**ДОКЛАД**

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

**товаров, работ и услуг в Вичугском муниципальном**

**районе за 2024 год**

В соответствии с Соглашением между Правительством Ивановской области и Администрацией Вичугского муниципального района Ивановской области о внедрении в Ивановской области стандарта развития конкуренции от 09.12.2016 года, в целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Вичугского муниципального района, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции, выработки мероприятий по развитию конкуренции, администрацией Вичугского муниципального района был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг.

**Общая характеристика социально-экономического развития района**

 Вичугский муниципальный район один из самых крупных в Ивановской области. Площадь района составляет 100323га. На сегодняшний день в состав района входят:

-три городских поселения: Старовичугское, Каменское, и Новописцовское;

-три сельских поселения: Октябрьское, Сунженское и Сошниковское.

На территории района расположен 171 населенный пункт.

По оценке 2024 года среднегодовая численность населения составит 15,583 тысяч человек, что на 1,6% ниже уровня 2023 года. Демографическая ситуация характеризуется продолжающимся процессом естественной убыли населения.

**Промышленность**

Отраслевая структура промышленности района:

-обрабатывающие производства;

-обеспечение электроэнергией, газом и паром; кондиционирование воздуха;

-водоснабжение, водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений.

 Обрабатывающее производство в районе представлено следующими текстильными предприятиями:

- ООО «Фабрика «Красный Октябрь», которое расположено на территории монопрофильного муниципального образования-Каменское городское поселение. Данное предприятие специализируются на выпуске готовых хлопчатобумажных тканей;

- группой компаний «ГАЛТЕКС» в поселке Старая Вичуга, специализирующихся на выпуске хлопчатобумажных тканей и швейных изделий.

 В 2024 году отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами по всем видам экономической деятельности на сумму 10643 млн. рублей.

**Сельское хозяйство**

 Сельское хозяйство Вичугского муниципального района представлено хозяйствами трех категорий: сельскохозяйственными организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и личными подсобными хозяйствами населения. Производством сельскохозяйственной продукции в 2024 году занимались 1 сельскохозяйственное предприятие, 18 крестьянских (фермерских) хозяйств и 1426 личных подсобных хозяйств граждан.

Общая площадь земель сельскохозяйственного назначения составляет 47578 гектар, из них 43976 гектар сельскохозяйственные угодья, в том числе 33915 гектар - пашня.

 По предварительным данным общий объем валовой продукции сельского хозяйства в 2024 году составил 747,7 млн. рублей. Основную долю в выпуске сельскохозяйственной продукции составляет продукция, произведенная в личных подсобных хозяйствах, ежегодно увеличивается объем продукции, произведенный крестьянскими (фермерскими) хозяйствами.

Валовое производство всех видов продукции растениеводства по всем категориям хозяйств по предварительным данным в 2024 году составило:

- картофеля – 3028,6 т. или 97,7 % к уровню 2023 года.

- овощей – 1321,2 т. или 98,4 % к уровню 2023 года.

- зерна – 2205 т. или 65,9 % к уровню 2023 года.

По состоянию на 01.01.2025 года во всех категориях хозяйств имелось 1472 головы крупного рогатого скота, что составило 88,2% к уровню 2023 года, 29 голов свиней, 685 голов овец и коз. По предварительным данным в 2024 году производство молока по всем категориям хозяйств составило 2745,4 тонны или 92,2% к уровню предыдущего года. Произведено (реализовано) скота и птицы в живом весе на убой 255 тонн или 81,5% к уровню 2023 года.

 В 2024 году 10 сельхозпроизводителей района получили господдержку в виде грантов и субсидий из бюджетов всех уровней на сумму 20,4 миллиона рублей.

**Потребительский рынок**

 Торговая сеть района представлена 83 магазинами, 12 нестационарными торговыми объектами. Население, проживающее в отдаленных или труднодоступных населенных пунктах, обеспечивается промышленными и продовольственными товарами за счет выездной торговли, которая обеспечивается 3 автолавками.

 В 2024 году общий оборот розничной торговли составил 995,7 млн. рублей, или 103,8 % к уровню предыдущего года в действующих ценах. Рост показателя обусловлен ростом потребительских цен.

 В районе функционируют 18 предприятий общественного питания на 1449 посадочных места, в том числе рестораны, кафе, бары - 7, 1 закусочная, 10 столовых (из них 9 школьных и 1 на предприятии). Так же на территории района имеется 2 нестационарных объекта общественного питания.

 В настоящее время в районе работают 20 объектов, оказывающих бытовые услуги для населения.

**Жилищно-коммунальное хозяйство и дорожная инфраструктура**

 На территории района расположено 12 котельных, из которых 10 – газовых, 2-угольных. Система теплоснабжения потребителей централизованная, по закрытой схеме. Тип теплоносителя - горячая вода.

 Уровень газификации Вичугского района природным газом составляет 92 %.

 Для стабильного теплоснабжения потребителей, а также надежной работы объектов жизнеобеспечения района проводится большая работа по техническому перевооружению, модернизации котельных и систем коммунальной инфраструктуры в рамках муниципальной программы «Обеспечение населения Вичугского муниципального района Ивановской области объектами инженерной инфраструктуры и услугами жилищно– коммунального хозяйства», в том числе с привлечением средств областного бюджета.

 В 2024 году Вичугский муниципальный район для реализации мероприятий по модернизации объектов коммунальной инфраструктуры в рамках регионального проекта «Модернизация объектов коммунальной инфраструктуры для обеспечения услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Ивановской области» государственной программы «Обеспечение услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Ивановской области» получил субсидию из областного бюджета, что позволило продолжить реализацию проекта по приобретению материалов для ремонта системы теплоснабжения - наружной тепловой сети от котельной ул. Николаева, д. 1 б, Ивановская область, Вичугский р-н, п. Каменка, в районе ул. Николаева, 50 лет СССР, Полевая, Парковая, а так же приобретению оборудования для ремонта системы теплоснабжения - газовой котельной, Ивановская область, Вичугский район, в п. Каменка, ул. Николаева, д. 1Б.

Протяженность автомобильных дорог общего пользования местного значения на территории Вичугского муниципального района составляет 266,7 км., 30% автомобильных дорог местного значения не имеют твердого покрытия.

В 2024 году за счет средств бюджетов всех уровней отремонтировано 3,6 км. дорог на сумму 24,8 млн. рублей. Данные мероприятия позволили повысить долю уровня протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, соответствующих нормативным требованиям к транспортно-эксплуатационным показателям до 64,6 %.

Важнейшие конкурентные преимущества и ресурсы развития жилищно-коммунального хозяйства:

- нахождение на территории района автомобильной дороги регионального значения Ковров — Шуя — Кинешма;

- резервы электрических и газовых мощностей;

- высокий уровень газификации жилого фонда.

**Инвестиционная деятельность**

 Формирование условий для экономического развития и благоприятного инвестиционного климата - одно из стратегических направлений развития Вичугского муниципального района Ивановской области, отраженного в действующей Стратегии социально-экономического развития Вичугского муниципального района Ивановской области на период до 2025 года.

 В целях привлечения инвесторов, увеличения налогового потенциала и создания новых объектов на территории района ведется работа по подготовке инвестиционных площадок для размещения производств, баз отдыха, предприятий сферы услуг, информация о которых размещена на официальном сайте администрации Вичугского муниципального района Ивановской области и на «Инвестиционном портале Ивановской области». Потенциальным инвесторам предложены 9 «зеленых» и 4 «коричневых» площадки.

 В целях совершенствования работы по улучшению инвестиционного климата на территории Вичугского муниципального района Ивановской области создан штаб по улучшению инвестиционного климата на территории Вичугского муниципального района Ивановской области.

 По оценке 2024 года объем инвестиций составит порядка 205,4 млн. рублей.

**Образование**

 В систему образования входит 17 образовательных организаций: 3 средние общеобразовательные школы, 4 основные общеобразовательные школы, 8 дошкольных образовательных учреждений, 2 учреждения дополнительного образования.

В общеобразовательных школах района в 2024 году обучались 1202 обучающихся. В группах организаций дошкольного образования воспитывается 432 ребенка.

 Дополнительное образование в районе осуществляется муниципальным казенным учреждением системы дополнительного образования «Вичугский районный Дом детского творчества», муниципальным образовательным учреждением дополнительного образования детей «Вичугская районная детская школа искусств» и 7 муниципальными общеобразовательными организациями.

В 2024 г. охват детей дополнительным образованием составил 71% от количества детей в возрасте 5-18 лет, занесенных с информационную систему «Навигатор дополнительного образования Ивановской области».

**Культура**

 Сеть учреждений культуры, действующая на территории района, представлена муниципальным бюджетным учреждением «Вичугский районный дом культуры» и 6 учреждениями культуры городских и сельских поселений, в состав которых входят: 6 Домов культуры, 6 сельских клубов, 10 библиотек и 6 пунктов выдачи книг.

 Все учреждения культуры предоставляют свои услуги различным возрастным категориям.

 В последние годы значительно укреплена база учреждений культуры не только за счет местных бюджетов, но и за счет средств областного и федерального бюджетов и внебюджетных источников финансирования.

 В 2024 году муниципальным учреждением культурно – досуговый комплекс Каменского городского поселения Вичугского муниципального района Ивановской области на текущий ремонт зрительного зала израсходованы средства областного и местного бюджетов в размере 1,63 млн. руб.

 Муниципальное бюджетное учреждение «Вичугский районный дом культуры» выиграло и успешно реализовало 2 гранта:

1. Росмолодежь. Творческая лаборатория «Культурный код».
2. [ПФКИ](https://xn--80af5akm8c.xn--h1adou.xn--p1ai/application?applicationId=bb2c52a7-36c4-4204-9c1c-15df4b3bfa55) ([Президентский фонд культурных инициатив](https://vk.com/pfci.grants)). Открытый областной фестиваль детского художественного творчества «Солнечный круг».

**Спорт**

 В Вичугском муниципальном районе функционируют 54 спортивных сооружения, в том числе: 1 стадион с трибунами на 1500 мест и более, 25 плоскостных спортивных сооружения, 8 спортивных залов, 4 лыжные базы, а также 16 объектов городской инфраструктуры, приспособленных для занятий физической культурой и спортом. Все спортивные сооружения предоставляют услуги населению в зависимости от их назначения, ориентируясь на различные возрастные категории.

**Здравоохранение**

 На территории Новописцовского городского поселения осуществляет медицинскую деятельность ООО «Добрый день». Розничную продажу лекарств на территории муниципального образования осуществляют 9 объектов розничной торговли: 3 аптеки и 6 аптечных пунктов.

 В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в Ивановской области среди субъектов предпринимательской деятельности в Вичугском муниципальном районе проведено анкетирование с общей выборкой в 31 респондент (21 индивидуальный предприниматель (68%) и 10 юридических лиц (32%), из которых большинство респондентов являются собственниками бизнеса 81% (25 респондентов) и 3% руководителями высшего звена (1 респондент), руководителями среднего звена 10% (3 респондента), не руководящими сотрудниками 6% (2 респондента).

 По периоду времени, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, респонденты распределились следующим образом:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Период времени | Доля респондентов % | Количество респондентов |
| Менее 1 года | 6 | 2 |
| От 1 года до 5 лет | 39 | 12 |
| Более 5 лет | 55 | 17 |

 По численности сотрудников субъекты предпринимательской деятельности распределились следующим образом:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Численность сотрудников организации | Доля респондентов % | Количество респондентов |
| До 15 человек | 84 | 26 |
| От 16 до 100 человек | 10 | 3 |
| От 251 до 1000 человек | 3 | 1 |
| От 251 до 1000 человек | 3 | 1 |

 По размеру бизнеса респонденты распределились следующим образом:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Примерная величина годового оборота бизнеса | Доля респондентов % | Количество респондентов |
| До 120 млн. рублей  | 94 | 29 |
| От 120 млн. рублей до 800 млн. рублей | 3 | 1 |
| От 800 млн. рублей до 2000 млн. рублей | 3 | 1 |

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

- рынок легкой промышленности – 6%(2 респондентов);

-рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 10%(3 респондента);

-рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ – 13% (4 респондента);

-рынок услуг по ремонту автотранспортных средств- 26% (8 респондентов);

-рынок медицинских услуг – 13% (4 респондента);

-рынок обработки древесины и производства изделий из дерева – 6% (2 респондента);

рынок сельского хозяйства- 23% (7 респондентов).

-рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства – 6% (2 респондента)

-рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 3% (1 респондент);

47% (15 субъектов предпринимательской деятельности) оказывают услуги, для 20% (6-ти респондентов) основной продукцией бизнеса является сырье и материалы для дальнейшей переработки, для 3% (1 респондента) основной продукцией являются компоненты для производства конечной продукции, для 20% (6 респондентов) основной продукцией является конечная продукция, а 10% (3 респондента) хозяйствующих субъектов осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями.

 Большинство респондентов, принявших участие в опросе, осуществляют свою деятельность на локальном рынке – 53 % (16 респондентов) и на рынке Ивановской области – 32% (10 респондентов), на территории нескольких субъектов РФ -3% (1 респондент), 6% (2 респондента) осуществляет деятельность на рынке Российской Федерации.

 42% респондентов считает, что на представляемом ими отраслевом рынке «умеренная» конкуренция, по 6% респондентов считают, что уровень конкуренции «высокий» и «очень высокий».

 За последние три года в целях повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг 39% (12 респондентов) приобретали техническое оборудование, никаких действий не предпринимали 23% (7 респондентов), 26% (8 респондентов) осуществляли обучение и переподготовку персонала, 6 % (2 респондента) применяли новые способы продвижения продукции, 3% (1 респондент) расширяли ассортимент.

 Оценивая примерное количество конкурентов бизнеса, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке 35% респондентов отметили от 1 до 3 конкурентов, от 4 до 8 конкурентов - 32% респондентов, большое число конкурентов-20% респондентов.

 Оценивая изменение числа конкурентов за последние три года, 32% отметили увеличение конкурентов на 1-3 конкурента (10 респондентов) и увеличение на более чем 4 конкурента 20%(6 респондентов). 23% субъектов предпринимательской деятельности выразили мнение, что число конкурентов не изменилось, 10% (3 респондента) высказали мнение о сокращении на 1-3 конкурентов, 5 респондентов(15%) затруднились с ответом.

В рамках опроса субъекты предпринимательской деятельности оценили примерное число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), необходимого для производства и реализации собственной продукции. По мнению респондентов для 33% (10 респондентов) опрошенных – это 4 и более поставщиков, для 13% (4респондентов) - это единственный поставщик, для 15% (5 респондентов) - 2-3 поставщика и для 13% (4-х респондентов) - большое число поставщиков, 26% (8 респондентов) затруднились ответить.

 Оценивая удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара, 26% (8 респондентов) затруднились с ответом, в целом удовлетворены состоянием конкуренции – 48% (15 респондентов), также 26% респондентов дали не удовлетворительную оценку.

**Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности**

*Наиболее существенные административные барьеры для ведения*

*текущей деятельности или открытия нового бизнеса*

|  |  |
| --- | --- |
| Административные барьеры | Количество респондентов |
| Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность  | 6 |
| Высокие налоги | 13 |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 5 |
| Нет ограничений | 8 |

 Из представленных данных можно сделать вывод, что 62% респондентов отмечают в качестве ограничений ведения предпринимательской деятельности высокие налоги и нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, 26% субъектов предпринимательской деятельности отметили отсутствие ограничений ведения предпринимательской деятельности.

 87% (27 респондентов) в целом удовлетворены деятельностью органов власти на рынках, которые они представляют, а для 13% (4 респондентов) вопрос вызвал затруднения.

*Оценка респондентами преодолимости административных барьеров*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Характеристика | Доля респондентов % | Количество респондентов |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат  | 10 | 3 |
| Есть непреодолимые барьеры | 6 | 2 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат  | 35 | 11 |
| Нет административных барьеров | 29 | 9 |
| Затрудняюсь ответить | 20 | 6 |

 Пятая часть хозяйствующих субъектов испытали трудности в оценке преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса, 35% респондентов считают, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат, 10% респондентов высказались о наличии барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат, 6% высказались о наличии непреодолимых административных барьеров, а 29% заявили об отсутствии административных барьеров.

*Оценка уровня административных барьеров за последние 3 года*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристика | Доля респондентов % | Количество респондентов |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 24 | 7 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 3 | 1 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 15 | 5 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 26 | 8 |
| Административные барьеры были полностью устранены | 3 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 29 | 9 |

 По результатам мониторинга изменения уровня административных барьеров за последние 3 года – 26% (8 респондентов) считают, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее. Далее голоса респондентов разделились: 24% (7 респондентов) отметили, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, а 3% (1 респондент) наоборот стало сложнее преодолевать административные барьеры; 15% (5 респондентов) считают, что уровень и количество административных барьеров не изменились, а 29% (9 респондентов) - затруднились с ответом.

 **Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на рынках Ивановской области и состоянием ценовой конкуренции**

 В рамках удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках Ивановской области проведено анкетирование с общей выборкой в 55 респондентов.

 По возрасту респонденты распределились следующим образом: от 18 до 24 лет-4%(2 респондента), от 25до 34 лет - 9%(5 респондентов), от 35 лет до 44 лет – 24% (13 респондентов), от 45 до 54 лет – 30% (17 респондентов), от 55 до 64 лет – 24% (13 респондентов), 65 лет и старше – 9% (5 респондентов).

 В опросе приняло участие 27% (15 респондентов) мужчин и 73% (40 респондентов) женщин. 78% респондентов работают, 4% осуществляют предпринимательскую деятельность, 11%-пенсионеры, по одному респонденту относятся к категории студент и домохозяйка, а 4%-временно безработные.

 59% опрошенных имеют высшее образование (специалитет, бакалавриат магистратура), среднее профессиональное образование имеют 27%, по 5%–среднее общее образование и основное общее образование, научная степень - 4%.

 35% респондентов имеют 2-х детей, 33% -1 ребенка, у 27% - нет детей, 3 и более имеют 5% респондентов.

 73% респондентов испытывают финансовые трудности в приобретении одежды и крупногабаритной техники.

 По 33% опрошенных имеют среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи от 10 до 20 тысяч рублей и от 20 до 30 тыс. рублей соответственно, 9% - до 10 тысяч рублей, 17% - от 30 до 45 тыс. рублей, от 45 до 60 тыс. рублей – 5% и 3% более 60 тыс. рублей.

*Оценка потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках Вичугского района*

 Опрошенные потребители считают достаточным количество организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках Вичугского района:

-рынок услуг дошкольного образования - 66% (36 респондентов);

-рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 59% (33респондента);

-рынок теплоснабжения– 64% (36 респондентов);

-рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 56% (31 респондент);

-рынок услуг дополнительного образования – 43% (24 респондента);

-рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)-56% (31 респондент);

-рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации-45% (25 респондентов);

-рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ – 49% (27 респондентов);

-рынок услуг связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 56% (31 респондент);

-рынок услуг по ремонту автотранспортных средств – 42% (23 респондента).

-рынок медицинских услуг – 40% (22 респондента);

-рынок легкой промышленности -40% (22 респондента).

 Опрошенные потребители считают, что мало или нет совсем на рынке Вичугского района организаций, представляющих товары, работы и услуги:

-рынок услуг детского отдыха и оздоровления - 55% (31 респондент);

-рынок услуг среднего профессионального образования – 38%(21 респондент);

-рынок услуг дополнительного образования детей - 33% (18 респондентов);

-рынок медицинских услуг – 49% (27 респондентов);

-рынок социальных услуг – 38% (21 респондент);

-рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 22% (12 респондентов);

-рынок выполнения работ по благоустройству городской среды-31%(17 респондентов);

-рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок- 61%(34 респондента);

-рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок-61%(34 респондента);

-рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ – 26% (14 респондентов);

-рынок услуг связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 29% (16 респондентов);

-рынок жилищного строительства - 45% (25 респондентов);

-рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства – 45% (25 респондентов)/32% (16 респондентов);

-рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)-47%(26 респондентов);

-рынок архитектурно-строительного проектирования-44%(24 респондента);

-рынок племенного животноводства – 52% (29 респондентов);

-рынок семеноводства-54% (30 респондентов);

-рынок вылова водных биоресурсов – 58% (32 респондента);

-рынок переработки водных биоресурсов –58% (32 респондента);

-рынок товарной аквакультуры –50% (28 респондентов);

-рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения – 60% (33 респондента);

-рынок нефтепродуктов - 51% (28 респондентов);

-рынок легкой промышленности – 34% (19 респондентов);

-рынок обработки древесины и производства изделий из дерева-29% (16 респондентов);

-рынок производства кирпича – 48% (26 респондентов);

-рынок производства бетона – 44% (24 респондента);

-рынок наружной рекламы- 40% (22 респондента);

-рынок услуг по ремонту автотранспортных средств – 31% (17 респондентов).

 30% и более опрошенных потребителей затруднились дать ответ о количестве организаций, предоставляющих услуги на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования), рынке архитектурно-строительного проектирования, рынке племенного животноводства, рынке семеноводства, рынке вылова водных биоресурсов, рынке переработки водных биоресурсов, рынке товарной аквакультуры, рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, рынке социальных услуг, рынке выполнения работ по благоустройству городской среды, рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, рынке нефтепродуктов, рынке обработки древесины и производства изделий из дерева, рынках производства кирпича, бетона, рынке сферы наружной рекламы, рынке жилищного строительства.

*Удовлетворенность потребителей уровнем цен*

*и качеством товаров, работ, услуг*

 Согласно проведенному анкетированию не удовлетворены уровнем цен на рынках Вичугского района:

-на рынке производства тепловой энергии -18%(10 респондентов);

-на рынке легкой промышленности-18%(10 респондентов);

-на рынке медицинских услуг – 20% (11 респондентов);

- на рынке нефтепродуктов – 22% (12 респондентов);

- на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов -18% (10 респондентов);

- на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) – 20%(11 респондентов);

 Респонденты скорее не удовлетворены уровнем цен на следующих рынках: медицинских услуг – 40% (22 респондента); услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 38% (21 респондент); на рынке теплоснабжения-30%(17 респондентов); по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок отметили по 36% (20 респондентов) соответственно; рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ -29%(16 респондентов);услуги купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) -22% (12 респондентов), услуг по ремонту автотранспортных средств – 24% (12 респондентов); услуг связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 25% (14 респондентов).

 В целом удовлетворены ценами на услуги дошкольного образования-38% (21респондент), на услуги дополнительного образования детей 37% (20 респондентов), на медицинские услуги – 31% (17 респондентов), на услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами- 38% (21респондент); на услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов - 40% (22 респондента);

на услуги связи -35% (19 респондентов).

 Не удовлетворены или скорее не удовлетворены качеством товаров и услуг на следующих рынках:

- медицинских услуг- 55%(30 респондентов);

- на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок отметили 49% (27 респондентов) и 53%(29 респондентов) соответственно;

-на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ -32% (18 респондентов);

-услуги связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 31% (17 респондентов);

-дорожной деятельности – 34% (19 респондентов).

 Респонденты удовлетворены (скорее удовлетворены) качеством товаров и услуг:

-на рынке услуг дошкольного образования – 52% (29 респондентов);

-на рынке услуг дополнительного образования – 47% (26респондентов);

-на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 65% (36 респондентов);

-на рынке услуг связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 40% (22 респондента);

- на рынке теплоснабжения – 59% (33 респондента);

-на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов -51% (28 респондентов);

 По мнению респондентов слабо развита конкуренция на следующих рынках: медицинских услуг (29% респондентов), на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок отметили 7% и 8% соответственно, на рынке услуг дополнительного образования – 6%.

 Респонденты в целом не удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на следующих рынках:

-на рынке услуг детского отдыха и оздоровления-34% (19 респондентов);

-на рынке медицинских услуг – 44%(24 респондента);

- на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок отметили 53% (29 респондентов) и 54%(30 респондентов) соответственно.

 Респонденты в целом удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на следующих рынках:

-на рынке услуг дошкольного образования-62% (34 респондента);

-на рынке услуг дополнительного образования – 50% (27респондентов);

-на рынке медицинских услуг – 47% ( 26 респондентов);

-на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами- 75% (41респондент);

-на рынке теплоснабжения-69%(38 респондентов);

-на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ -40% (22 респондента);

-на рынке услуг связи, в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 56% (31респондент);

-на рынке легкой промышленности -47% (26 респондентов);

-на рынке по ремонту автотранспортных средств - 42% (23 респондента).

 По результатам ответов на вопрос на какие товары и (или) услуги цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами: 14% респондентов отметили, что цены выше на медицинские услуги, на услуги теплоснабжения, 23%, на услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 16% опрошенных.

*Изменение характеристик товаров и услуг на рынках Вичугского*

*района в течение последних 3 лет*

*Оценка потребителями изменения количества доступных продавцов товаров и услуг на рынках Ивановской области в течение последних трех лет*

 За последние три года по мнению респондентов не изменилось количество доступных для них продавцов товаров и услуг на рынках Ивановской области на следующие услуги:

-услуги дошкольного образования-55%(30 респондентов);

-услуги дополнительного образования детей-53%(29 респондентов);

-медицинские услуги – 44% (24 респондента);

-на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами- 38% (21 респондент);

-услуги теплоснабжения -58% (32 респондента);

- услуги по обработке древесины и производство изделий из дерева – 27%(15 респондентов);

-услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов- 58% (32 респондента);

- услуги купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) – 47% (26 респондентов);

- рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации – 40% (22 респондента);

-услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ-36% (20 респондентов);

-услуги связи, в т.ч. услуги по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 44% (24 респондента);

-рынок ремонта автотранспортных средств -40% (22 респондента);

-на рынке нефтепродуктов – 31% (17 респондентов);

-на рынке обработки древесины -27% (15 респондентов).

 Порядка трети респондентов считает, что количество доступных продавцов по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным межмуниципальным маршрутам за последние три года не изменилось, а 22% и 24% респондентов соответственно отметили снижение продавцов указанных услуг.

 27% (15 респондентов) высказало мнение об увеличение количества продавцов лекарственных препаратов.

 Респонденты затруднились дать ответ по изменению количества продавцов товаров и услуг на следующих рынках:

рынок социальных услуг, рынок дошкольного образования, рынок дополнительного образования, рынок выполнения работ по благоустройству городской среды, рынок жилищного строительства, рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, рынок архитектурно-строительного проектирования, рынок дорожной деятельности, рынок дорожной деятельности, рынок племенного животноводства, рынок семеноводства, рынок вылова водных биоресурсов, рынок переработки водных биоресурсов, рынок товарной аквакультуры, рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, рынок нефтепродуктов, рынок легкой промышленности,рынок производства кирпича, рынок производства бетона, сферы наружной рекламы, рынок услуг по ремонту автотранспортных средств, рынок обработки древесины и производства изделий из дерева.

 По мнению респондентов, отмечен рост цен на услуги дошкольного образования - 42% (23 респондента), на услуги дополнительного образования детей – 33% (18 респондентов), на медицинские услуги – 49% (27 респондентов), на услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 56% (31 респондент), на услуги теплоснабжения – 49% (27 респондентов), на услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 47% (26 респондентов), на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) – 47% (26 респондентов), на рынке оказания услуг перевозок пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ – порядка 50% респондентов соответственно; на услуги связи в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 48% (26 респондентов), на услуги по ремонту автотранспортных средств – 42% (23 респондента), на рынке легкой промышленности – 42%(23 респондента), на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева – 32%(17 респондентов), на нефтепродукты-33%(18 респондентов).

 Снижение качества отмечено на рынке медицинских услуг - 26% (14 респондентов), на рынке услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок отметили порядка 30% респондентов.

 По мнению респондентов за последние три года не изменился ассортимент услуг на рынке услуг дошкольного образования 56% (31 респондент), на рынке услуг дополнительного образования 55% (30 респондентов), на рынке медицинских услуг – 52% (29 респондентов), на рынке услуг теплоснабжения 51% (28 респондентов), на рынке нефтепродуктов 35% (19респондентов), на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 53% (29 респондентов), на рынке купли-продажи электрической энергии - 49%(27 респондентов), на услуги связи в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 49% (27 респондентов). По мнению 24% респондентов увеличился ассортимент услуг на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами и на услуги связи в т.ч. услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»-18 % респондентов.

 В рамках мониторинга обращений потребителей за защитой своих прав как потребителей из-за некачественных товаров и услуг за последние три года следует отметить, что большинство потребителей не обращались за защитой своих прав, 20% (11 респондентов) обращались в органы местного самоуправления, где получили помощь.

**Результаты мониторинга удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Уполномоченным органом и муниципальным образованием**

 Результаты проведенного опроса среди субъектов предпринимательской деятельности представлены в таблице:

*Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительное, %/количество | Скорее удовлетворительное, %/количество | Скорее неудовлетворительное, %/количество | Неудовлетворительное, %/количество | Затрудняюсь ответить/мне ничего не известно о такой информации, %/количество |
| Уровень доступности | 29 / 9 | 45/14 | 0 | 3/1 | 23 / 7 |
| Уровень понятности | 26/8 | 51/16 | 0 | 3/1 | 20/6 |
| Удобство получения | 23/7 | 51/16 | 3/1 | 0 | 23/7 |

 Чуть более 70% респондентов оценили уровень доступности, уровень понятности и удобство получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на представляемых ими рынках, размещаемой в открытом доступе как «удовлетворительное и скорее удовлетворительное», порядка 20% опрошенных затруднились с ответом.

*Результаты мониторинга оценки субъектами предпринимательской деятельности полноты размещенной органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, уполномоченным содействовать развитию конкуренции и муниципальным образованием информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции*

 71% (22 респондента) оценили доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе «удовлетворительно и скорее удовлетворительно», мнение остальной части респондентов 29% (9 респондента) «скорее неудовлетворительно».

 Оценивая доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе, 74% (23 респондента) дали оценку «удовлетворительно и скорее удовлетворительно», 26% (8 респондентов) оценили как «скорее неудовлетворительно».

 Оценивая возможность прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона 80% (25 респондентов) дали оценку «удовлетворительно и скорее удовлетворительно», 20% (6 респондентов) - «скорее неудовлетворительно».

 Оценивая доступность «дорожной карты» региона большинство респондентов 26% (8респондентов) затруднились с ответом, 74% (23 респондента) дали оценку «удовлетворительно и скорее удовлетворительно».

 74% (23 респондента) дали положительную оценку доступности информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе и 26% (8 респондентов) затруднились с оценкой.

*Оценка источников информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, которыми предпочитают пользоваться и доверяют субъекты предпринимательской деятельности*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Источник | Предпочитаю пользоваться%/чел. | Доверяю больше всего%/чел. |
| Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 74/23 | 26/8 |
| Официальная информация, размещенная на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 74/23 | 26/8 |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте Федеральной антимонопольной службы России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 71/22 | 29/9 |
| Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 80/25 | 20/6 |
| Телевидение | 77/24 | 23/7 |
| Печатные средства массовой информации | 77/24 | 23/7 |
| Радио | 85/26 | 15/5 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 80/25 | 20/6 |
| Другое | 85/26 | 15/5 |

 Анализируя результаты опроса, необходимо отметить, что большинство респондентов (порядка 80%) предпочитают пользоваться источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, перечисленными в таблице.

 *Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе*

 51% респондентов оценили уровень понятности официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе как «удовлетворительное» и «скорее удовлетворительное». Отрицательную оценку дали 14% респондентов, а 35% потребителей затруднились с ответом.

51% респондентов оценила удобство получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе как «удовлетворительное» и «скорее удовлетворительное». Отрицательную оценку дали 14% респондентов, 35%потребителей затруднились с ответом.

49% респондентов оценила уровень доступности официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области, размещаемой в открытом доступе как «удовлетворительное» и «скорее удовлетворительное». Отрицательную оценку дали 14% респондентов, 37% потребителей затруднились с ответом.

*Источники информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации и деятельности по содействию развитию конкуренции, которыми предпочитают пользоваться потребители*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Источник | Предпочитаю пользоваться%/чел. | Доверяю больше всего%/чел. | Затрудняюсь ответить%/чел. |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 47/26 | 7/4 | 46/25 |
| Официальная информация, размещенная на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 33/18 | 5/3 | 62/34 |
| Официальная информация, размещенная на сайте Федеральной антимонопольной службы | 22/12 | 9/5 | 69/38 |
| Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 35/19 | 7/4 | 58/32 |
| Телевидение | 44/24 | 9/5 | 47/26 |
| Печатные средства массовой информации | 49/27 | 7/4 | 44/24 |
| Радио | 22/12 | 7/4 | 71/39 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 22/12 | 5/3 | 73/40 |

 Анализируя результаты опроса, представленные в таблице, необходимо отметить, чтоофициальной информацией, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 47% респондентов предпочитают пользоваться, а доверяют -7%, 46% респондентов затруднились с ответом.

 Официальной информации, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации, 33% опрошенных пользуются, 5% - доверяют, 62% респондентов не смогли ответить.

 Официальной информации, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы, 22% потребителей предпочитают пользоваться, 9% -доверяют больше всего, а 69% затруднились с ответом.

 Информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", предпочитают пользоваться 35% респондентов, 7% - доверяют, 58% затруднились с ответом.

 Информацией, полученной по телевидению, предпочитают пользоваться 44% респондентов, а доверяют – 9%, 47% затруднились с ответом.

 Печатным средствам массовой информации как источникам информации о состоянии конкурентной среды предпочитают пользоваться 49% респондентов, 7% - доверяют, а 44% опрошенных не смогли ответить на данный вопрос.

 Радио как источником информации о состоянии конкурентной среды предпочитают пользоваться 22% респондентов, 7% - доверяют, а 71% опрошенных не смогли ответить на данный вопрос.

 Оценивая специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы как источник информации о состоянии конкурентной среды, 22% респондентов предпочитают ими пользоваться, но доверие к ним у 5% опрошенных, остальные респонденты (73%) затруднились с ответом.

**Результаты мониторинга деятельности субъектов естественных монополий на территории Вичугского муниципального района**

*Оценка субъектами предпринимательской деятельности*

*срока получения доступа услуг субъектов естественных монополий*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги | Удовлетворительно%/чел. | Скорее удовлетворительно%/чел. | Скорее не удовлетворительно%/чел. | Не удовлетворительно%/чел. | Затрудняюсь ответить%/чел. |
| Водоснабжение, водоотведение | 29/9 | 36/11 | 6/2 | 0 | 29/9 |
| Водоочистка | 26/8 | 32/10 | 10/3 | 0 | 32/10 |
| Газоснабжение | 36/11 | 20/6 | 6/2 | 6/2 | 32/10 |
| Электроснабжение | 29/9 | 32/10 | 10/3 | 0 | 29/9 |
| Теплоснабжение | 29/9 | 32/10 | 3/1 | 0 | 36/11 |
| Телефонная связь | 29/9 | 39/12 | 6/2 | 0 | 26/8 |

 Оценивая срок получения доступа к услугам водоснабжения, водоотведения, теплоснабжения, электроснабжения и телефонной связи более 60% респондентов дали оценку в целом удовлетворительную, порядка 30% респондентов затруднились с ответом.

58% и 56% респондентов в целом удовлетворены сроком получения доступа к услугам водоочистки и газоснабжения соответственно, треть респондентов затруднились с оценкой.

*Оценка субъектами предпринимательской деятельности количества процедур подключения, сложности получения услуг субъектов естественных монополий*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги | Удовлетворительно%/чел. | Скорее удовлетворительно%/чел. | Скорее не удовлетворительно%/чел. | Не удовлетворительно%/чел. | Затрудняюсь ответить%/чел. |
| Водоснабжение, водоотведение | 26/8 | 39/12 | 3/1 | 0 | 32/10 |
| Водоочистка | 22/7 | 36/11 | 6/2 | 0 | 36/11 |
| Газоснабжение | 26/8 | 26/8 | 13/4 | 3/1 | 32/10 |
| Электроснабжение | 26/8 | 32/10 | 10/3 | 3/1 | 29/9 |
| Теплоснабжение | 26/8 | 29/9 | 6/2 | 0 | 39/12 |
| Телефонная связь | 22/7 | 46/14 | 3/1 | 0 | 29/9 |

 Оценивая количество процедур и сложность получения услуг большинство респондентов дали оценку в целом удовлетворительную, от 29% до 39% респондентов затруднились с ответом.

*Оценка субъектами предпринимательской деятельности стоимости подключения к услугам субъектов естественных монополий*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги | Удовлетворительно%/чел. | Скорее удовлетворительно%/чел. | Скорее не удовлетворительно%/чел. | Не удовлетворительно%/чел. | Затрудняюсь ответить%/чел. |
| Водоснабжение, водоотведение | 29/9 | 29/9 | 10/3 | 0 | 32/10 |
| Водоочистка | 26/8 | 32/10 | 6/2 | 0 | 36/11 |
| Газоснабжение | 22/7 | 18/5 | 22/7 | 6/2 | 32/10 |
| Электроснабжение | 22/7 | 22/7 | 13/4 | 13/4 | 30/9 |
| Теплоснабжение | 26/8 | 22/7 | 13/4 | 0 | 39/12 |
| Телефонная связь | 32/10 | 32/10 | 4/1 | 0 | 32/10 |

 Вопрос оценки стоимости подключения к услугам естественных монополий для трети респондентов вызвал затруднения.

 Оценивая стоимость подключения к услугам водоснабжения, водоотведения, водоочистки порядка 60% респондентов, а к услугам предоставления телефонной связи – 64% опрошенных, дали оценку в целом удовлетворительную.

 Чуть более 40% респондентов оценили стоимость подключения к услугам по газоснабжению, электроснабжению и теплоснабжению в целом удовлетворительно.

 В целом не удовлетворительно оценили стоимость подключения:

-к услугам газоснабжения (28% респондентов);

-к услугам электроснабжения (26% респондентов);

-к услугам водоснабжения, водоотведения (10% респондентов);

-к услугам теплоснабжения (13% респондентов).

 29% респондентов считают, что в процессе подключения к электросетям количество процедур-3-5, 29% респондентов считают-2 процедуры, 20%-6-8 процедур.

 При подключении к сетям водоснабжения и водоотведения мнения респондентов о сложности подключения выглядят следующим образом:

2 процедуры- 26% опрошенных, 3-5 процедур – 26% опрошенных, 6-8 процедур – 22% опрошенных.

 При подключении к тепловым сетям 29% респондентов считают, что достаточно 2-х процедур, 22% респондентов заявили, что необходимо 3-5 процедур, 6-8 процедур – 17%.

 При подключении к телефонной сети мнение респондентов по количеству процедур разделились следующим образом:

2 процедуры (26% опрошенных), 3-5 процедур и 6-8 процедур по 20% опрошенных соответственно.

 При получении доступа к земельному участку необходимо 2 процедуры считают 20% респондентов, 3-5 процедур – 29% опрошенных, 6-8 процедур – 20%.

 По мнению 38% респондентов процесс подключения к электросетям составляет до 50 дней, 29% респондентов считают, что от 51до 90 дней и 18% респондентов отметили 91-150 дней.

Мнения субъектов предпринимательской деятельности по сроку подключения сетям водоснабжения и водоотведения разделились: до 50 дней – 46% и от 51-90 дней – 22%.

 По мнению 61% субъектов предпринимательской деятельности процесс подключения к тепловым сетям составляет до 50 дней, а 13% опрошенных считают, что необходимо 51-90 дней.

60% респондентов отметили, что процесс подключения к телефонной сети составляет до 50 дней, а 8% респондентов указали срок 51-90 дней.

42% респондентов отметили, что срок необходимый при получении доступа к земельному участку составляет до 50 дней, а 26% респондентов указали срок 51-90 дней.

*Оценка субъектами предпринимательской деятельности изменения сложности (количества) процедур подключения услуг субъектов естественных монополий, качества услуг субъектов естественных монополий и уровня цен на услуги субъектов естественных монополий за последние пять лет*

 Большинство респондентов отметили, что количество процедур подключения услуг субъектов естественных монополий, качество услуг субъектов естественных монополий за последние пять лет не изменились. Оценивая уровень цен на услуги субъектов естественных монополий мнения разделились: порядка 80% опрошенных, высказались за увеличение уровня цен за последние пять лет на услуги субъектов естественных монополий, порядка 20% респондентов отметили, что уровень цен не изменился.

 Характеризуя проблемы, с какими сталкивались субъекты предпринимательской деятельности при взаимодействии с субъектами естественных монополий, 58% респондентов не сталкивались с подобными проблемами, а 17% - затруднились с ответом, 8% респондентов отметили взимание дополнительной платы.

 В ходе мониторинга 54% субъектов предпринимательской деятельности, участвовавших в опросе, не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса, 23% респондентов затруднились с ответом.

*Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных*

*монополий в районе*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Услуги | в целом удовлетв.%/чел. | в целом неудовлет.%/чел. | затруднились с ответом%/чел. |
| услуги по водоснабжению | 58/32 | 15/8 | 27/15 |
| услуги газоснабжения | 69/38 | 8/4 | 23/13 |
| услуги электроснабжения | 69/38 | 8/4 | 23/13 |
| услуги теплоснабжения | 62/34 | 9/5 | 29/16 |
| услуги проводной телефонной связи | 63/35 | 12/6 | 25/14 |
| услуги почтовой связи | 53/29 | 20/11 | 27/15 |

 По мнению большинства респондентов качество услуг субъектов естественных монополий в целом удовлетворительное, однако, 20% опрошенных в целом не удовлетворена качеством услуг почтовой связи и 15% респондентов в целом не удовлетворена качеством услуг по водоснабжению.

При взаимодействии с субъектами естественных монополий респонденты отметили следующие проблемы:

- указали на взимание дополнительной платы (11% (6 респондентов);

- навязывание дополнительных услуг (15% (8 респондентов);

 35% (20 потребителей) не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий, 29% затруднились с ответом.

**Мониторинг доступности финансовых услуг**

**и удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг**

44% (24 респондента) пользуются услугами финансовых организаций 1 раз в год и реже, 27% (15 респондентов) не реже чем 1 раз в неделю, 18% (10 респондентов) не реже, чем 1 раз в месяц, не реже, чем раз в три месяца-11% потребителей.

 За последние 12 месяцев не пользовались банковским вкладом 64% (35 респондентов), у 27% (15 респондентов) в настоящее время имеется банковский вклад, 9 % (5 респондентов) пользовались в последние 12 месяцев, но сейчас не имеется.

 Почти все респонденты (94%) не заключали договоры на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации, и у 4% респондентов договор был заключен в последние 12 месяцев, но сейчас не имеется, имеют в настоящее время 2% респондентов.

 Большинство респондентов не использовали договор на размещение средств в форме займа в потребительском кооперативе и в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе за последние 12 месяцев.

 Большинство респондентов за последний год не открывали индивидуальные инвестиционные счета, не пользовались такими банковскими продуктами как инвестиционное страхование жизни, не пользовались брокерским счетом, не вкладывали средства в паевой инвестиционный фонд.

 58% респондентов основной причиной не использования вышеуказанных финансовых продуктов (услуг) указали на недостаток свободных денег, 7% опрошенных высказались о слишком низкой процентной ставке ,9% указали, что используют другие способы размещения свободных денежных средств.

 За последние 12 месяцев потребители пользовались следующими финансовыми продуктами:

-кредитом-17%(9 потребителей);

- онлайн - кредитом в банке -15% (8 потребителей);

- кредитный лимит по кредитной карте -17% (9 потребителей);

- иной заем в микрофинансовой организации–9% (5 потребителей);

 27% респондентов указали, что основной причиной не использования вышеуказанных финансовых продуктов (услуг) - не желание жить в долг, 18% потребителей указали на слишком высокую процентную ставку и заявили об отсутствии необходимости в заемных средствах – 14% респондентов.

В настоящее время у 71% респондентов имеется зарплатная карта.

 Расчетную (дебетовую) карту для получения пенсий и иных социальных выплат имеют в настоящее время 22% респондентов.

 Иную расчетную (дебетовую) карту имеют в настоящее время 9% респондентов, пользовались в последние 12 месяцев 4% опрошенных, 87% респондентов не пользовались в последние 12 месяцев.

 16% респондентов имеют в настоящее время кредитную карту, пользовались в последние 12 месяцев 2% опрошенных, 82% респондентов не пользовались в последние 12 месяцев.

 Следует отметить, что респонденты не пользовались за последние 12 месяцев кредитными картами по причине недоверия банкам (9%), у 26% потребителей недостаточно денег для хранения их на счете, у 5% потребителей платежная карта есть у других членов семьи, 16% опрошенных отметили удаленность расположения банкоматов и отделений банков.

57% респондентов за последние 12 месяцев не пользовались текущим счетом, у 36% респондентов он имеется сейчас, 7% респондентов пользовались за последний год, но не имеют в настоящий момент.

 По оценке использования дистанционного доступа к банковскому счету за последние 12 месяцев мнения респондентов выглядят следующим образом:

-дистанционно денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука осуществляли 34% респондентов, а 66% респондентов не использовали данную возможность;

-дистанционно денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью планшета или смартфона – 53%, а 47% опрошенных не использовали данную возможность;

-дистанционно денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения для планшета или смартфона -58% опрошенных, а 42% респондентов не использовали данную возможность;

-дистанционно денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона-с помощью отправки смс на короткий номер – 33% опрошенных, 67% респондентов не использовали данную возможность.

 Основной причиной не использования дистанционного доступа к банковскому счету респонденты указали на неуверенность в безопасности интернет-сервисов.

 По оценке использования страховых продуктов (услуг) большинство респондентов за последние 12 месяцев не пользовались добровольным страхованием жизни, другим добровольным страхованием (порядка 80%) по причине высокой стоимости страхового полюса (16% респондентов) и в целом недоверия страховым организациям (15% респондентов), а также в отсутствии смысла в страховании 36% опрошенных.

 64% респондентов в целом удовлетворены работой/сервисом банков при оформлении и/или использовании финансовых услуг. Большинство опрошенных не смогли оценить работу/сервис следующих финансовых организаций: микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, ломбардов, субъектов страхового дела, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, негосударственных пенсионных фондов, брокеров, поскольку их услуги не были ими востребованы.

 По результатам анкетирования отношение потребителей к различным финансовым организациям выглядит следующим образом:

-58% респондентов в целом доверяют банкам;

-40% респондентов в целом не доверяют микрофинансовым организациям, 56% не пользовались их услугами;

-71% респондентов не пользовались услугами кредитных потребительских кооперативов и в целом не доверяют 27% респондентов.

-69% респондентов не пользовались услугами ломбардов, 29% потребителей выразили свое недоверие к ним.

-25% опрошенных в целом не доверяют субъектам страхового дела, 55% потребителей не пользовались их услугами.

-81% потребителей не пользовались услугами сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, доверие к ним лишь у 4% потребителей;

-66% потребителей не пользовались услугами негосударственных пенсионных фондов, доверие к ним у 5% потребителей;

-74% потребителей не пользовались услугами брокеров, доверие к ним лишь у 2% потребителей.

 Оценивая удовлетворенность продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и /или использовании или в любых других случаях потребители высказали следующие мнения:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | полностью не удовлетворен %/количество | скорее не удовлетворен%/количество | скорее удовлетворен%/количество | полностью удовлетворен%/количество | не сталкивался%/количество |
| Банки | 0 | 15/8 | 53/29 | 7/4 | 25/14 |
| Микрофинансовые организации | 4/2 | 9/5 | 7/4 | 0 | 80/44 |
| Кредитные потребительские кооперативы | 5/3 | 11/6 | 2/1 | 0 | 82/45 |
| Ломбарды | 4/2 | 7/4 | 2/1 | 0 | 87/48 |
| Субъекты страхового дела | 2/1 | 16/9 | 16/9 | 0 | 66/36 |
| Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы | 4/2 | 7/4 | 4/2 | 0 | 85/47 |
| Негосударственные пенсионные фонды | 2/1 | 9/5 | 9/5 | 2/1 | 78/43 |
| Брокеры | 4/2 | 4/2 | 5/3 | 0 | 87/48 |

 60% респондентов в целом удовлетворены продуктами/услугами банков, большинство респондентов не оформляли и не использовали продукты и услуги микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, ломбардов, страховых организаций, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, негосударственных пенсионных фондов, брокеров.

 Оценивая финансовые услуги в своем населенном пункте, потребители высказали следующие мнения:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Полностью не удовлетворен %/количество | скорее не удовлетворен%/количество | скорее удовлетворен%/количество | полностью удовлетворен%/количество | не сталкивался%/количество |
| Количеством и удобством расположения банковских отделений | 9/5 | 29/16 | 38/21 | 2/1 | 22/12 |
| Качеством дистанционного банковского обслуживания | 4/2 | 18/10 | 44/24 | 4/2 | 30/17 |
| Имеющимся у Вас выбором различных банков для получения необходимых Вам банковских услуг | 9/5 | 29/16 | 33/18 | 2/1 | 27/15 |
| Количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов | 4/2 | 16/9 | 2/1 | 2/1 | 76/42 |
| Имеющимся у Вас выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов для получения необходимых Вам услуг | 2/1 | 9/5 | 5/3 | 2/1 | 82/45 |
| Количеством и удобством расположения субъектов страхового дела | 2/1 | 13/7 | 15/8 | 0 | 70/39 |
| Имеющимся у Вас выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам страховых услуг | 4/2 | 16/9 | 13/7 | 2/1 | 65/36 |
| Количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов | 5/3 | 13/7 | 0 | 0 | 82/45 |
| Имеющимся у Вас выбором различных негосударственных пенсионных фондов для получения необходимых Вам услуг | 7/4 | 15/8 | 0 | 0 | 78/43 |
| Количеством и удобством расположения брокеров | 2/1 | 11/6 | 0 | 0 | 87/48 |
| Имеющимся у Вас выбором различных брокеров для получения необходимых Вам брокерских услуг | 4/2 | 7/4 | 0 | 0 | 89/49 |
| Качеством интернет-связи | 11/6 | 22/12 | 34/19 | 4/2 | 29/16 |
| Качеством мобильной связи | 5/3 | 29/16 | 37/20 | 2/1 | 27/15 |

 Анализируя данные таблицы, стоит отметить, что 38% респондентов высказала неудовлетворенность количеством и удобством расположения банковских отделений в своем населенном пункте, а 40% респондентов выразили свою удовлетворенность.

 Качеством дистанционного банковского обслуживания в целом удовлетворены 48% респондентов, 35% отметили, что в целом удовлетворены имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг, а 38% респондентов, напротив, в целом не удовлетворены.

 Большинство опрошенных не смогли оценить свою удовлетворенность количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов и имеющимся выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов для получения необходимых услуг в своем населенном пункте, так как не пользовались услугами вышеуказанных финансовых организаций.

 Большинство респондентов не смогли оценить количество и удобство расположения субъектов страхового дела, возможность их выбора, а также количество и удобство расположения, возможность выбора негосударственных пенсионных фондов, брокеров в своем населенном пункте, по причине не востребованности этих услуг респондентами.

 Оценивая качество интернет-связи и мобильной связи, голоса респондентов разделились следующим образом: 38% и 39% опрошенных в целом удовлетворены качеством интернет-связи и мобильной связи соответственно, 33% и 34% соответственно в целом не удовлетворены.

*Оценка потребителями финансовых услуг наличия каналов обслуживания*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1-практически не доступно | 2-плохо доступно | 3-достаточно доступно | 4-доступно | 5-легко доступно |
| Касса в отделении банка | 29/16 | 8/5 | 22/12 | 13/7 | 28/15 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка | 30/17 | 7/4 | 13/7 | 22/12 | 28/15 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка | 36/20 | 12/6 | 8/5 | 16/9 | 28/15 |
| POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 28/15 | 2/1 | 13/7 | 20/11 | 37/21 |
| Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 28/15 | 7/4 | 12/6 | 16/9 | 37/21 |
| Отделение почтовой связи | 13/7 | 20/11 | 15/8 | 15/8 | 37/21 |

 Характеризуя каналы обслуживания, отмечаем, что для 37% респондентов практически не доступно наличие кассы в отделении банка в своем населенном пункте, а 63% опрошенных, напротив, оценивают доступность от «3» до «5» баллов.

 Доступность банкомата или терминала (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка в своем населенном пункте оценку от «1» до «2» дали 37% респондентов, 63% охарактеризовали доступность от «3» до «5» баллов, а банкомата или терминала (устройства без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка – 48% и 52% соответственно.

 Удовлетворены доступностью POS-терминала для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) 30% респондентов, а для 70% доступность POS-терминала для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) не удовлетворительная.

 Мнение респондентов о доступности платежного терминала для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) в своем населенном пункте выглядит следующим образом: для 35% практически не доступен данный канал обслуживания, а 65% оценивают доступность положительно.

 67% респондентов положительно оценили доступность каналов обслуживания через почтовые отделения, 33% респондентов дали отрицательную оценку.

*Оценка потребителями финансовых услуг времени пользования каналами обслуживания*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1-на доступ трачу много времени,%/чел. | 2- трачу достаточно большое кол-во времени | 3- трачу среднее кол-во времени | 4-нет больших затрат времени | 5-могу воспользоваться быстро |
| Касса в отделении банка | 27/15 | 11/6 | 18/10 | 15/8 | 29/16 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка | 27/15 | 11/6 | 15/8 | 11/6 | 36/20 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка | 29/16 | 11/6 | 15/8 | 13/7 | 32/18 |
| POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 27/15 | 9/5 | 13/7 | 11/6 | 40/22 |
| Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 24/13 | 9/5 | 18/10 | 9/5 | 40/22 |
| Отделение почтовой связи | 24/13 | 9/5 | 18/10 | 7/4 | 42/23 |

 38% респондентов отметили, что на обслуживание в кассе в отделении банка тратят много времени, 33% опрошенных доступ или ожидание на обслуживание в кассе в отделении банка оценили как удовлетворительно, 29% могут воспользоваться быстро.

 На доступ или ожидание на обслуживание к банкомату или терминалу (устройству без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка и к банкомату или терминалу (устройству без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка 38% и 40% респондентов соответственно тратят много времени, 26% и 28% респондентов соответственно оценили как удовлетворительно, 36% и 32% соответственно могут воспользоваться услугами быстро.

 На доступ или ожидание к POS-терминалу для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) и к платежному терминалу для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) 36% и 33% респондентов соответственно на доступ тратят много времени, 40% респондентов могут быстро воспользоваться услугами.

 42% респондентов могут быстро воспользоваться финансовыми услугами в отделениях почтовой связи, 25% опрошенных оценили доступ или время ожидание получения финансовых услуг в отделениях почтовой связи удовлетворительно, а для 33% респондентов - неудовлетворительно.

 Настоящий доклад размещен на официальном сайте администрации Вичугского муниципального района Ивановской области (<https://vichugskij-r24.gosweb.gosuslugi.ru/> ) в разделе «Бизнес, предпринимательство» подраздел «Развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг».