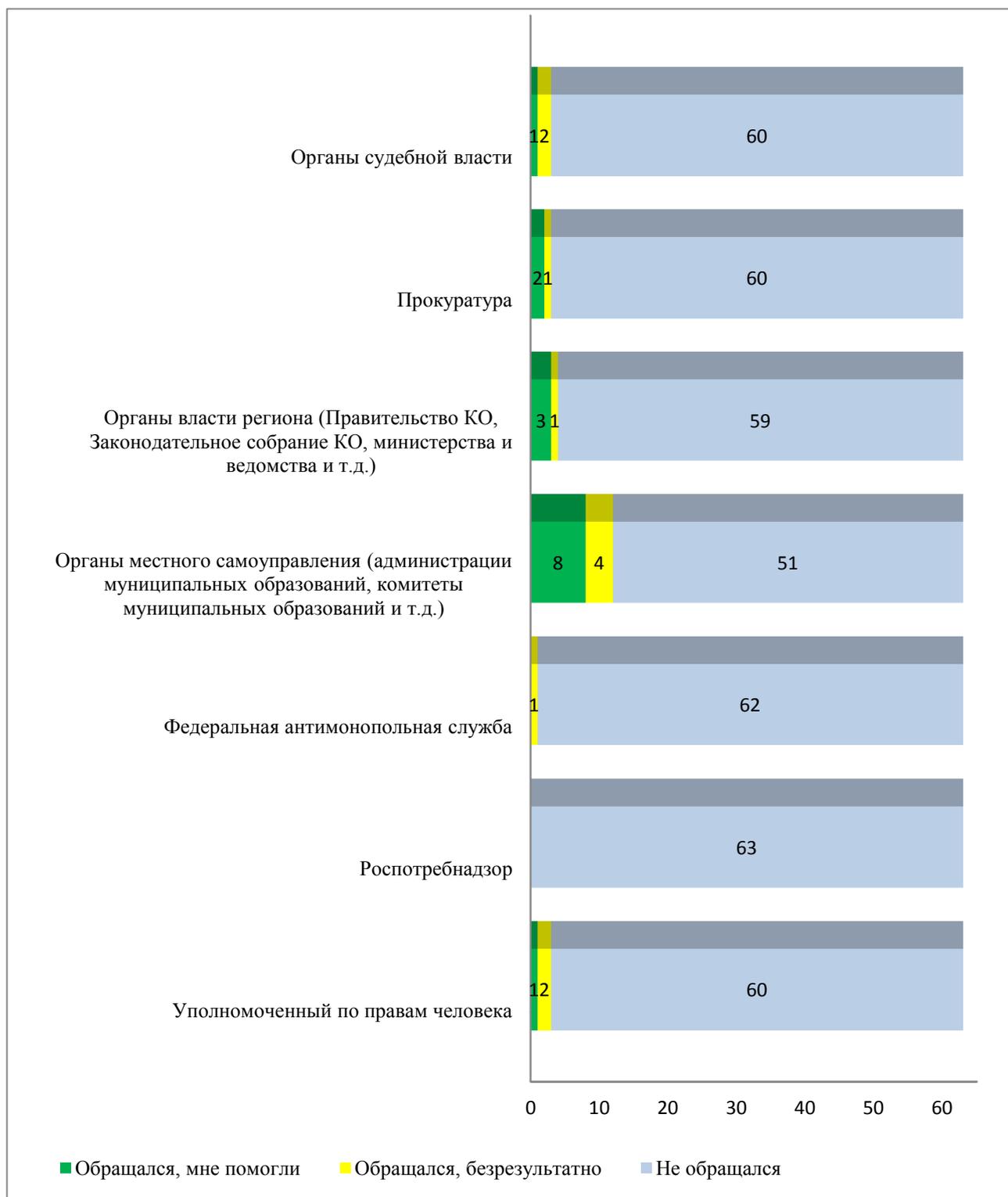
товарами – 73,0% и на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии)– 73,0%.

Большинство респондентов затруднились оценить качество и возможность выбора товаров, работ и услуг на рынках городского округа Кохма в течение последних 3 лет, другая часть респондентов считают, что качество и возможность выбора не изменились. Больше всего таких оценок получили:

- «Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)»;
- «Рынок услуг детского отдыха и оздоровления»;
- «Рынок услуг среднего профессионального образования»;
- «Рынок услуг дошкольного образования»;
- «Рынок услуг дополнительного образования детей»;
- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды»;
- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами»;
- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды».

В целом, характеристика состояния конкуренции показала, что на обозначенных 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.

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды проведены опросы жителей города о том, обращались ли они за последние три года за защитой своих прав в различные органы как потребители из-за некачественного товара или услуг (рис. 25).



**Рис. 25. Оценка обращений граждан за защитой своих прав как потребителей из-за некачественного товара или услуги, за последние 3 года (чел.)**

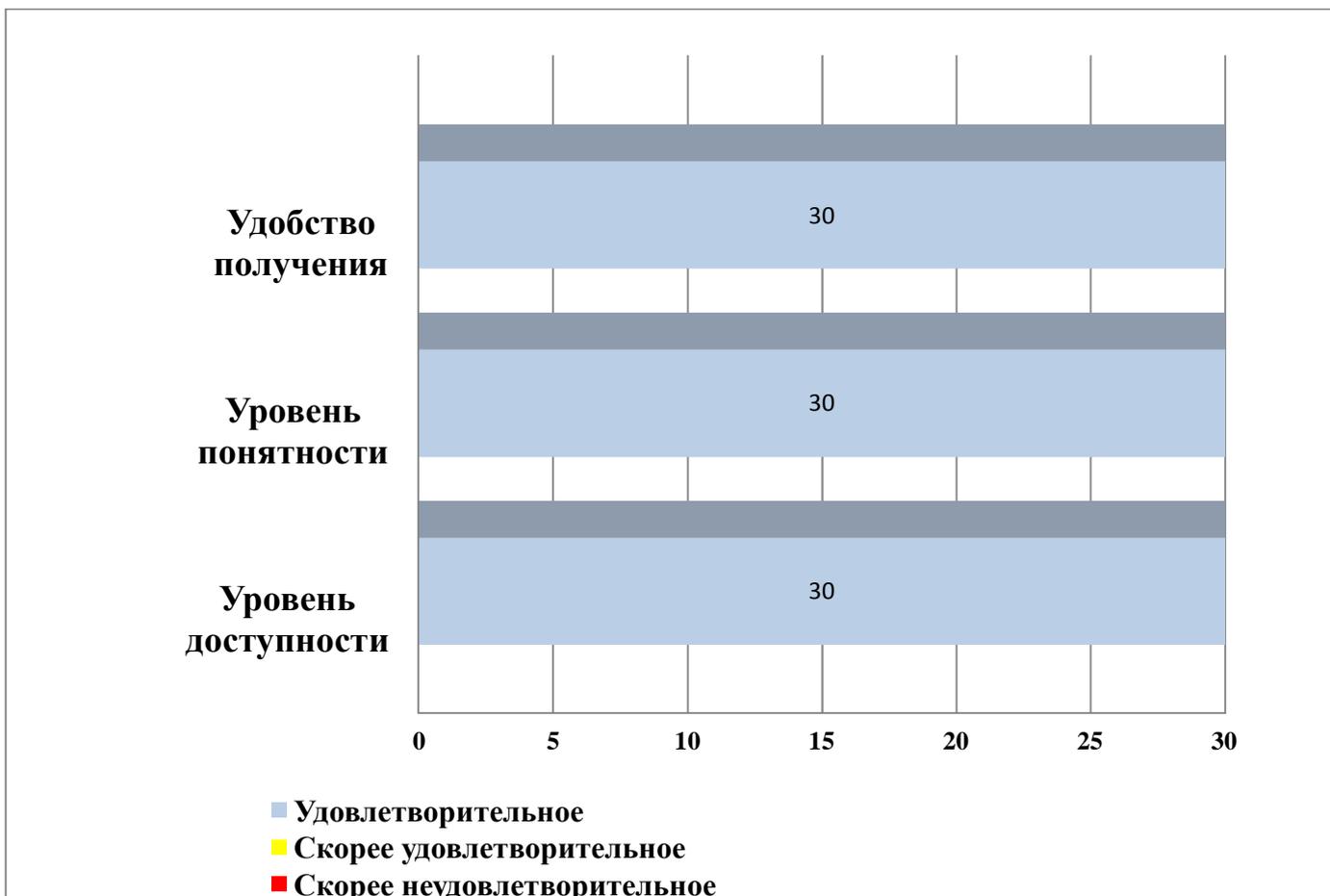
В целом, результаты опроса показали, что в большинстве случаев опрошенные респонденты не обращались в различные органы за защитой своих интересов.

**Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг городского округа Кохма и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Правительством Ивановской области и администрацией городского округа Кохма**

Одной из задач по внедрению стандарта развития конкуренции является повышение уровня информационной открытости по вопросу состояния конкурентной среды на рынках товаров и услуг.

Для повышения уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции на официальном сайте городского округа Кохма функционирует раздел «Экономика», подраздел «Развитие конкуренции» ((ссылка: <https://kohma37.gosuslugi.ru/deyatelnost/napravleniya-deyatelnosti/ekonomika/razvitie-konkurentsii/>)), в котором размещена вся необходимая информация, а также доклады о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг городского округа Кохма за предыдущие годы.

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды среди субъектов предпринимательской деятельности и потребителей проводилось по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и уровню получения информации. По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень удовлетворенности (рис. 26).



**Рис. 26. Оценка предпринимателями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, (чел.)**

Все опрошенные предприниматели (100 %) удовлетворительно оценивают качество информации о состоянии конкурентной среды.

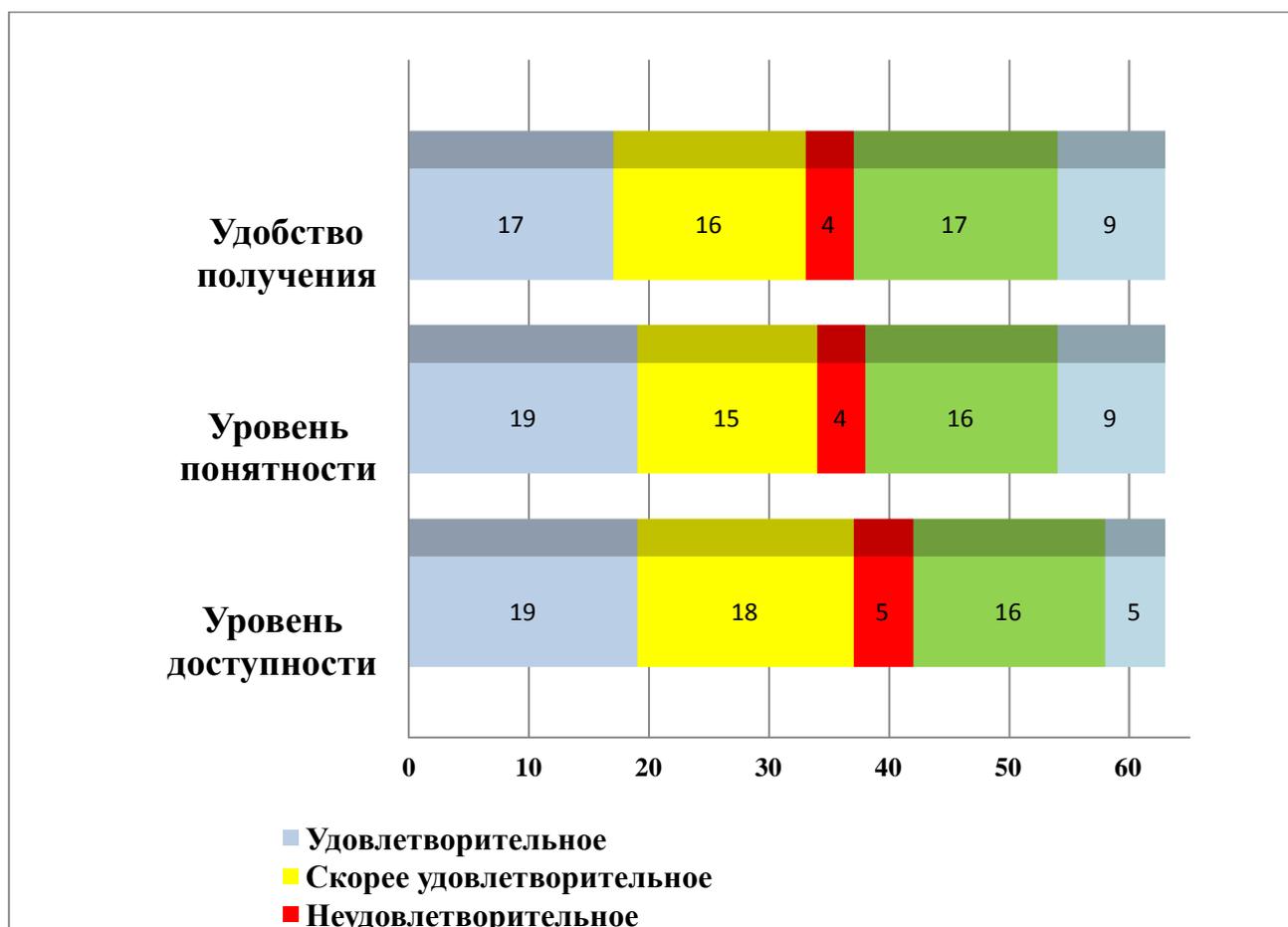
Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, размещаемой в открытом доступе, свидетельствует о том, что основное количество предпринимателей удовлетворительно оценивают качество информации о состоянии конкурентной среды (рис. 27).



**Рис. 27. Оценка качества информации о внедрении стандарта развития конкуренции среди субъектов предпринимательской деятельности (чел.)**

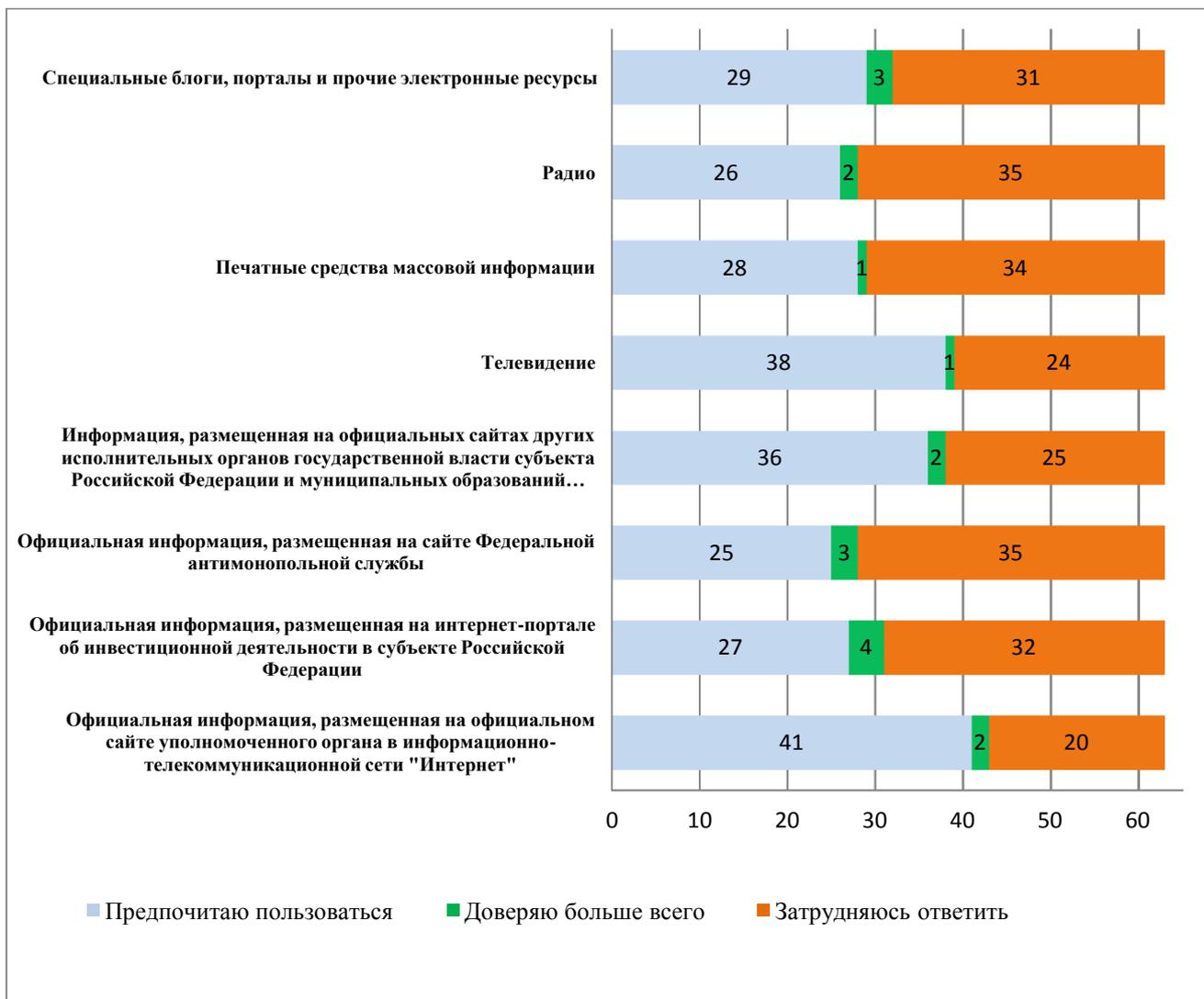


**Рис. 28. Уровень доверия субъектов предпринимательской деятельности к источникам информации о внедрении стандарта развития конкуренции (чел.)**



**Рис. 29. Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе (чел.)**

Оценка качества потребителями официальной информации о состоянии конкурентной среды проводилось также по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и уровню получения информации. Большинство респондентов высказывали степень удовлетворенности по всем параметрам – «Удовлетворительное» и «Скорее удовлетворительное».



**Рис. 30. Уровень доверия потребителей к источникам информации о внедрении стандарта развития конкуренции (чел.)**

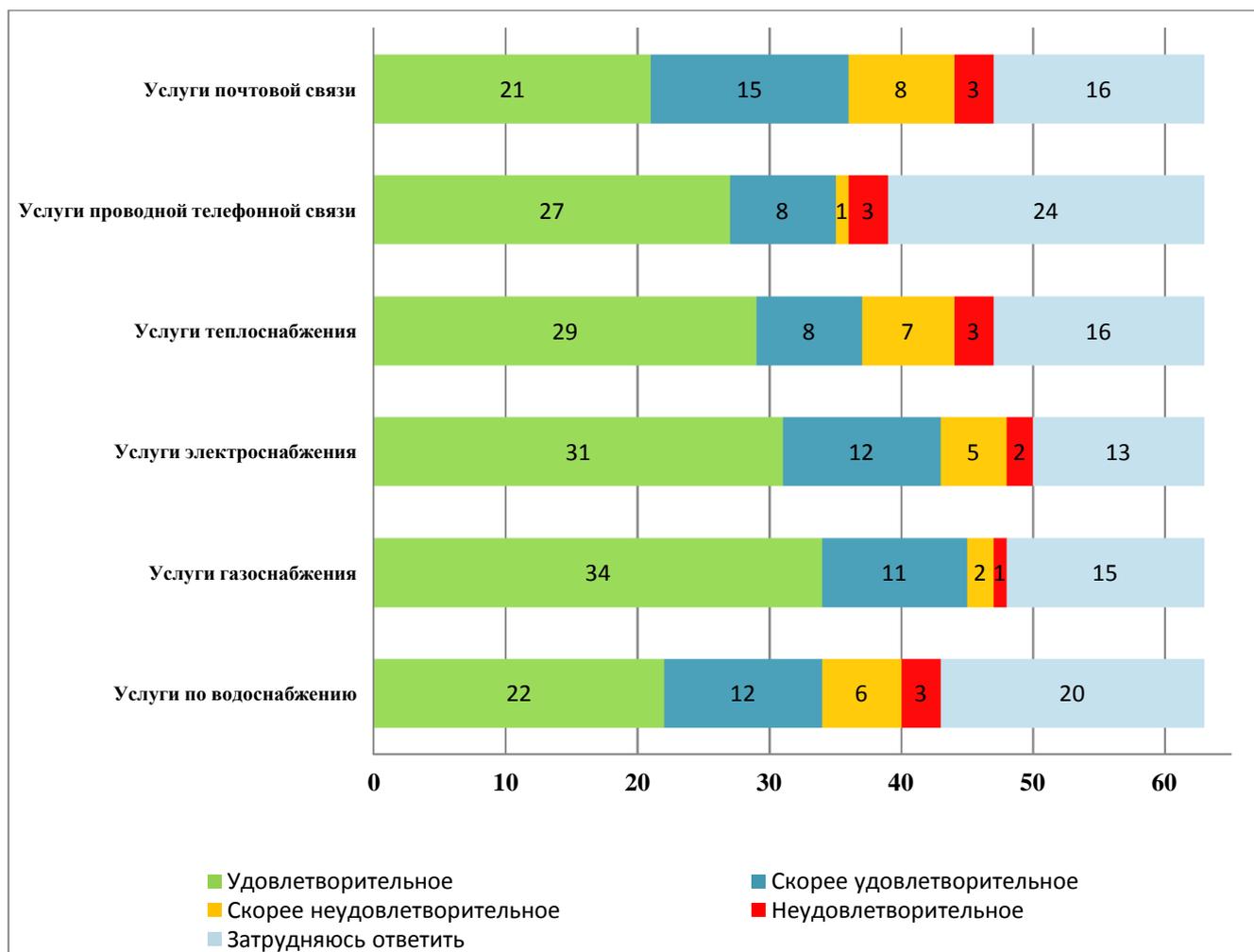
### **Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории городского округа Кохма**

Одной из задач опроса, проведенного в рамках ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг городского округа Кохма, являлось выявление уровня удовлетворенности качеством основных товаров (работ, услуг), предоставляемых субъектами естественных монополий.

Жители оценивали качество услуг субъектов естественных монополий (водоснабжение, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, телефонная связь, почтовая связь) в диапазоне от 1 до 5, где 1 – удовлетворительное, 2 – скорее удовлетворительное, 3 – скорее неудовлетворительное, 4 – неудовлетворительное, 5 – затрудняюсь ответить.

В целом по всем субъектам естественных монополий преобладают удовлетворительные оценки качества их услуг. При этом респонденты больше негативных оценок поставили услугам почтовой связи, теплоснабжения.

Наибольший уровень удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг наблюдается на рынках электроснабжения и газоснабжения.

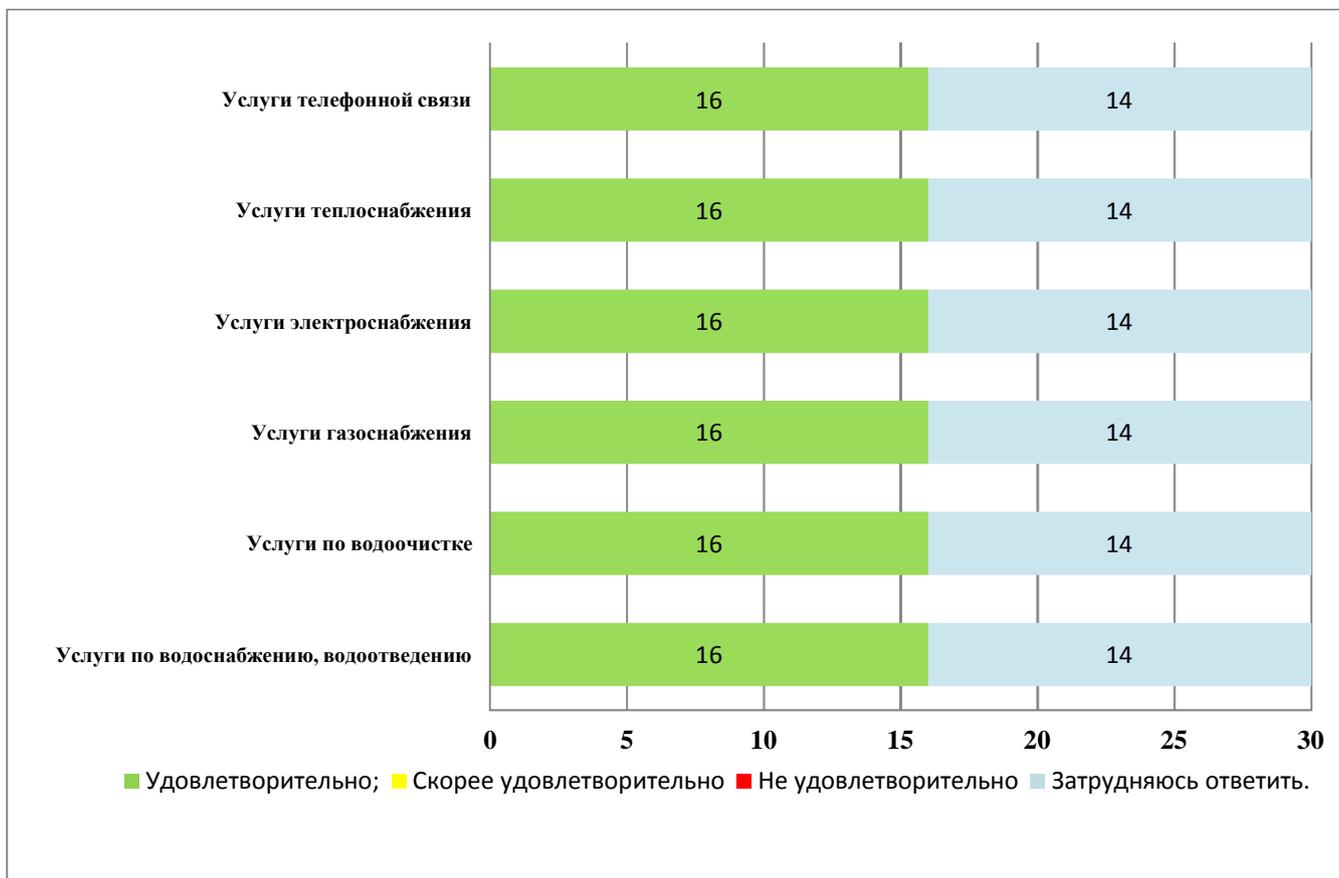


**Рис. 31. Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий (чел.)**

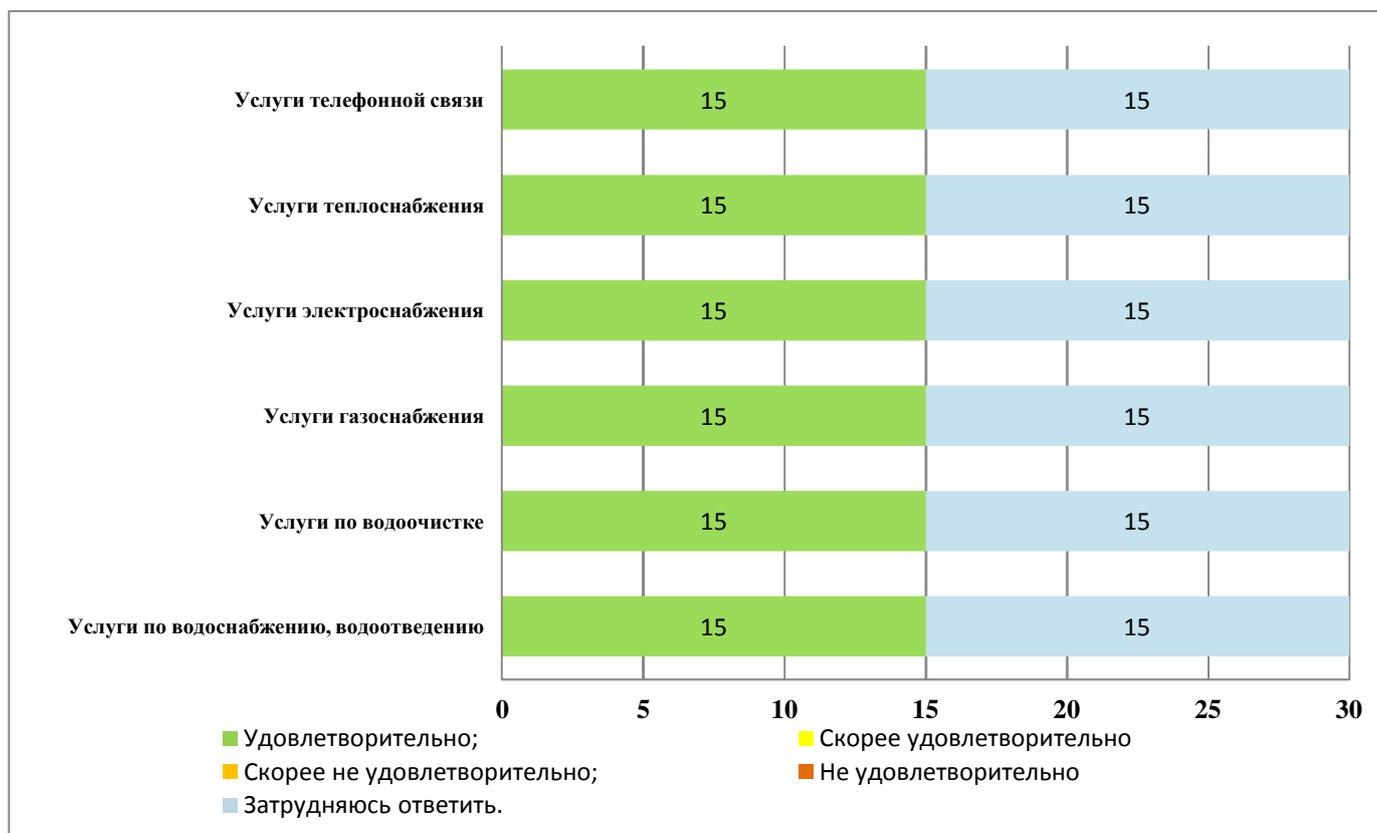
Кроме этого, оценка деятельности субъектов естественных монополий осуществлялась путем опроса представителей бизнеса по следующим услугам естественных монополий: услуги по водоснабжению, водоотведению, водоочистке, газоснабжению, электроснабжению, теплоснабжению, телефонной связи. Параметрами оценки оказываемых услуг являлись: сроки получения доступа, количество процедур подключения и стоимость подключения.

При оценке характеристик услуг субъектов естественных монополий использовались следующие критерии:

1. Удовлетворительно;
2. Скорее удовлетворительно;
3. Скорее неудовлетворительно;
4. Неудовлетворительно;
3. Затрудняюсь ответить.



**Рис. 32. Оценка предпринимателями срока получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (чел.)**



**Рис. 33. Оценка предпринимателями сложности процедуры подключения к услугам субъектов естественных монополий (чел.)**



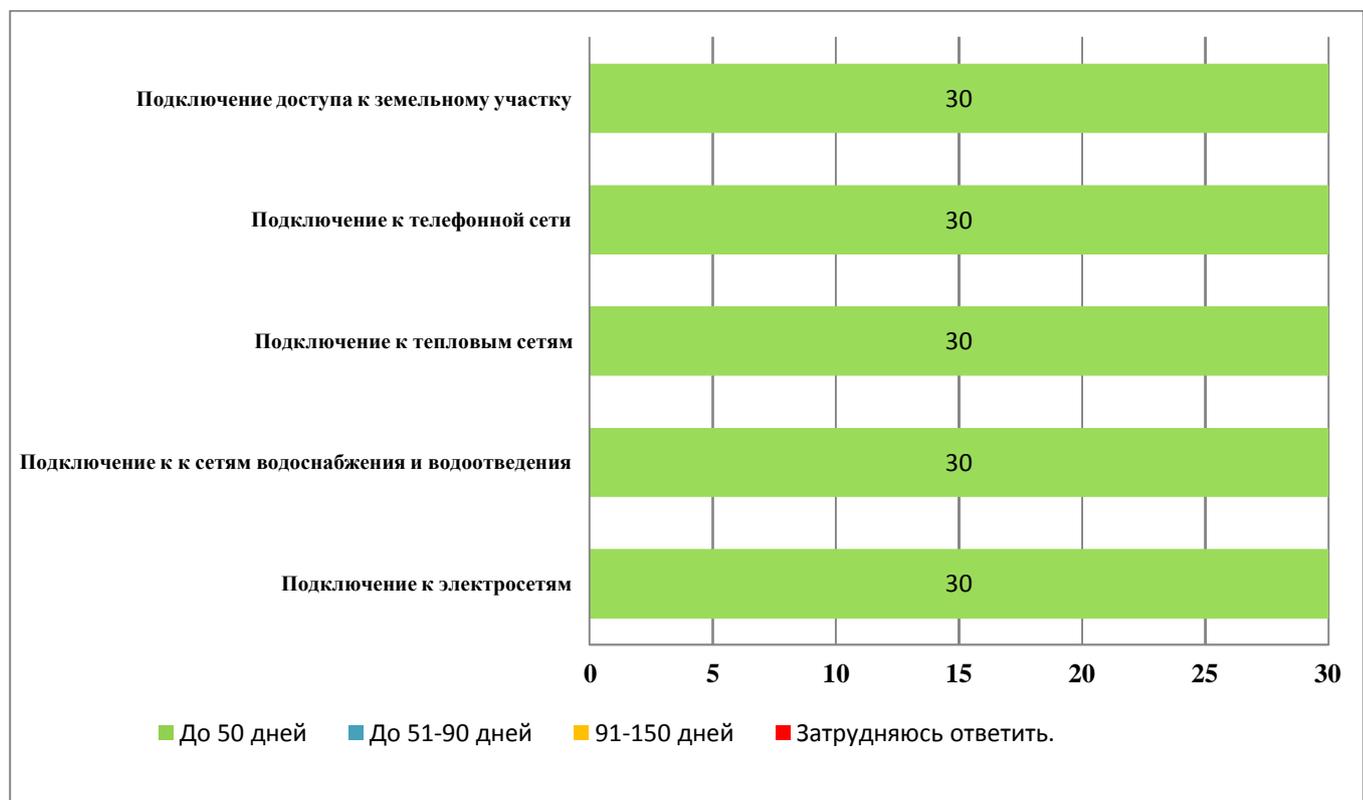
**Рис. 34. Оценка предпринимателями стоимости процедуры подключения к услугам субъектов естественных монополий (чел.)**

Оценка услуг субъектов естественных монополий предпринимателями имеет положительные результаты, половина респондентов удовлетворены сроками получения доступа, количеством процедур подключения. Остальные затруднились ответить на данный вопрос.

Мнения предпринимателей относительно оценки стоимости подключения к услугам субъектов естественных монополий разделились: 43,3 % опрошенных оценили стоимость как удовлетворительно и скорее удовлетворительно, а 40,0 % считают, что она не удовлетворительная и скорее не удовлетворительная.

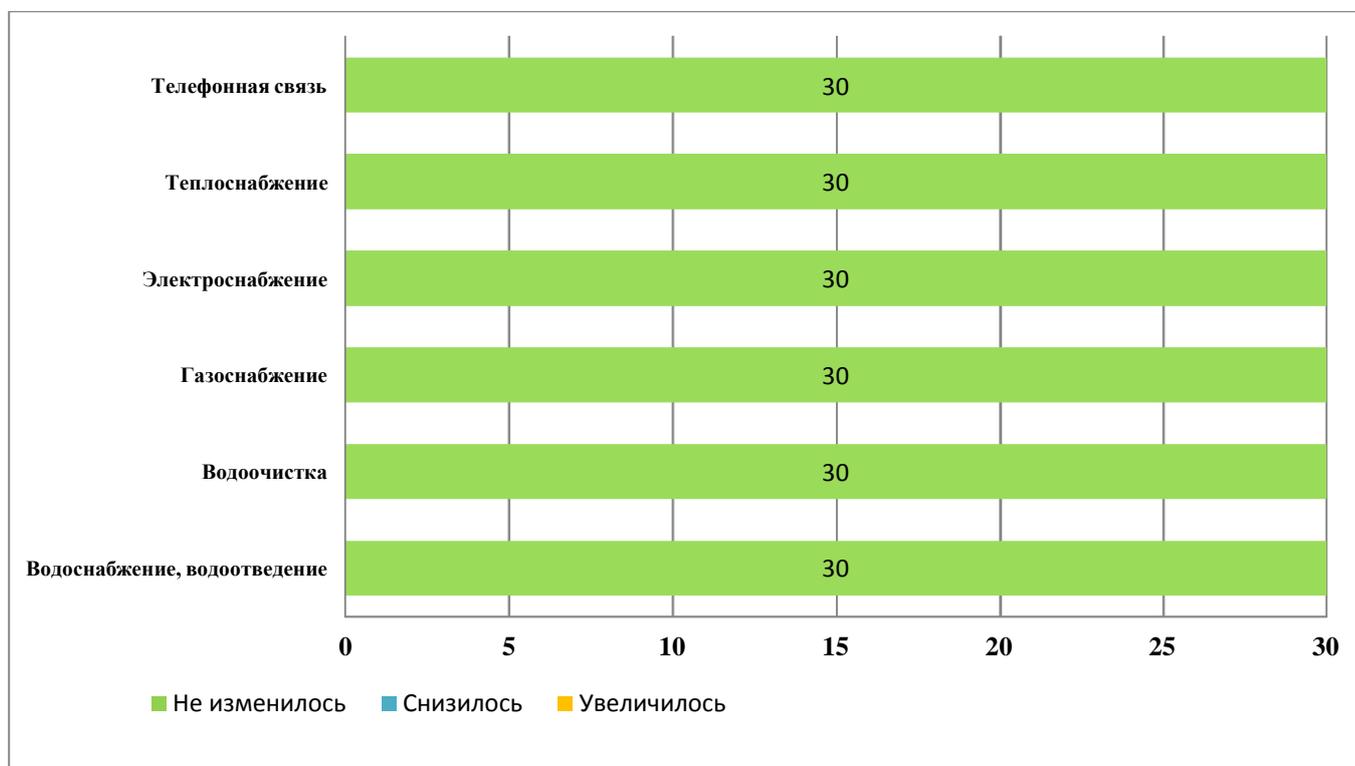


**Рис. 35. Оценка предпринимателями процесса получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (количество процедур) (чел.)**



**Рис. 36. Оценка процесса получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (срок получения доступа) (чел.)**

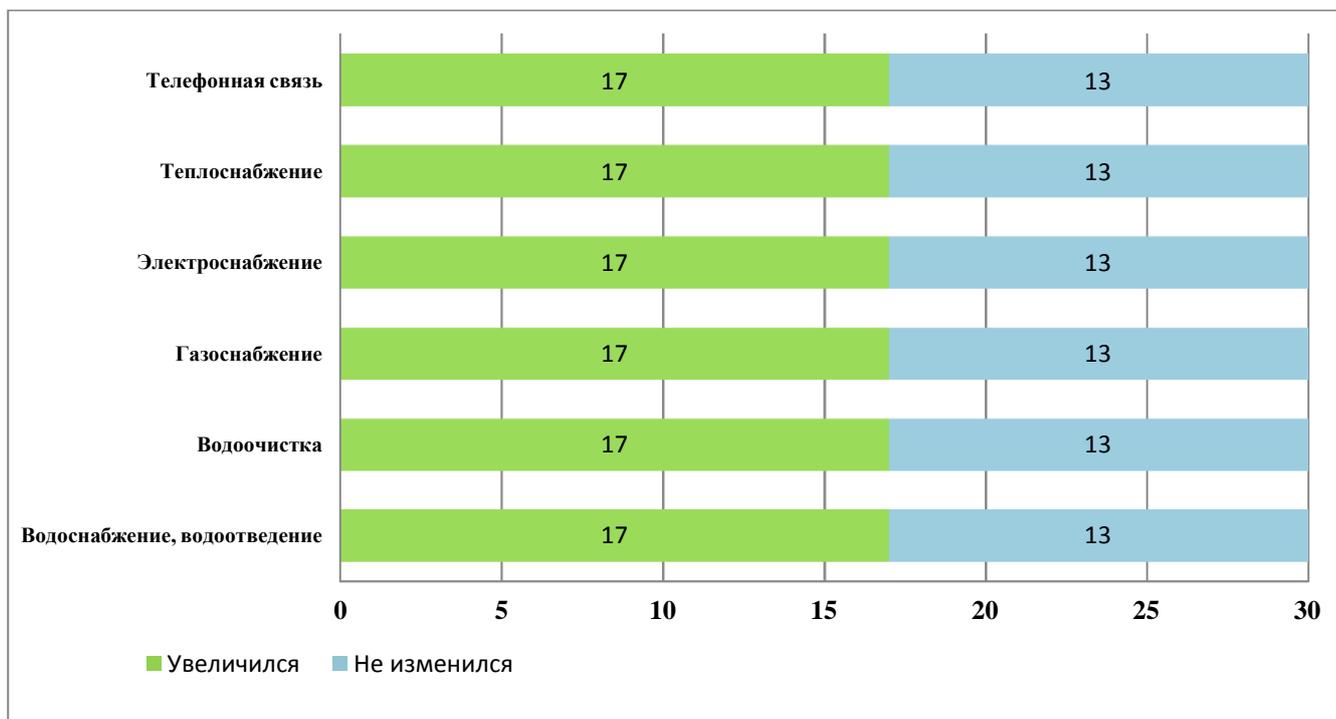
В рамках оценки процесса получения доступа к услугам субъектов естественных монополий все предприниматели отметили, что сроки подключения к инженерным сетям составляют в основном до 50 дней. Респонденты (96,7%), прошедшие процедуры техприсоединения, обозначили, что количество совершенных процедур составило не более 2.



**Рис. 37. Оценка изменения количества процедур подключения услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет (чел.)**



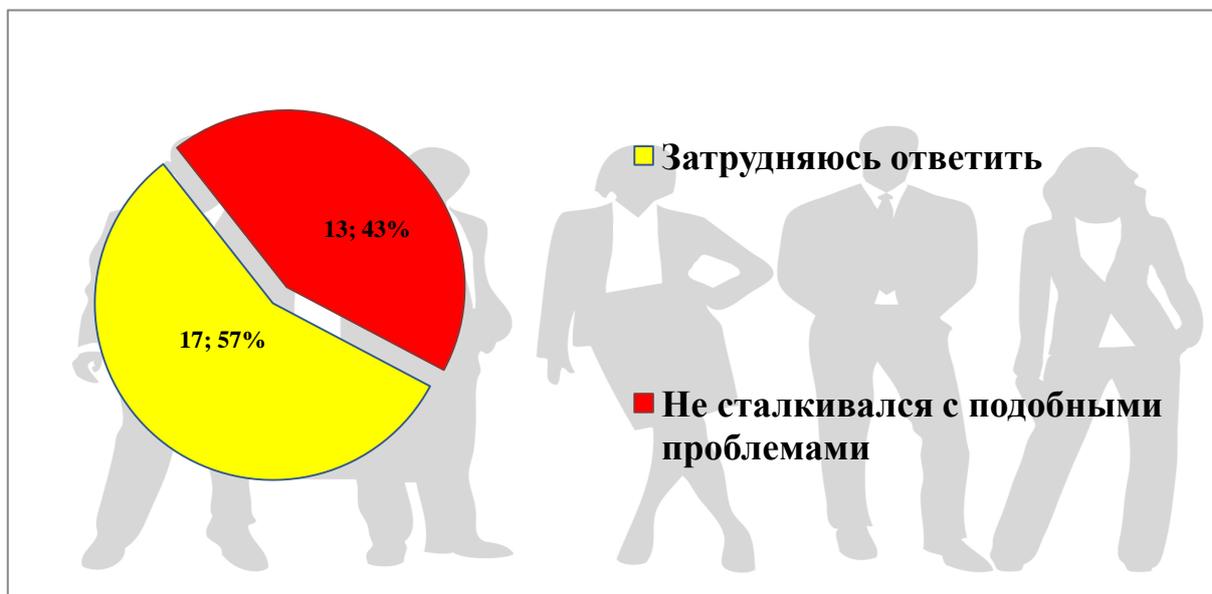
**Рис. 38. Оценка изменения качества услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет (чел.)**



**Рис. 39. Оценка изменения уровня цен на услуги субъектов естественных монополий за последние 5 лет (чел.)**

Все опрошенные предпринимателей считают, что качество и количество услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет не изменилось. Уровень цен на услуги увеличился, так считают 56,7 % респондентов.

56,7 % предпринимателей не сталкивались с дискриминацией при осуществлении предпринимательской деятельности, 43,3 % затруднились ответить.



**Рис. 40. Основные проблемы предпринимателей при взаимодействии с субъектами естественных монополий (чел.; %)**

Таким образом, на основе комплекса собранных данных, можно констатировать незначительное преобладание неудовлетворительных оценок деятельности субъектов естественных монополий.

**Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов, предусматривающий формирование реестра указанных хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на территории городского округа Кохма**

Реестр (перечень) хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов, осуществляющих деятельность на территории городского округа Кохма, сформирован и представлен в Приложение № 2 к Докладу (не приводится).

**Результаты мониторинга доступности финансовых услуг и удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг**

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды одним из вопросов для исследования являлась оценка удовлетворенности населения деятельностью финансовых организаций, а также оценка доступности финансовых услуг.

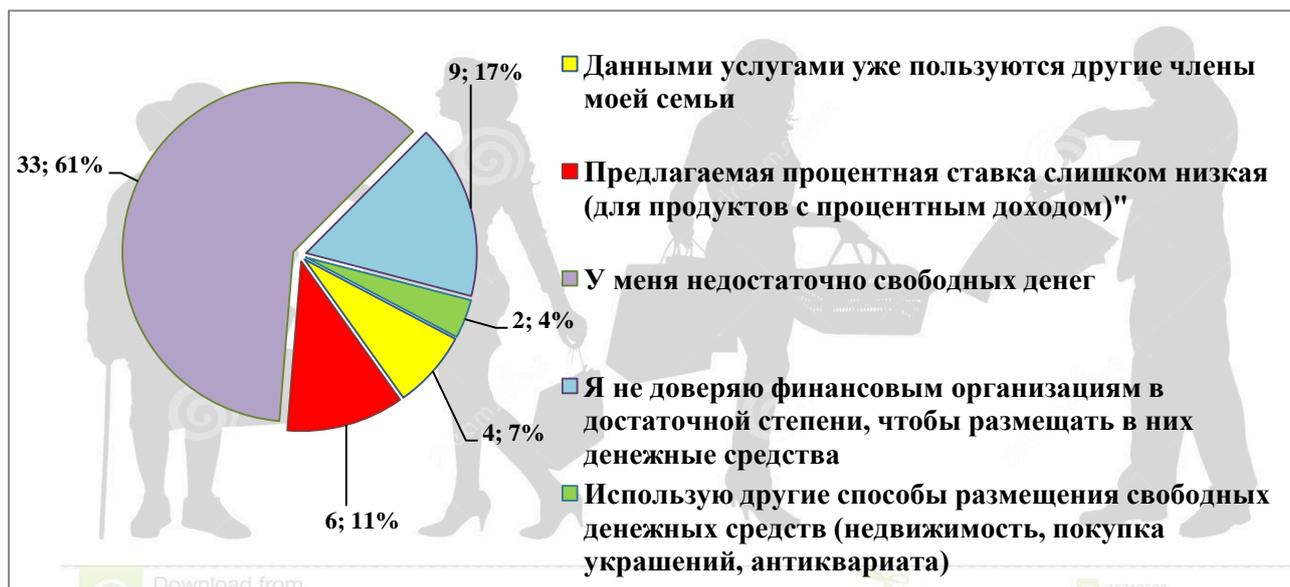
Сфера финансовых услуг оказывает существенное влияние на развитие конкуренции, поскольку с одной стороны способствует созданию дополнительных возможностей для развития бизнеса, с другой – формированию конечного потребительского спроса.

Опрос показал, что респонденты в большей своей части пользуются услугами финансовых организаций 1 раз в год и реже – 58,7 % (37 чел.), не реже, чем раз в неделю – 19,1 % (12 чел.), не реже, чем раз в три месяца – 11,1 % (7 чел.), не реже, чем раз в месяц – 11,1 % (7 чел.).

Анализ показал, что большинство респондентов не пользовались сберегательными банковскими продуктами (услугами) за последние 12 месяцев.

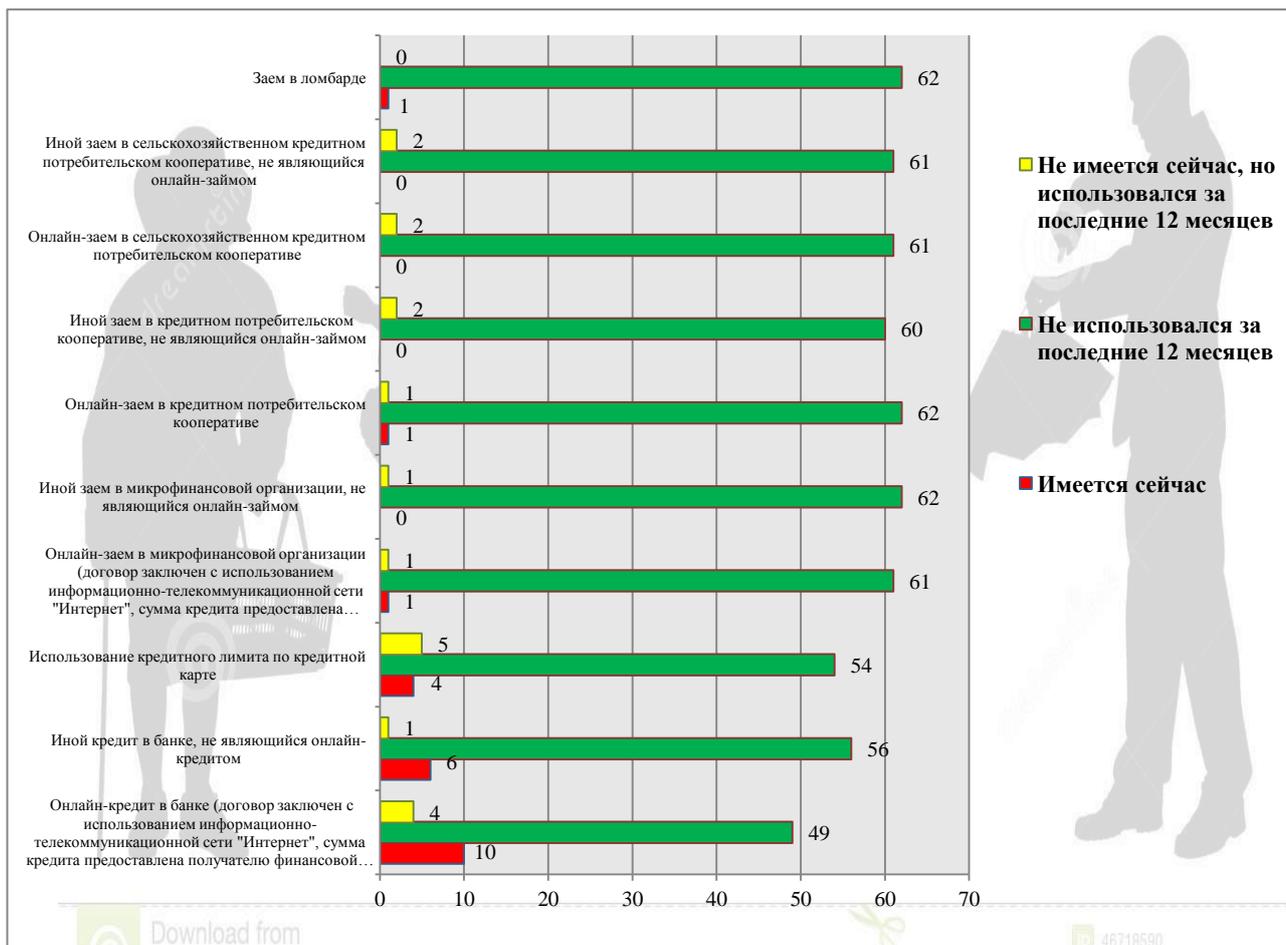


**Рис. 41. Оценка использования потребителями сберегательных банковских продуктов (услуг) за последние 12 месяцев (чел.)**

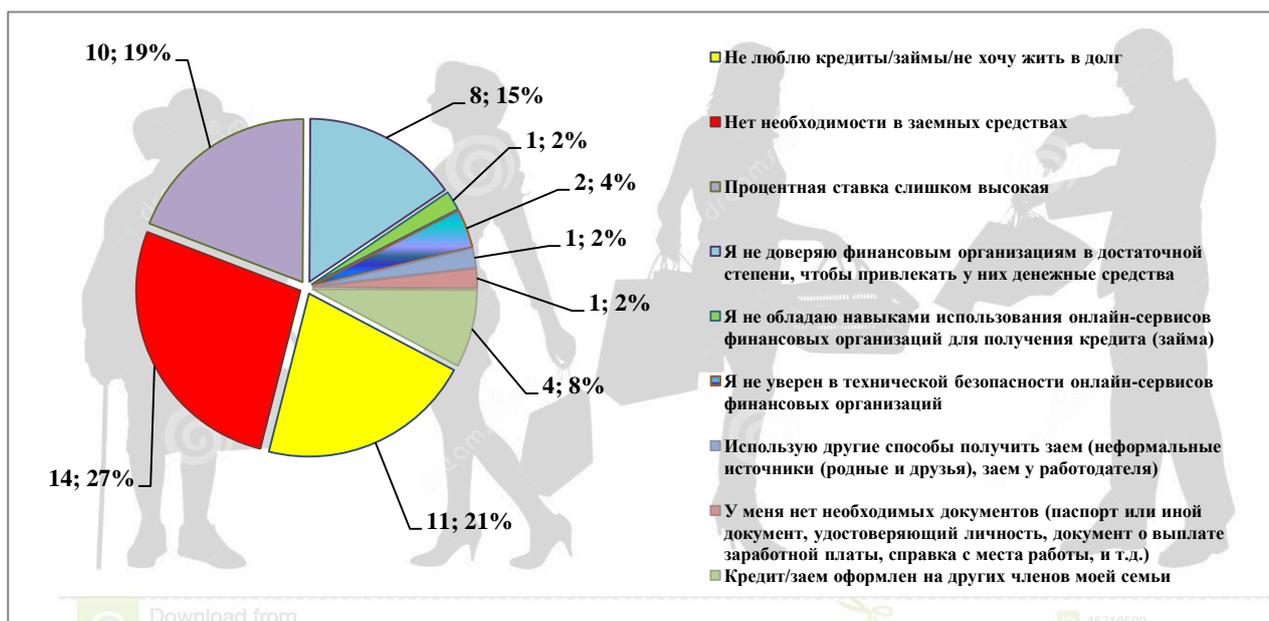


**Рис. 42. Основные причины отсутствия сберегательных финансовых продуктов (чел.; %)**

Из 61,1 % ответивших на вопрос большинство утверждают, что главная причина, по которой они за последние 12 месяцев не пользовались финансовыми продуктами, является нехватка свободных денег (рис. 42).



**Рис. 43. Оценка использования кредитных банковских продуктов (услуг) за последние 12 месяцев (чел.)**



**Рис. 44. Основные причины отсутствия кредитных финансовых продуктов (чел.; %)**

В опросе по кредитным финансовым продуктам, которые жители использовали за последние 12 месяцев, из 52 респондентов, ответивших на данный вопрос, голоса разделились следующим образом:

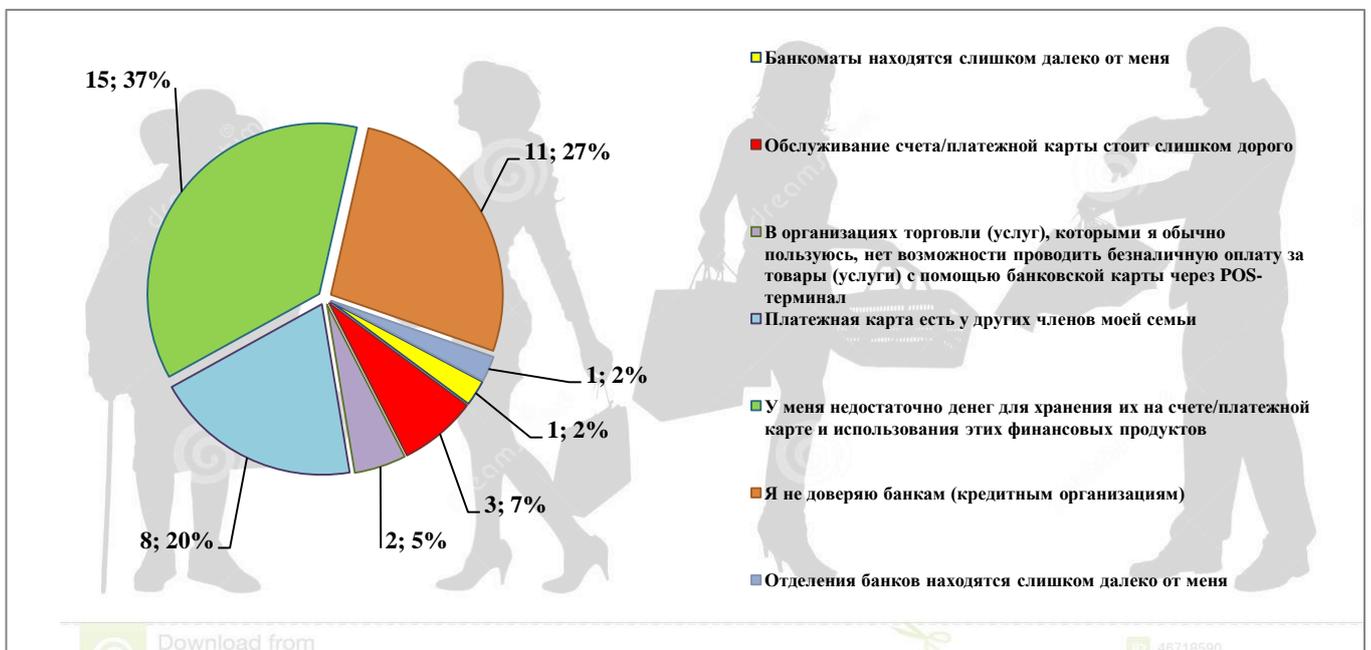
- «Нет необходимости в заемных средствах» – 14 чел.;
- «Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг» – 11 чел.;
- «Процентная ставка слишком высокая» – 10 чел.;
- «Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы привлекать у них денежные средства» – 8 чел.;
- «Кредит/заем оформлен на других членов моей семьи» – 4 чел.;
- «Я не уверен в технической безопасности онлайн-сервисов финансовых организаций» – 2 чел.;
- «Я не обладаю навыками использования онлайн-сервисов финансовых организаций для получения кредита (займа)» – 1 чел.;
- «Использую другие способы получить заем (неформальные источники (родные и друзья), заем у работодателя)» – 1 чел.;
- «У меня нет необходимых документов (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, документ о выплате заработной платы, справка с места работы, и т.д.)» – 1 чел.;

Кредитные финансовые продукты среди большинства респондентов оказались не востребованными.

Проведенный анализ показал, что из 52 респондентов ответивших на вопрос, почему за последние 12 месяцев они не пользовались ни одним кредитным финансовым продуктом, 26,9 % респондентов указали, что у них нет необходимости в заемных средствах, 21,2 % респондентов сообщили, что не любят кредиты и не хотят жить в долг.

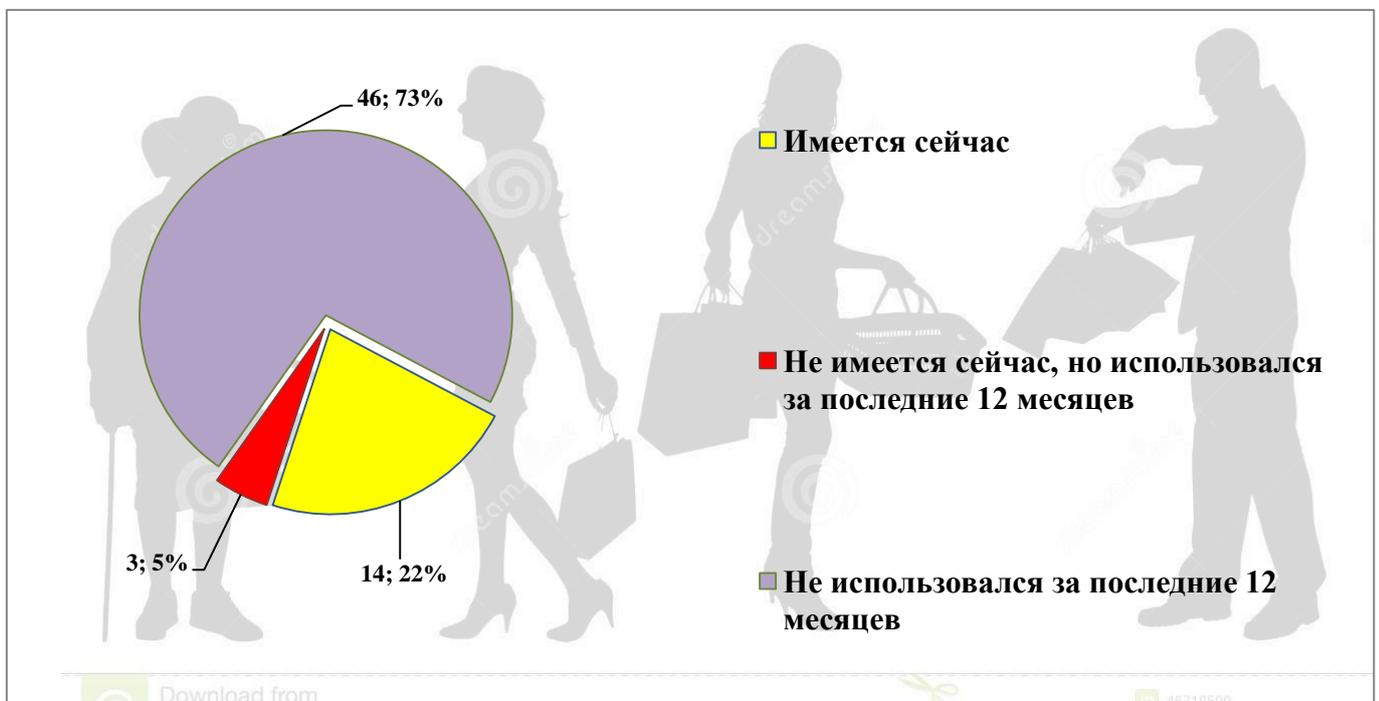
Самой востребованной платежной картой, которой пользовались респонденты за последние 12 месяцев и которая имеется сейчас, является зарплатная карта, так ответило 82,5 %.

Другими расчетными (дебетовыми) картами, кроме зарплатной карты, кредитными картами пользуются респонденты, но в меньшей степени.



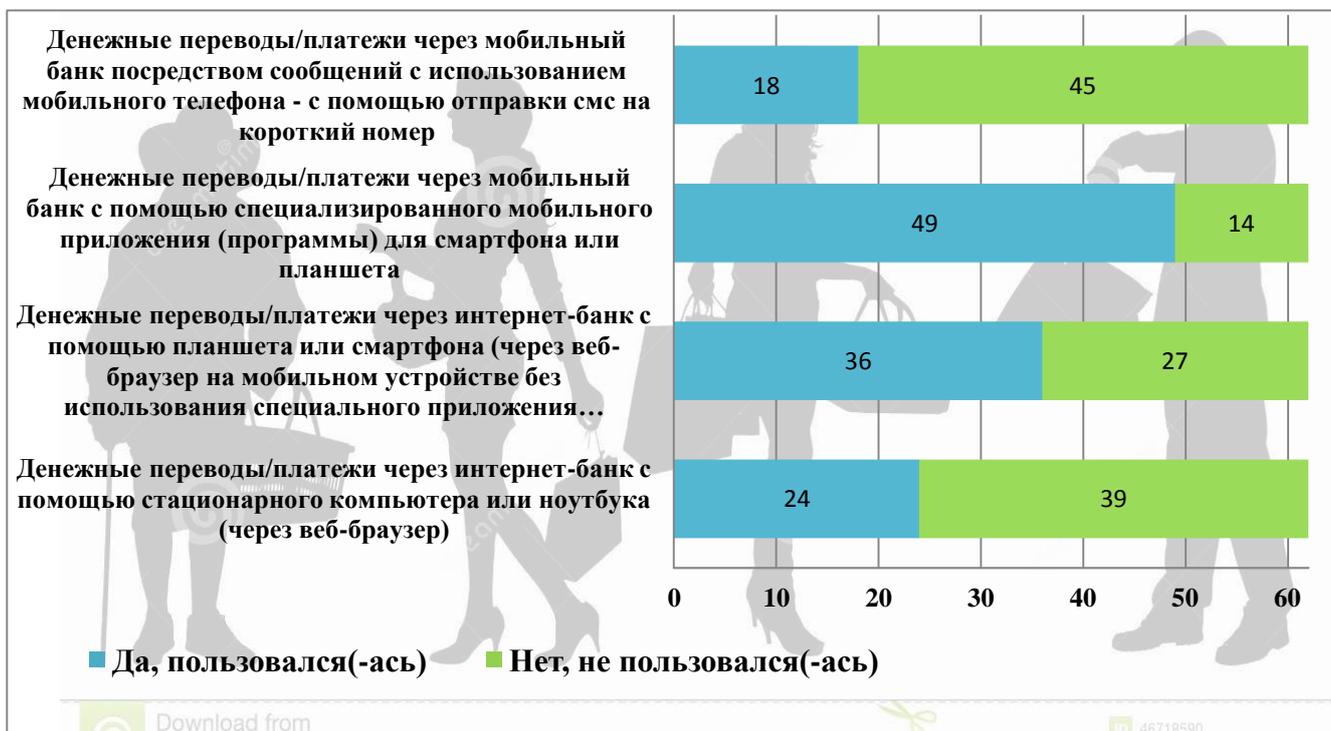
**Рис. 45. Основные причины отсутствия карточных банковских продуктов (чел.; %)**

Из всех респондентов, ответивших на вопрос о причине, по которой не пользовались последние 12 месяцев вышеуказанными платежными картами, большинство ответило, что у них недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте и для использования этих финансовых продуктов (рис. 45).



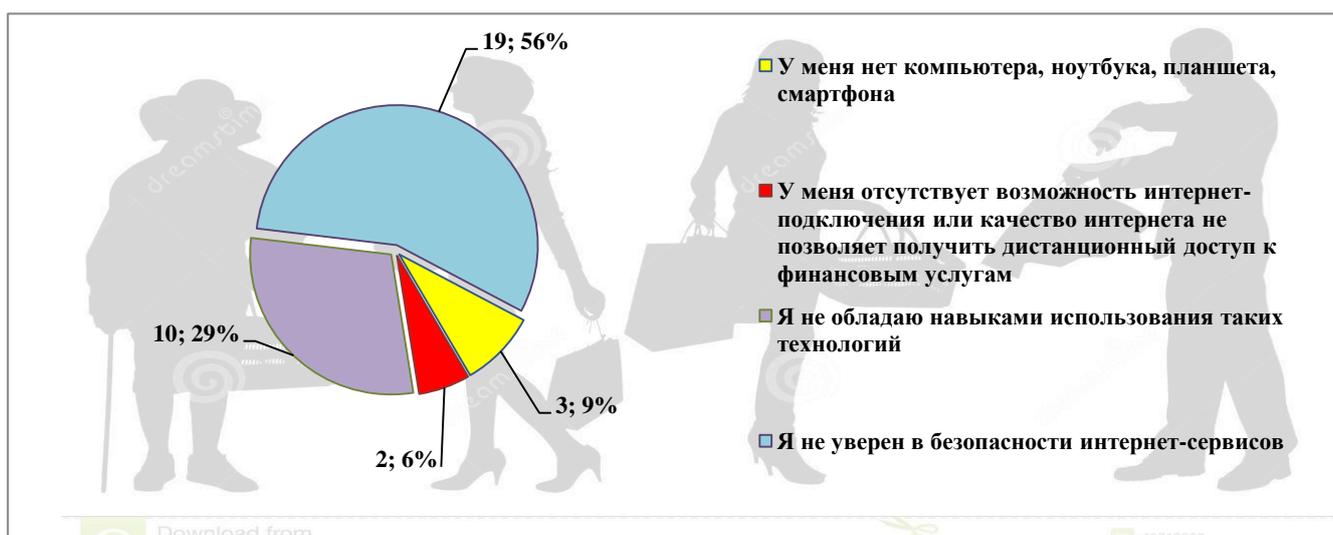
**Рис. 46. Оценка использования текущего счета (расчетного счета без возможности получения дохода в виде процентов) за последние 12 месяцев (чел.; %)**

За последние 12 месяцев текущим счетом (расчетным счетом без получения дохода в виде процентов, отличным от счета по вкладу или счета платежной карты) не пользовались 73,0 % (46 чел.) респондентов. У 22,2 % (14 чел.) имеется сейчас текущий счет и у 4,8 % (3 чел.) не имеется, но использовался за последние 12 месяцев.



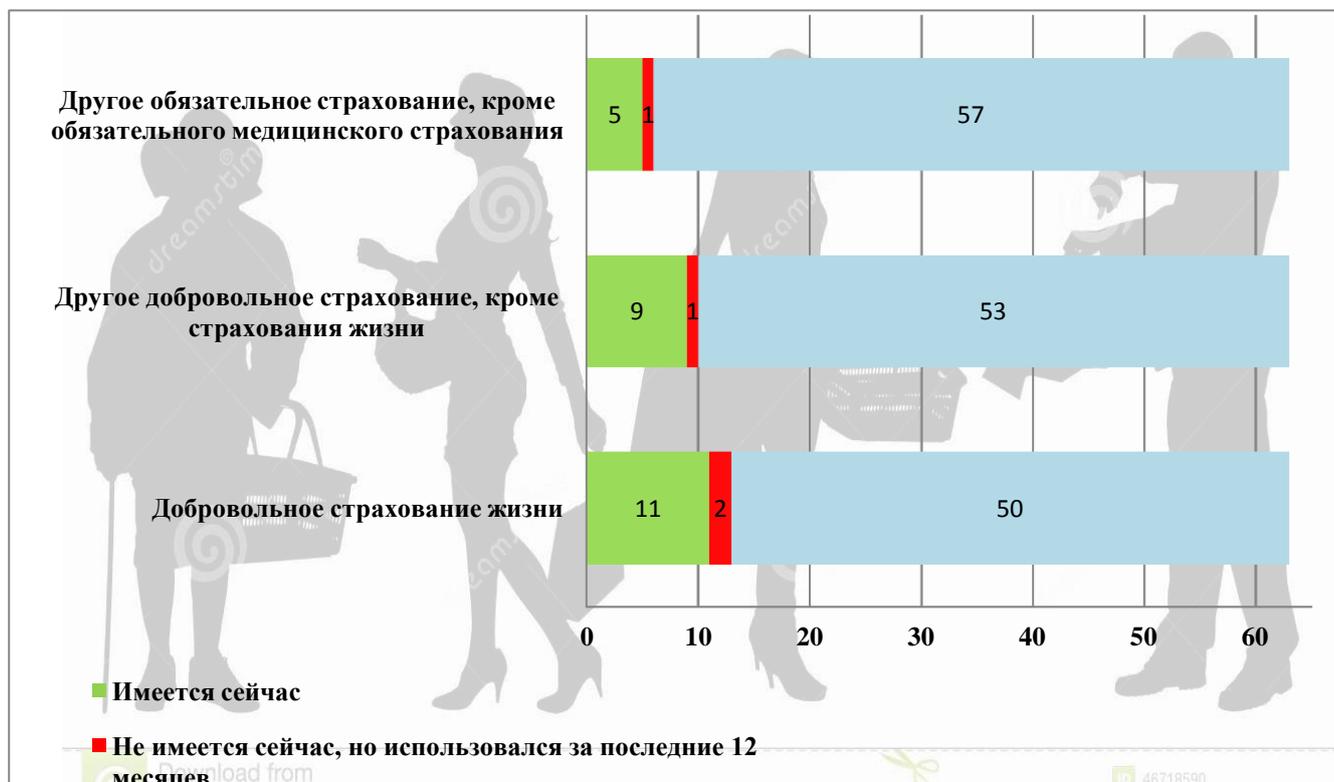
**Рис. 47. Оценка использования дистанционных каналов банковского обслуживания за последние 12 месяцев (чел.)**

Изучение анкет жителей об использовании дистанционного доступа к банковскому счету позволило сделать вывод, что в течение 12 месяцев среди опрошенные граждан 77,8 % пользовались денежными переводами (платежами) через мобильный банк с помощью специального приложения для смартфона.



**Рис. 48. Основные причины низкого использования дистанционных каналов доступа к банковскому счету (чел.; %)**

Из всех ответивших на вопрос о причине неиспользования ни одного из вышеперечисленных типов дистанционного доступа к банковскому счету, большинство ответили, что не уверены в безопасности интернет-сервисов.



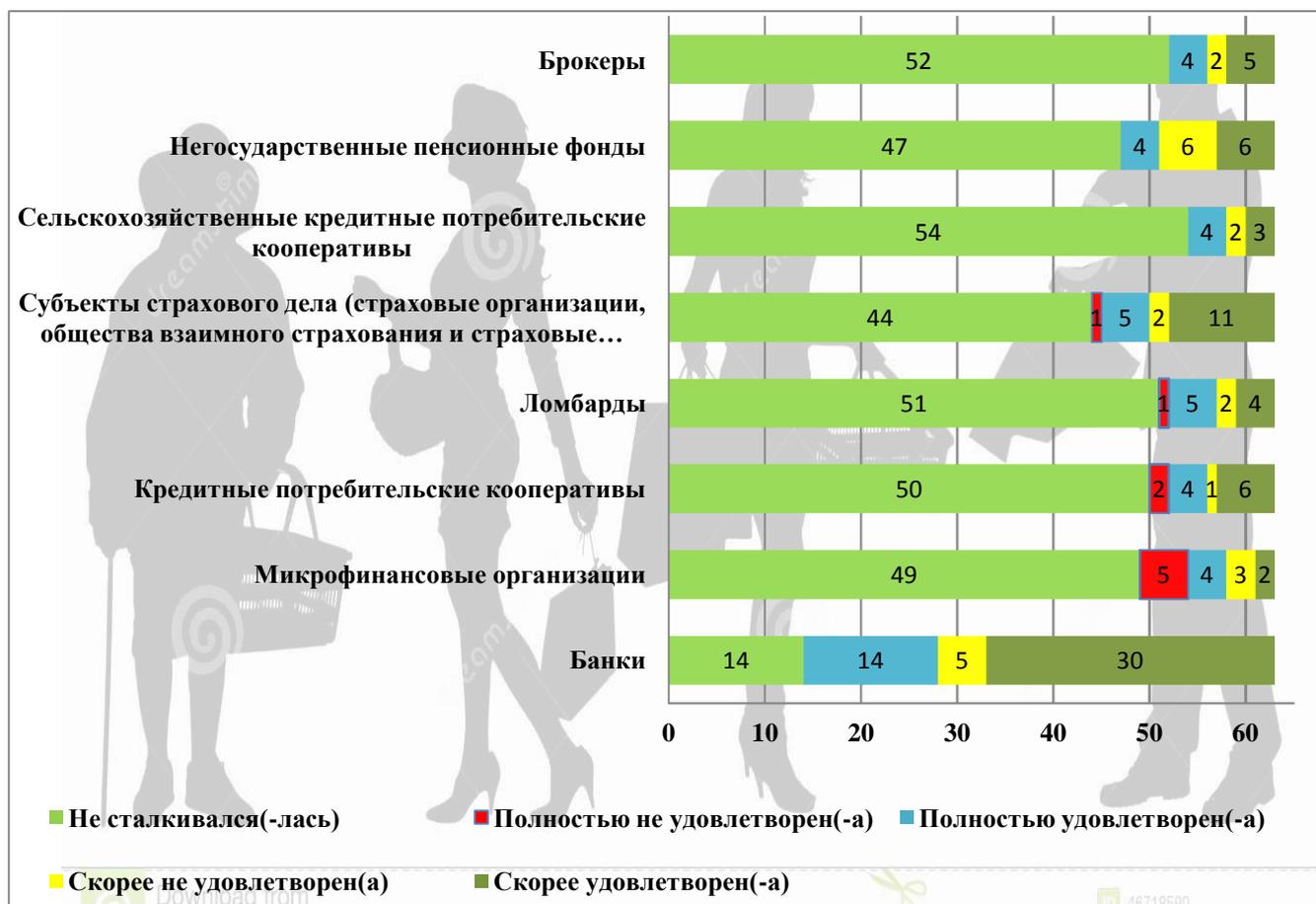
**Рис. 49. Оценка использования страховых продуктов в 2024 году (чел.)**

Анализ использования страховых продуктов за последние 12 месяцев показал, что более чем у 79,0 % респондентов добровольное и обязательное страхование является невостребованной услугой (рис. 49).



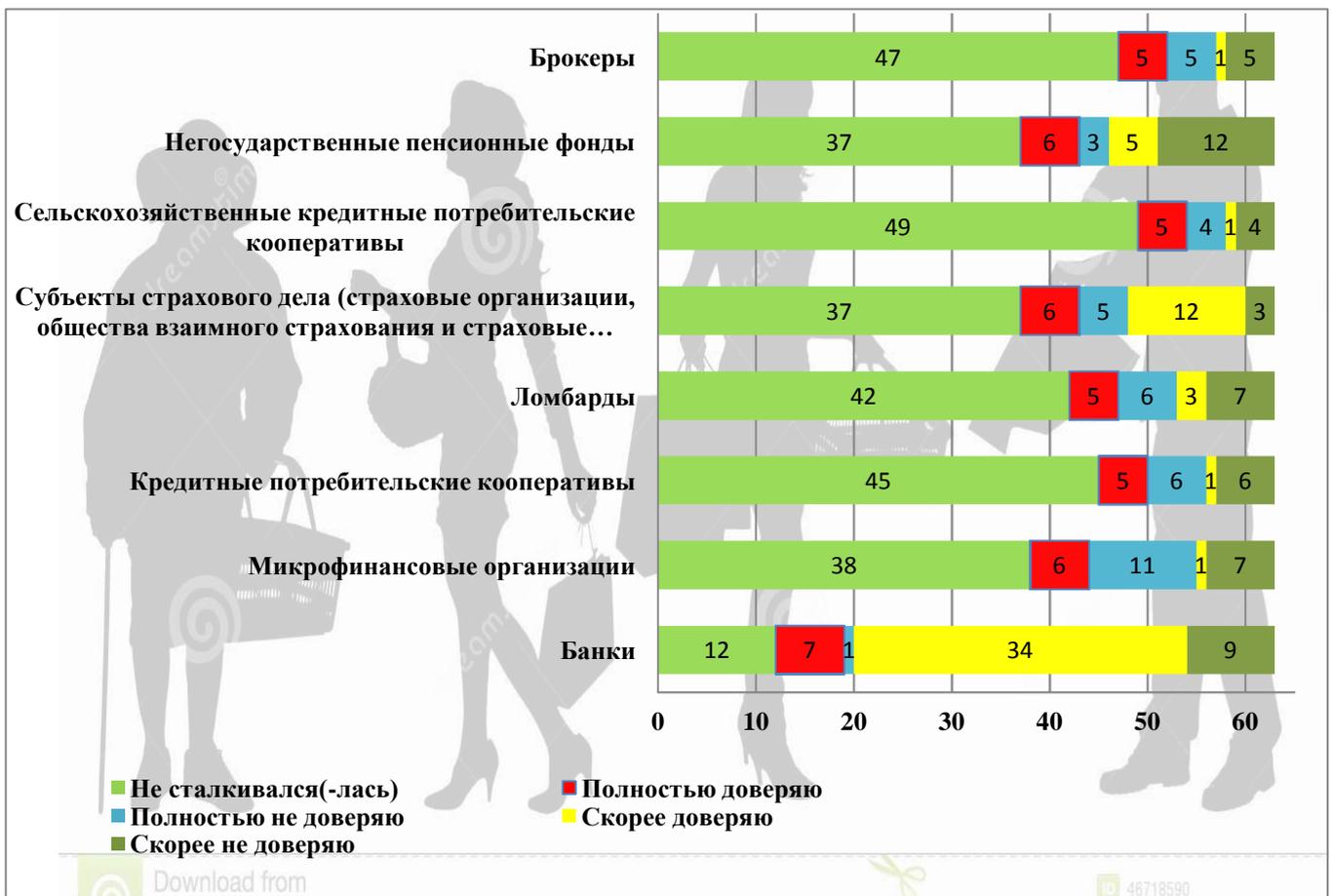
**Рис. 50. Оценка причин низкого уровня использования страховых продуктов в 2024 году (чел.; %)**

Из 51 ответивших респондентов на вопрос о причине отсутствия у них страховых продуктов в течение последних 12 месяцев большинство указали на отсутствие смысла в страховании и высокую стоимость страхового полиса.



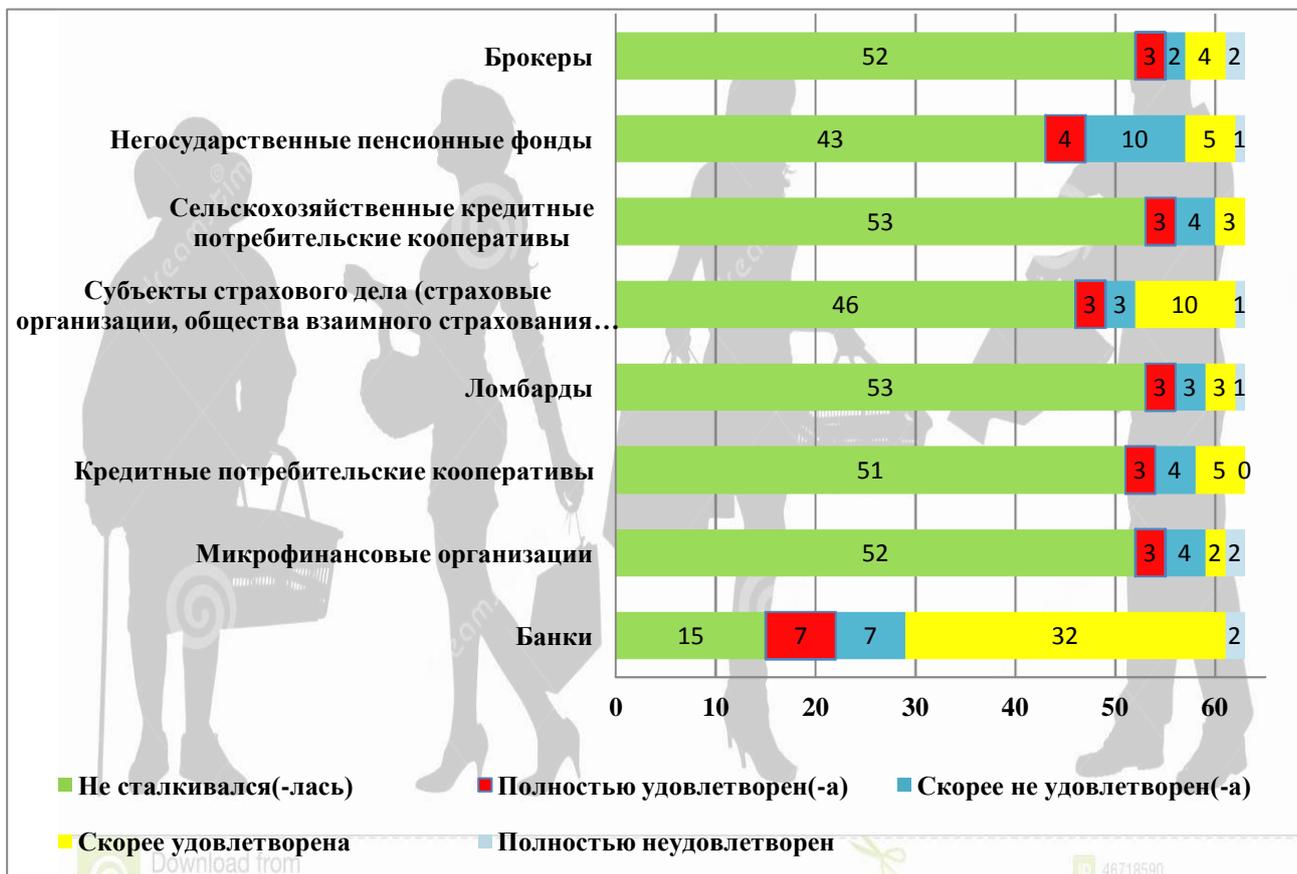
**Рис. 51. Оценка удовлетворенности качеством финансовых услуг в 2024 году (чел.)**

Наиболее известной финансовой организацией является банк, поэтому 69,8 % опрошенных полностью или скорее удовлетворены работой данной организации при использовании финансовых услуг.



**Рис. 52. Оценка уровня доверия потребителей к финансовым организациям (чел.)**

Продолжая анализ удовлетворенности населения деятельностью финансовых организаций, из рисунка 52 видно, что респонденты испытывают доверие больше всего к банкам (65,1%). С остальными финансовыми организациями большинство респондентов не сталкивались.



**Рис. 53. Оценка удовлетворенности потребителей продуктами или услугами финансовых организаций (чел.)**

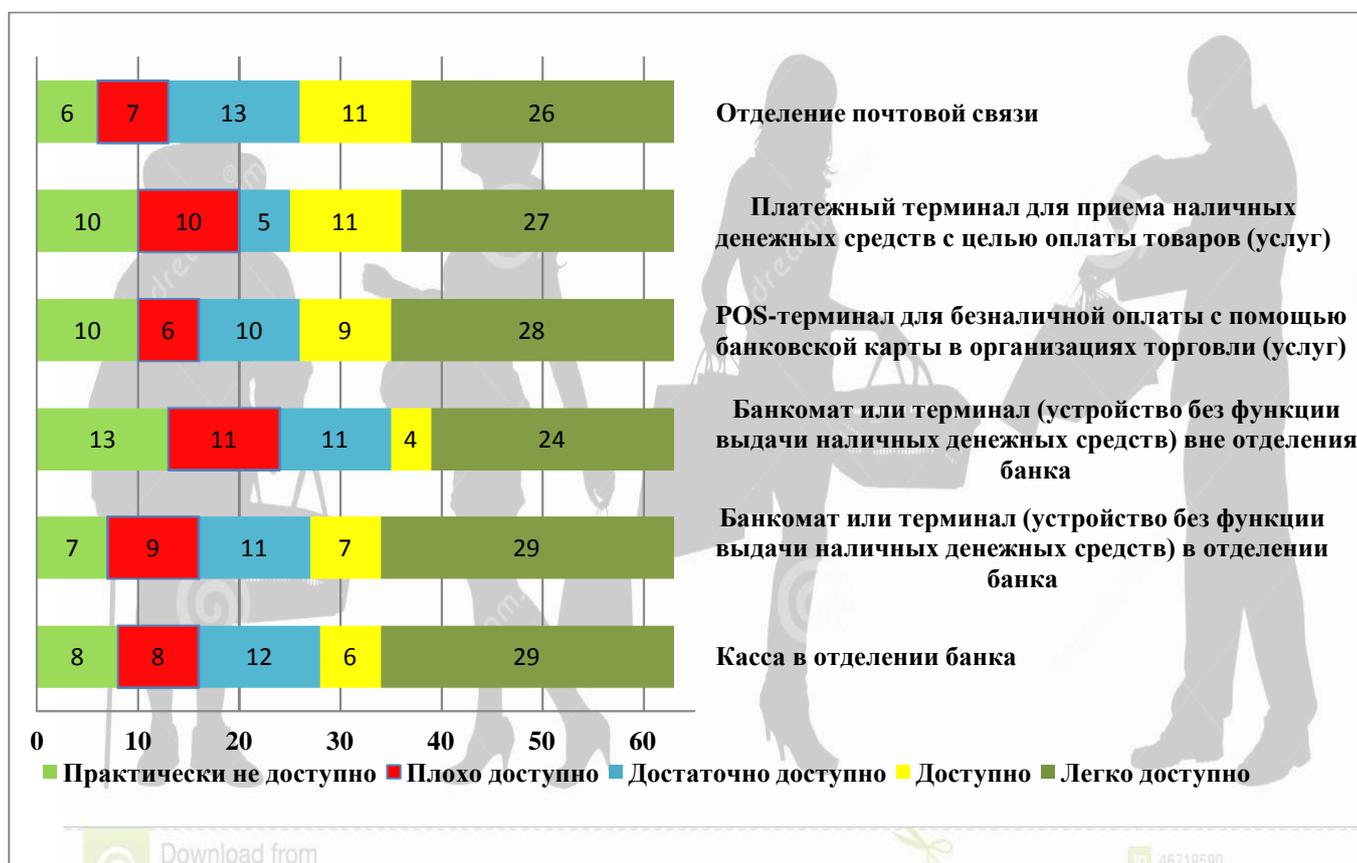
Проведенный мониторинг показал, что респонденты скорее удовлетворены продуктами/услугами финансовых организаций, а именно банков (61,9%).



**Рис. 54. Анализ удовлетворенности инфраструктурой предоставления финансовых услуг (чел.)**

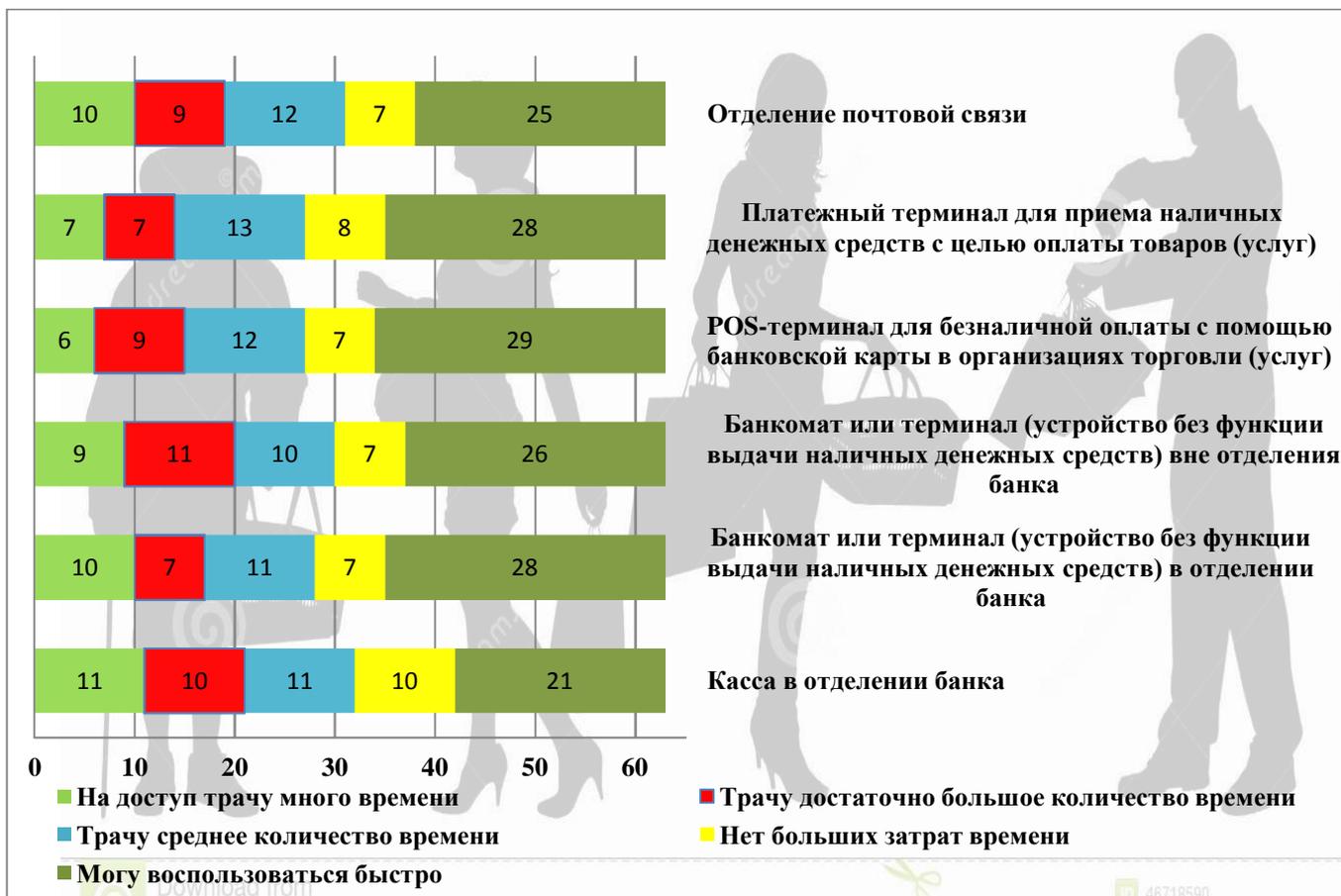
Проведенный мониторинг показал, что в городском округе в целом респонденты полностью и скорее удовлетворены деятельностью финансовых организаций, а именно:

- качество дистанционного банковского обслуживания – 66,7 %;
- качеством мобильной связи – 61,9 %;
- качеством интернет – связи – 52,4 %;
- имеющийся выбор различных банков для получения необходимых банковских услуг – 44,4 %;
- количество и удобство расположения банковских отделений – 44,4 %.



**Рис. 55. Анализ доступности использования каналов обслуживания по финансовым услугам, предоставляемым финансовыми организациями (чел.)**

Большее половины респондентов оценили как доступные или легкодоступные практически все предложенные в опросе каналы обслуживания: платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) – 60,3 %; POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) – 58,7%; почтовые отделения – 58,7 %; банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка – 57,1 %.



**Рис. 56. Оценка респондентами времени на получение финансовых услуг по предложенным каналам обслуживания (чел.)**

Большее половины опрошенных удовлетворены возможностью быстрого по времени получения финансовых услуг через POS – терминалы – 57,1 %, платежные терминалы для приема наличности с целью оплаты за товары (услуг) – 57,1 %, банкоматы в отделениях банков – 55,6 %.

Мониторинг удовлетворенности населения финансовыми услугами показал, что населению доступны различные финансовые инструменты и услуги.

Причинами неиспользования ряда финансовых продуктов и услуг во многом не зависит от качества работы финансовых организаций, и связаны с недоверием населения к техническим возможностям и отсутствием соответствующих навыков.

Финансовые инструменты, присутствующие на территории города, оцениваются как доступные.