

Аналитическая записка

«Результаты мониторинга состояния и развития конкурентной
среды на территории Ростовской области»

Ростов-на-Дону
2018

Содержание

Введение	3
1. Мониторинг оценки состояния и развития конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности, включая мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров, мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности уровнем доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области, деятельности по содействию развитию конкуренции (размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями) и оценки удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности деятельностью субъектов естественных монополий на территории Ростовской области	4
2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ростовской области и состоянием ценовой конкуренции, включая мониторинг удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями, оценки удовлетворенности потребителями товаров, работ и услуг деятельностью субъектов естественных монополий на территории Ростовской области	32

Введение

В Ростовской области, в рамках реализации Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, предусмотрено проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг региона.

Целью данного исследования является изучение состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона:

1. Выявление мнений представителей бизнеса по следующим вопросам: оценка бизнесом состояния конкуренции и конкурентной среды; оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности; оценка услуг субъектов естественных монополий; направления работы по развитию конкуренции в регионе.

2. Выявление удовлетворенности населения характеристиками товаров и услуг и состоянием ценовой конкуренции, в том числе оценка услуг субъектов естественных монополий и мнение о направлениях работы по развитию конкуренции в регионе.

Для решения поставленных исследовательских задач министерством экономического развития Ростовской области совместно с органами местного самоуправления муниципальных образований городских округов и муниципальных районов, государственным автономным учреждением Ростовской области «Региональный информационно-аналитический центр» в апреле – мае 2018 года проведены опросы субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг Ростовской области, по результатам которых подготовлен настоящий информационно-аналитический материал. Оба исследования проведены по единой методике, обеспечивающей сопоставимость полученной информации. В ходе исследований опрошено 4 593 респондента (на 46,1% больше числа опрошенных 2017 года), из которых 1 218 представителей бизнеса и 3 375 потребителей товаров и услуг. Годом ранее в ходе исследований опрашивались 725 и 2 419 респондентов соответственно.

1. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (включая мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информацией о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями).

Характеристики бизнеса

С целью оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области был проведен опрос представителей бизнеса. Респондентам из 55 муниципальных образований Ростовской области было предложено заполнить анкету с вопросами об условиях конкуренции, наличии (отсутствии) административных барьеров, деятельности органов исполнительной власти региона и органов местного самоуправления по содействию развитию конкуренции и качестве (уровне доступности, понятности, удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды, размещаемой ими. Всего от респондентов было получено 1 218 анкет.

Среди всех участников опроса наибольшее количество ответов было представлено респондентами из Морозовского, Зерноградского и Аксайского муниципальных районов (рисунок 1.1). Годом ранее большую активность проявили респонденты из городов Новошахтинска и Таганрога.

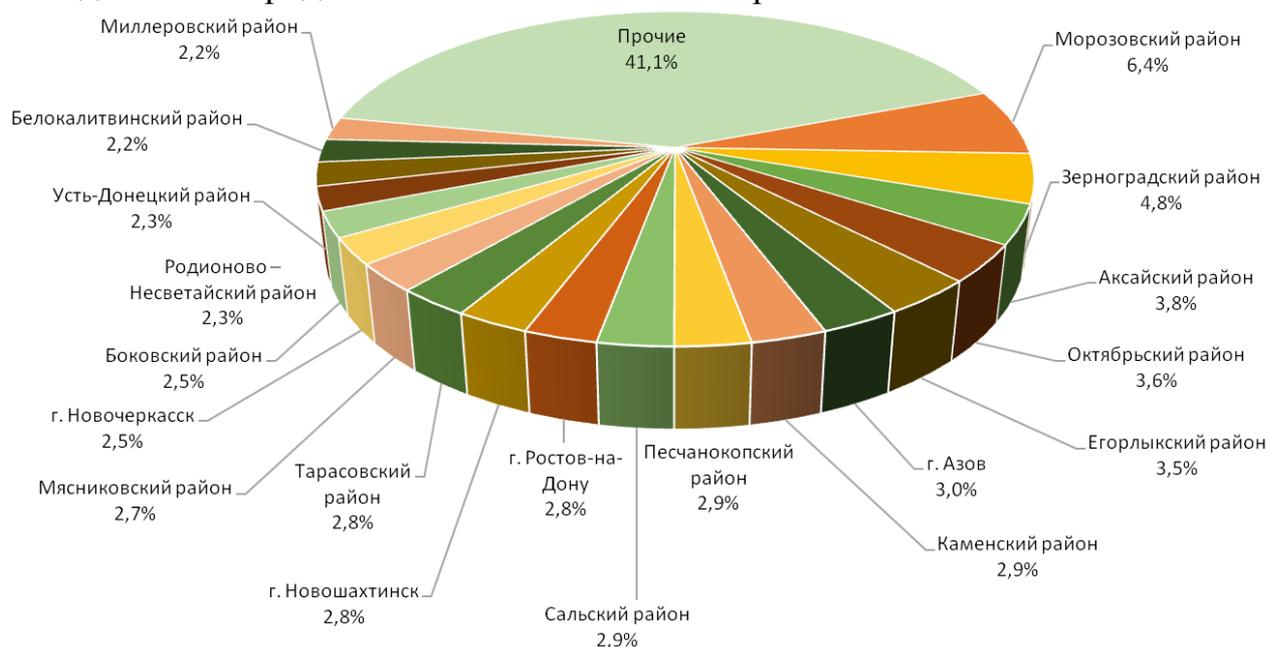


Рисунок 1.1 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по муниципальным образованиям, % к опрошенным¹

¹ В настоящей и последующих диаграммах и таблицах данные округлены до десятых, в связи с чем может наблюдаться погрешность в суммарной доле ответов респондентов

При этом практически 80% респондентов отметили, что представляемые ими субъекты предпринимательской деятельности имеют организационно-правовую форму индивидуального предпринимателя, и лишь каждый пятый опрошенный указал на форму юридического лица (рисунок 1.2).

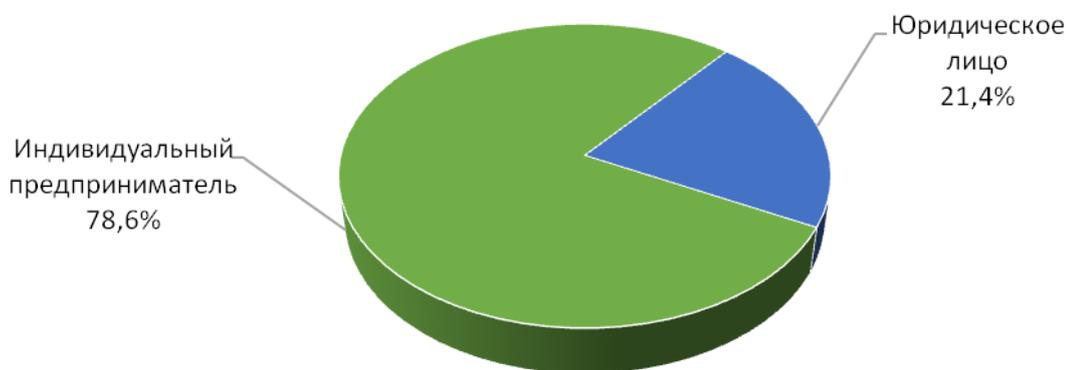


Рисунок 1.2 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по организационно-правовой форме, % к опрошенным

Свыше 40% всех субъектов предпринимательской деятельности, представители которых были опрошены, действуют на рынке более 5 лет; 24,5% предприятий и организаций осуществляют деятельность от 1 до 3 лет; около 20% ведут бизнес на протяжении 3-5 лет; 12,4% пришлось на начинающих предпринимателей (рисунок 1.3). Подобная структура прослеживалась и по итогам опросов 2017 и 2016 годов.

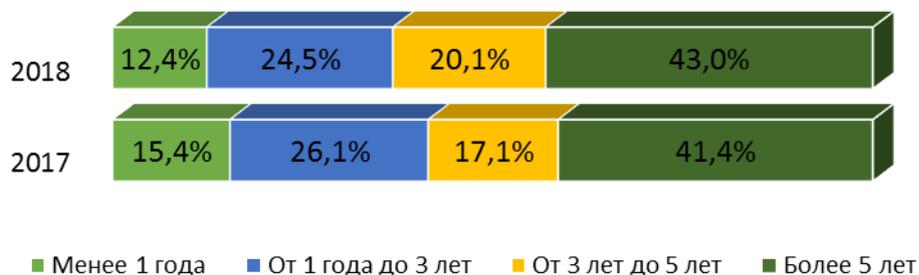


Рисунок 1.3 – Распределение предприятий и организаций по времени осуществления предпринимательской деятельности, % к опрошенным

Большая часть респондентов (73,5%) являются собственниками бизнеса, из которых практически 90% представляют организационно-правовую форму индивидуального предпринимателя. Из числа опрошенных руководители высшего звена и неруководящие сотрудники составили равные доли – 9,9% соответственно. На руководителей среднего звена пришлось 6,8% опрошенных (рисунок 1.4). Свыше половины выше обозначенных представителей бизнеса работают в организациях, функционирующих на рынке более 5 лет.



Рисунок 1.4 – Распределение респондентов по занимаемым должностям, % к опрошенным

В отчетном периоде в сравнении с 2017 годом увеличилось число собственников бизнеса – участников анкетирования.

Таким образом, каждый четвертый респондент, принявший участие в опросе этого года, является индивидуальным предпринимателем (собственником бизнеса), осуществляющим деятельность более 5 лет. В целом же среди респондентов преобладают владельцы и руководители бизнеса, функционирующего на рынке более 3 лет – это более 57% опрошенных, имеющих опыт осуществления предпринимательской деятельности и способных объективно оценивать как рыночную, так и конкурентную среды ведения бизнеса.

Если говорить о размере бизнеса, 79,3% опрошенных заявили, что численность сотрудников их организаций составляет не более 15 человек; 17,2% пришлось на организации с численностью от 16 до 100 человек; 2,1% – на предприятия с численностью от 101 до 250 человек; по 0,7% – от 251 до 1 тысячи человек и свыше 1 тысячи человек (рисунок 1.5). Указанная структура сопоставима с результатами 2017 года. В 2016 году практически половина всех организаций была представлена численностью сотрудников от 16 до 100 человек.



Рисунок 1.5 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по численности сотрудников организации, % к опрошенным

По величине годового оборота бизнеса ответы респондентов распределились следующим образом (рисунок 1.6): до 120 миллионов рублей (микропредприятие) – 71,9%, от 120 до 800 миллионов рублей (малое предприятие) – 10,7%, от 800 до 2000 миллионов рублей (среднее предприятие) – 1,3% и свыше 2 миллиардов рублей – 0,8%. Затруднились в ответе на этот вопрос 15,3% опрошенных. Годом ранее также

преобладал бизнес с доходом микропредприятия. В 2016 году наибольшее число респондентов заявило, что бизнес, который они представляют, имеет объем годового оборота малого предприятия.

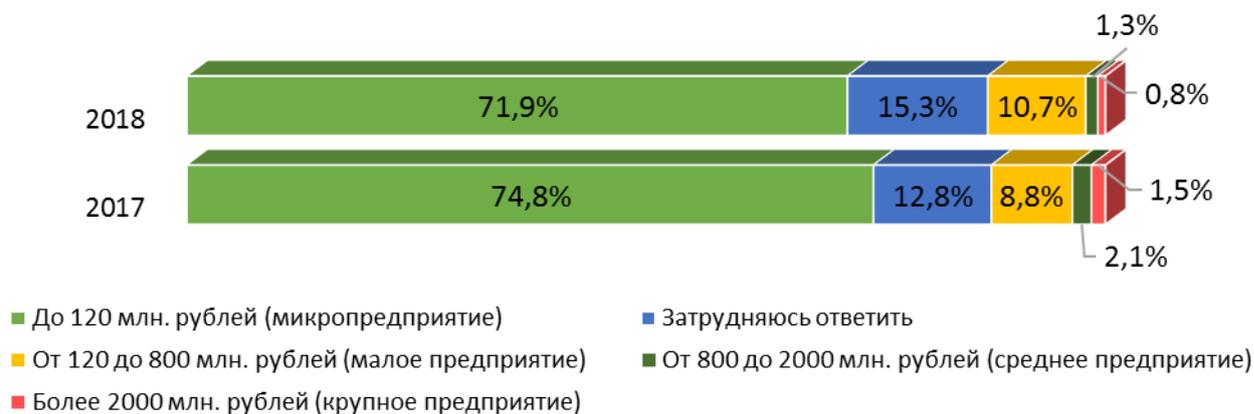


Рисунок 1.6 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по величине годового оборота бизнеса, % к опрошенным

Можно сделать вывод о том, что из всех субъектов предпринимательской деятельности в опросе отчетного года, как и годом ранее, преобладают микропредприятия с численностью сотрудников до 15 человек и величиной годового оборота не более 120 млн. рублей.

Организаций, удовлетворяющих этим двум критериям сразу, оказалось 772 единицы или 63,4% от числа опрошенных. При этом доля малых предприятий с численностью работников до 100 человек и величиной годового оборота до 800 млн. рублей составила 17,1%, что на 9,8 процентных пункта больше, чем годом ранее. Таким образом, большинство респондентов данного опроса – индивидуальные предприниматели – собственники микро- и малого бизнеса.

Большее число респондентов, как и в 2017 году, заявили, что их организации: представляют сферу услуг (33,6%); производят конечную продукцию (26,6%); осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями (21,5%). Производством сырья, материалов, компонентов, которые будут использоваться для переработки, обработки, доработки другими организациями, а также для производства конечной продукции занимаются 18,3% субъектов предпринимательской деятельности (рисунок 1.7).

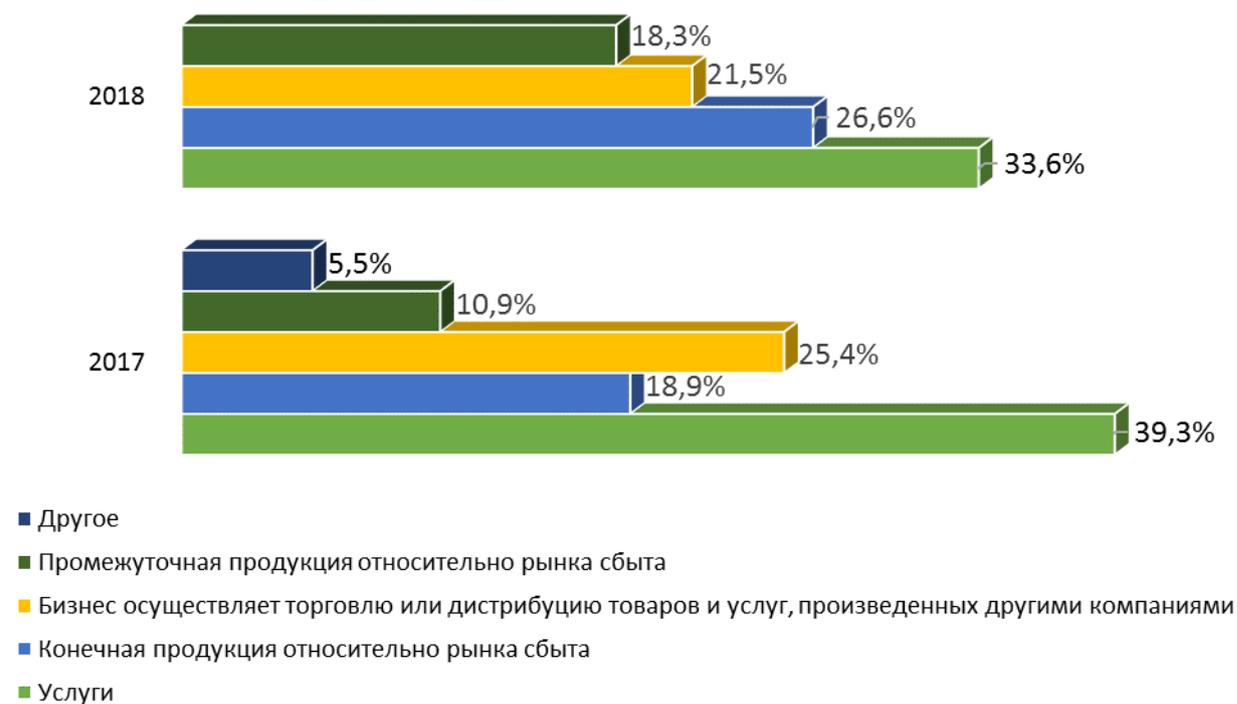


Рисунок 1.7 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по основной производимой продукции (товару, работе, услуге), % к опрошенным

Участникам опроса было предложено указать основной вид деятельности в соответствии с действующей группировкой ОКВЭД-2. В результате предпринимательская деятельность респондентов охватила практически все виды экономической деятельности, при этом наибольшую представленность продемонстрировали предприятия сфер оптовой и розничной торговли, услуг и сельскохозяйственного товаропроизводства. В частности, розничную торговлю в качестве основной деятельности выбрали 31,4% опрошенных (рисунок 1.8). На растениеводство и животноводство, охоту пришлось 23,1% ответов; на деятельность гостиниц и предприятий общественного питания – 4,8%. Более 4% участников опроса отметили, что представляемый ими бизнес построен на производстве пищевых продуктов. Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг осуществляют 1,3% хозяйствующих субъектов. Более подробная информация приведена в таблице 1.1.

Таким образом, исходя из информации респондентов, участвовавших в опросе этого года, большинство организаций занимается розничной торговлей продовольственными и непродовольственными товарами населению, сельским хозяйством, оказывает разного рода услуги (преобладание услуг населению), а также производством пищевых продуктов. В 2017 и 2016 годах в исследовании также принимали участие преимущественно представители данных сфер бизнеса.

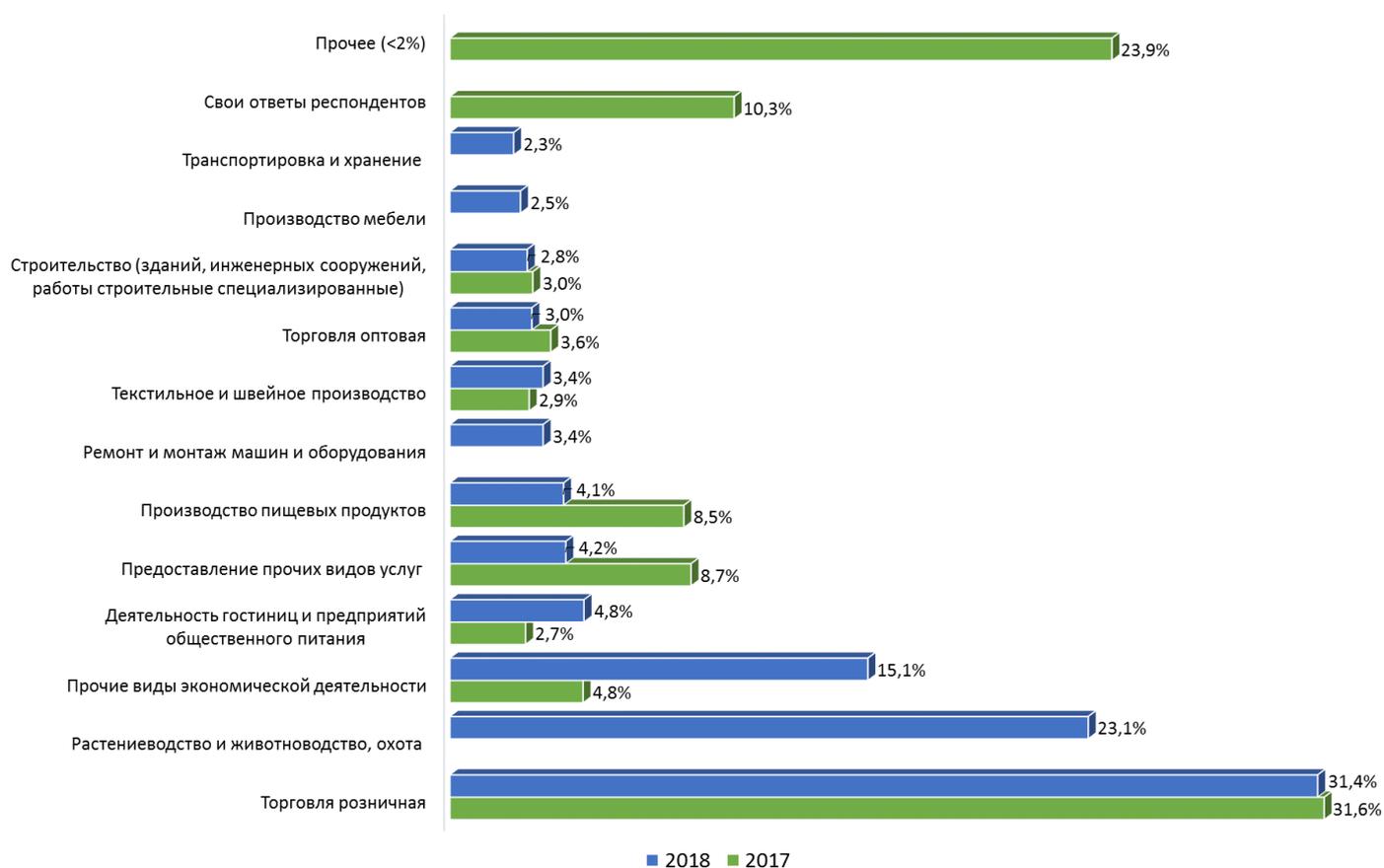


Рисунок 1.8 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по основным видам деятельности, % к опрошенным

Если говорить о размере бизнеса и сроке его действия по указанным выше преобладающим видам деятельности в 2018 году, то в сфере «Торговля розничная» более 52% субъектов предпринимательской деятельности являются микро- и малыми предприятиями (соответствие по двум критериям – объему выручки и численности работников) – индивидуальными предпринимателями, работающими на рынке более 3 лет.

В гостиничном бизнесе и общественном питании на малый бизнес (включая микропредприятия) приходится более 57% индивидуальных предпринимателей, участвовавших в опросе и ведущих торговлю более одного года.

В сфере «Растениеводства и животноводства, охоты» 49,5% хозяйствующих субъектов являются индивидуальными предпринимателями, осуществляют свою деятельность более года и относятся к микро- и малым предприятиям. При этом практически 12% субъектов предпринимательской деятельности в указанной сфере являются начинающими предпринимателями. Аналогичная ситуация прослеживается и в «Производстве пищевых продуктов», где 14% производителей относятся к начинающим предпринимателям, а 40% – это индивидуальные предприниматели, работающие более года, в статусе малых (включая микро-) предприятий.

Таблица 1.1 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по основным видам деятельности, % к опрошенным.

№ п/п	Вид экономической деятельности	Доля, от 100% ²
1	Торговля розничная	31,4%
2	Растениеводство и животноводство, охота	23,1%
3	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	4,8%
4	Предоставление прочих видов услуг	4,2%
5	Производство пищевых продуктов	4,1%
6	Ремонт и монтаж машин и оборудования	3,4%
7	Текстильное и швейное производство	3,4%
8	Торговля оптовая	3,0%
9	Строительство	2,8%
10	Производство мебели	2,5%
11	Транспортировка и хранение (деятельность пассажирского и грузового транспорта, складское хозяйство, почтовая и курьерская службы)	2,3%
12	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	1,3%
13	Торговля оптовая и розничная автотранспортными средствами и мотоциклами и их ремонт	1,1%
14	Рыболовство и рыбоводство	1,0%
15	Обработка древесины и производство изделий из дерева	1,0%
16	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	0,9%
17	Деятельность в области права и бухгалтерского учета	0,8%
18	Образование	0,7%
19	Деятельность финансовая и страховая	0,7%
20	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	0,7%
21	Производство металлургическое/ Производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	0,6%
22	Деятельность ветеринарная	0,6%
23	Деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка	0,6%
24	Деятельность в области информации и связи (телевидение, телекоммуникации и т.д.)	0,6%
25	Производство напитков	0,5%
26	Деятельность по обслуживанию зданий и территорий	0,5%
27	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0,5%
28	Добыча полезных ископаемых	0,4%

² В данной и последующих таблицах данные округлены до десятых

№ п/п	Вид экономической деятельности	Доля, от 100% ²
29	Производство резиновых и пластмассовых изделий	0,4%
30	Другое (свой вариант ответа)	0,3%
31	Производство химических веществ и химических продуктов (удобрения, газы, пигменты и т.д.)	0,3%
32	Производство компьютеров, электронных и оптических изделий	0,2%
33	Производство машин, оборудования, автотранспортных средств	0,2%
34	Научные исследования и разработки	0,2%
35	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,2%
36	Производство бумаги и бумажных изделий; Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации	0,2%
37	Производство прочей неметаллической минеральной продукции (стекло, плитка, камень, цемент, кирпич и т.д.)	0,2%
38	Производство кокса, нефтепродуктов	0,1%
39	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	0,1%
40	Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма	0,1%

Опрос респондентов о географических рынках, представляемых бизнесом, показал, что основным рынком сбыта продукции (товаров, работ, услуг) практически в половине случаев (49,6%) являлся локальный рынок/ рынок отдельного муниципального образования. Часть опрошенных, отметившая рынок Ростовской области в качестве основного, составила 37,3% (рисунок 1.9). В нескольких субъектах Российской Федерации реализуют продукцию (услуги) 12,1% респондентов. На рынки зарубежных стран ориентируются 1,1% опрошенных. В опросе текущего года в сравнении с результатами 2017 года возросли доли хозяйствующих субъектов, реализующих продукцию как на региональном рынке, так и на рынках других субъектов страны.

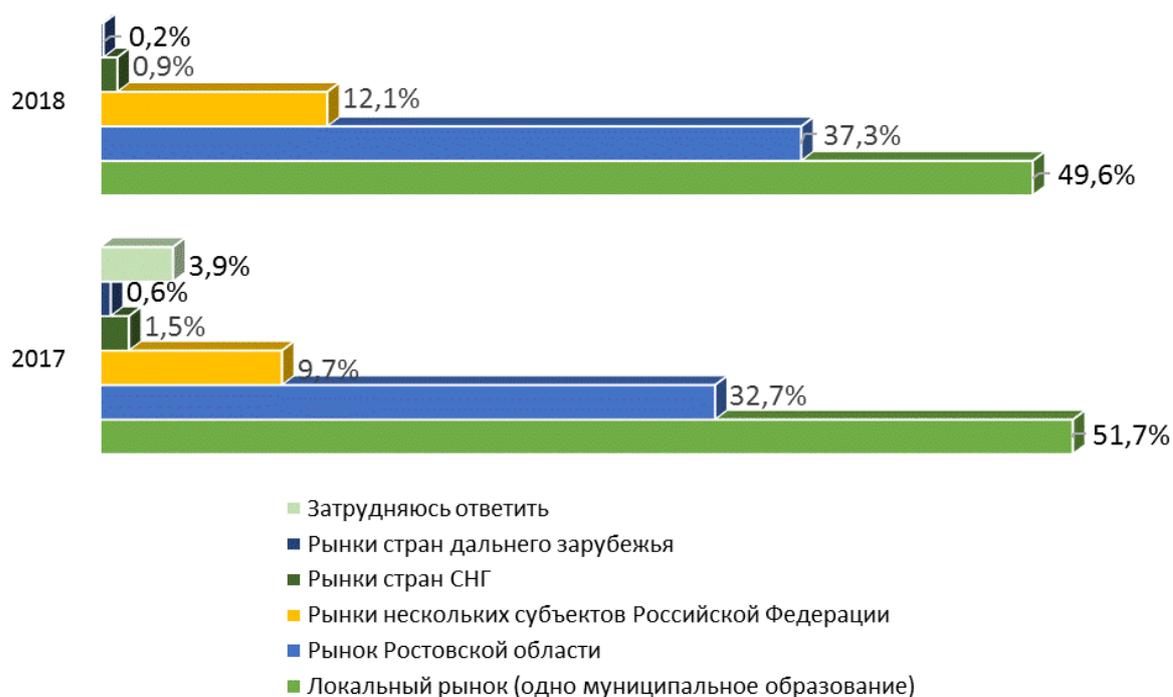


Рисунок 1.9 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности по географическим рынкам, % к опрошенным

На рынках нескольких субъектов Российской Федерации осуществляют деятельность в основном юридические лица, около 38% которых представляют крупный и средний бизнес Ростовской области.

На рынках стран зарубежья работают преимущественно организации, осуществляющие свою деятельность от 3 лет, большая часть которых занимается производственной деятельностью, в том числе является производителями сельскохозяйственной продукции.

Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды

Важным фактором функционирования бизнеса является изменение числа конкурентов у субъектов предпринимательской деятельности на основном рынке (рисунок 1.10). Так, на отсутствие изменений в числе конкурентов в анализируемом периоде указал в среднем каждый второй опрошенный. На рост числа конкурентов – 43,0% опрошенных, а именно: увеличение количества конкурентов в пределах 1-3 предпринимателей отмечено 27,3% респондентами; на 4 и более конкурентов – 15,7% представителями бизнеса. В 2017 году респондентами в большей степени отмечался рост конкурентов на рынке. Сокращение числа конкурентов в 2018 году в целом отметили 9,3% респондентов.

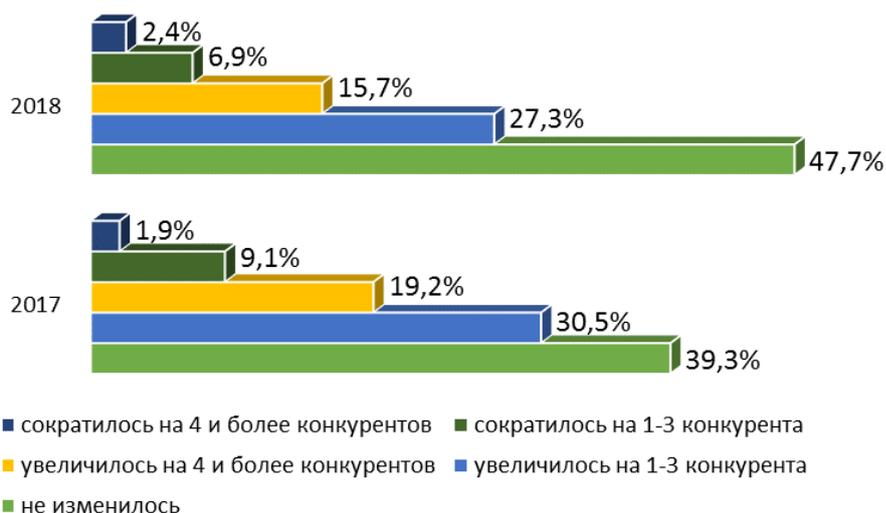


Рисунок 1.10 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно изменения количества конкурентов за последние 3 года, % к опрошенным

Отвечая на вопрос о количестве конкурентов, лишь 3,8% опрошенных отметили, что у них нет конкурентов (рисунок 1.11). От 1 до 3 конкурентов имеет примерно каждый четвертый участник опроса. Более 35% представителей предприятий и организаций указывали на наличие 4 и более конкурентов аналогичной сферы бизнеса, в сравнении с 2017 годом увеличилась доля таких респондентов. Оценили количество конкурентов как высокое практически 36% опрошенных.

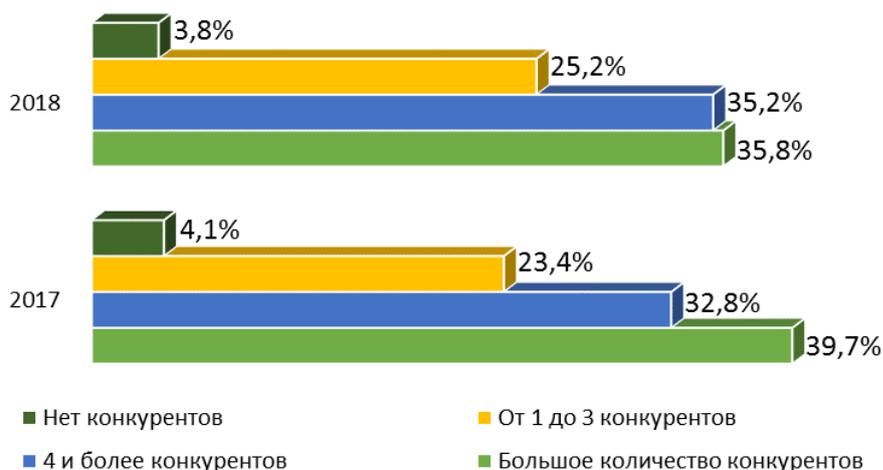


Рисунок 1.11 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно количества конкурентов на основном рынке, % к опрошенным

Большое количество конкурентов на рынке товаров, работ и услуг зафиксировано³ в сфере транспортировки и хранения (50% от общего числа организаций, работающих по данному виду деятельности, отмечают высокое количество конкурентов), растениеводства и животноводства, охоты (47%),

³ На основании выборки и анализа ответов респондентов по 10 преобладающим видам деятельности: розничная торговля; сельское, лесное хозяйство, охота; деятельность гостиниц и предприятий общественного питания; предоставление прочих видов услуг; производство пищевых продуктов; ремонт и монтаж машин и оборудования; текстильное и швейное производство; торговля оптовая; строительство; производство мебели; транспортировка и хранение.

розничной торговли (42%). Низкое⁴ – в сфере ремонта и монтажа машин и оборудования и текстильного и швейного производства (46% и 44% от общего числа организаций, работающих по данным видам деятельности, отмечают низкое количество конкурентов). Из представителей бизнеса, уверенных в низком числе конкурентов (количество конкурентов не более 3-х), более 70% заявляют об отсутствии изменений. При этом более половины респондентов, принимавших участие в опросе и отметивших более четырех⁵ конкурентов на целевом рынке, считают, что за последние три года число конкурентов возросло. Таким образом, положительной тенденцией является не только преобладание большого количества конкурентов на большинстве региональных рынков, но и рост их числа в целом. Высокая конкуренция на рынках товаров, работ и услуг должна стимулировать бизнес принимать меры по повышению конкурентоспособности продукции, использовать инновационные подходы, обеспечивающие повышение его эффективности.

В этой связи для оценки состояния конкуренции респондентов также попросили выбрать утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, а именно, как часто требуется реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг) (табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Распределение мнения респондентов об условиях ведения бизнеса, который они представляют, % к опрошенным.

Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса	необходимо постоянно (один раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее	9,4%
	необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее	19,5%
	необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное)	39,7%
	время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное)	18,6%
	нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное)	12,6%

Как и в 2016-2017 годах, чаще всего (39,7%) респонденты отмечали, что ведут бизнес в условиях умеренной конкуренции, т.е. для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности (рисунок 1.12).

⁴ Сумма ответов по «от 1 до 3 конкурентов» и «нет конкурентов».

⁵ Сумма ответов по «4 и более конкурентов» и «большое количество конкурентов».

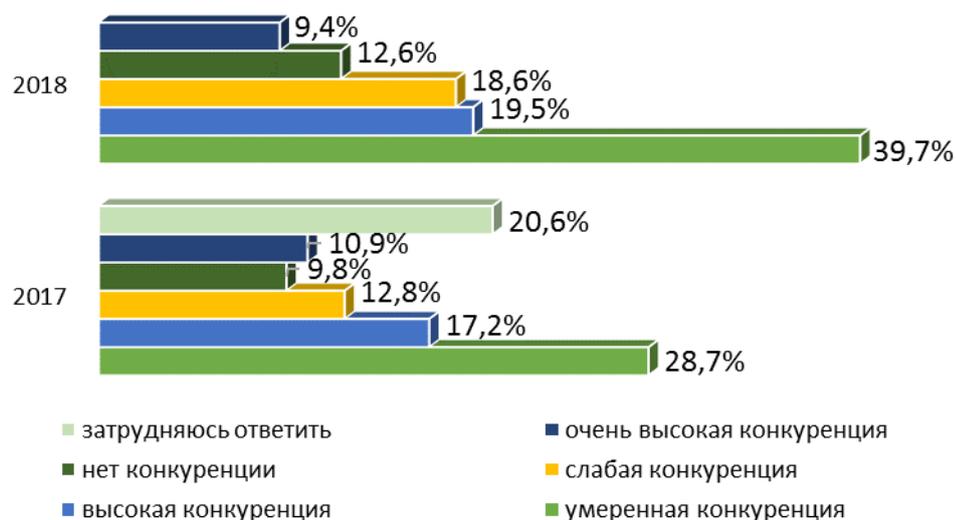


Рисунок 1.12 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно характеристик условий ведения бизнеса, % к опрошенным

Наибольшая доля представителей бизнеса⁶ с такой позицией оказалась в городе Донецке, Азовском, Сальском, Советском, Веселовском, Морозовском, Чертковском, Кагальницком, Семикаракорском, Боковском районах.

Каждый пятый респондент считает, что действует в условиях высокой конкуренции – для сохранения рыночной позиции необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее. Более всего такого мнения придерживаются участники опроса из Милютинского, Целинского, Пролетарского районов, города Волгодонска.

Ведение бизнеса в условиях очень высокой конкуренции отметили 9,4% представителей предприятий и организаций области. А значит, такому бизнесу необходимо постоянно применять новые, не используемые компанией ранее, способы повышения конкурентоспособности продукции. Предприятия, представители которых считают уровень конкуренции очень высоким, преобладают в городах Каменске-Шахтинском, Батайске, Усть-Донецком районе.

Слабую конкуренцию отметили 18,6% опрошенных. Таким образом, по мнению респондентов, для целей бизнеса достаточно время от времени (раз в 2-3 года) реализовывать меры по повышению конкурентоспособности продукции. Это преимущественно респонденты, представляющие предприятия и организации Заветинского, Багаевского, Октябрьского районов.

Утверждению «для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности» соответствовало определение «нет конкуренции». Этот вариант выбрали 12,6% опрошенных. Более других на него указали предприниматели Дубовского, Ремонтненского, Шолоховского районов.

Респондентами оценивалась степень удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги)

⁶ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании (здесь и далее).

и число таких поставщиков (рисунок 1.13). Результаты опроса показали, что бизнес оценивает состояние конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) как скорее удовлетворительное и удовлетворительное (48,4% и 26,9% соответственно). Скорее не удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками товаров (работ, услуг) 18,2% респондентов, и полностью не удовлетворены 6,4% респондентов. В сравнении с итогами опроса 2017 года прослеживается увеличение долей как в разной степени неудовлетворенных в данной сфере, так и скорее удовлетворенных, при снижении доли участников опроса, оценивающих конкуренцию между поставщиками как удовлетворительную.

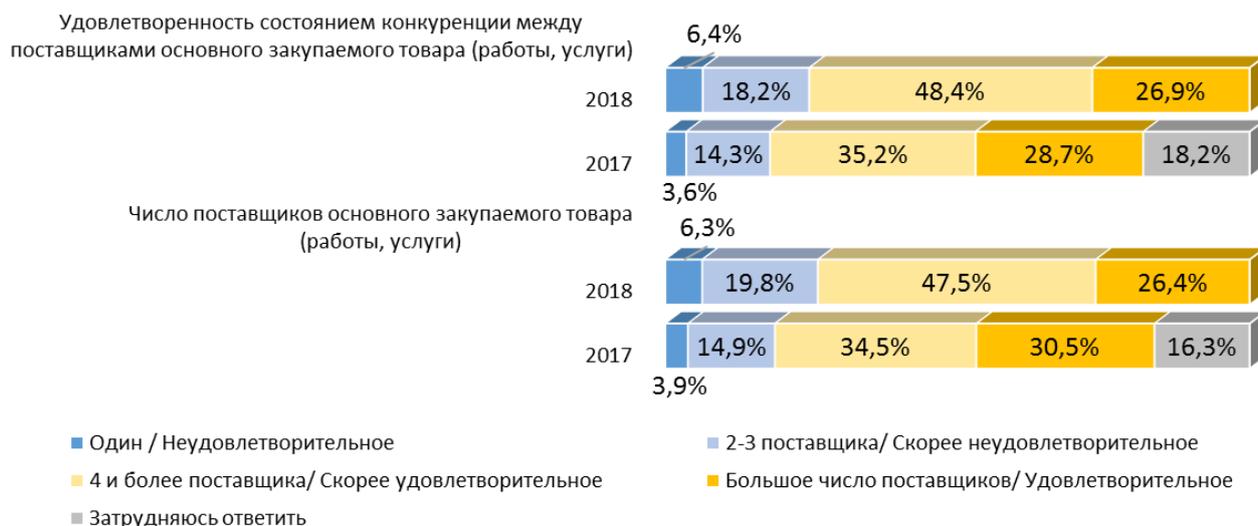


Рисунок 1.13 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно степени удовлетворенности состоянием конкуренции между ними и оценки числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), % к опрошенным

В части числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для осуществления деятельности, большинство опрошенных имеют 4 и более поставщиков (47,5%); 26,4% работают с большим количеством поставщиков; 19,8% сотрудничают с 2-3 поставщиками. О наличии единственного поставщика сообщили 6,3% респондентов. При этом относительно результатов 2017 года также наблюдается снижение доли представителей бизнеса, имеющего большое число поставщиков, и увеличение прочих долей.

Преимущественная часть представителей бизнеса, принявших участие в опросе, положительно рассматривает как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними, что сопоставимо с результатами опроса 2017 и 2016 годов. Тем не менее, в таких муниципальных образованиях, как Белокалитвинский, Боковский, Орловский районы и город Батайск более чем половина субъектов предпринимательской деятельности оказалась в разной степени неудовлетворенной состоянием конкуренции между поставщиками продукции. Количество поставщиков таких предприятий не превысило трех.

Мнение субъектов предпринимательской деятельности о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе

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

Измерение оценки качества размещаемой в открытом доступе официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области (количество участников, данные о перспективах развития конкретных рынков, барьеры входа на рынки и т.д.) и деятельности по содействию развитию конкуренции осуществлялось по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и удобству получения информации. По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень своей удовлетворенности (рисунок 1.14).

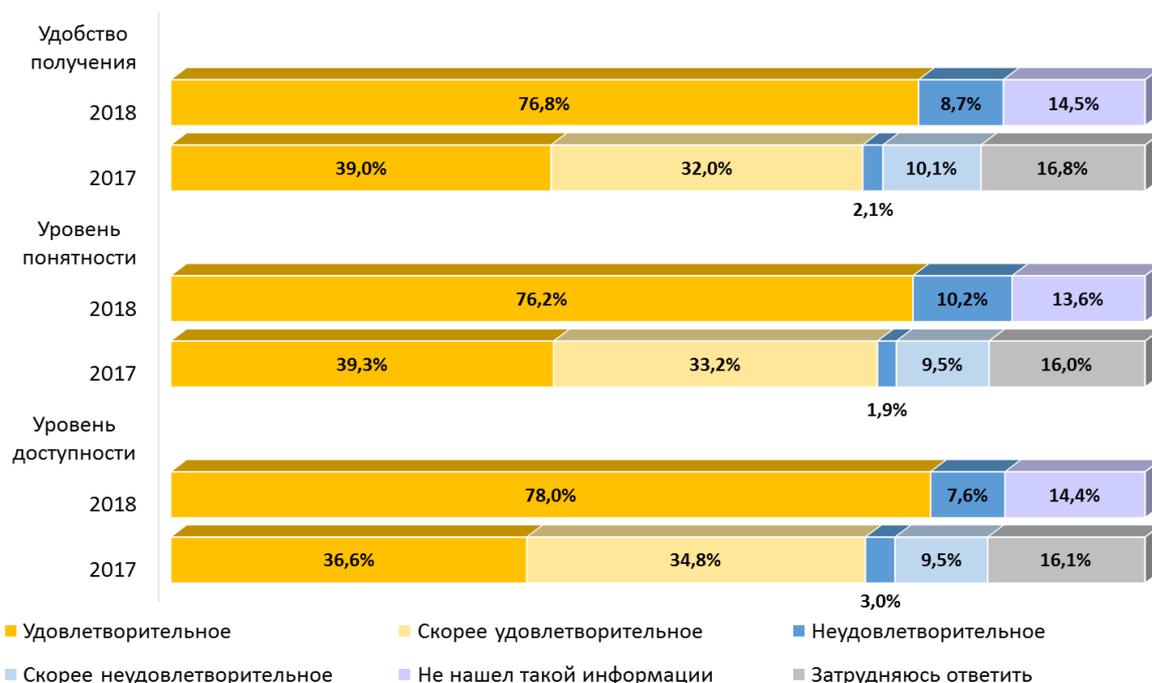


Рисунок 1.14 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, % к опрошенным

Уровень доступности официальной информации удовлетворяет 78,0% предпринимателей. Как неудовлетворительную доступность информации охарактеризовали 7,6% опрошенных. Аналогичная ситуация отмечена и в распределении ответов как по уровню понятности, так и по удобству получения. Так, уровень понятности информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции признали удовлетворительной более 76% респондентов. Остался неудовлетворенным в целом каждый десятый

опрошенный. Удобство получения такого рода информации считают удовлетворительным практически 77% опрошенных, а неудовлетворительным признают 8,7%. В сравнении с 2017 годом прослеживается увеличение долей удовлетворенных качеством информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции. Относительно результатов опроса 2016 года также выявлено улучшение по трем параметрам оценки качества официальной информации.

В среднем каждый седьмой респондент не владел официальной информацией о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области, размещаемой в открытом доступе, и о деятельности по содействию развитию конкуренции. В 2017 году в среднем каждый шестой респондент не смог дать характеристику по данному вопросу, в том числе ввиду того, что ему могла быть неизвестна такая информация.

В итоге качество размещаемой в открытом доступе официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции на основе анализа ответов респондентов можно считать удовлетворительным. Тем не менее, актуальной остается необходимость проведения мероприятий по повышению осведомленности бизнеса в части информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции.

Оценка административных барьеров ведения предпринимательской деятельности

Одним из факторов, негативно влияющих на развитие конкурентной среды, являются административные барьеры⁷. Необоснованные административные барьеры снижают стимулы входа на рынки новых участников и создают условия для коррупции. Негативным эффектом от административных барьеров, помимо прочего, является уход бизнеса с рынка в теневую экономику в целях снижения транзакционных издержек.

В итоге это ведет к серьезным экономическим потерям общества, как прямым, выражающимся в росте цен, так и косвенным, связанным с недопроизводством валового регионального продукта из-за неэффективного использования ресурсов. Административные барьеры не только не решают тех проблем, в связи с которыми они создаются, но и затрудняют использование более эффективных методов госрегулирования.

С целью оценки барьеров ведения предпринимательской деятельности респондентам было предложено выбрать из перечня административных барьеров несколько, оказывающих наибольшее влияние на ведение текущей деятельности или открытие нового бизнеса на рынке. Респонденты также имели возможность указать в анкетах свои варианты ответов.

⁷ Административные барьеры – это специфические трудности входа предпринимателей на рынок, препятствующие организации, осуществлению и развитию предпринимательской деятельности, обусловленные несовершенством государственной политики, либо сознательным ущемлением интересов хозяйствующих субъектов со стороны органов государственной власти и отдельных должностных лиц путем принятия актов, совершения действий, бездействия.

По мнению опрошенных наиболее сильное отрицательное влияние на деятельность бизнеса в регионе оказывают, как и годом ранее, высокие налоги и нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность. При этом на высокие налоги, пришлось 37,2% от общего числа ответов (рисунок 1.15). В 2017 году на данный административный барьер указали 34,0% респондентов. На нестабильность российского законодательства, занявшую второе место по частоте выбора, пришлось 20,4% ответов.

Участники опроса также отметили сложность получения доступа к земельным участкам и сложность (затянутость) в получении лицензий (7,3% и 6,5% соответственно). На наличие коррупции пришлось 5,1% ответов. Вышеуказанные барьеры также были выделены респондентами в качестве наиболее существенных годом ранее.

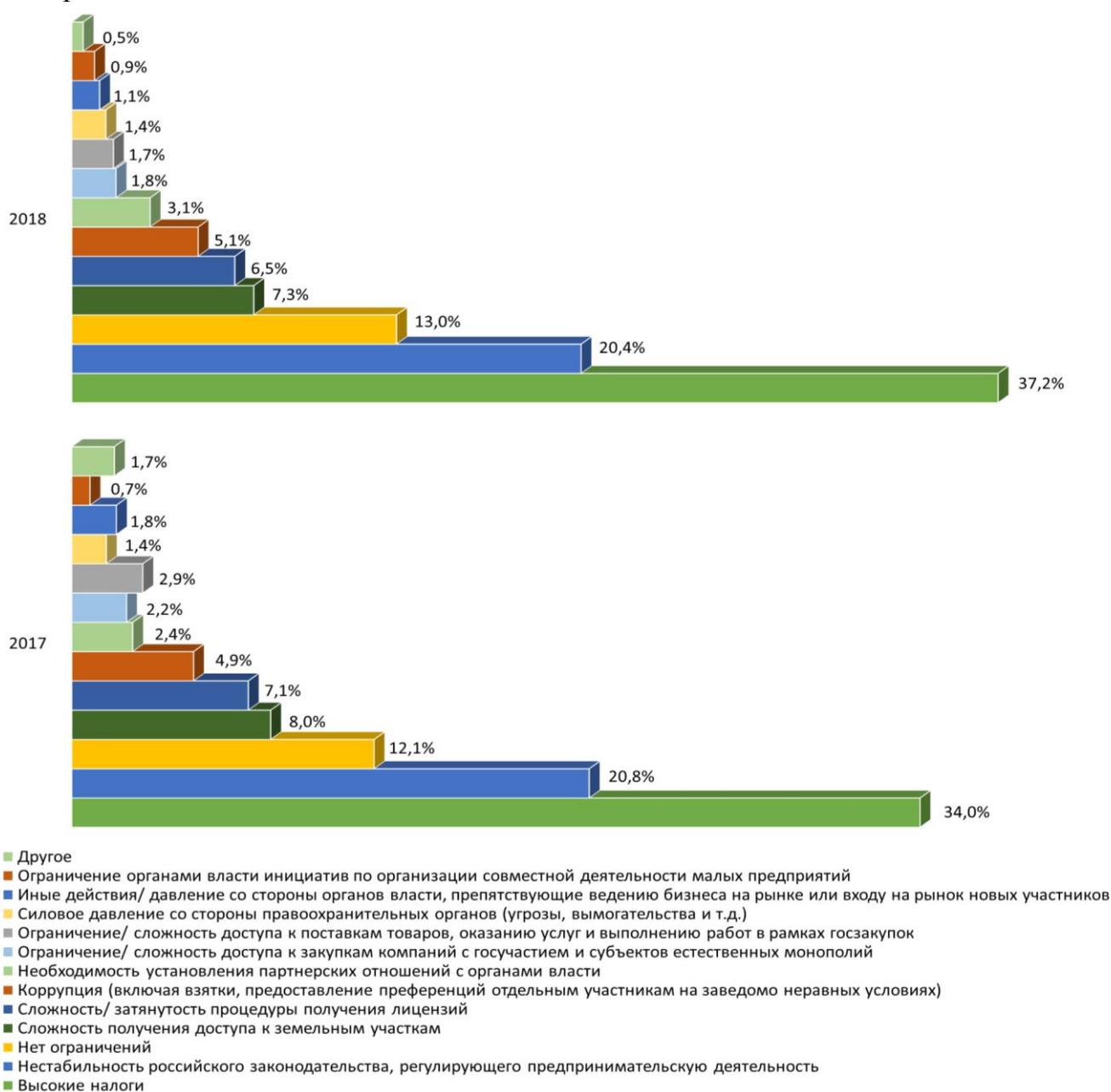


Рисунок 1.15 – Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, % к общему количеству ответов

В меньшей степени в текущем периоде респонденты отмечали такие барьеры, как: необходимость установления партнерских отношений с органами власти (3,1%); сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий (1,8%); сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок (1,7%); силовое давление со стороны правоохранительных органов (1,4%); иные действия и давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников (1,1%). Реже всего в качестве административного барьера респонденты указывали ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (0,9%). С отсутствием ограничений согласились 13,0% респондентов.

Вместе с тем, предприниматели пожелали указать свои варианты барьеров, с которыми столкнулся их бизнес. Так, ряд респондентов указал на: «наполненность рынка сетевыми магазинами», «бесконечные нововведения, требующие значительных финансовых затрат – чипы, кассы, матрицы» и прочие.

В результате анализа структуры административных барьеров можно сделать вывод о необходимости, в первую очередь, снижения налоговой и административной нагрузки на бизнес, а также грамотного совершенствования законодательства, затрагивающего различные сферы предпринимательской деятельности, ведущего за собой стабилизацию правового поля, в рамках которого бизнес осуществляет деятельность.

При оценке участниками опроса степени преодолимости административных барьеров, практически 37% респондентов отметили, что имеющиеся административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса преодолимы без существенных затрат (рисунок 1.16). Высокая доля представителей предприятий, выбравших данный вариант ответа, наблюдается преимущественно в городах Новошахтинске, Шахты, Зверево, Ростове-на-Дону, а также в Усть-Донецком, Заветинском, Милютинском, Орловском, Тацинском, Цимлянском, Кагальницком, Тарасовском районах.

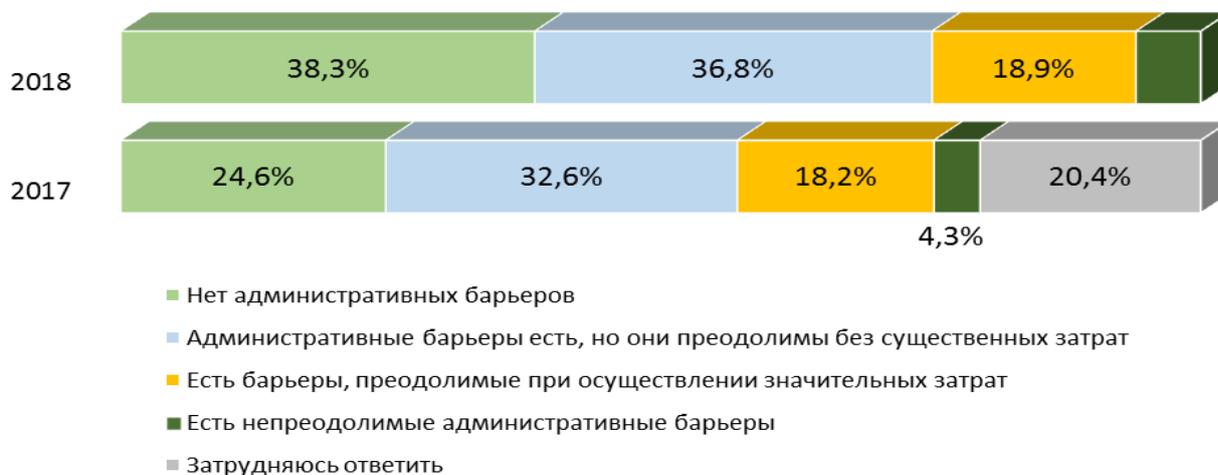


Рисунок 1.16 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно мнения о степени преодолимости административных барьеров, % к опрошенным

Барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, препятствуют осуществлению предпринимательской деятельности по мнению 18,9% представителей бизнеса. По данному критерию, относительно численности респондентов в муниципальных образованиях, высокие значения зафиксированы в городах Донецке, Новочеркасске, Азовском, Константиновском, Матвеево-Курганском, Пролетарском районах. Заявляют о наличии непреодолимых административных барьеров 6,0%, из которых более 20% бизнес-сообщества⁸ осуществляют деятельность в Красносулинском, Зерноградском, Кашарском, Константиновском районах. Свыше 38% опрошенных отмечают отсутствие административных барьеров для ведения представляемого бизнеса. Доля респондентов, придерживающихся данной позиции, увеличилась в анализируемом периоде в сравнении с результатами 2017 и 2016 годов.

Оценивая динамику уровня административных барьеров (рисунок 1.17), 28,0% опрошенных пришли к выводу о том, что их бизнесу за последние 3 года стало проще преодолевать административные барьеры.



Рисунок 1.17 – Изменение уровня административных барьеров на рынке в течение последних 3 лет, % к опрошенным

При этом более 29% респондентов отметили отсутствие административных барьеров. Доля представителей бизнеса, давших такой ответ, выросла в сравнении с 2017 годом. Практически 24% предпринимателей считали, что уровень административных барьеров для ведения бизнеса не изменился. Каждому двенадцатому респонденту за последние 3 года стало сложнее преодолевать административные барьеры (в 2017 году – каждому десятому). Лишь 8,0% участников опроса сошлись во мнении о том, что административные барьеры были полностью устранены. На появление новых барьеров для ведения деятельности указали 2,8% предпринимателей, что больше, чем годом ранее. Это преимущественно представители бизнеса из Тарасовского, Егорлыкского, Цимлянского, Морозовского, Дубовского, Орловского, Красносулинского районов.

⁸ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

Результаты проведенного исследования показывают, что административные барьеры на сегодняшний момент все еще являются препятствием для ведения бизнеса в регионе.

Оценивая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке, 46,5% респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу (рисунок 1.18).

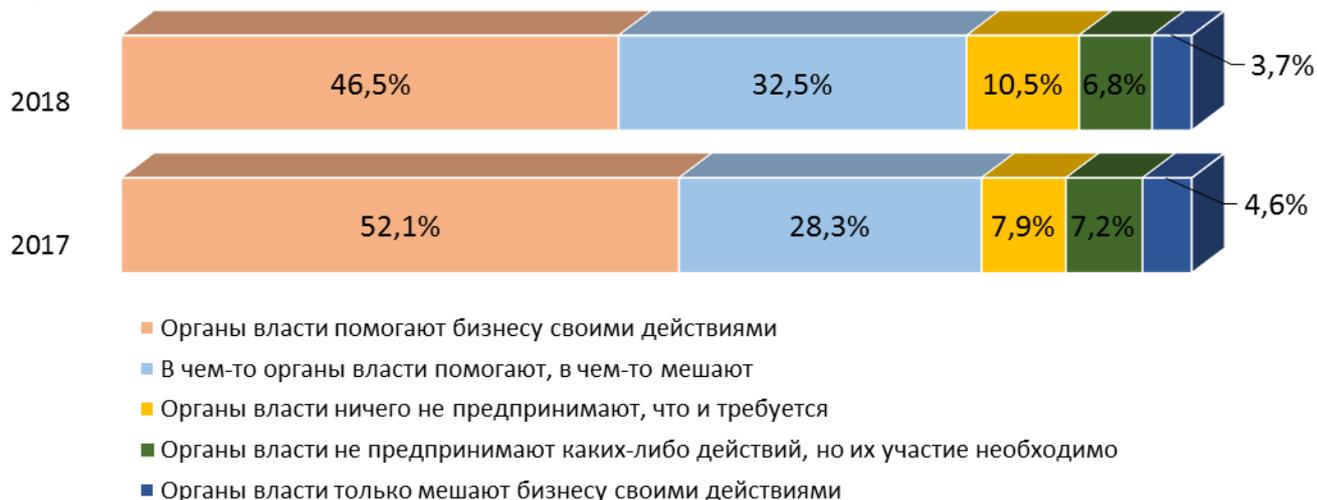
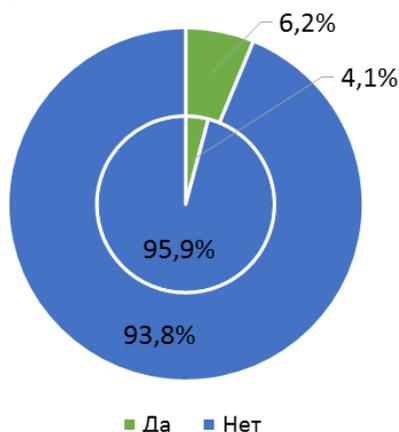


Рисунок 1.18 – Распределение мнения представителей субъектов предпринимательской деятельности относительно оценки деятельности органов власти на рынке, являющемся основным для бизнеса, % к опрошенным

Каждый третий участник опроса отметил, что органы власти в чем-то помогают, в чем-то – нет. Практически каждый десятый представитель бизнеса полагал, что вмешательство органов власти отсутствует и не требуется, а 6,8% нуждались в их участии. Так на бездействие органов власти, при необходимости их участия, сослались преимущественно респонденты из Тарасовского, Целинского, Боковского, Орловского, Константиновского, Кагальницкого районов. Органы власти только мешали своими действиями по свидетельству 3,7% опрошенных. В целом структура ответов сопоставима с результатами предшествующего года.

Большинство субъектов предпринимательской деятельности не подавали обращений в надзорные органы (рисунок 1.19). Тем не менее, относительно результатов 2017 года увеличилась доля респондентов, обращавшихся за защитой своих прав, она составила 6,2% опрошенных.



■ Да ■ Нет
2018 год – внешний круг; 2017 год – внутренний круг

Рисунок 1.19 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно ответа на вопрос «Обращались ли вы за защитой своих прав как предприниматель в надзорные органы?», % к опрошенным

Наибольшее количество обращений поступило в органы местного самоуправления (годом ранее – в органы прокуратуры) (рисунок 1.20). В общественную организацию по защите прав потребителей и Роспотребнадзор обратилось равное количество предпринимателей – 18,4%. Примерно каждое десятое обращение было адресовано органам судебной власти.



Рисунок 1.20 – Распределение субъектов предпринимательской деятельности относительно надзорных органов, в которые они обращались за защитой своих прав, % к опрошенным

Представители бизнеса также направляли обращения о защите своих прав в органы власти региона, прокуратуру, Росстандарт, Федеральную антимонопольную службу и другие.

Оценка субъектами предпринимательской деятельности услуг субъектов естественных монополий

Субъекты предпринимательской деятельности оценивали удовлетворенность услугами естественных монополий по следующим трем параметрам: сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения.

Анализ мнений респондентов показал, что в целом оценка респондентами услуг естественных монополий сложилась на удовлетворительном уровне. В частности, по срокам получения доступа (рисунок 1.21) в среднем каждый второй (годом ранее – каждый третий) представитель бизнеса оценил услуги субъектов естественных монополий как удовлетворительные. Более всего представителей бизнеса⁹ посчитало неудовлетворительными сроки подключения к газоснабжению (22,8% опрошенных), а также к электроснабжению (19,0% опрошенных). В части газоснабжения отметили наиболее высокие сроки респонденты¹⁰ преимущественно из Пролетарского, Веселовского, Кашарского, Кагальницкого, Усть-Донецкого

⁹ По критерию «неудовлетворительно/ высокая».

¹⁰ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

районов, электроснабжения – Кашарского, Усть-Донецкого, Родионово-Несветайского районов. Годом ранее наибольшая неудовлетворенность сроками была зафиксирована при получении услуг водоснабжения, водоотведения и газоснабжения, в 2016 году – электроснабжения и газоснабжения.

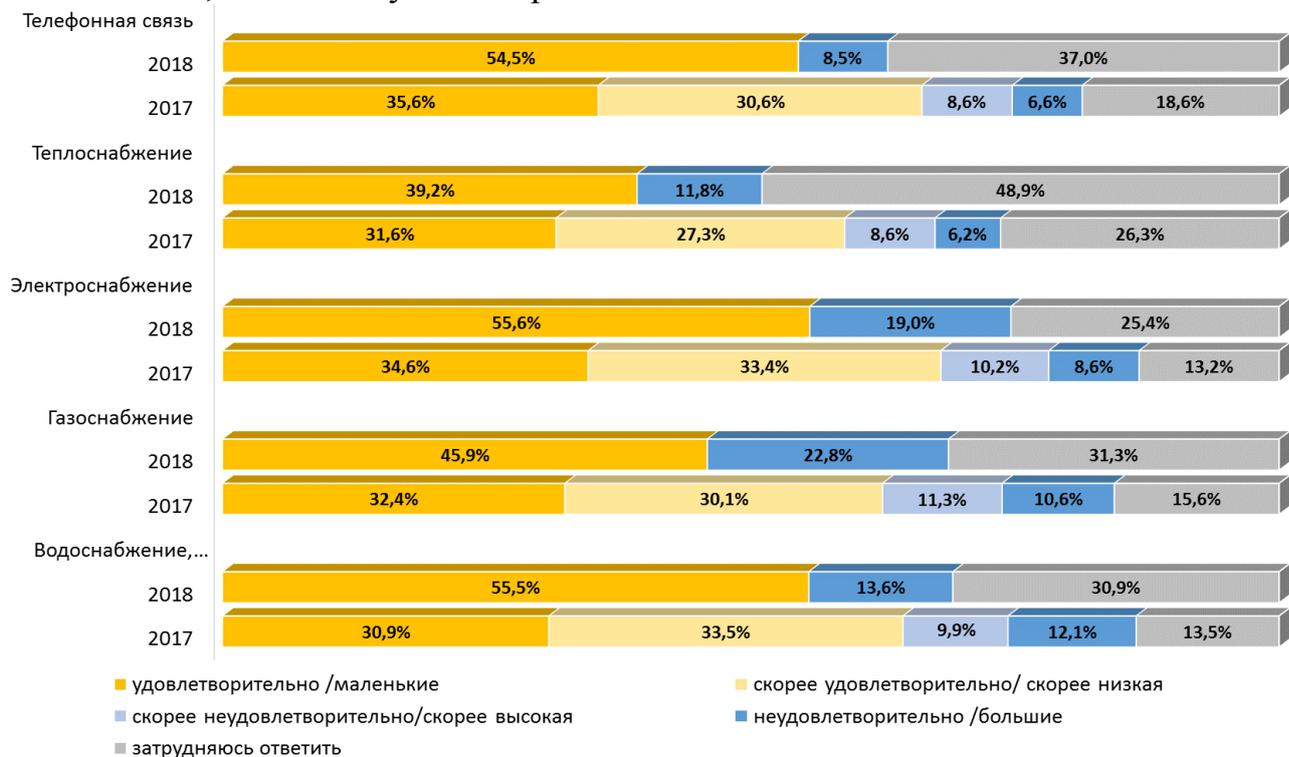


Рисунок 1.21 – Распределение мнения респондентов относительно оценки сроков получения доступа к услугам естественных монополий, % к опрошенным

По сложности (количеству) процедур подключения к услугам (рисунок 1.22) в отчетном периоде, как и годом ранее, сложились аналогичные пропорции – большинство респондентов согласилось с тем, что уровень сложности подключения низкий.

При этом наибольшее количество участников опроса¹¹ посчитало высокой сложность подключения к услугам газоснабжения и электроснабжения. Это преимущественно предприятия¹², осуществляющие деятельность (в части подключения к услугам газоснабжения) в Пролетарском, Кагальницком районах и городе Каменске-Шахтинском; (в части подключения к услугам электроснабжения) в Багаевском районе; (в части подключения к услугам газо- и электроснабжения) в Веселовском, Кашарском, Родионово-Несветайском, Усть-Донецком районах и городе Шахты. Годом ранее наиболее сложными в подключении были названы эти же услуги, а в 2016 году – услуги водоснабжения и газоснабжения.

¹¹ По критерию «неудовлетворительно/ высокая».

¹² Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

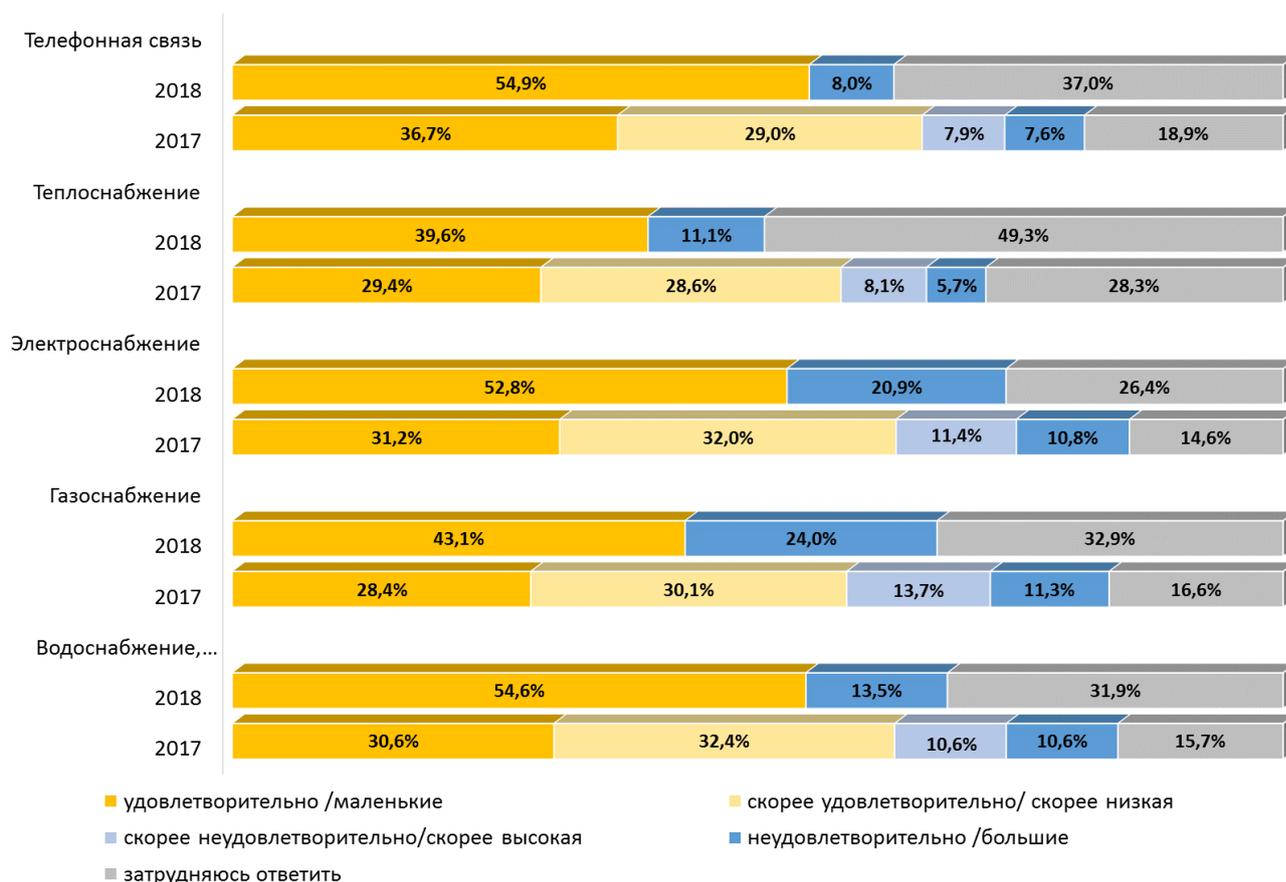


Рисунок 1.22 – Распределение мнения респондентов относительно оценки сложности (количества) процедур получения доступа к услугам естественных монополий, % к опрошенным

По стоимости подключения услуги естественных монополий были оценены аналогичным образом (рисунок 1.23). От 34,6% (газоснабжение) до 48,9% (телефонная связь) респондентов сошлись во мнении о том, что стоимость подключения данных услуг удовлетворительная. При этом 31,8% и 26,7% представителей бизнеса считают высокими цены на подключение к газоснабжению и электроснабжению, соответственно. Более половины предпринимателей придерживаются¹³ такого мнения о ценах на услуги подключения к газоснабжению в городах Азове и Каменске-Шахтинском, Пролетарском, Кагальницком районах; на услуги подключения как к газоснабжению, так и к электроснабжению – в Кашарском, Красносулинском, Багаевском, Усть-Донецком, Родионово-Несветайском районах и городе Шахты.

¹³ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

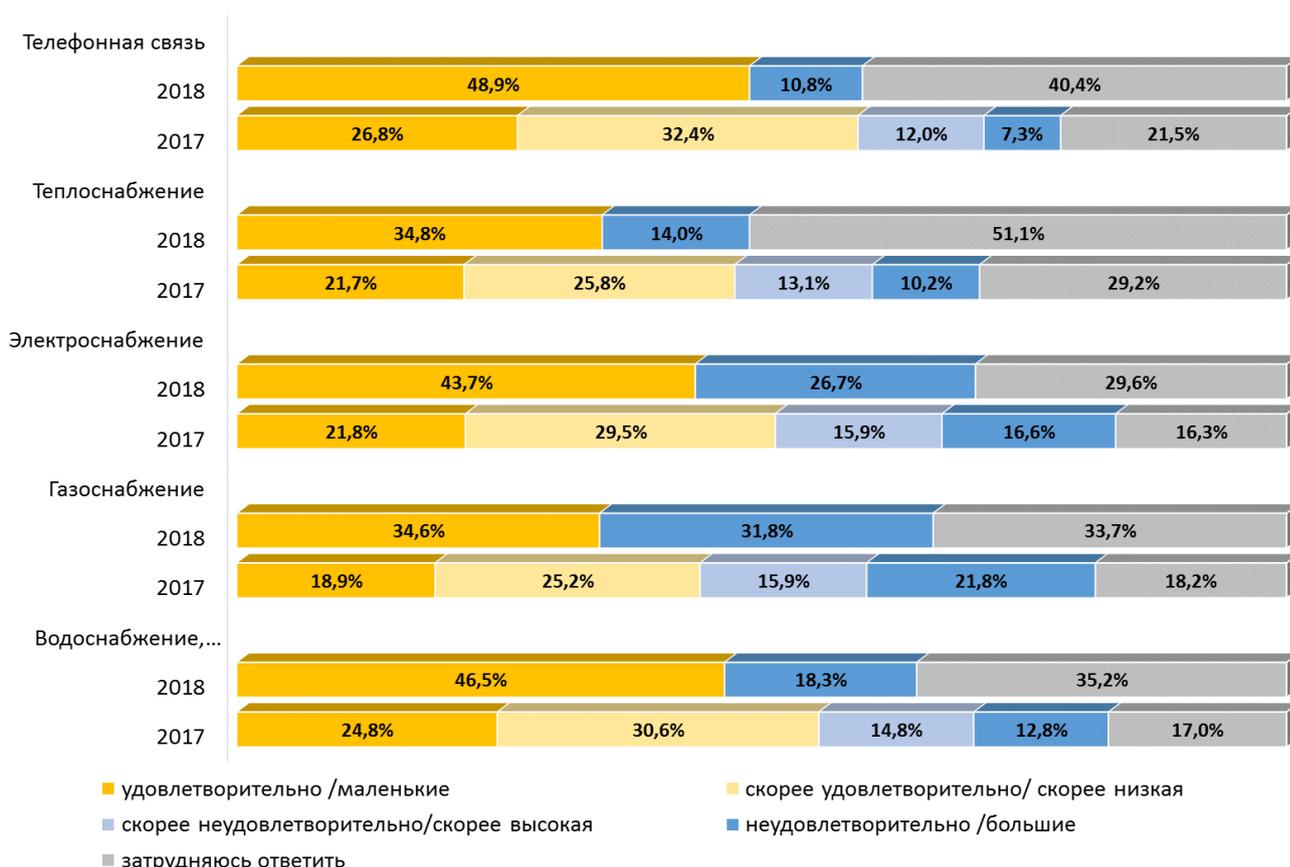


Рисунок 1.23 – Распределение мнения респондентов относительно оценки стоимости получения доступа к услугам естественных монополий, % к опрошенным

В 2017 году как наиболее дорогостоящие в подключении были обозначены услуги электроснабжения и газоснабжения, а в 2016 году – теплоснабжения и водоснабжения.

В целом оценка респондентами услуг естественных монополий сложилась на удовлетворительном уровне. По всем характеристикам в качестве наиболее доступных для подключения с минимальным количеством затрат названы услуги телефонной связи, далее – водоснабжения и водоотведения. В качестве наименее доступных – услуги газоснабжения и электроснабжения.

Доля респондентов, неудовлетворенных услугами газоснабжения по трем критериям одновременно, составляет более 50% в городах Каменске-Шахтинском, Шахты, Родионово-Несветайском, Усть-Донецком, Кагальницком, Кашарском, Пролетарском районах; услугами электроснабжения (более 50%) – в Родионово-Несветайском, Усть-Донецком, Кашарском районах.

Участникам опроса также было предложено количественно оценить процесс получения доступа к сетям и земельным участкам по двум критериям – количеству процедур (сложности) и срокам получения (рисунки 1.24 и 1.25), если бизнес, который они представляют, сталкивался с процессом получения услуг.

В результате, как и годом ранее, большинство респондентов отметили, что не только для получения доступа к земельному участку, но и для подключения к сетям необходимо пройти две процедуры.

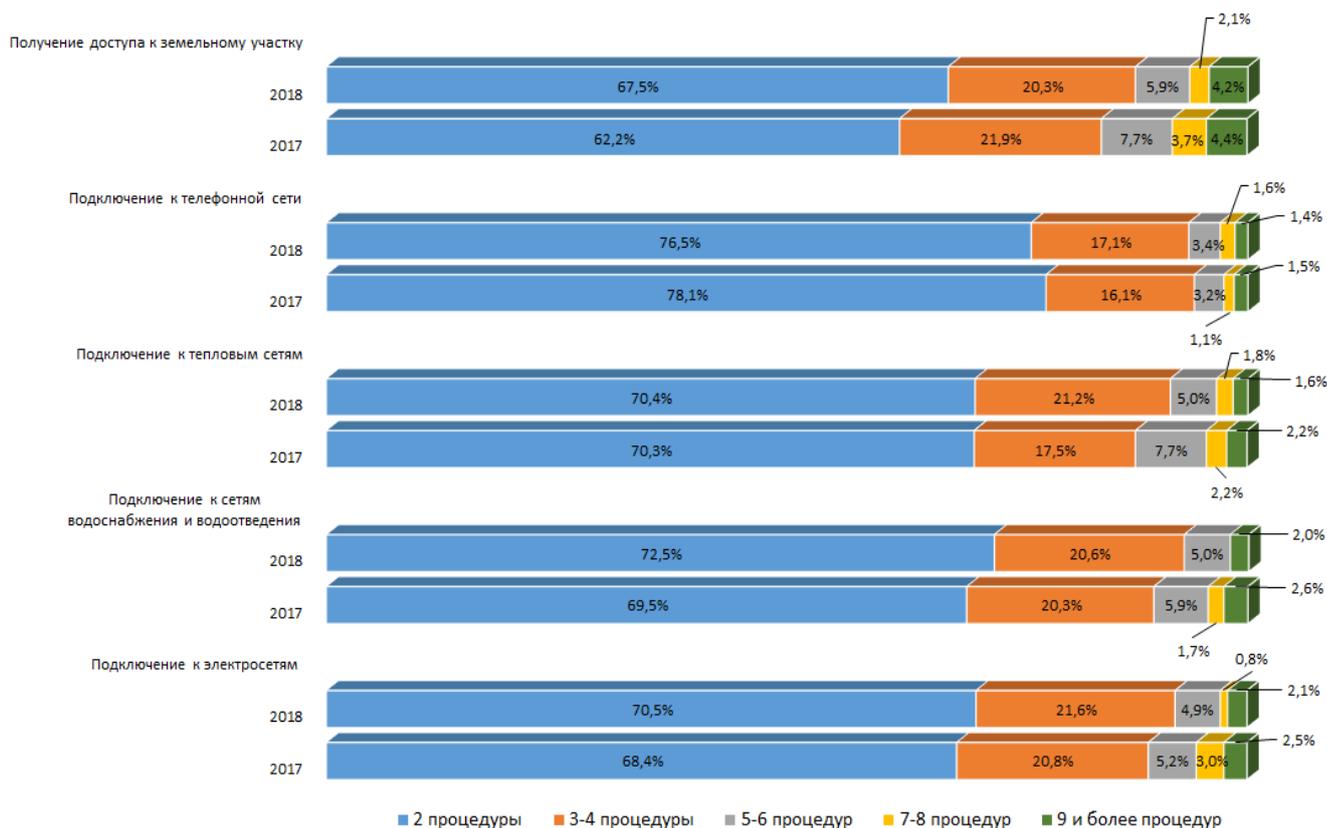


Рисунок 1.24 – Распределение мнения респондентов относительно количественной оценки сложности получения доступа к услугам, % к опрошенным

Мнения представителей бизнес структур о сроках, необходимых для получения доступа к сетям и земельным участкам, распределились аналогичным образом. По мнению преобладающей части респондентов, получение доступа к земельному участку и сетям занимает до 50 дней. Сопоставимые результаты наблюдались и в 2017 году. При этом наибольшее число респондентов дало положительную оценку услугам телефонной связи в сравнении с иными представленными услугами естественных монополий.

Тем не менее важно отметить, что приблизительно каждый четвертый респондент (аналогично – годом ранее) совершил более 3 процедур и одновременно потратил более 51 дня для получения доступа к земельным участкам. Это предприниматели, осуществляющие деятельность преимущественно¹⁴ в Кагальницком, Сальском, Багаевском, Белокалитвинском, Егорлыкском районах.

¹⁴ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

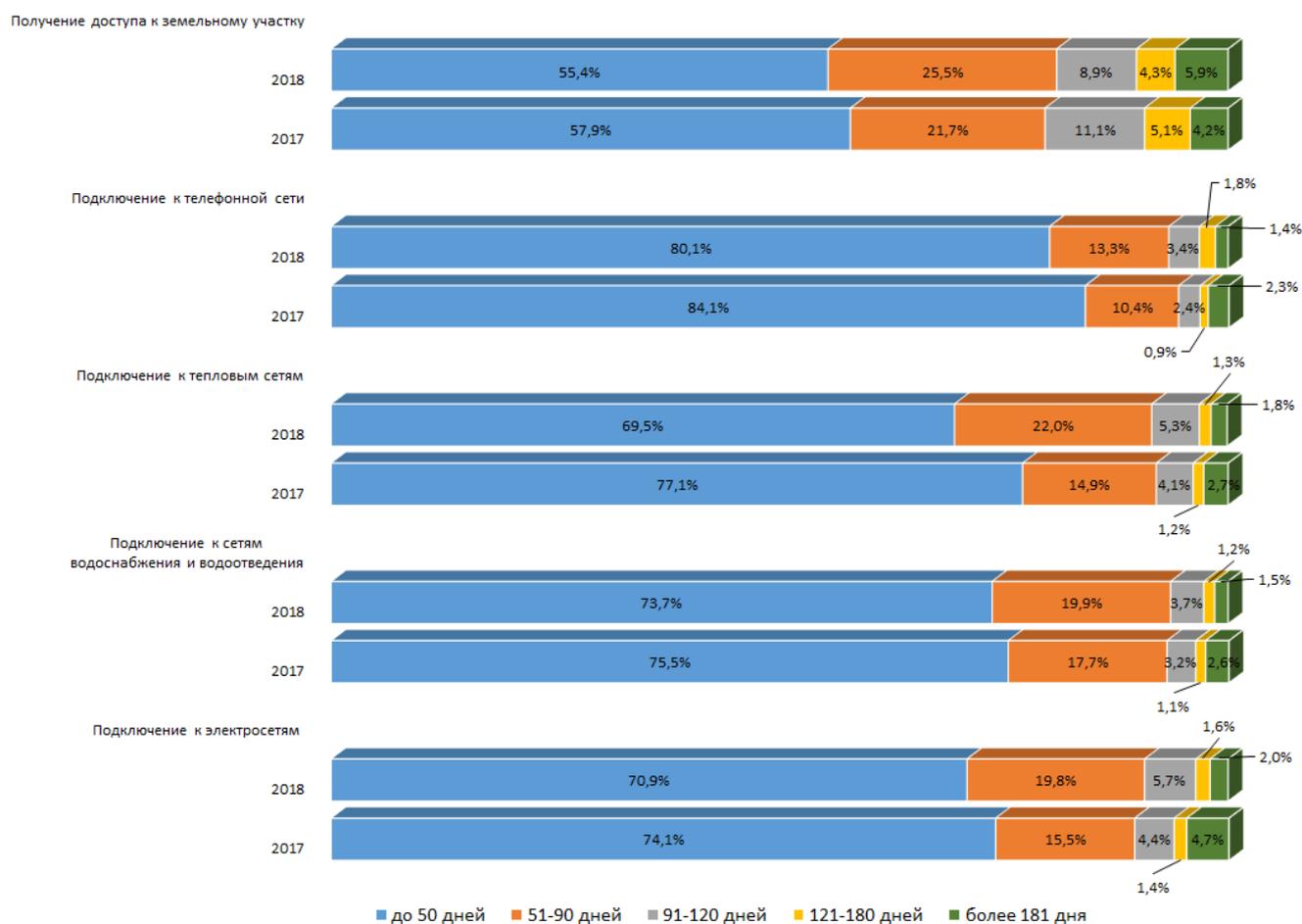
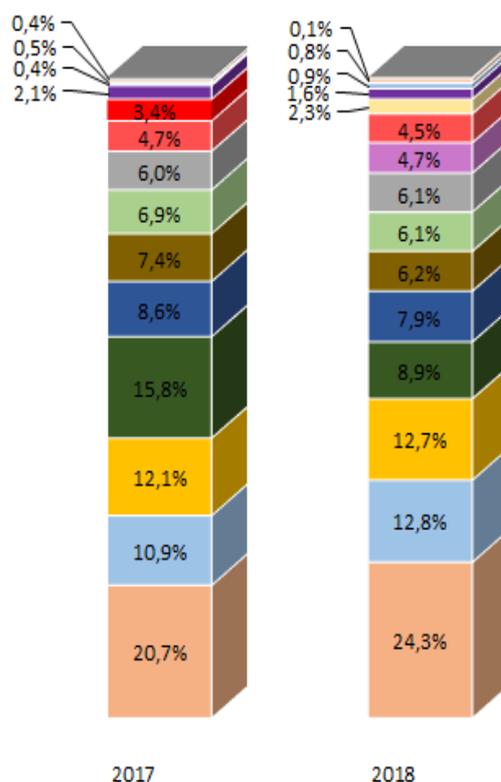


Рисунок 1.25 – Распределение мнения респондентов относительно количественной оценки сроков получения доступа к услугам, % к опрошенным

Мнение субъектов предпринимательской деятельности относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Ростовской области

В результате анализа выбора предпринимателей можно выделить группу ответов, составивших в сумме практически 67% общего числа (рисунок 1.26). Так, в качестве основных направлений развития конкурентной среды в регионе респондентами предлагается: контроль над ростом цен – 24,3% против 20,7% годом ранее; помощь начинающему бизнесу – 12,8% (в 2017 году – 10,9%); обеспечение добросовестной конкуренции – 12,7% (в 2017 году – 12,1%); обеспечение качества продукции – 8,9% (в 2017 году – 15,8%); обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке – 7,9% (в 2017 году – 8,6%).



- Другое
- Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции
- Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий
- Повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок
- Создание условий для развития социального предпринимательства
- Обеспечение того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность
- Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции
- Поддержка новых направлений развития экономики области
- Юридическая защита предпринимателей
- Контроль работы естественных монополий (водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт)
- Создание условий для увеличения юридических и физических лиц (ИП), реализующих продукцию
- Обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке
- Обеспечение качества производимой и продаваемой продукции
- Обеспечение добросовестной конкуренции
- Помощь начинающим предпринимателям
- Контроль над ростом цен

Рисунок 1.26 – Распределение мнения респондентов относительно направлений развития конкуренции в Ростовской области, % к опрошенным

Вместе с тем были получены свои варианты ответов субъектов предпринимательской деятельности. Участниками опроса было предложено в качестве первоочередных направлений работы по развитию конкуренции: осуществление дифференцированного подхода к малому бизнесу и крупным компаниям, развитие перерабатывающей промышленности.

Годом ранее в качестве дополнительных приоритетных направлений по развитию конкуренции респонденты называли – осуществление борьбы с коррупцией, повышение покупательской способности населения, продвижение товаров местных производителей, сокращение нормативного регулирования, а также обеспечение доступности кредитных ресурсов и подготовка кадров по рабочим специальностям.

Выводы

В ходе опроса было изучено мнение преимущественно владельцев бизнеса и руководителей (высшего или среднего звена) субъектов предпринимательской деятельности (индивидуальных предпринимателей), функционирующих на рынке более 3 лет. Наибольшее число респондентов представляли микро- и малые предприятия. По информации опрошенных, большинство организаций занимается розничной торговлей продовольственными и непродовольственными товарами населению, сельским хозяйством, оказывает разного рода услуги (преобладание услуг населению), а также производством пищевых продуктов. Основным рынком сбыта продукции (услуг) является рынок Ростовской области, в том числе – локальный рынок / рынок отдельного муниципального образования.

Мнения опрошенных представителей субъектов предпринимательской деятельности Ростовской области отражают нижеуказанные тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды.

Условия ведения бизнеса в Ростовской области в целом конкурентны. По оценкам бизнеса, уровень конкуренции в регионе находится на достаточном уровне – более трети респондентов имеют большое количество конкурентов. При этом более половины респондентов, принимавших участие в опросе и отметивших более четырех конкурентов на целевом рынке, считают, что за последние три года число конкурентов возросло. Более половины (59,2%) респондентов отмечали, что ведут бизнес в условиях умеренной и высокой конкуренции, т.е. для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (один раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности, а также, в случае высокой конкуренции, время от времени (один раз в 2-3 года) применять новые способы повышения конкурентоспособности, не используемые компанией ранее.

Представители бизнеса, принявшие участие в опросе, в целом положительно рассматривают как количество поставщиков, так и состояние конкуренции между ними.

Уровень доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции большую часть бизнес-сообщества в различной мере устраивает. Тем не менее, необходимо обратить внимание на то, что в среднем каждый седьмой респондент не смог дать характеристику по данному вопросу, в том числе ввиду того, что ему могла быть неизвестна такая информация. Актуальной остается необходимость проведения мероприятий по повышению осведомленности бизнеса в части информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции.

В своей повседневной деятельности бизнес сталкивается с целым рядом проблем, от конкуренции до налоговой политики государства. Административные барьеры на сегодняшний момент все еще являются препятствием для ведения бизнеса в регионе. По мнению опрошенных, наиболее сильное отрицательное влияние на деятельность бизнеса в регионе оказывают высокие налоги. На этот административный барьер указала большая доля респондентов, чем годом ранее. На

втором месте по частоте выбора оказался такой барьер, как нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.

Барьеры либо непреодолимы, либо требуют значительных затрат, с точки зрения 24,9% респондентов, что больше, чем годом ранее. Чуть более трети участников опроса зафиксировали наличие административных барьеров, при этом считали, что они преодолимы без существенных затрат.

По вопросам динамики уровня административных барьеров оценка предпринимателями тенденций последних 3-х лет показывает, что либо бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры (28,0% респондентов), либо административных барьеров нет (29,1%).

Оценивая деятельность органов власти на основном для бизнеса рынке, более 46% респондентов сошлись во мнении о том, что органы власти помогают бизнесу. Среди субъектов предпринимательской деятельности лишь 6,2% опрошенных заявили, что обращались в надзорные органы за защитой своих прав. При этом наибольшее количество обращений поступило в органы местного самоуправления, общественную организацию по защите прав потребителей и Роспотребнадзор.

Анализ оценки мнений респондентов в части уровня удовлетворенности бизнеса качеством услуг естественных монополий показал следующее. Анализ мнений респондентов показал, что в целом оценка респондентами услуг естественных монополий сложилась на удовлетворительном уровне. Тем не менее, по трем параметрам (сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения) наиболее негативную оценку получили услуги газоснабжения и электроснабжения. Одновременно респонденты выразили высокую степень удовлетворенности по всем параметрам услугами телефонной связи, водоснабжения и водоотведения.

По результатам количественной оценки респондентами процесса получения доступа к сетям и земельным участкам по двум критериям – сложности (количеству процедур) и срокам получения, можно сделать вывод о существующей проблеме получения доступа к земельным участкам. Так, в среднем каждый четвертый респондент одновременно потратил более 51 дня и совершил более 3 процедур для получения доступа к земельным участкам. По всем характеристикам в качестве наиболее доступных для подключения с минимальным количеством затрат названы услуги телефонной связи.

В результате анализа выбора предпринимателей относительно направлений работы по развитию конкуренции в Ростовской области можно выделить группу ответов, составивших в сумме практически 67% общего числа. Так, в качестве основных направлений развития конкурентной среды в регионе респондентами предлагается: контроль над ростом цен; помощь начинающему бизнесу; обеспечение добросовестной конкуренции; обеспечение качества продукции; обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке.

2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ростовской области и состоянием ценовой конкуренции (включая мониторинг удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями).

В 2018 году в рамках мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ростовской области и состоянием ценовой конкуренции были разработаны специальные анкеты для потребителей товаров, работ и услуг на товарных рынках Ростовской области. В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Ростовской области проводилось анкетирование в 55 муниципальных образованиях Ростовской области с общей выборкой в 3 375 респондентов, что составляет около 0,08% от численности населения региона. Проведенный опрос охватил 38,3% городских жителей и 61,7% жителей сельской местности.

В ходе опроса населения изучалось мнение относительно 20 рынков товаров и услуг. Респонденты ответили на вопросы о количестве организаций, представляющих товары и услуги, и динамике их численности; уровне удовлетворенности качеством товаров и услуг на товарных рынках в своем населенном пункте и состоянием ценовой конкуренции; уровне удовлетворенности качеством услуг субъектов естественных монополий и качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг.

Социально-демографические характеристики

В результате проведенного опроса стало известно, что более 50% потребителей товаров, работ и услуг представляли 10 муниципальных образований региона (рисунок 2.1). Наибольшее число ответов поступило из городов Шахты и Таганрог. В 2017 году лидерами по количеству анкет являлись Неклиновский и Багаевский районы.

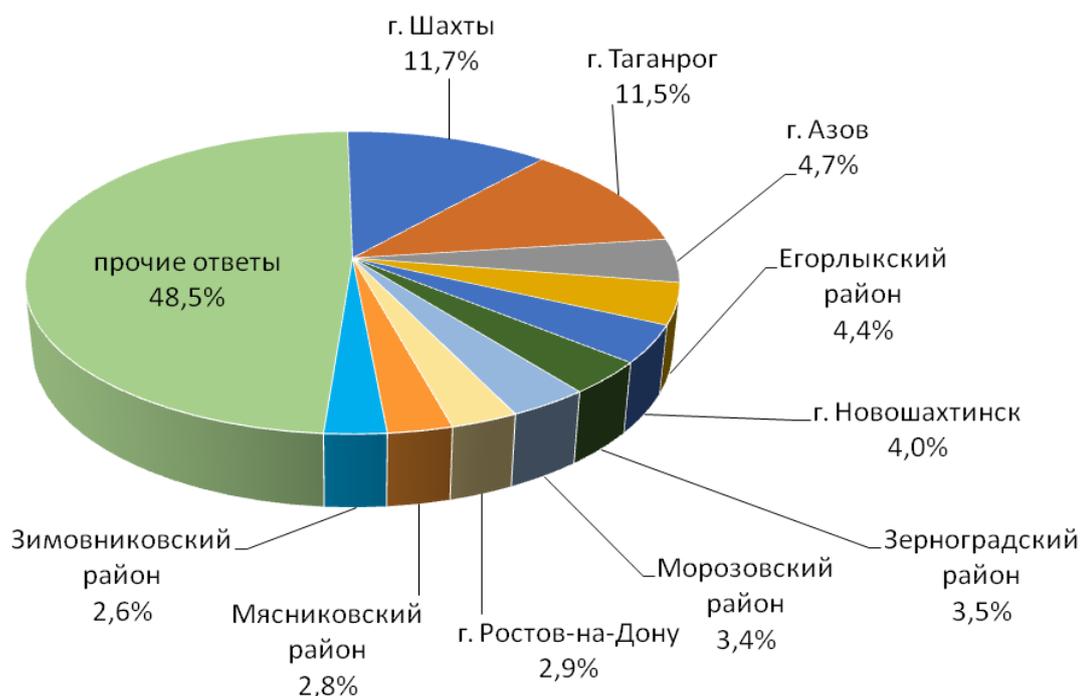


Рисунок 2.1 – Распределение потребителей по муниципальным образованиям, % к опрошенным

Гендерная структура участников анкетирования представлена на рисунке 2.2. Преобладающей частью респондентов, как и годом ранее, были женщины (больше 70% опрошенных). Примерно каждым третьим участником опроса был мужчина.



Рисунок 2.2 – Распределение потребителей по полу, % к опрошенным

Возрастная структура потребителей представлена на рисунке 2.3. В опросе этого года приняли участие преимущественно респонденты в возрасте от 21 до 50 лет (более 77%). В противоположность возрастной структуре 2017 года, группа респондентов в возрасте от 36 до 50 лет оказалась больше группы от 21 до 35 лет. В этом году среди опрошенных потребителей продукции лиц до 20 лет, а также старше 51 года оказалось в целом больше, чем годом ранее, – около 23%. Выборка 2018 года репрезентирует экономически зрелое население, приносящее доход в домохозяйства путем снабжения экономики ресурсами.

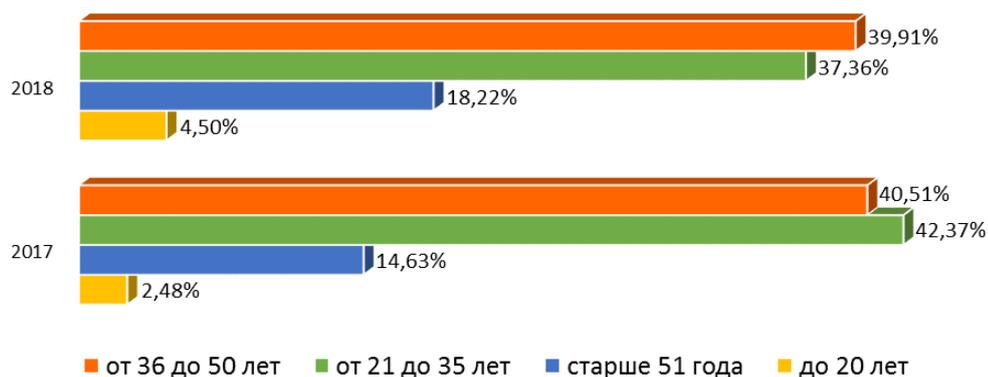


Рисунок 2.3 – Распределение потребителей по возрасту, % к опрошенным

В структуре опрошенных, характеризующей социальный статус, преобладает работающее население (85,2%). В ходе исследования были опрошены также пенсионеры (6,3% от общего числа респондентов), учащиеся/студенты (5,4%) и безработные граждане (3,0%). Социальные группы донских потребителей по характеру основной деятельности отображены на рисунке 2.4. Годом ранее в опросе также принимали участие преимущественно работающие потребители товаров и услуг Ростовской области.

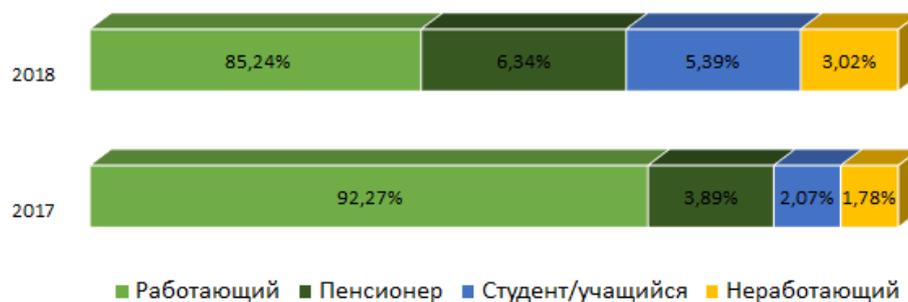


Рисунок 2.4 – Структура донских потребителей по роду деятельности, % к опрошенным

На рисунке 2.5 представлена образовательная структура потребителей продукции Ростовской области. Как и годом ранее, большинство респондентов (66,5%) имеют высшее образование. Каждый пятый потребитель товаров, работ и услуг, принявший участие в опросе, получил только среднее специальное образование.

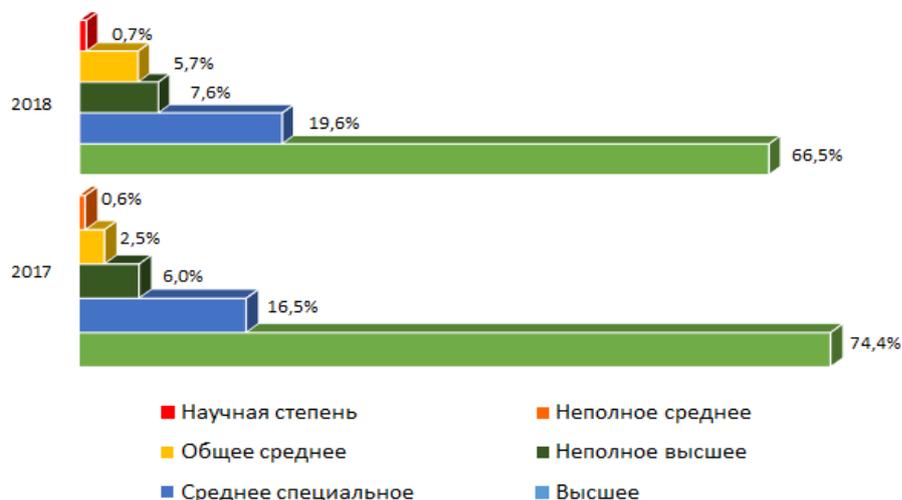


Рисунок 2.5 – Распределение потребителей по имеющемуся образованию, % к опрошенным

Из общего количества опрошенных у 55,1% нет несовершеннолетних детей, а у 44,9% – есть (рисунок 2.6). В 2017 году большую часть участников опроса составили респонденты, имеющие детей в возрасте до 18 лет. В отчетном году более половины респондентов, имеющих детей, являются работающими женщинами с высшим образованием.

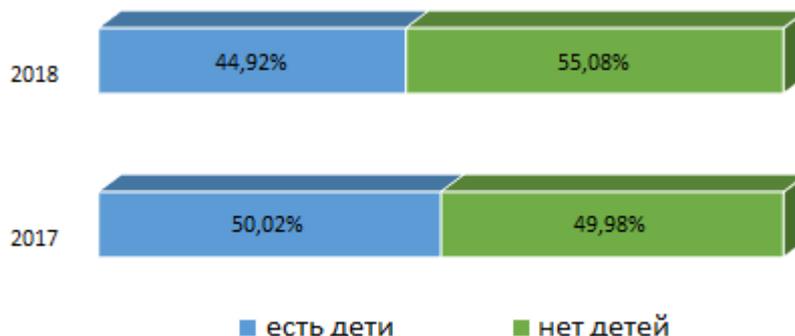


Рисунок 2.6 – Наличие несовершеннолетних детей до 18 лет у потребителей, % к опрошенным

На рисунке 2.7 представлена доходная структура донских потребителей. Больше половины опрошенных сообщили, что ежемесячный доход на члена семьи в среднем не превышает 15 тысяч рублей; 32,4% респондентов указали на диапазон в 15 – 25 тысяч рублей; 12,4% опрошенных потребителей имеют среднемесячный доход от 25 до 40 тысяч рублей; 1,5% – от 40 до 60 тысяч рублей; менее одного процента респондентов указали на превышение дохода в 60 тысяч рублей в расчете на одного члена семьи. Подобная доходная структура была отмечена и в ходе опроса 2017 года.

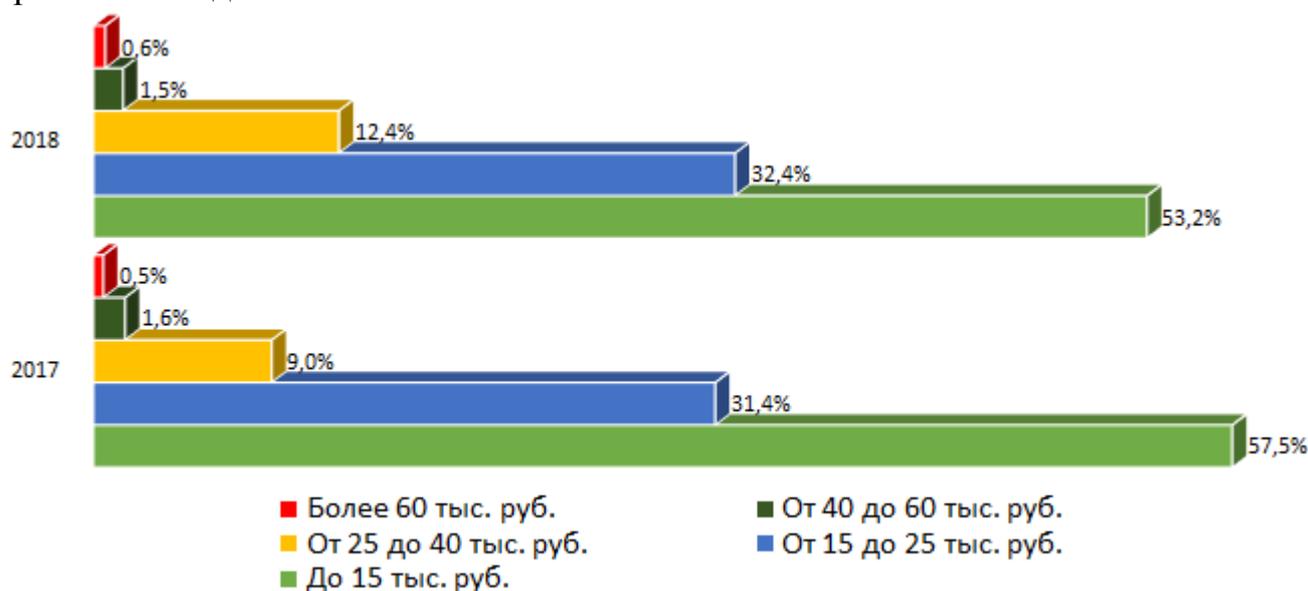


Рисунок 2.7 – Структура донского потребителя по среднемесячному доходу на одного члена семьи (тыс. рублей), % к опрошенным

Низкий доход (менее 15 тысяч рублей на одного члена семьи) более чем в половине случаев получают работающие респонденты, имеющие высшее образование. Доход ниже значений среднемесячной заработной платы и

среднедушевых денежных доходов по Ростовской области¹⁵ оказался более чем у 86% опрошенных. Если рассматривать в рамках данного анкетирования домохозяйства, имеющие несовершеннолетних детей, то в 40%¹⁶ случаев среднемесячный доход таких домохозяйств (на одного члена семьи) не достигает среднеобластных значений¹⁷. Более половины таких респондентов¹⁸ проживают в Морозовском, Зерноградском, Песчанокопском, Тарасовском, Усть-Донецком, Веселовском, Волгодонском, Верхнедонском, Чертковском, Красносулинском, Кашарском, Мартыновском районах и городе Волгодонске.

В целом по Ростовской области можно наблюдать аналогичную ситуацию – более 63% населения региона¹⁹ имеют доходы ниже среднеобластных; домохозяйства, имеющие 1 ребенка в возрасте до 18 лет, располагают денежными доходами в месяц на одного члена семьи, не превышающими 18,6 тыс. рублей.

Характеристика состояния конкуренции на социально значимых и приоритетных рынках Ростовской области (оценка состояния конкуренции и конкурентной среды)

1. Рынок услуг дошкольного образования

Большинство потребителей (65,9%), как и годом ранее, посчитали рынок услуг дошкольного образования Ростовской области достаточно развитым (рисунок 2.8).

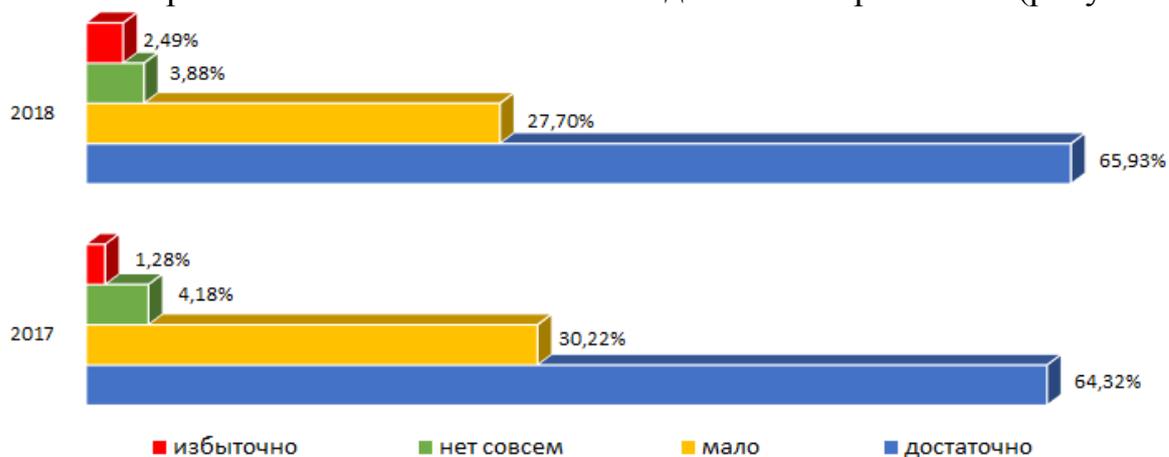


Рисунок 2.8 – Количество организаций на рынке услуг дошкольного образования, % к опрошенным

В 2018 году практически каждый третий опрошенный полагал, что организаций, предоставляющих услуги дошкольного образования, мало, а 3,9% респондентов ответили, что их нет совсем. Лишь 2,5% респондентов считали, что число таких организаций на рынке избыточно. Чаще всего о недостаточном

¹⁵ Предварительные итоги 2017 года – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата (28 083,2 руб.), среднедушевые денежные доходы населения (27 689,9 руб.).

¹⁶ От общего числа участников опроса 2018 года.

¹⁷ См. предшествующую сноску.

¹⁸ Относительно общего числа опрошенных в данном муниципальном образовании.

¹⁹ Статистический сборник «Денежные доходы, расходы и потребление в домашних хозяйствах Ростовской области. 2017 год.».

количестве организаций дошкольного образования говорили респонденты из Веселовского, Тарасовского и Зерноградского районов.

Одновременно с этим 47,8% потребителей отметили, что за последние 3 года количество участников рынка услуг дошкольного образования не изменилось, как и в предыдущем году. При этом 28,5% считают, что объем рынка услуг дошкольного образования увеличился (рисунок 2.9). По мнению 5,1% респондентов на данном рынке число организаций уменьшилось. Затруднились оценить изменения на рынке дошкольного образования 18,6% опрошенных.

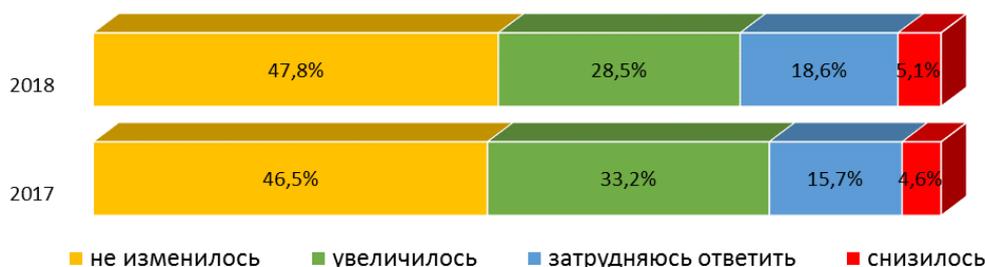


Рисунок 2.9 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг дошкольного образования в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Важным показателем, характеризующим развитие конкуренции на рынке услуг дошкольного образования, является удовлетворенность населения качеством и доступностью дошкольных образовательных услуг. Больше половины респондентов удовлетворены качеством данных услуг в регионе, как и при опросе в 2017 году (рисунок 2.10). Вместе с этим, в целом каждый второй потребитель выразил удовлетворенность возможностью выбора и уровнем цен. Среди более осведомленных в отношении ценовой политики респондентов – имеющих несовершеннолетних детей, доля удовлетворенных уровнем цен составила 53,8% от общего числа опрошенных, имеющих детей в возрасте до 18 лет.



Рисунок 2.10 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке дошкольного образования, % к опрошенным

Вместе с тем респондентов, высказавших неудовлетворенность качеством услуг дошкольного образования, оказалось меньше, чем неудовлетворенных ценовой политикой и возможностью выбора. Очевидно, что опрошиваемых устраивает качество услуг дошкольных образовательных учреждений, но при этом есть некоторая неудовлетворенность возможностью выбора и уровнем цен на данном рынке.

2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

Менее 45% опрошенных отметили, что в Ростовской области недостаточно организаций, предоставляющих услуги детского отдыха и оздоровления (рисунок 2.11). Годом ранее наблюдалась аналогичная тенденция. Наряду с этим, почти 40% от общего числа респондентов посчитали, что организаций, предоставляющих услуги на рынке детского отдыха и оздоровления, достаточно; 1,3% респондентов придерживались мнения об избыточности таких организаций на рынке, а 14,6% – что их нет совсем.

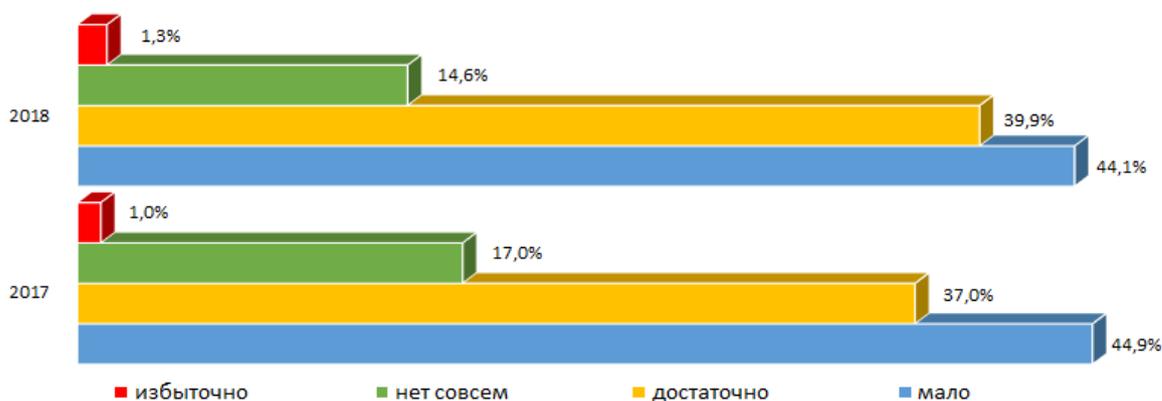


Рисунок 2.11 – Количество организаций на рынке услуг детского отдыха и оздоровления, % к опрошенным

Большинство потребителей (52,9%), как и годом ранее, отметили, что объем рынка услуг детского отдыха и оздоровления за последние 3 года остался неизменным. 16,2% опрошенных указали на увеличение количества участников рынка услуг детского отдыха и оздоровления, только 7,2% респондентов утверждали о снижении количества участников (рисунок 2.12).

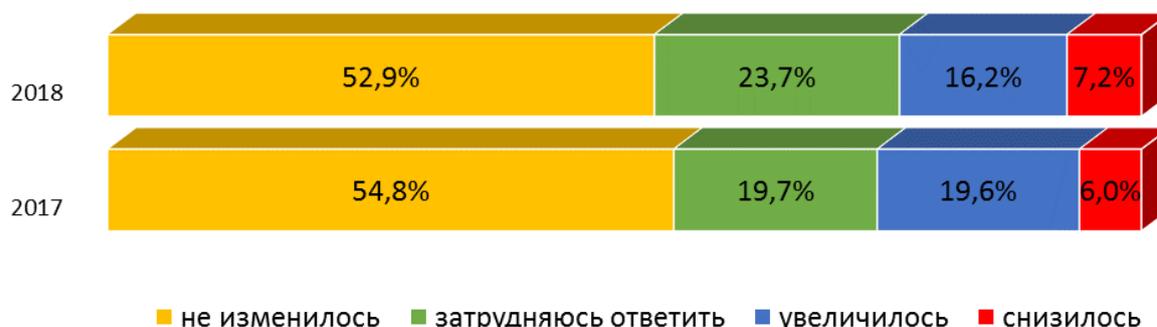


Рисунок 2.12 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг детского отдыха и оздоровления в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Качество услуг детского отдыха и оздоровления в регионе чаще оценивалось положительно, нежели отрицательно (38,5% против 32,1%). Аналогичная ситуация прослеживалась и в ходе опроса 2017 года. Наибольшее недовольство качеством услуг в 2018 году выразили работающие женщины возрастом от 36 до 50 лет.

Около 35% потребителей удовлетворены возможностью выбора и уровнем цен на рынке услуг детского отдыха и оздоровления (рисунок 2.13). Доля респондентов, в большей мере неудовлетворенных возможностью выбора услуг на данном рынке, составила 35,1%. В 2017 году наибольшее число участников опроса отметило удовлетворенность качеством предоставляемых услуг, но вместе с тем заявило о неудовлетворенности уровнем цен на них.

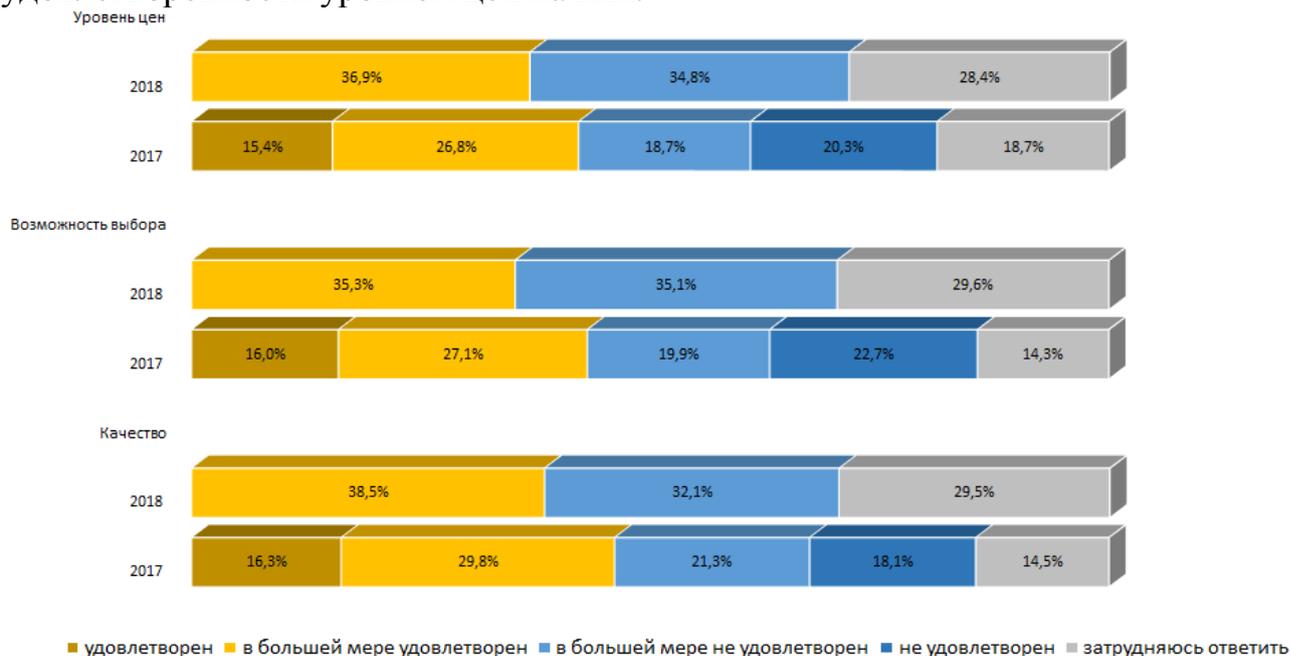


Рисунок 2.13 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке детского отдыха и оздоровления, % к опрошенным

Таким образом, можно сказать, что рынок услуг детского отдыха и оздоровления представлен в регионе скорее в недостаточном количестве и за последние 3 года не претерпел существенных изменений, в связи с чем треть опрошенных не вполне довольна возможностью выбора на данном рынке.

3. Рынок услуг дополнительного образования детей

Рынок услуг дополнительного образования детей (кружки, секции, клубы, музеи, библиотеки и пр.) относится к рынкам, которые большинство потребителей назвали достаточно развитыми. Так, 54,2% респондентов придерживались мнения о том, что на рынке присутствует достаточно организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей; 39,0% респондентов полагали, что их мало, а 4,6%, что их нет совсем (рисунок 2.14). Годом ранее большая часть также отметила достаточное количество организаций, предоставляющих услуги дополнительного образования детей.

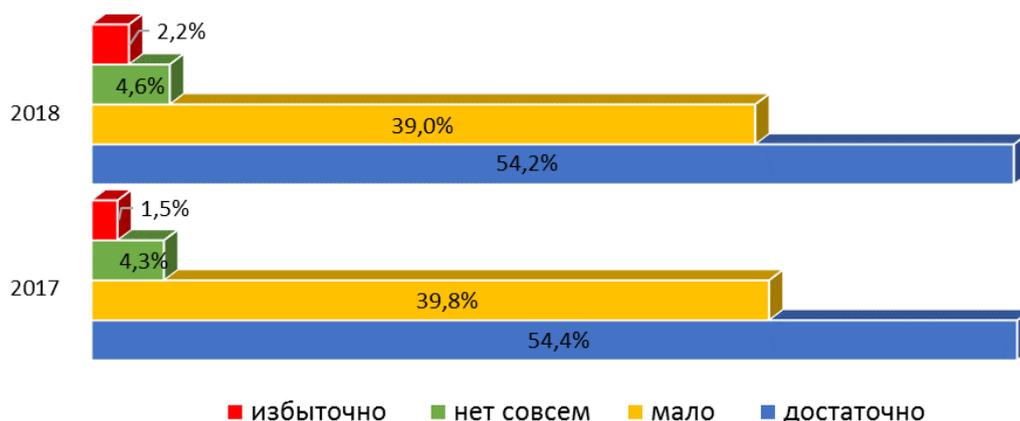


Рисунок 2.14 – Количество организаций на рынке услуг дополнительного образования детей, % к опрошенным

Практически половина опрошенных потребителей (48,1%), как и годом ранее, не заметила за последние три года изменений количества субъектов, предоставляющих услуги на данном рынке. Увеличение количества организаций, предоставляющих указанные услуги, отметили 27,0% респондентов, а их снижение – 6,0% (рисунок 2.15).

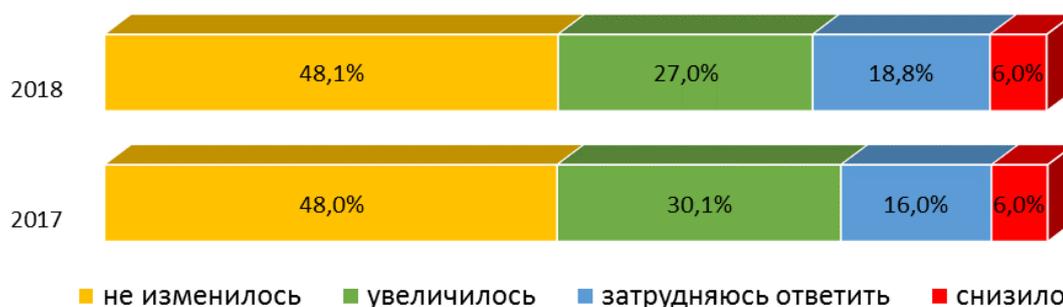


Рисунок 2.15 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг дополнительного образования детей в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большинство потребителей удовлетворены как качеством услуг дополнительного образования детей региона – 56,4%, так и возможностью выбора (53,0%) и уровнем цен (53,5%) (рисунок 2.16). По итогам опроса 2017 года наблюдалась аналогичная ситуация по всем трем критериям.

По мнению большинства опрошенных в 2018 году, рынок дополнительного образования в регионе достаточно развит, в течение последних трех лет количество субъектов на нем существенно не изменилось. Преобладающая часть респондентов удовлетворена всеми характеристиками предоставляемых услуг на данном рынке.

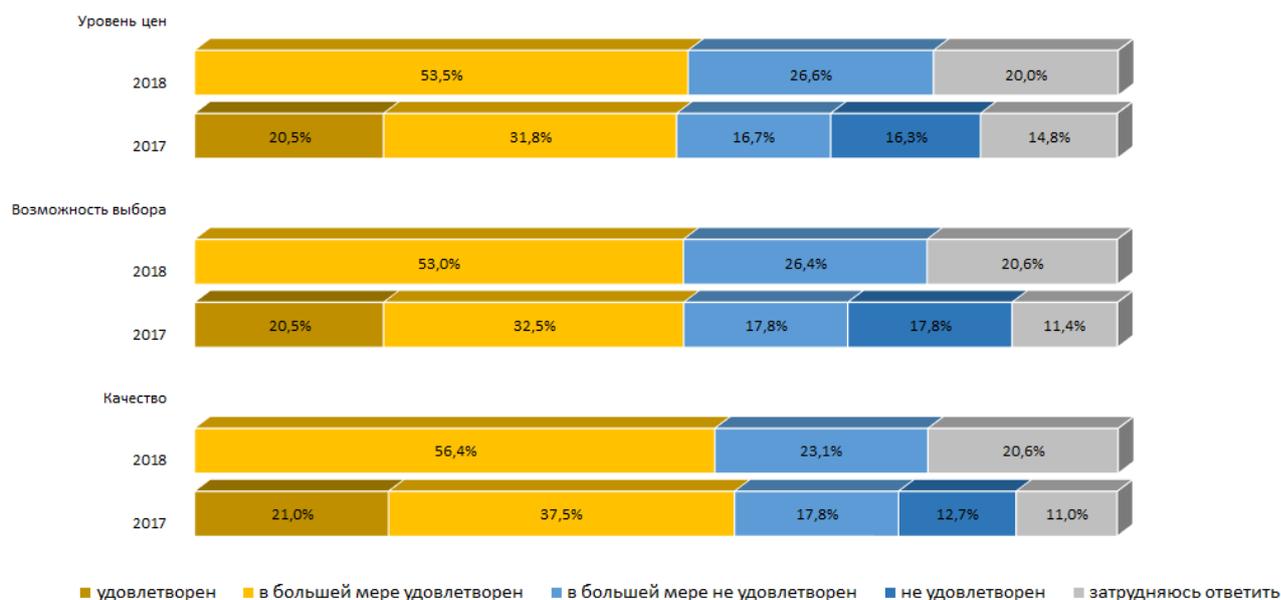


Рисунок 2.16 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками услуг на рынке дополнительного образования детей, % к опрошенным

4. Рынок медицинских услуг

Каждый второй опрошенный посчитал, что организаций, предоставляющих медицинские услуги на рынке Ростовской области, достаточно (рисунок 2.17). Большинство респондентов, придерживающихся данной позиции, представляли города Ростов-на-Дону, Азов, Таганрог, а также такие муниципальные районы, как Сальский, Дубовский, Егорлыкский, Каменский, Цимлянский. В прошлом году, напротив, большая часть респондентов заявила, что этих организаций в регионе мало.

Обратного мнения придерживались 42,4% опрошенных, значительная доля которых прослеживалась в городах Зверево, Шахты, а также Веселовском, Зимовниковском, Шолоховском и Семикаракорском районах.

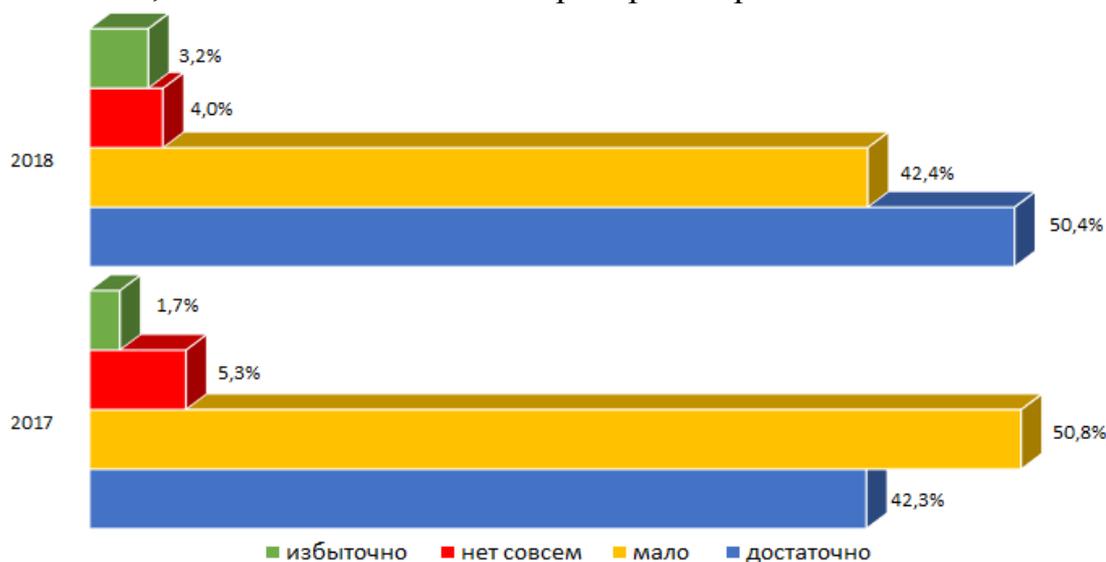


Рисунок 2.17 – Количество организаций на рынке медицинских услуг, % к опрошенным

Согласно мнению почти половины опрошенных, объем рынка медицинских услуг остался неизменным. Увеличение количества участников рынка медицинских услуг за последние 3 года отметили 29,9%, снижение – 12,3% респондентов (рисунок 2.18). В 2017 году большинство потребителей также не заметили изменений количества субъектов, предоставляющих услуги на данном рынке.

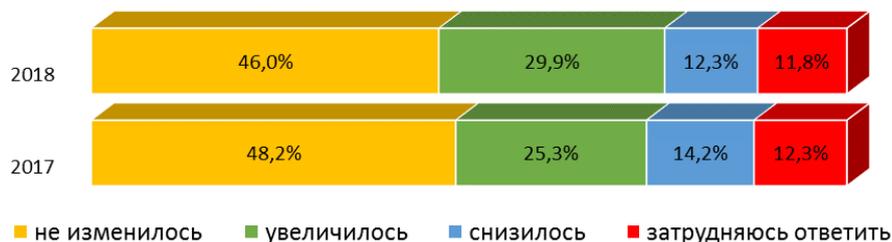


Рисунок 2.18 – Изменение количества субъектов, предоставляющих медицинские услуги, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

В большей мере респонденты отмечали неудовлетворенность по всем трем характеристикам на рынке медицинских услуг: уровнем цен на услуги недовольны 55,2%, качеством и возможностью выбора – 53,6% и 47,4% опрошенных соответственно. В 2017 году наблюдалась аналогичная ситуация.

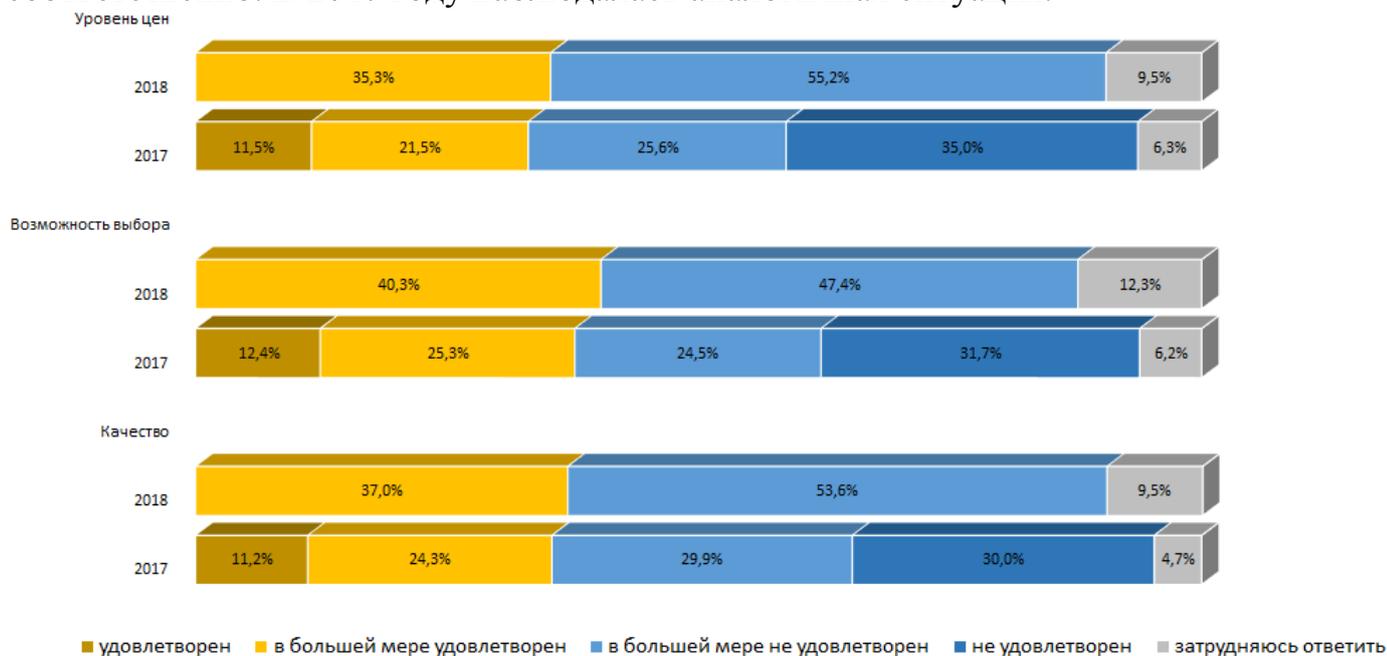


Рисунок 2.19 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке медицинских услуг, % к опрошенным

В ходе опроса этого года выяснилось, что рынок медицинских услуг в регионе достаточно развит, а также отсутствует изменение числа организаций, предоставляющих услуги на нем. Одновременно с этим респонденты высказывали неудовлетворенность по всем трем анализируемым критериям, характеризующим медицинский сервис. Чаще всего отмечали высокую цену на медицинское обслуживание работающие женщины в возрасте от 36 до 50 лет.

5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (консультативные услуги, патронаж, услуги, опирающиеся на механизмы само- и взаимопомощи)

По мнению большинства опрошенных (43,2%), организаций, представляющих рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (консультативные услуги, патронаж, услуги, опирающиеся на механизмы само- и взаимопомощи), мало в Ростовской области. Подобная тенденция прослеживалась также в 2017 году. При этом достаточным это количество считают 31,8%, а полное отсутствие таких организаций отметили 23,4% респондентов (рисунок 2.20).

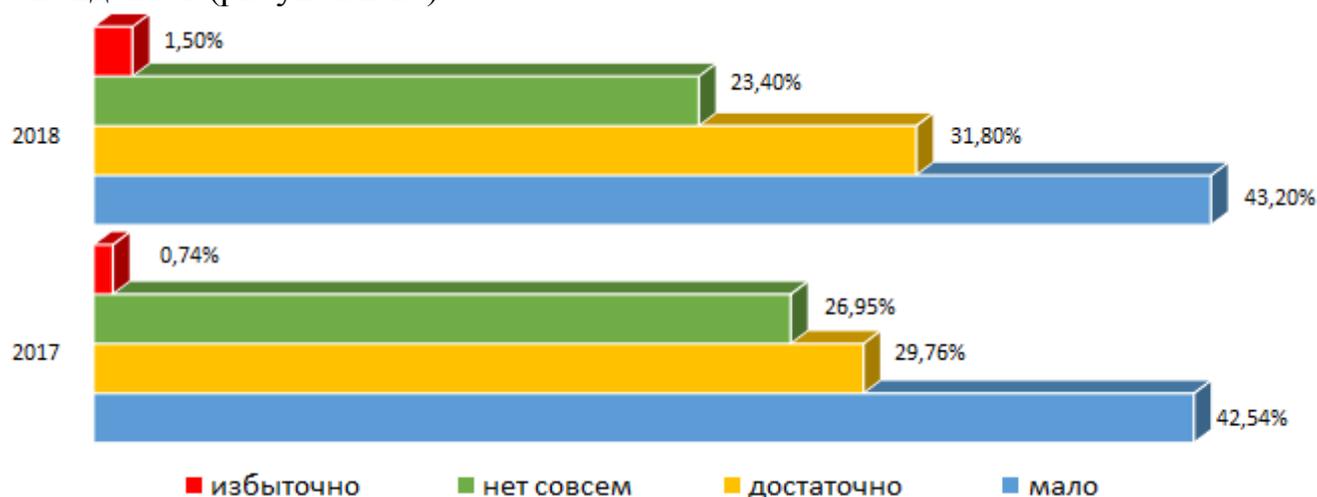


Рисунок 2.20 – Количество организаций на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, % к опрошенным

Как и годом ранее, большинство респондентов не зафиксировали изменений количества субъектов, предоставляющих услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, в течение последних 3 лет (рисунок 2.21).

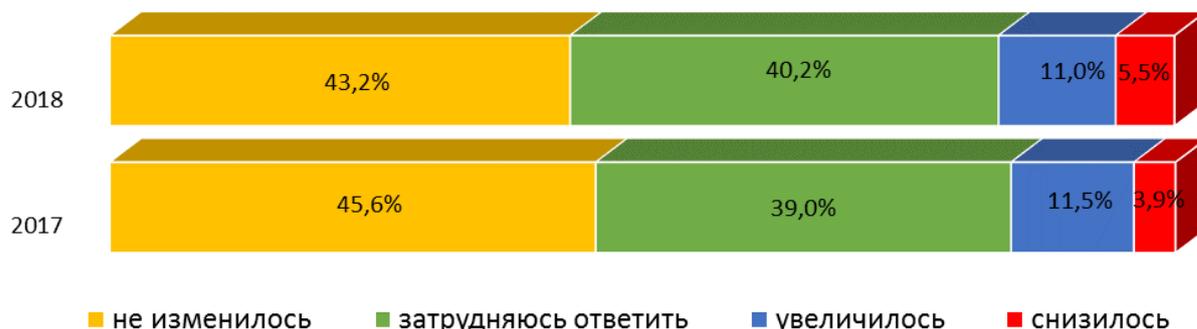


Рисунок 2.21 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Положительную динамику отметили 11,0% опрошенных; лишь 5,5% отметили снижение количества организаций на данном рынке услуг. Более 40% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

Из числа лиц, оценивших рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, каждый четвертый был в большей мере удовлетворен по всем трем характеристикам. При этом каждый второй потребитель затруднился дать оценку характеристикам данного рынка услуг.

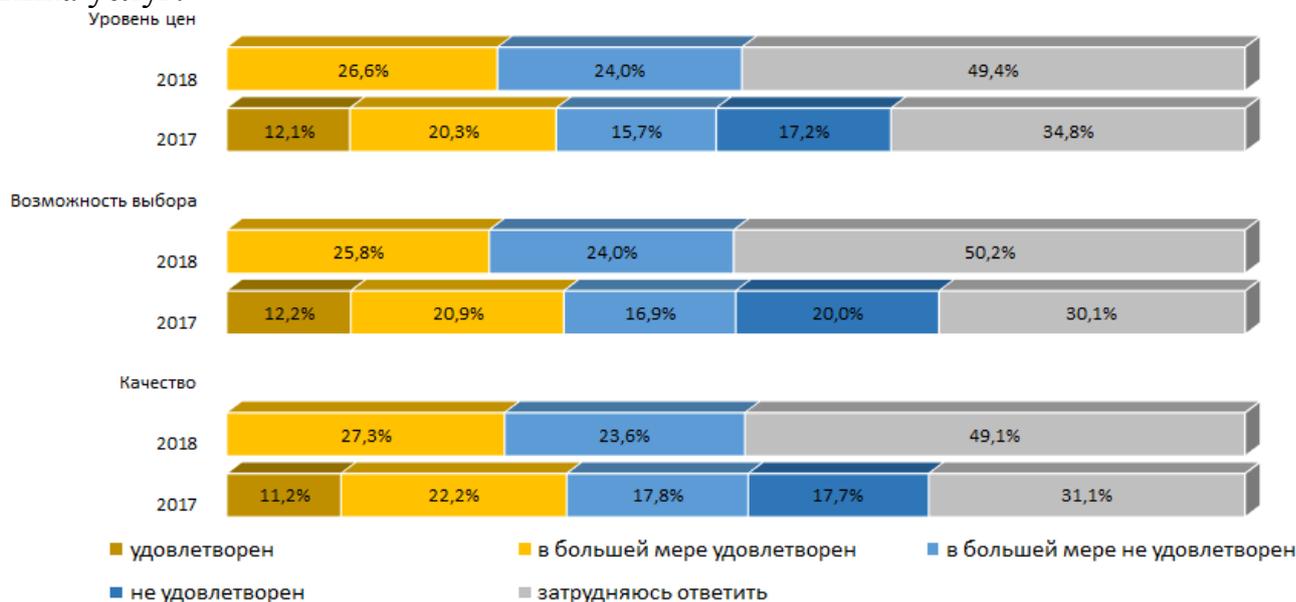


Рисунок 2.22 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, % к опрошенным

Таким образом, рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья в Ростовской области мало развит по мнению большинства респондентов. Существенных изменений в течение последних трех лет на нем не отмечается. В то же время половина респондентов затруднилась оценить по различным критериям именно этот рынок услуг.

6. Рынок услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.)

Практически половина опрошенных посчитали количество организаций на рынке услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.) достаточным. Этому мнению придерживались потребители, чья доля велика в городе Таганроге, Дубовском, Каменском, Егорлыкском, Обливском, Миллеровском, Усть-Донецком, Шолоховском, Волгодонском районах. В предыдущем году участники опроса также в основном отмечали, что данный рынок в регионе достаточно развит.

Однако при этом 44,1% респондентов заявили, что таких организаций представлено в Ростовской области мало. В таких муниципальных образованиях, как города Зверево, Шахты, а также Веселовский, Тацинский, Семикаракорский, Тарасовский, Константиновский, Красносулинский, Зимовниковский, Верхнедонской, Морозовский районы большинство опрошенных прослеживало недостаток в количестве организаций на рынке услуг сферы культуры. Лишь 1,9%

респондентов полагали, что таких организаций избыточно, а 4,7%, напротив, указали на их полное отсутствие (рисунок 2.23).



Рисунок 2.23 – Количество организаций на рынке услуг в сфере культуры, % к опрошенным

Около 18,0% респондентов отметили положительную динамику количества театров, музеев, библиотек, домов культуры и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере культуры, в течение последних 3 лет (рисунок 2.24). Однако 8,0% считали, что количество таких организаций сократилось, а большая часть опрошенных, как и годом ранее, утверждала о неизменности их количества.

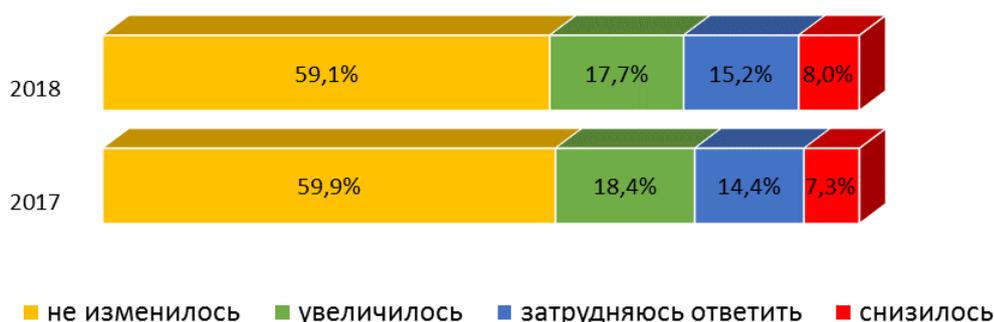


Рисунок 2.24 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги в сфере культуры в течение последних 3 лет, % к опрошенным

В среднем больше 58% опрошенных удовлетворены качеством предоставляемых услуг в сфере культуры, а также уровнем цен и возможностью выбора. В большей мере оказались не удовлетворены возможностью выбора на данном рынке услуг 29,7% опрошенных, ценовой политикой – 25,9%, качеством – 25,4% (рисунок 2.25).

В оценке количества организаций, предоставляющих услуги в сфере культуры, мнение респондентов перевесило в сторону их достаточного количества. Также можно сказать о том, что в регионе прослеживается определенная неудовлетворенность потребителей ценовой политикой и возможностью выбора услуг в сфере культуры. Большую долю респондентов, неудовлетворенных выбором услуг, составили сельские жители в возрасте от 21 до 50 лет. Чаще всего такой ответ давали в Белокалитвинском и Багаевском районах.

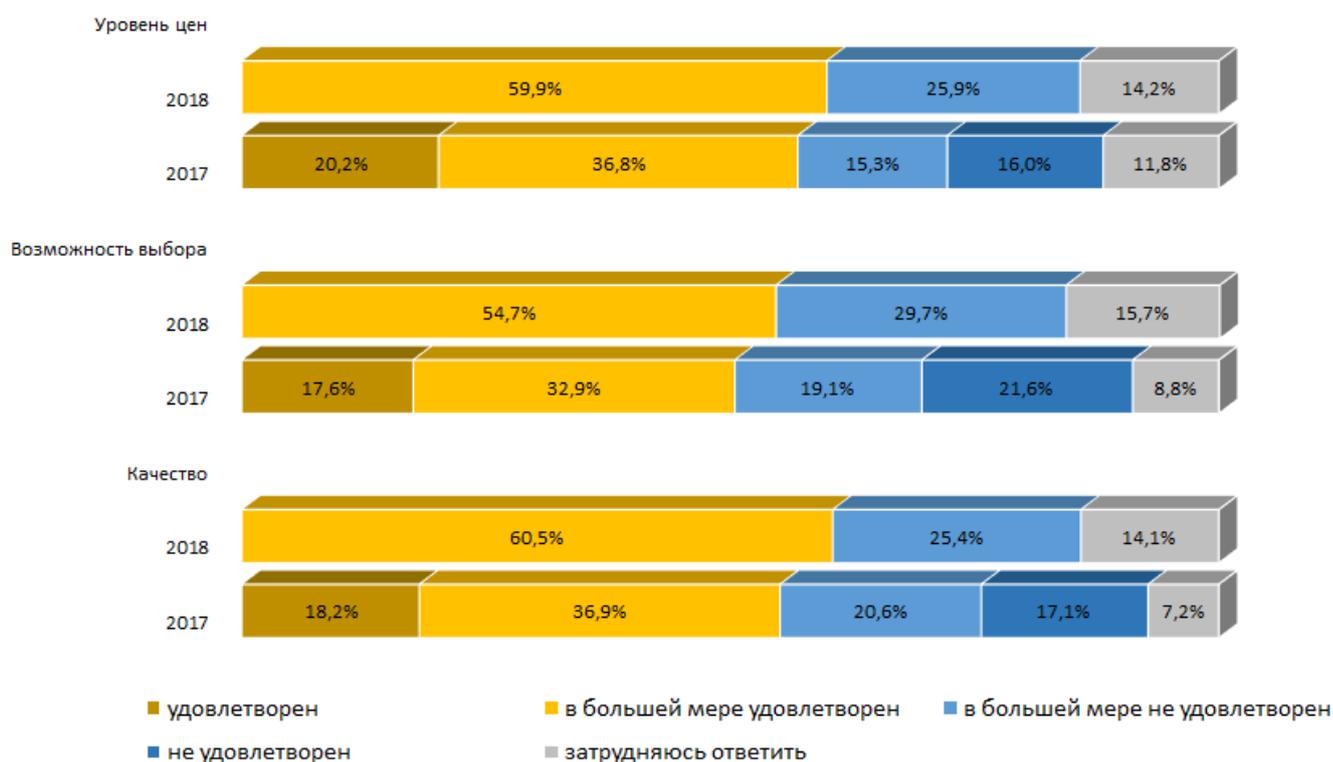


Рисунок 2.25 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг сферы культуры, % к опрошенным

7. Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства

Большая часть респондентов, как и годом ранее, полагала, что рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства достаточно развит. При этом недостаточное количество организаций данного рынка услуг отметили 36,1% опрошенных, а 7,6% полагали, что их нет совсем (рисунок 2.26).

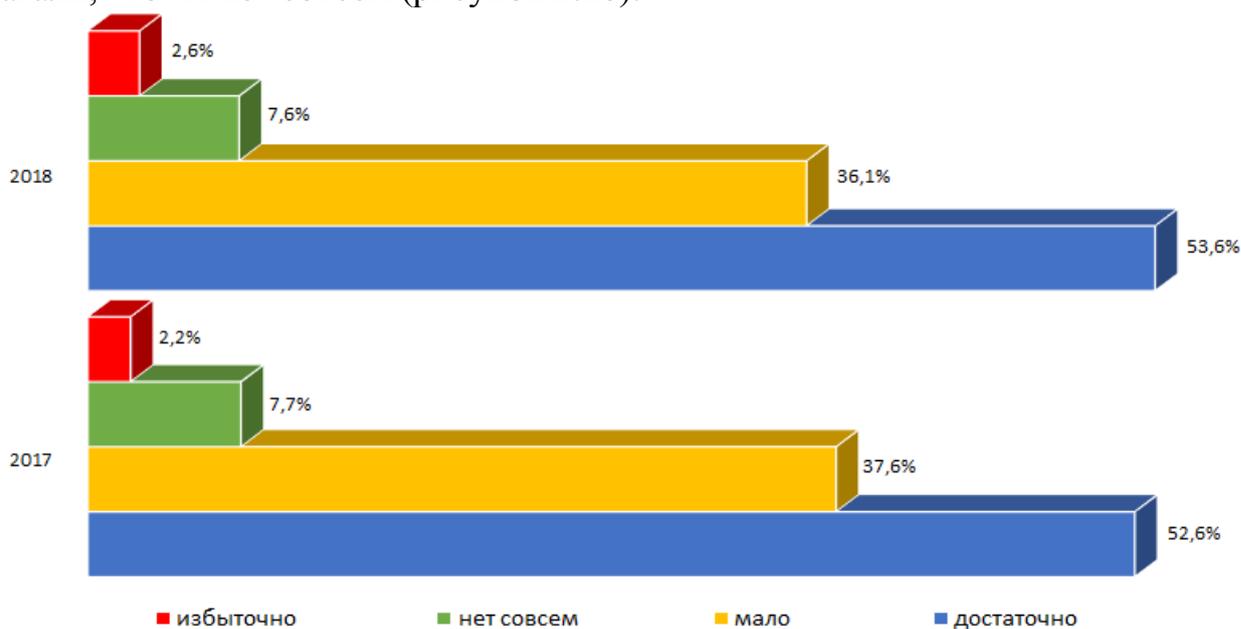


Рисунок 2.26 – Количество организаций на рынке услуг ЖКХ, % к опрошенным

Как и в предыдущем году, более половины участников опроса (55,1%) считали, что количество организаций, предоставляющих услуги на рынке ЖКХ, в течение последних 3 лет, не изменилось. Рост числа организаций на этом рынке зафиксировали 14,7% опрошенных, а снижение – 10,2% (рисунок 2.27).

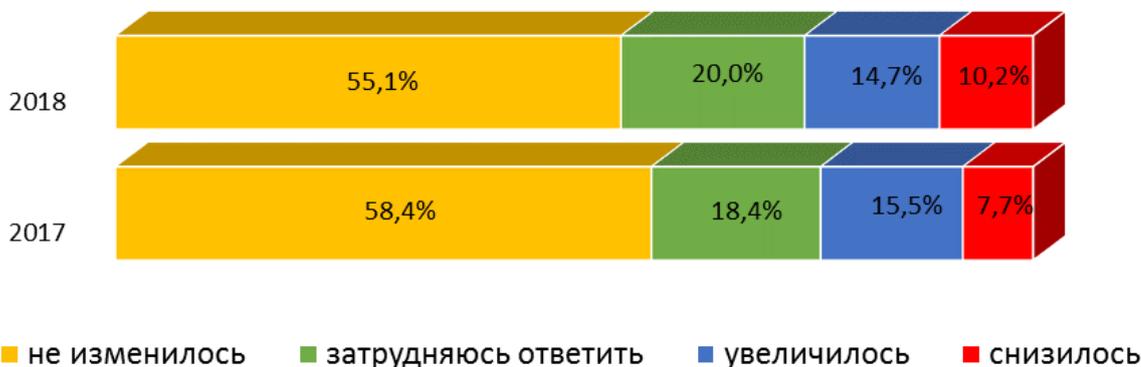


Рисунок 2.27 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги ЖКХ в течение последних 3 лет, % к опрошенным

При оценке характеристик рынка услуг ЖКХ, в среднем около 50% опрошенных были не удовлетворены по всем трем показателям (рисунок 2.28). Больше всего участники опроса были недовольны уровнем цен на данные услуги (51,6%). Также преобладали доли неудовлетворенных качеством предоставляемых услуг (49,8%) и возможностью выбора (46,2%). Аналогичная ситуация была выявлена и в ходе опроса 2017 года.

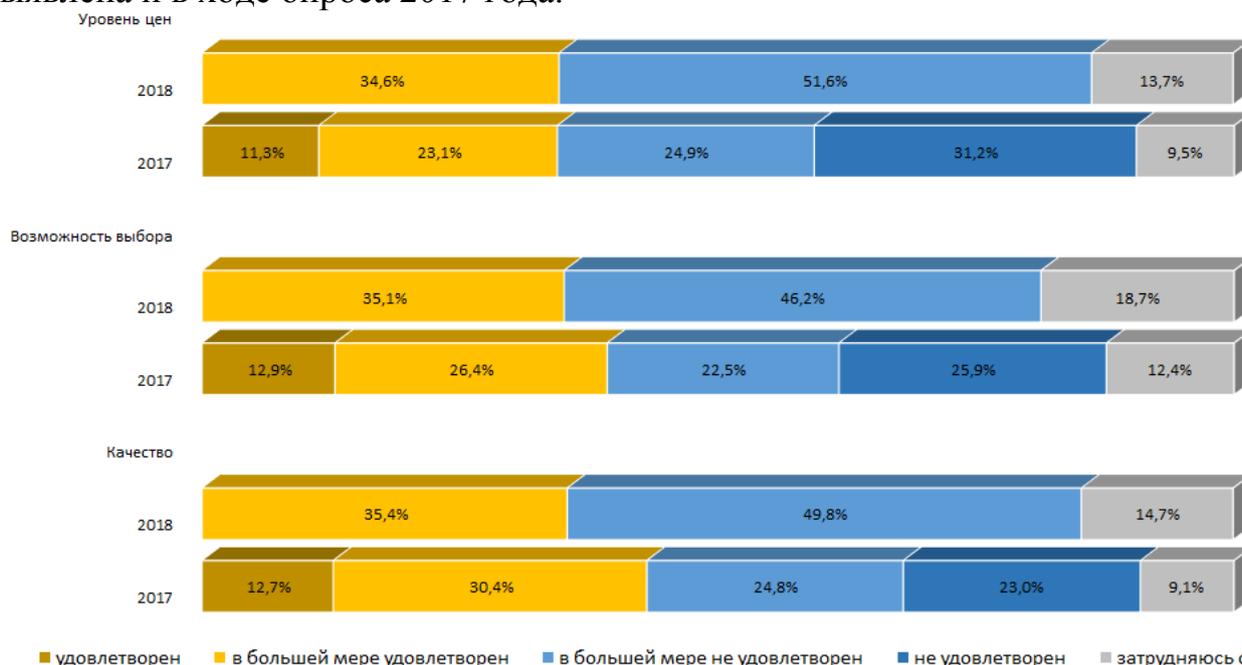


Рисунок 2.28 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства, % к опрошенным

Таким образом, на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства, по мнению участников опроса, ведет деятельность достаточное количество субъектов, уровень конкуренции между которыми не изменился. Действующие на данном рынке организации устанавливают высокие цены и предлагают низкое качество

услуг. Больше всего респондентов, неудовлетворенных предоставляемыми услугами, оказалось среди работающих участников опроса, проживающих в городах Шахты, Таганрог и в Красносулинском районе.

8. Рынок розничной торговли

По результатам опроса, достаточно развитым рынок розничной торговли признали 62,8% респондентов, как и по данным 2017 года. Об избыточном количестве организаций, представляющих данный рынок услуг, говорили 21,2% опрошенных, а о малом – 14,1%. Лишь 1,8% респондентов заявили о полном отсутствии таких организаций (рисунок 2.29).

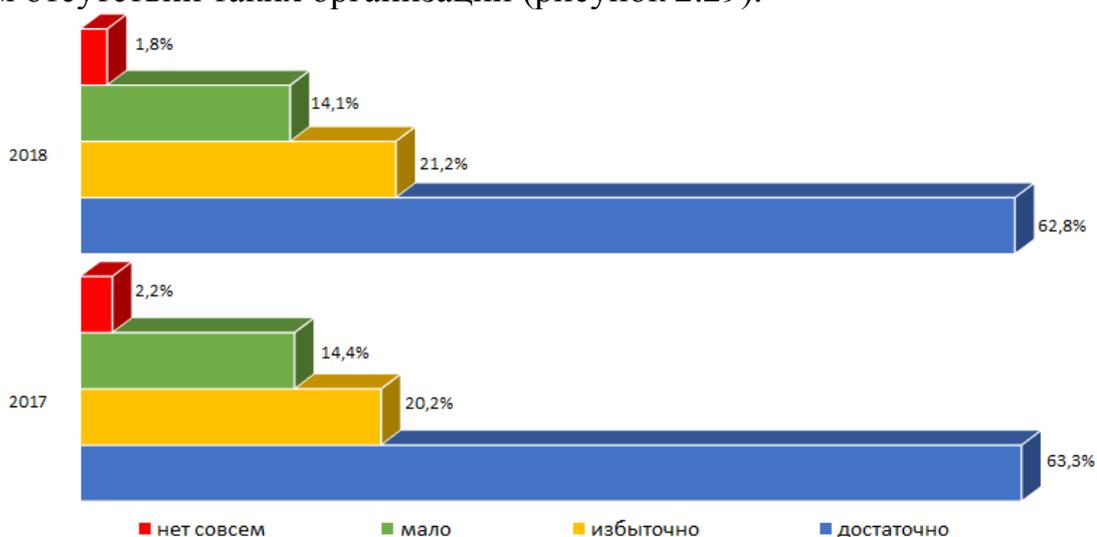


Рисунок 2.29 – Количество организаций на рынке розничной торговли, % к опрошенным

Больше 47% опрошенных отметили положительную динамику в изменении количества организаций, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли, а отрицательную – 5,2% (рисунок 2.30). Не зафиксировал изменений за последние 3 года на рынке розничной торговли примерно каждый третий респондент.

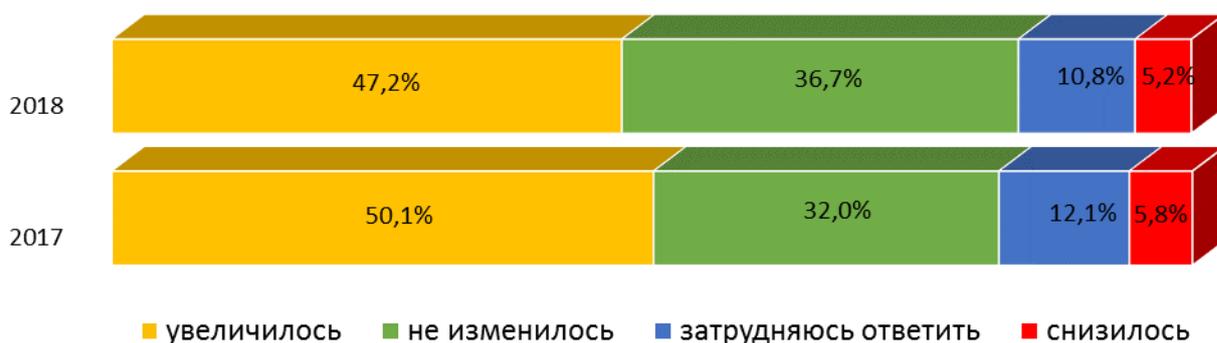


Рисунок 2.30 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Качеством услуг, предоставляемых на рынке розничной торговли, удовлетворены 67,4% респондентов. В большей мере удовлетворены возможностью выбора данных услуг 70,8%, а уровнем цен – 61,7% (рисунок 2.31).

Не удовлетворены уровнем цен предоставляемых услуг на рынке розничной торговли в основном жители сельской местности.

В прошлом году респонденты в основном были удовлетворены качеством и возможностью выбора предоставляемых услуг, однако остались не удовлетворены ценовой политикой.

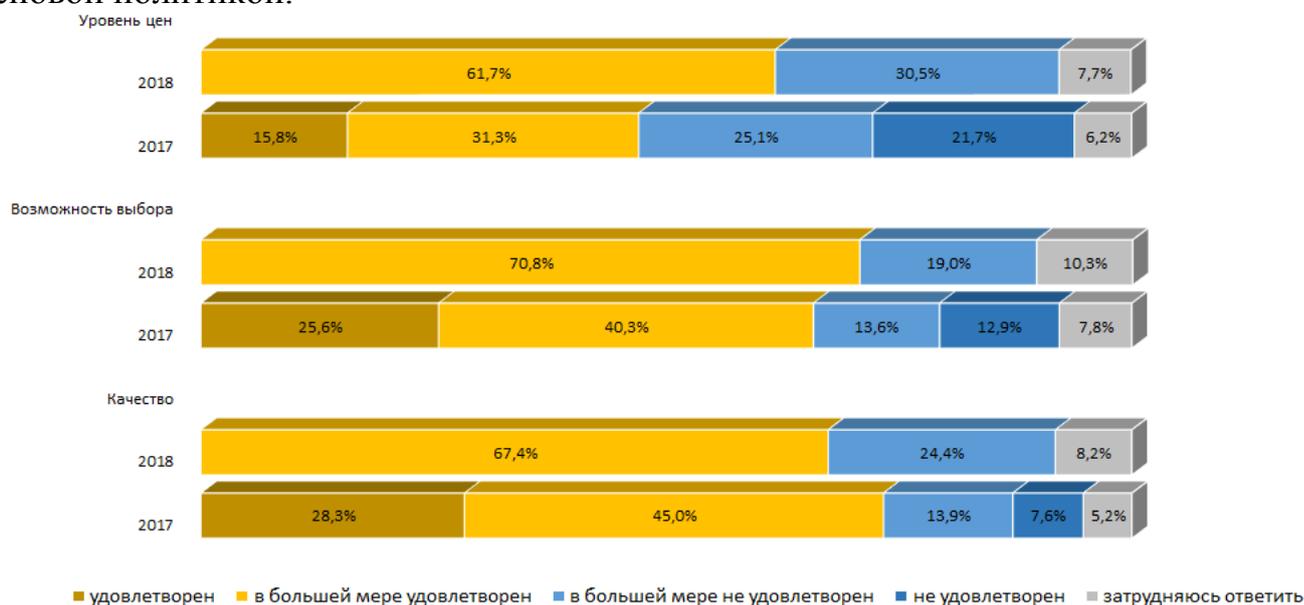
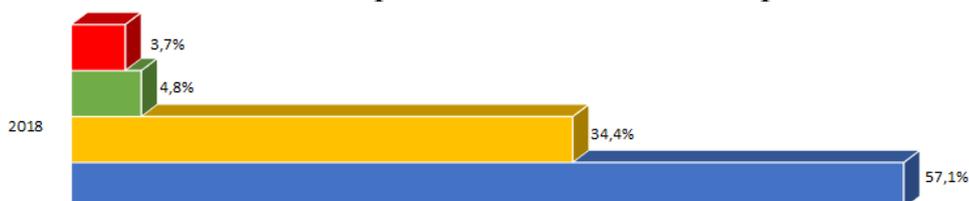


Рисунок 2.31 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке розничной торговли, % к опрошенным

Рынок розничной торговли, по мнению подавляющего большинства опрошенных, является хорошо развитым в регионе, и количество организаций, предоставляющих услуги на нем, значительно увеличилось за последние три года. Доля респондентов, удовлетворенных ценовой политикой, качеством и возможностью выбора предоставляемых услуг, превысила долю неудовлетворенных.

9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

Больше половины участников опроса посчитали рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом достаточно развитым (57,1%), при этом 34,4% определили, что организаций, представляющих данный рынок услуг в регионе, мало. Полное отсутствие таких организаций отметили 4,8% респондентов (рисунок 2.32). В 2017 году рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом также был назван потребителями достаточно развитым.



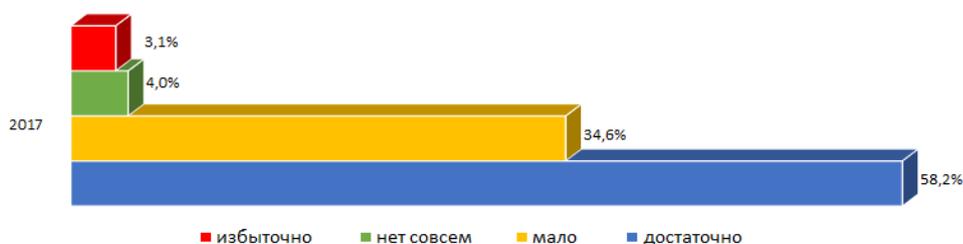


Рисунок 2.32 – Количество организаций на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, % к опрошенным

Не отметили изменений на данном рынке услуг за последние 3 года более 50% респондентов. Вместе с тем увеличение количества организаций отметили 22,4%, а снижение – 12,1%. Затруднились ответить на данный вопрос 14,5% опрошенных (рисунок 2.33).

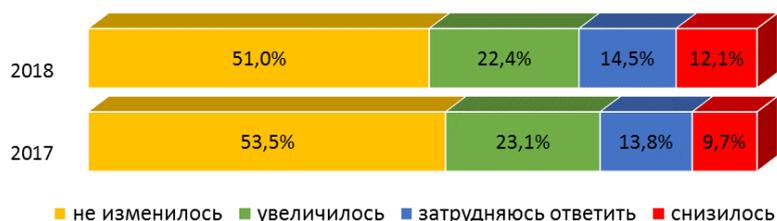


Рисунок 2.33 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги перевозок пассажиров наземным транспортом, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Качеством услуг на рынке перевозок пассажиров наземным транспортом удовлетворены в большей степени 49,8% респондентов. Возможностью выбора удовлетворены 50,5% опрошенных, а 34,1% – не совсем удовлетворены (рисунок 2.34).

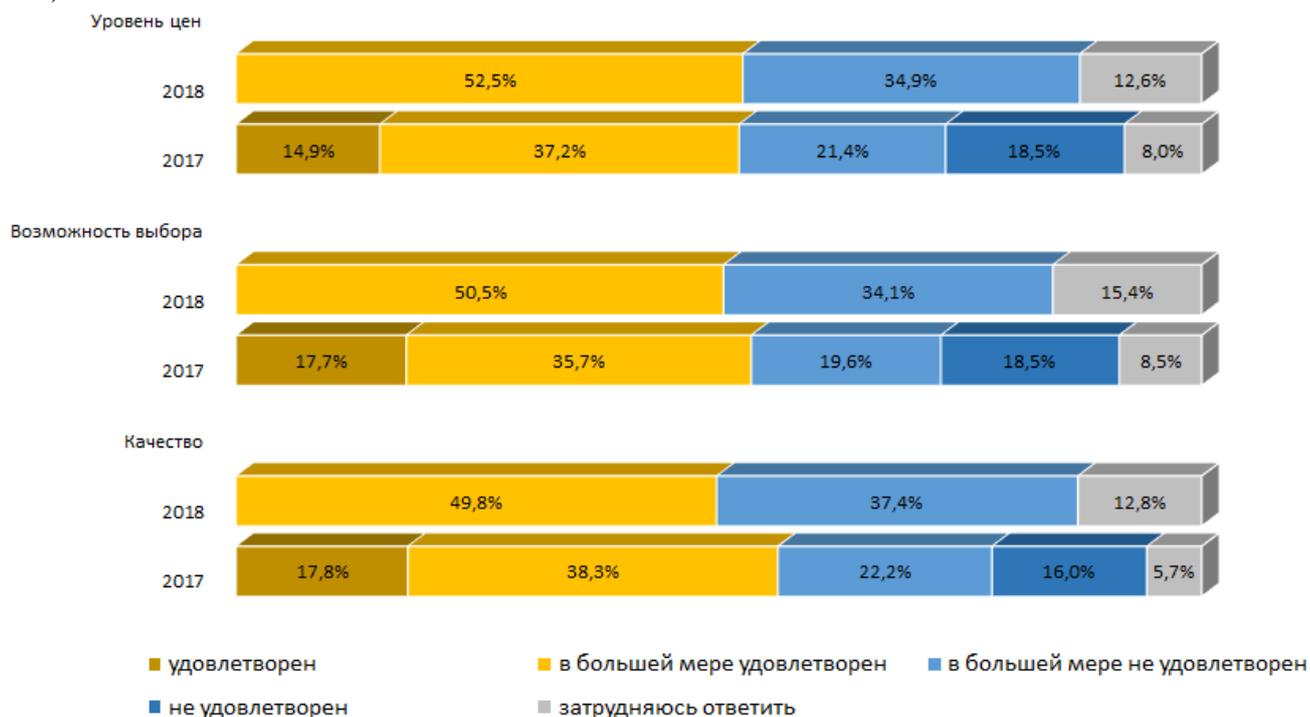


Рисунок 2.34 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке пассажирских перевозок наземным транспортом, % к опрошенным

Уровень цен не удовлетворяет около 35% опрошенных потребителей. При этом больше 50% респондентов полагали, что скорее удовлетворены ценами на услуги перевозок. Годом ранее большинство участников опроса считало себя удовлетворенными качеством и возможностью выбора. В 2018 году потребители региона оценили рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом как достаточно развитый. Количество организаций, предоставляющих данные услуги, по их мнению, не изменилось, что не повлияло негативно на удовлетворенность потребителей возможностью выбора на данном рынке услуг.

10. Рынок услуг связи

Как и в предыдущем году, подавляющее большинство респондентов (71,6%) считало рынок услуг связи достаточно развитым. Наличие малого количества организаций, отметили 20,4% респондентов, а их полное отсутствие – только 2,8% (рисунок 2.35).

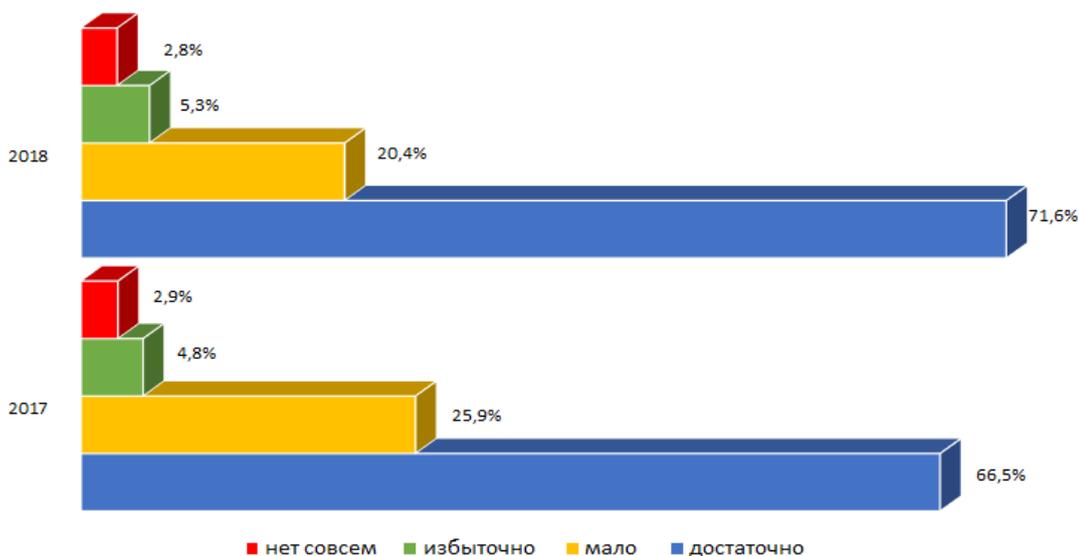


Рисунок 2.35 – Количество организаций на рынке услуг связи, % к опрошенным

Согласно мнению 56,2% опрошенных за последние 3 года на региональном рынке связи не произошло изменений в количестве субъектов. Такая тенденция сохраняется уже на протяжении трех лет. Положительную динамику отметили 23,4% потребителей, а негативную – 4,9%. Затруднились ответить 15,5% респондентов (рисунок 2.36).

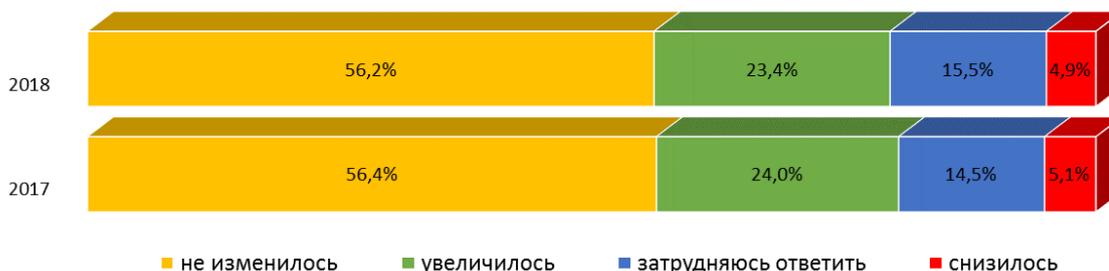


Рисунок 2.36 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги связи, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Большая часть опрошенных (66,9%) в большей мере удовлетворена качеством услуг связи, а 21,9% – в большей мере не удовлетворены (рисунок 2.37).

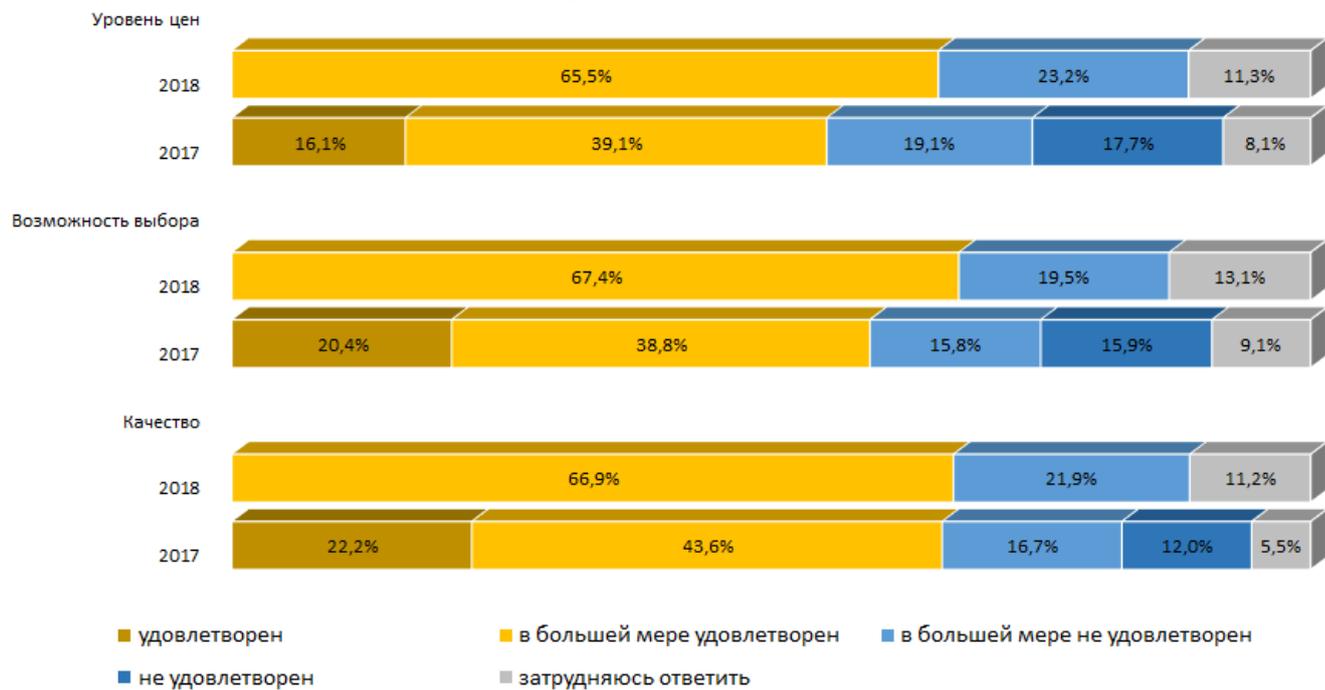


Рисунок 2.37 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг связи, % к опрошенным

Возможностью выбора предоставляемых услуг считали себя полностью удовлетворенными 67,4% опрошенных, при этом в большей степени не удовлетворены около 20%. Удовлетворенность уровнем цен на услуги связи выразили почти две трети потребителей, а 23,2% оказались не удовлетворены.

Рынок услуг связи в Ростовской области достаточно развит, но количество субъектов, предоставляющих услуги на нем, существенно не изменилось за последние три года. Респонденты в целом удовлетворены характеристиками услуг связи. В 2017 году ценовой политикой, качеством и возможностью выбора предоставляемых услуг было удовлетворено большинство потребителей.

11. Рынок услуг социального обслуживания населения

Большинство опрошенных (60,2%) полагали, что рынок услуг социального обслуживания населения достаточно развит. Около трети респондентов, напротив, уверены, что на этом рынке организаций недостаточно; а 3,9% респондентов утверждали, что таких организаций нет совсем (рисунок 2.38). В прошлом году респонденты также заявили, что данный рынок достаточно развит.

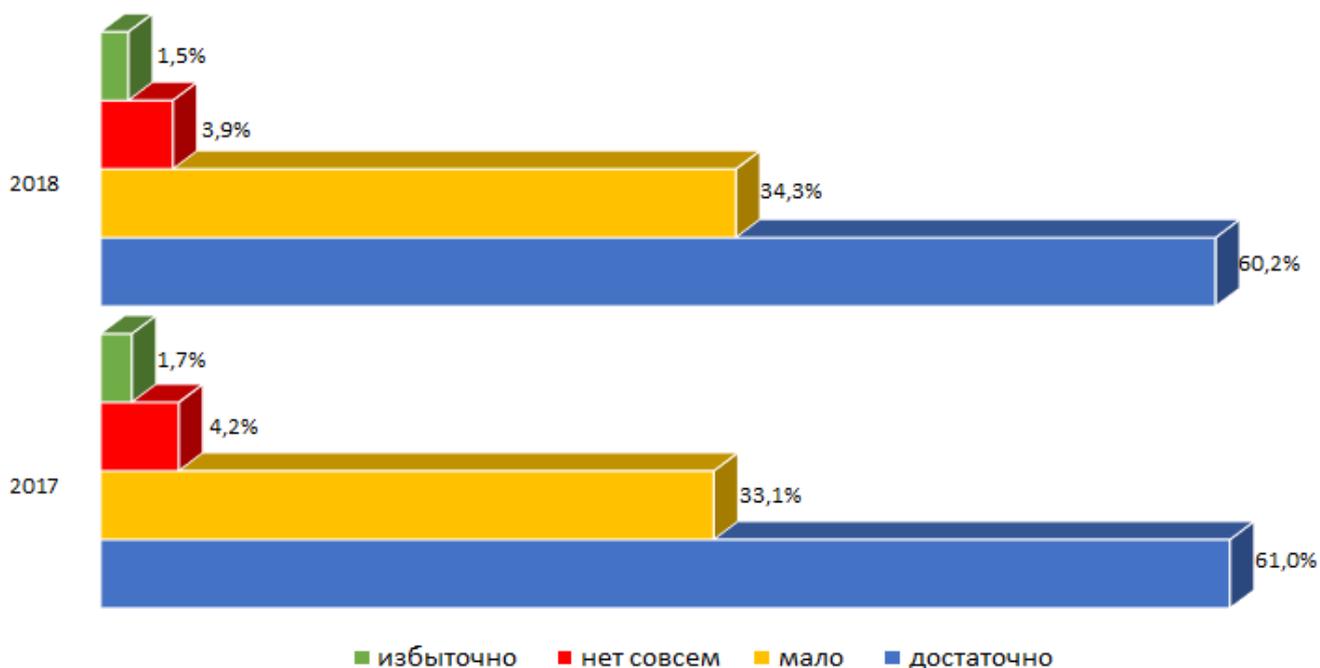


Рисунок 2.38 – Количество организаций на рынке услуг социального обслуживания населения, % к опрошенным

Большая часть участников опроса (54,3%), как и годом ранее, не зафиксировала за последние 3 года изменений количества субъектов, предоставляющих услуги социального обслуживания населения (рисунок 2.39). Положительную динамику отметили 15,6 % респондентов, отрицательную – 5,3%.

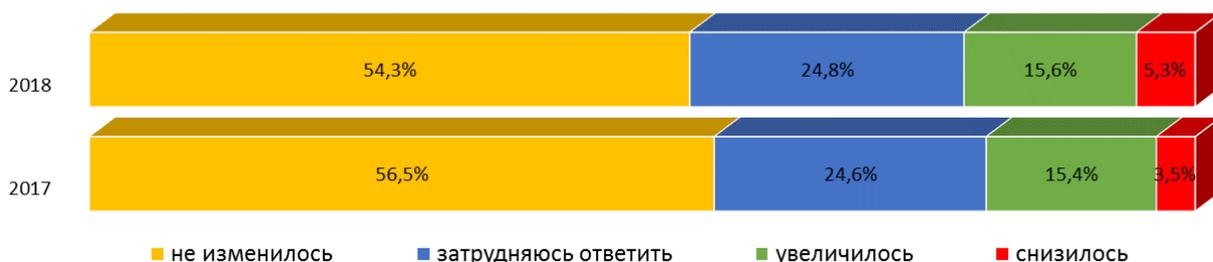


Рисунок 2.39 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги социального обслуживания населения, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

В среднем около половины потребителей товаров, работ и услуг региона, как и годом ранее, высказали удовлетворенность всеми характеристиками услуг социального обслуживания населения (рисунок 2.40). Качеством предоставляемых на данном рынке услуг оказались в большей мере не удовлетворены 20,9% респондентов, преимущественно представлявших города Ростов-на-Дону, Новошахтинск, Таганрог и Шахты, а также Красносулинский район.

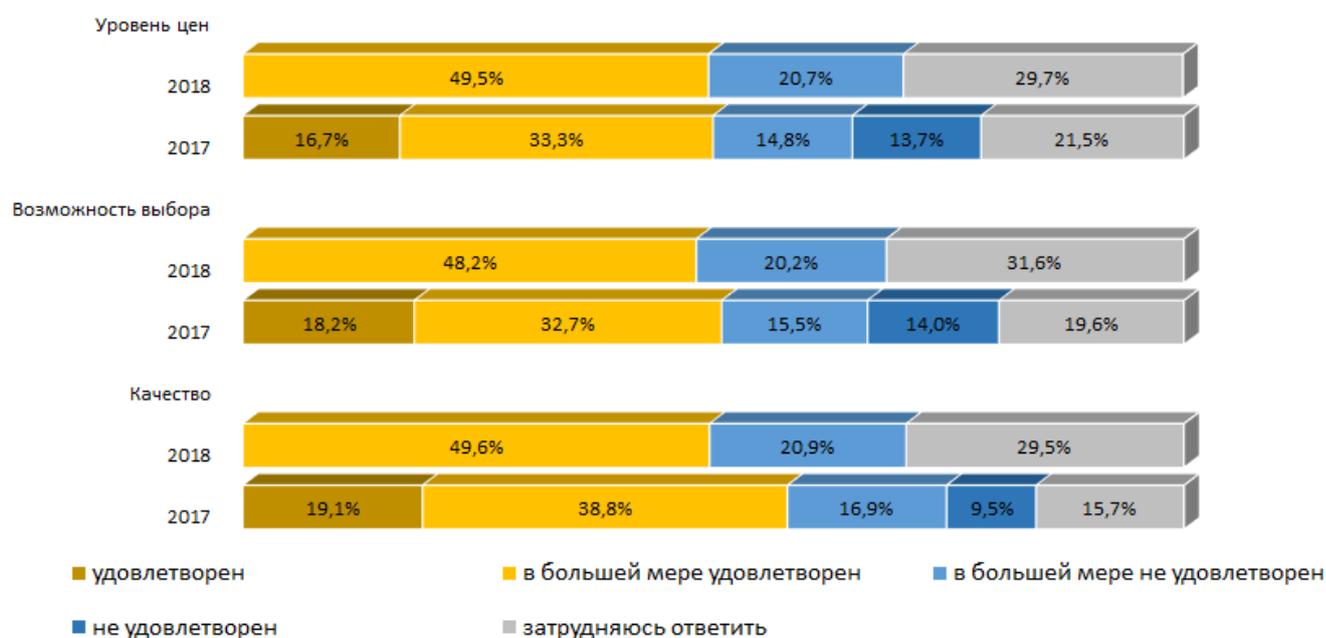


Рисунок 2.40 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг социального обслуживания населения, % к опрошенным

Организаций, оказывающих услуги на рынке социального обслуживания населения, в регионе достаточно, их количество остается стабильным, по мнению потребителей. При этом большая доля респондентов удовлетворена качеством, возможностью выбора и ценами на данном рынке услуг.

12. Рынок животноводства

Как и годом ранее, в 2018 году практически каждый второй опрошенный потребитель услуг назвал рынок животноводства достаточно развитым. Недовольны количеством организаций 36,0% респондентов, а о полном их отсутствии говорят 14,7%. (рисунок 2.41). Негативной позиции придерживались респонденты преимущественно из Константиновского, Семикаракорского и Аксайского районов.

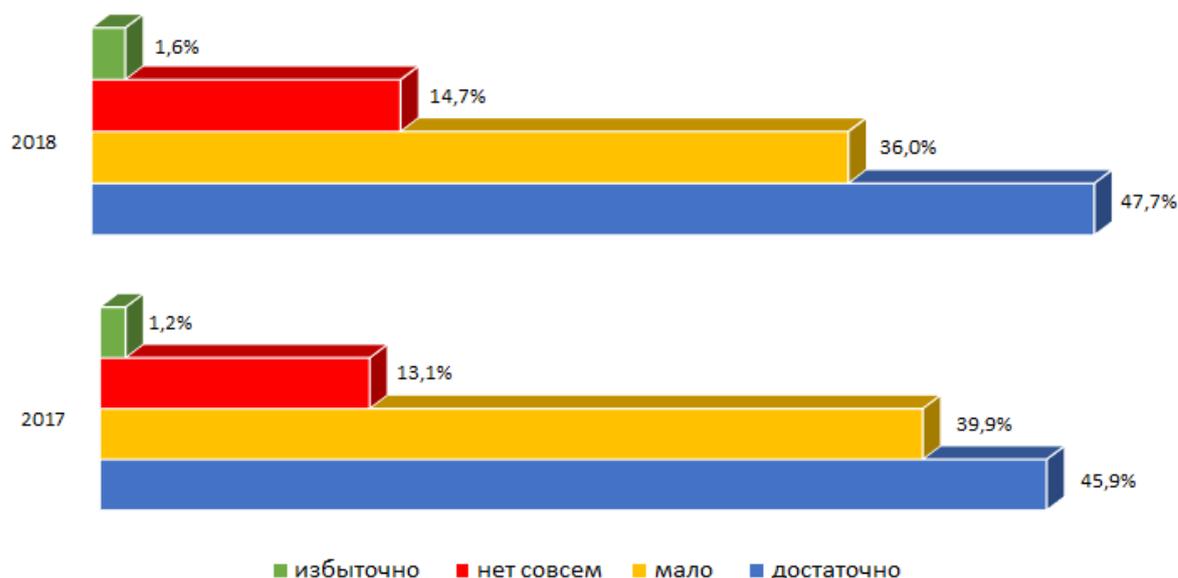


Рисунок 2.41 – Количество организаций на рынке животноводства, % к опрошенным

Чуть больше 43% опрошенных не отметили изменений количества субъектов, представляющих рынок животноводства, за последние 3 года, как и в 2017 году. Положительную динамику на этом рынке зафиксировали 15,8% участников опроса, отрицательную – 9,8% (рисунок 2.42).

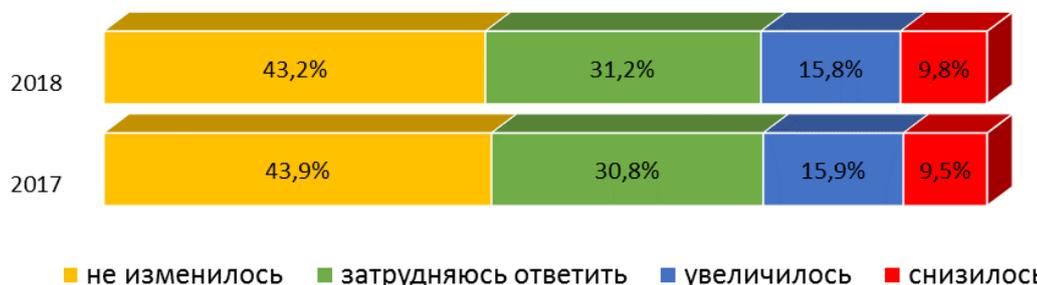


Рисунок 2.42 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок животноводства, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

У существенной доли респондентов (31,2%), к которой относятся преимущественно жители городов, оценка изменений на рынке животноводства вызвала затруднения.

Удовлетворенность уровнем цен на рынке животноводства выразили 40,2% потребителей, 42,3% – положительно отозвались о возможности выбора на данном рынке, качеством в большей мере были довольны 43,0% опрошенных (рисунок 2.43). Аналогичная ситуация наблюдалась и в 2017 году.



Рисунок 2.43 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке животноводства, % к опрошенным

По мнению участников опроса, рынок животноводства в Ростовской области представлен достаточным количеством организаций, число которых в течение последних трех лет практически не изменилось. Доля респондентов, удовлетворенных характеристиками на данном рынке, превысила долю неудовлетворенных.

13. Рынок жилищного строительства

Большинство респондентов, как и в прошлом году, считало, что организаций, предоставляющих услуги на рынке жилищного строительства, в регионе достаточно, однако почти треть опрошенных уверены, что их мало, а 19,2% респондентов полагали, что таких организаций нет совсем (рисунок 2.44). Потребители, испытывающие нехватку, либо отсутствие таких предприятий, в большинстве своем являлись жителями Куйбышевского, Тацинского, Ремонтненского, Красносулинского районов, а также города Зверево.

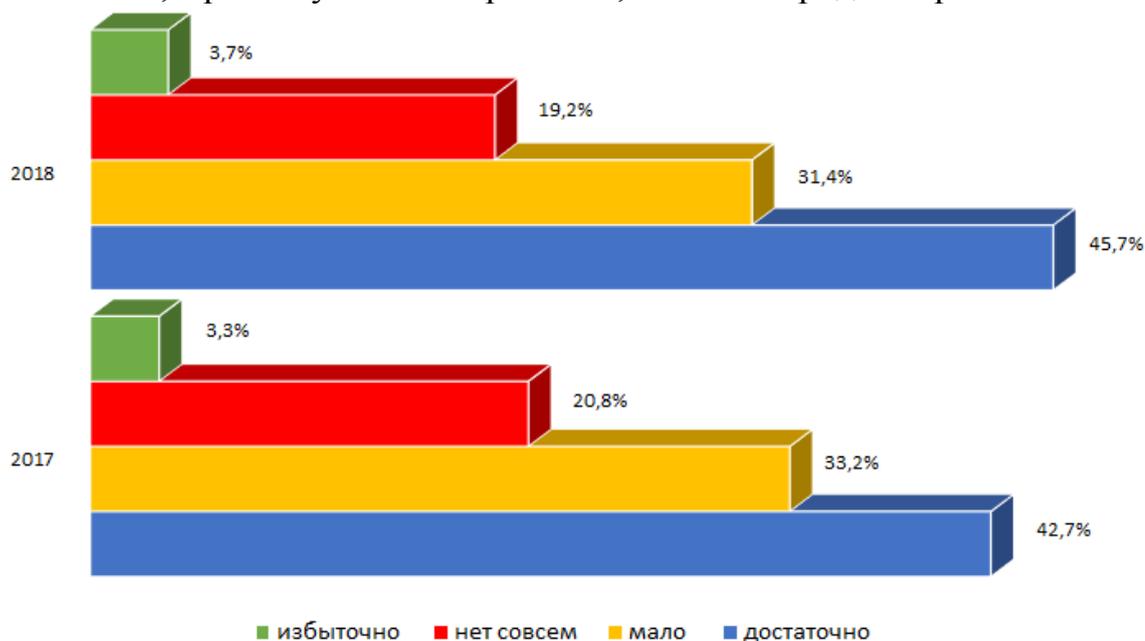


Рисунок 2.44 – Количество организаций на рынке жилищного строительства, % к опрошенным

В течение последних 3 лет 40,8% респондентов не замечали изменений количества субъектов, представляющих рынок жилищного строительства. Положительную динамику отметили 19,8%, отрицательную – 10,0% (рисунок 2.45). В 2017 году большинством респондентов также не было зафиксировано изменений количества таких организаций.

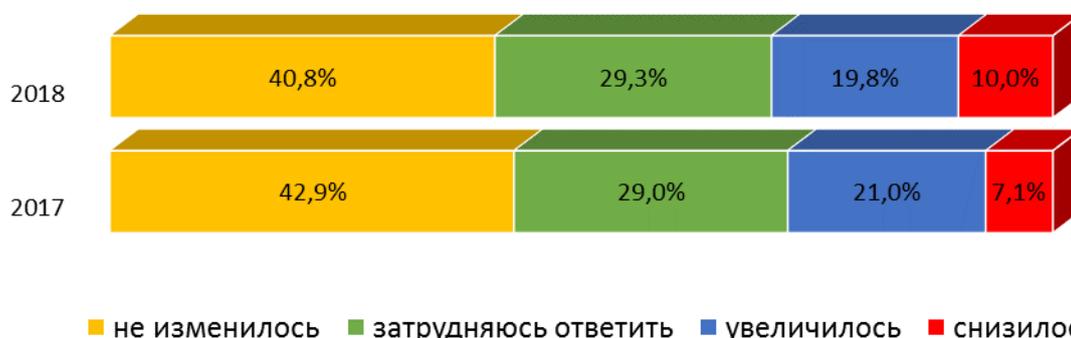


Рисунок 2.45 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок жилищного строительства, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Качеством продукции на рынке жилищного строительства, а также возможностью выбора, респонденты в целом скорее удовлетворены, чем не

удовлетворены (35,9% против 33,7% и 36,9% против 30,7% соответственно). Противоположная ситуация сложилась в части удовлетворенности уровнем цен: неудовлетворенных потребителей оказалось несколько больше, чем удовлетворенных (37,1% против 33,0%) (рисунок 2.46).

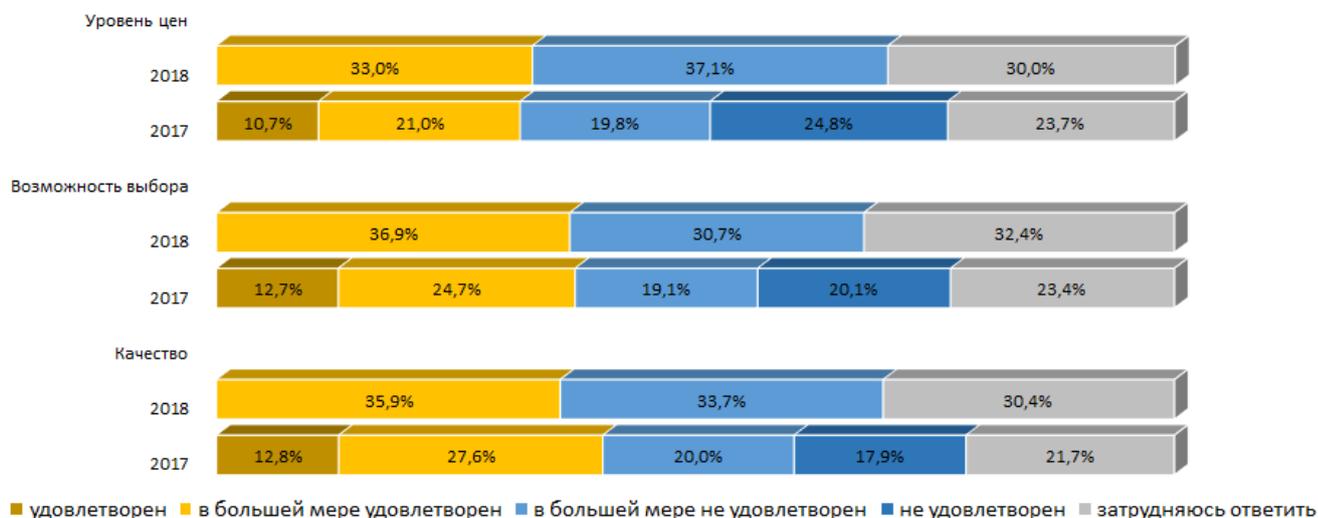


Рисунок 2.46 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке жилищного строительства, % к опрошенным

Негативное мнение о цене сложилось у жителей городов Каменск-Шахтинский, Зверево, Новочеркасск, а также Пролетарского и Красносулинского районов. В прошлом году респонденты отмечали удовлетворенность качеством, но неудовлетворенность возможностью выбора и ценовой политикой на рынке жилищного строительства.

Рынок жилищного строительства в регионе представлен достаточным количеством субъектов, число которых в течение последних трех лет практически не изменилось. При этом большая часть респондентов недовольна уровнем цен, но отметила удовлетворительное качество и широту выбора продукции на рынке жилищного строительства.

14. Рынок промышленности

Рынок промышленности был назван участниками опроса недостаточно развитым: 38,5% указали на малое количество организаций, предоставляющих услуги на нем, а 22,8% – на полное их отсутствие. Это преимущественно жители городов Зверево и Донецка, а также Куйбышевского, зерноградского и Песчанокского районов. О достаточном развитии данного рынка полагали 37,2% потребителей. Об избыточности организаций на рынке промышленности заявили лишь 1,5% опрошенных (рисунок 2.47).

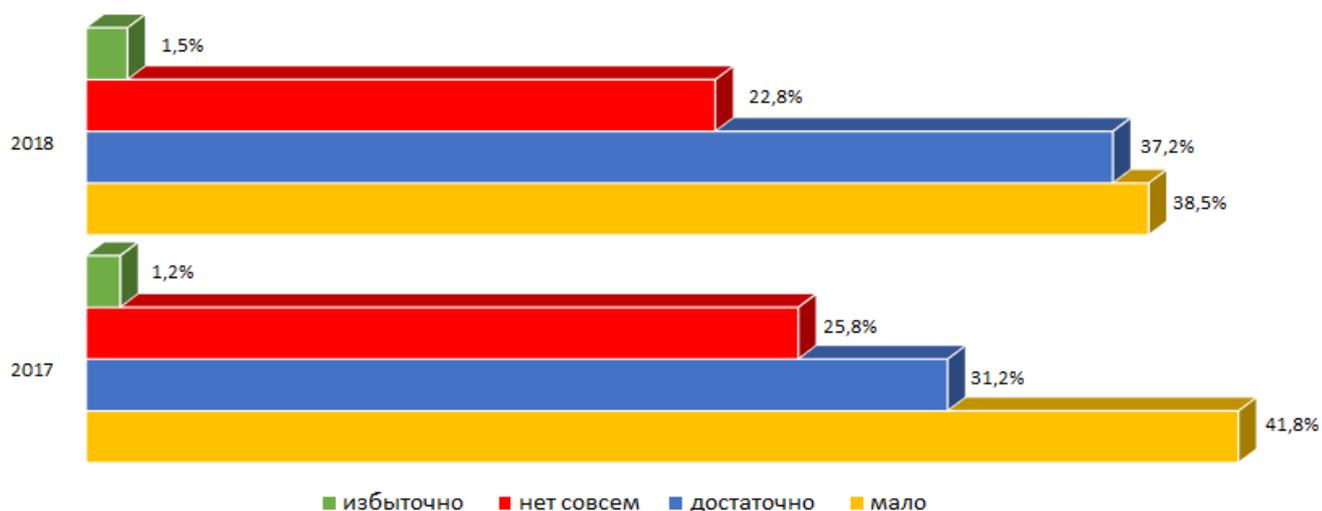


Рисунок 2.47 – Количество организаций на рынке промышленности, % к опрошенным

Не заметили изменений на рынке промышленности 40,5% опрошенных, при этом годом ранее их доля составляла 42,8%. Увеличение количества организаций, представляющих рынок промышленности, отметили 13,1% респондентов, а их сокращение – 12,9% (рисунок 2.48).

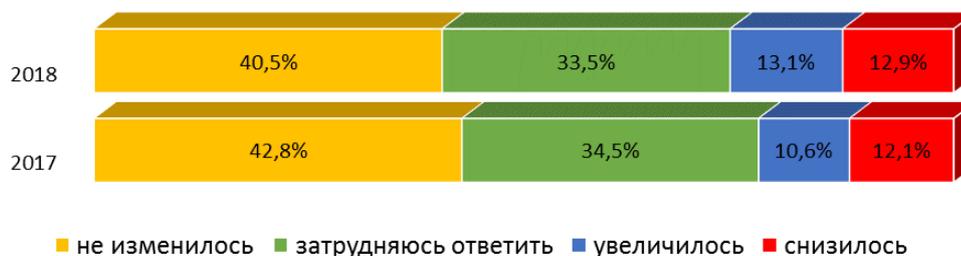


Рисунок 2.48 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок промышленности, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Число респондентов, в большей мере удовлетворенных качеством, возможностью выбора и ценами товаров, работ, услуг на рынке промышленности, оказалось практически сопоставимым с количеством не удовлетворенных (рисунок 2.49).

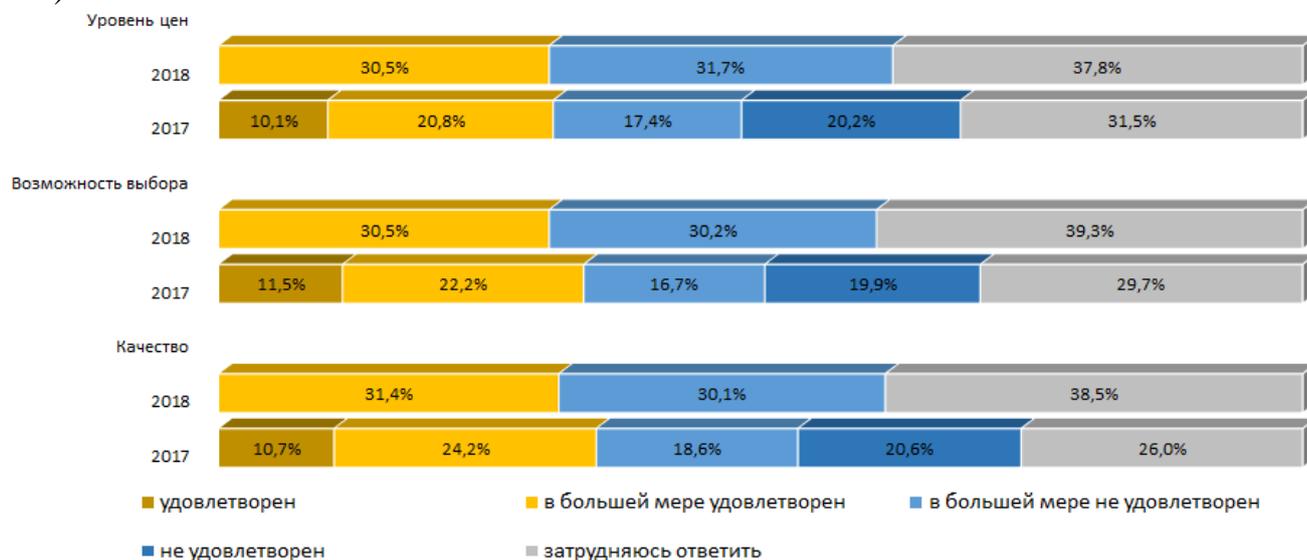


Рисунок 2.49 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке промышленности, % к опрошенным

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

15. Рынок продукции переработки зерновых и зернобобовых культур

Достаточно развитым рынок продукции переработки зерновых и зернобобовых культур посчитали 45,8% респондентов. О малом числе организаций сельскохозяйственной переработки заявили 33,8%, а 19,0% респондентов указали на полное их отсутствие (рисунок 2.50).

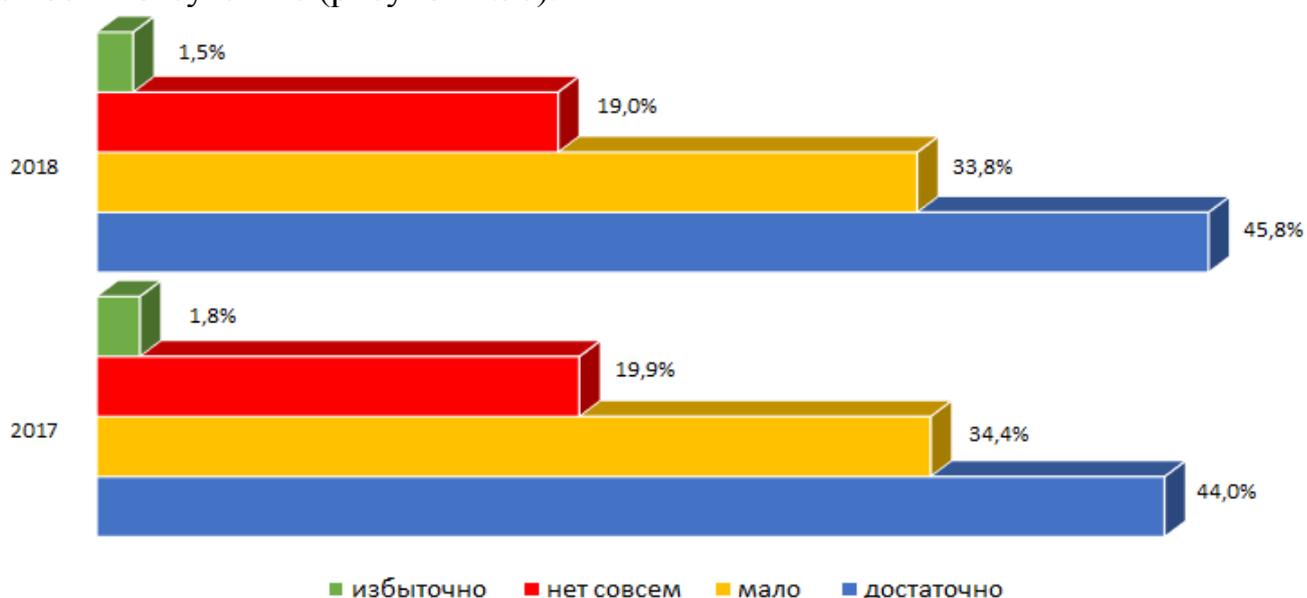


Рисунок 2.50 – Количество организаций на рынке продукции переработки зерновых и зернобобовых культур, % к опрошенным

Больше 43% респондентов не заметили изменений количества организаций на рынке продукции переработки зерновых и зернобобовых культур в течение последних 3 лет, около 15% опрошенных отметили положительную динамику, а 7,1% – отрицательную. Затруднились оценить изменения на рынке продукции переработки зерновых и зернобобовых культур 35,5% потребителей, в основном являющихся городскими жителями (рисунок 2.51).



Рисунок 2.51 – Изменение количества субъектов, работающих на рынке продукции переработки зерновых и зернобобовых культур, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Доля респондентов, удовлетворенных в большей мере качеством продукции на рынке переработки зерновых и зернобобовых культур (42,4%), превысила долю неудовлетворенных (18,1%), как и в предыдущем году.

Уровнем цен и возможностью выбора на данном рынке в большей мере удовлетворены 41,4% и 41,2% опрошенных, соответственно (рисунок 2.52).

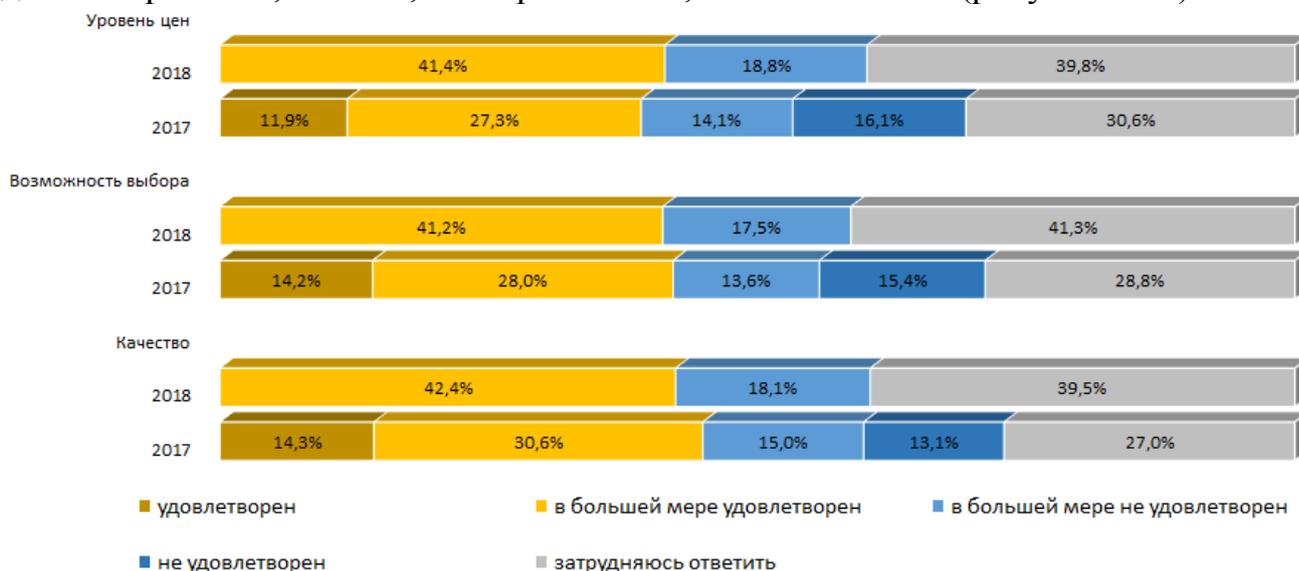


Рисунок 2.52 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке переработки зерновых и зернобобовых культур, % к опрошенным

Очевидно, что рынок продукции переработки зерновых и зернобобовых культур в регионе достаточно развит. Количество субъектов на нем в течение последних трех лет существенно не изменилось. Большинство потребителей удовлетворены как качеством предлагаемой продукции, так и уровнем цен, и выбором на данном рынке.

16. Рынок лекарственных препаратов

Наличие достаточного количества организаций, представляющих рынок лекарственных препаратов, отметили 60,3% респондентов, 22,2% опрошенных считали, что таких организаций в регионе мало. Их избыточное количество отметили 10,1% опрошенных (рисунок 2.53). При этом преобладающее число респондентов, утверждавших о достаточном количестве организаций на рынке, проживало в Октябрьском, Каменском, Миллеровском, Егорлыкском и Дубовском районах, о малом их числе – в Зерноградском, Тацинском, Веселовском районах.

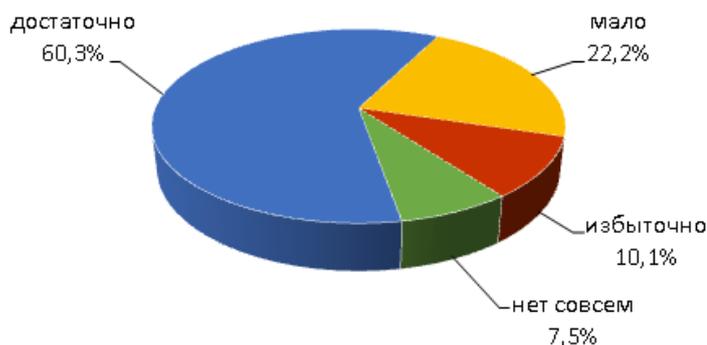


Рисунок 2.53 – Количество организаций на рынке лекарственных препаратов, % к опрошенным

Около 44% опрошенных в течение последних 3 лет не заметили изменений количества субъектов, представляющих рынок лекарственных препаратов, а положительную динамику отметили 35,1% (рисунок 2.54).

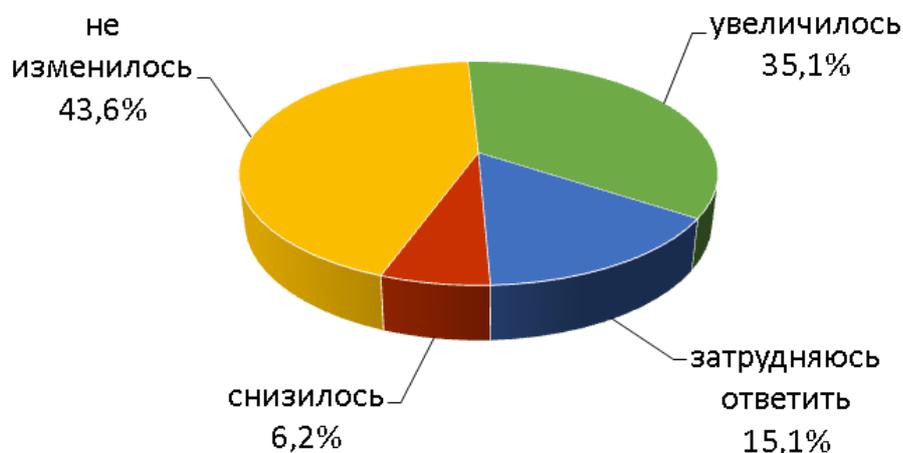


Рисунок 2.54 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок лекарственных препаратов, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Преобладающее большинство респондентов довольны возможностью выбора и качеством предоставляемых на рынке лекарственных препаратов услуг (62,1% и 57,1% соответственно). Ценовой политикой удовлетворены в большей мере 46,4% потребителей, однако вместе с тем 42,4% не удовлетворены уровнем цен на данном рынке услуг (рисунок 2.55).



Рисунок 2.55 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке лекарственных препаратов, % к опрошенным

Таким образом, по мнению респондентов, рынок лекарственных препаратов в Ростовской области в достаточной степени развит, количество субъектов на нем за последние три года практически не изменилось. Число потребителей, в целом удовлетворенных характеристиками рынка лекарственных препаратов, превысило число неудовлетворенных.

17. Рынок услуг в сфере физической культуры и спорта

По мнению 50% опрошенных рынок услуг в сфере физической культуры и спорта является достаточно развитым. Однако, 38,6% полагали, что организаций, представляющих данный рынок в регионе, мало (рисунок 2.56). О полном отсутствии таких организаций высказались 9,5% респондентов.

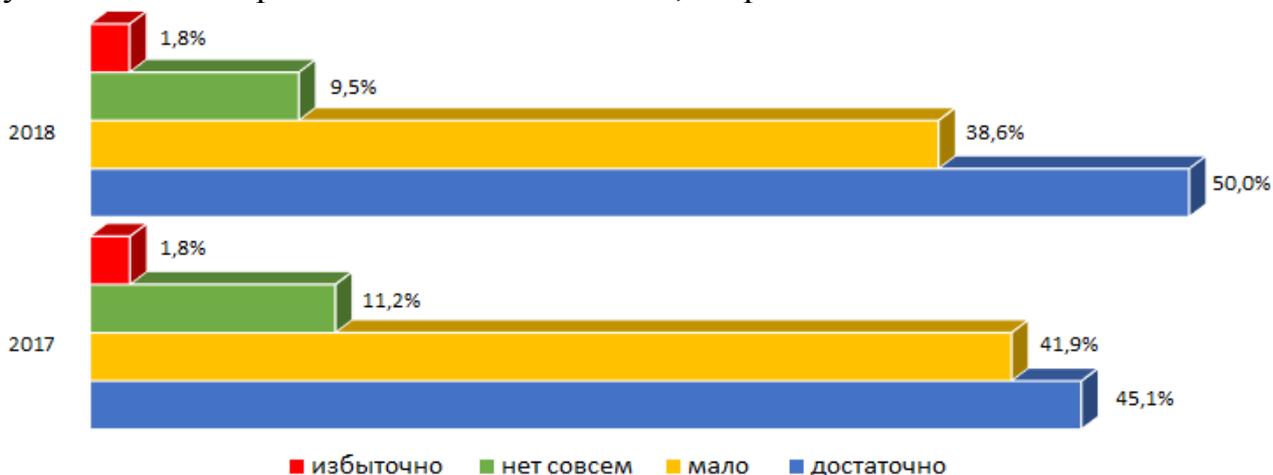


Рисунок 2.56 – Количество организаций на рынке услуг в сфере физической культуры и спорта, % к опрошенным

Практически каждый второй респондент, как и в предыдущем году, ответил, что в течение последних 3 лет не замечал изменений на рынке услуг в сфере физической культуры и спорта региона. Положительную динамику отметили 23,3% опрошенных, а отрицательную – 6,8% (рисунок 2.57).

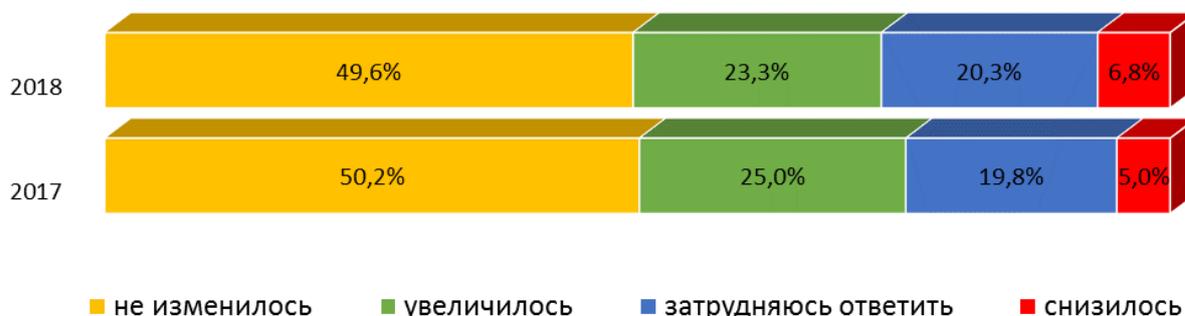


Рисунок 2.57 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок услуг в сфере физической культуры и спорта, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

В большей мере удовлетворены качеством предоставляемых услуг в сфере физической культуры и спорта, а также уровнем цен на них 57,3% и 54,8% опрошенных, соответственно (рисунок 2.58).

Возможность выбора в сфере физической культуры и спорта в большей мере удовлетворяет 54,2% респондентов, не удовлетворяет – 24,6% потребителей.

В целом рынок услуг в сфере физической культуры и спорта в регионе развит, количество действующих организаций на нем в течение последних трех лет существенно не изменилось. Доля в большей мере удовлетворенных характеристиками данного рынка превысила долю недовольных. При этом

большинство респондентов, давших положительные характеристики данному рынку, находятся в возрастной группе до 20 лет.

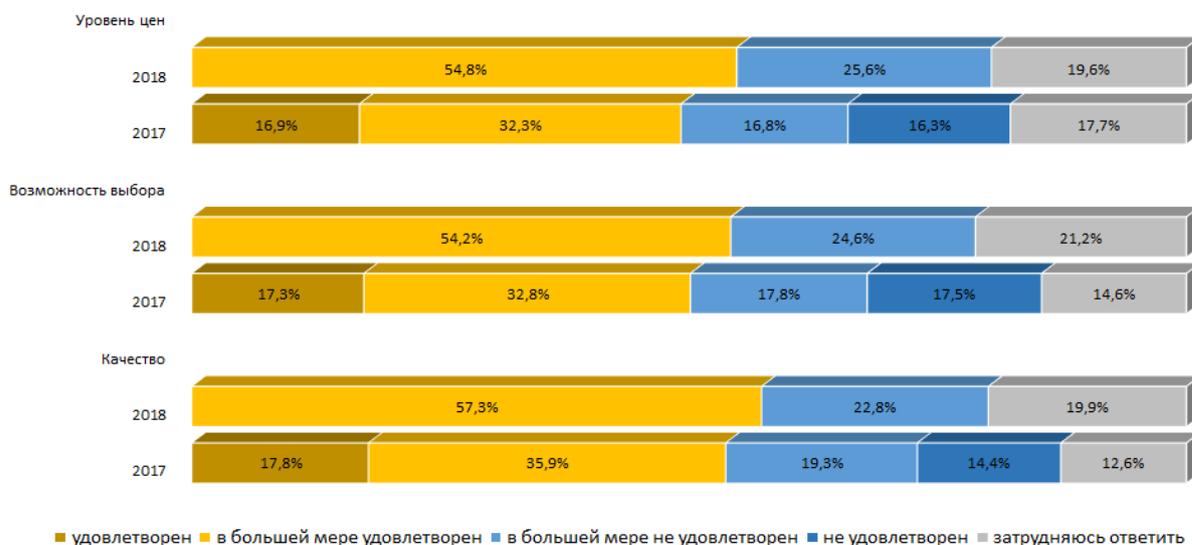


Рисунок 2.58 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услугами в сфере физической культуры и спорта, % к опрошенным

18. Рынок высокотехнологичной и инновационной продукции

Рынок высокотехнологичной и инновационной продукции, по мнению большинства респондентов, практически не развит: 36,6% опрошенных заявили об отсутствии организаций, представляющих данный рынок. Это жители таких муниципальных образований, как: Семикаракорский, Куйбышевский, Ремонтненский и Тарасовский районы.

Каждый третий потребитель отметил малое количество игроков на рынке. При этом, меньше 30% участников опроса считает, что организаций, предоставляющих услуги на данном рынке, достаточно (рисунок 2.59).

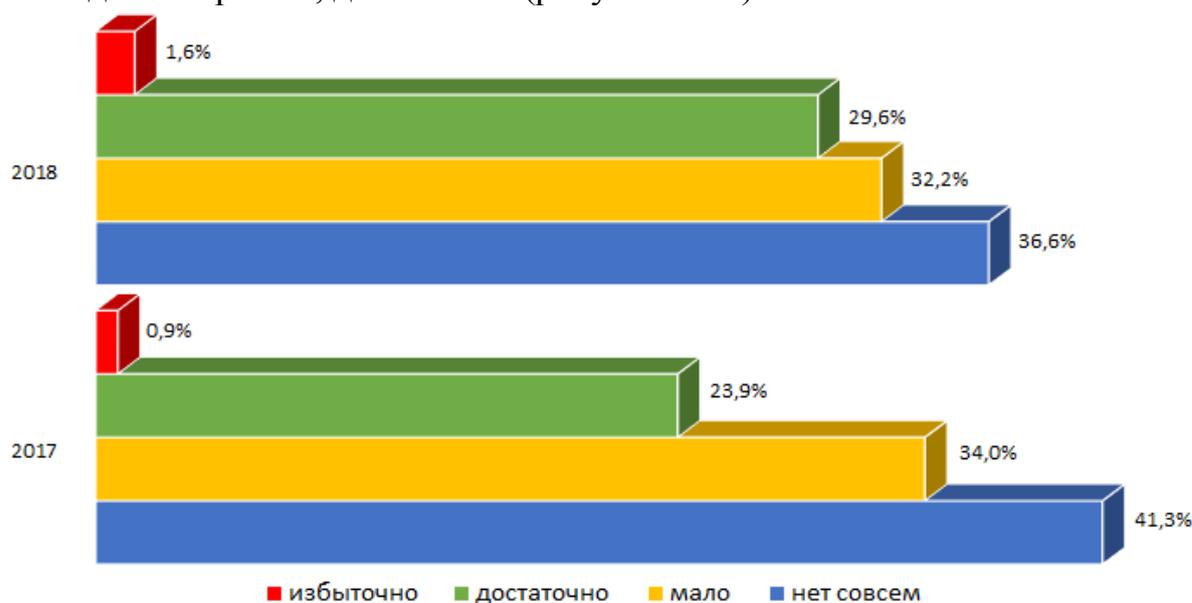


Рисунок 2.59 – Количество организаций на рынке высокотехнологичной и инновационной продукции, % к опрошенным

Большую часть опрошенных (45,8%) затруднил вопрос об изменении количества субъектов, предоставляющих услуги на рынке высокотехнологичной и инновационной продукции. Об отсутствии таких изменений высказались 35,5% опрошенных. По мнению 13,4% респондентов, количество субъектов, представляющих данный рынок, в течение последних трех лет увеличилось, по мнению 5,3% – снизилось (рисунок 2.60).

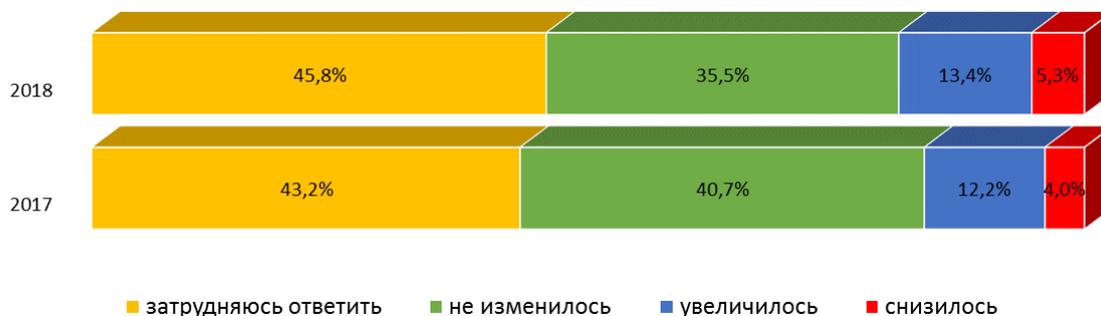


Рисунок 2.60 – Изменение количества субъектов, представляющих рынок высокотехнологичной и инновационной продукции, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Качеством высокотехнологичной и инновационной продукции удовлетворены в большей степени 26,3% опрошенных, не удовлетворены – 21,5% (рисунок 2.61).



Рисунок 2.61 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками товаров (работ, услуг) на рынке высокотехнологичной и инновационной продукции, % к опрошенным

Респонденты также отметили общую удовлетворенность возможностью выбора и ценой на рынке высокотехнологичной и инновационной продукции в большей степени, чем неудовлетворенность (26,1% против 21,2% и 25,6% против 23,0% соответственно).

Таким образом, как и годом ранее, данный рынок в регионе, по мнению респондентов, недостаточно развит, и при этом количество действующих на нем субъектов не изменилось в течение последних трех лет.

Важно заметить, что доля довольных характеристиками товаров (работ, услуг) на рынке высокотехнологичной и инновационной продукции, превысила долю респондентов, неудовлетворенных ими.

19. Рынок свежих овощей и фруктов

Более 68% опрошенных утверждали, что рынок свежих овощей и фруктов в регионе достаточно развит, каждый пятый отметил, что рынок развит мало. Об избыточном количестве организаций на рынке свежих овощей и фруктов говорили 6,9% респондентов, а 3,6%, напротив, считали, что их нет совсем (рисунок 2.62).

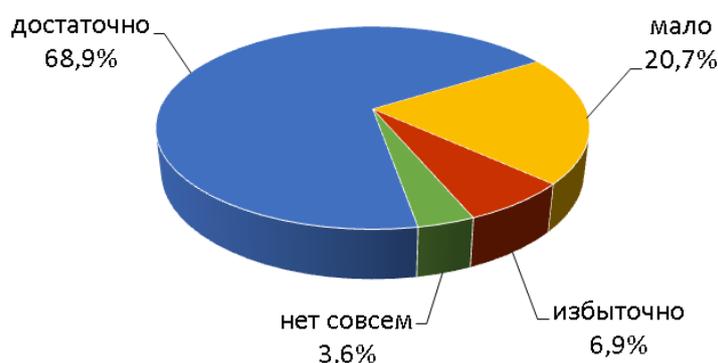


Рисунок 2.62 – Количество организаций на рынке свежих овощей и фруктов, % к опрошенным

Отсутствие изменений на рынке свежих овощей и фруктов отметили более 48% респондентов. Треть потребителей отметила положительную динамику, а 5,6% – отрицательную (рисунок 2.63).

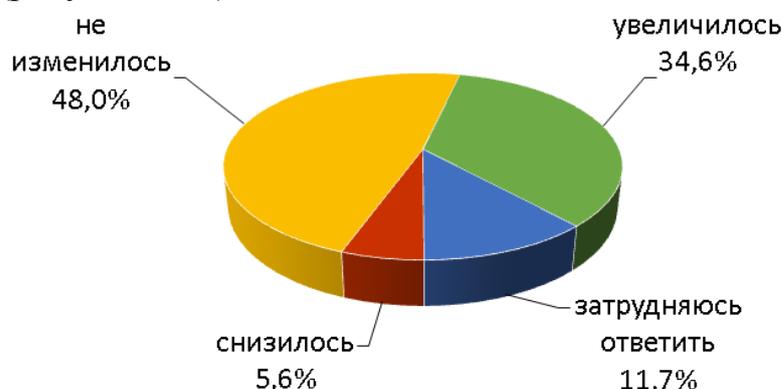


Рисунок 2.63 – Изменение количества субъектов, предоставляющих свежие овощи и фрукты, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Преобладающее большинство потребителей выразили удовлетворенность по всем трем характеристикам рынка свежих овощей и фруктов: 75,1% положительно оценили возможность выбора услуг, 74,6% – качеством, 66,2% – уровнем цен (рисунок 2.64).

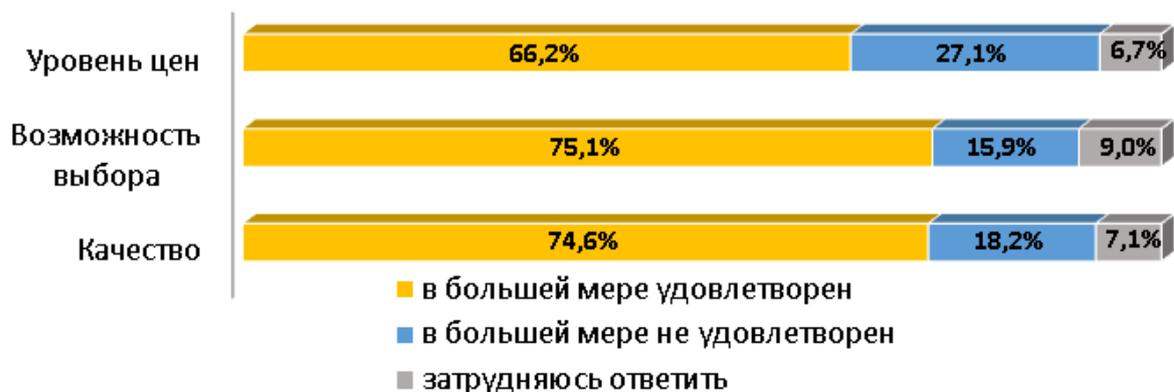


Рисунок 2.64 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке свежих овощей и фруктов, % к опрошенным

Таким образом, анализируемый рынок в регионе представлен достаточным количеством организаций, количество их не изменилось за последние три года. Важно также отметить удовлетворенность опрошенных потребителей по всем трем рассматриваемым характеристикам продукции на рынке. Больше всего удовлетворенных всеми характеристиками участников опроса находится в Дубовском, Сальском, Миллеровском и Каменском районах.

20. Рынок услуг общественного питания

Количество организаций, предоставляющих услуги общественного питания в регионе, было оценено как достаточное 59,1% опрошенных. О недостаточном количестве таких организаций высказались 25,6% участников опроса, о полном их отсутствии – 8,3%.

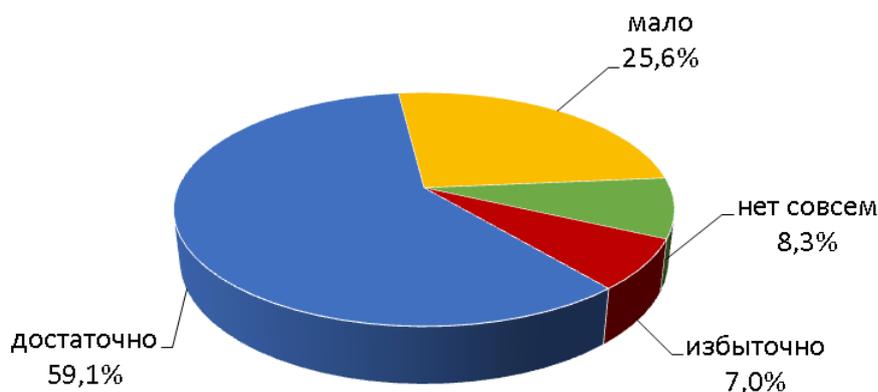


Рисунок 2.65 – Количество организаций на рынке услуг общественного питания, % к опрошенным

Большая часть респондентов (45,8%) полагала, что количество организаций, предоставляющих услуги общественного питания, в течение последних 3 лет не изменилось. Положительную динамику зафиксировали 30,1% опрошенных, отрицательную – 7,1% (рисунок 2.66).

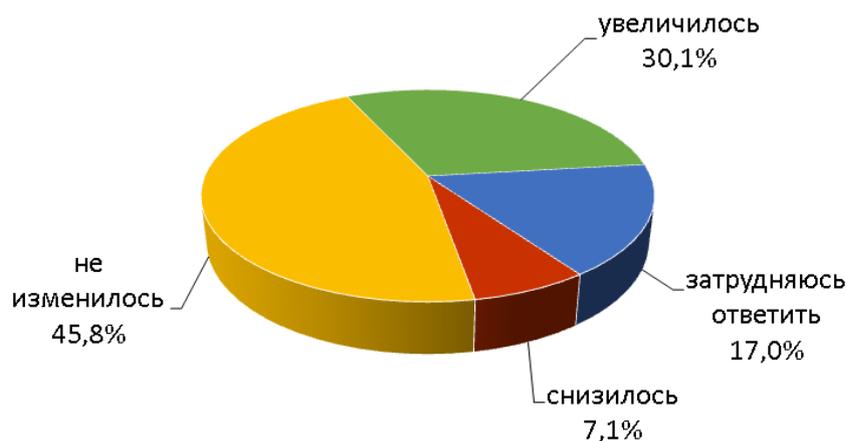


Рисунок 2.66 – Изменение количества субъектов, предоставляющих услуги общественного питания, в течение последних 3 лет, % к опрошенным

Преобладающая часть респондентов удовлетворена всеми характеристиками предоставляемых услуг на данном рынке (рисунок 2.67).



Рисунок 2.67 – Степень удовлетворенности потребителей характеристиками продукции на рынке услуг общественного питания, % к опрошенным

Таким образом, сложилась положительная оценка респондентами количества организаций, действующих на рынке услуг общественного питания Ростовской области. При этом, по мнению большинства потребителей, количество данных организаций не менялось на протяжении последних трех лет.

Среди опрошенных была отмечена в большей степени удовлетворенность уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг общественного питания в регионе.

Участников опроса, удовлетворенных по трем характеристикам продукции на рынке услуг общественного питания одновременно, оказалось более всего в городе Батайске, Мартыновском, Дубовском, Миллеровском, Усть-Донецком и Сальском районах, неудовлетворенных – в Зимовниковском и Верхнедонском районах.

Удовлетворенность донских потребителей качеством и ценами товаров, работ и услуг

В ходе опроса респондентам предложили оценить широту представленности организаций на рынках товаров и услуг региона. Степень удовлетворенности

потребителей объемом услуг различных рыночных сегментов оценивалась через индикаторы «избыточно», «достаточно», «мало», «нет совсем». По мнению 21,2% респондентов, в регионе в полной мере представлен рынок розничной торговли, аналогичная ситуация наблюдалась в 2017 году (20,2%). Также широкое распространение, по мнению опрошенных, имеют предприятия рынка лекарственных препаратов и рынка услуг общественного питания: 10,1% и 7,0% потребителей охарактеризовали наличие данных сфер как избыточное соответственно (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Распределение ответов на вопрос «Какое количество организаций предоставляют товары и услуги на следующих рынках вашего города (поселка, села)?»²⁰.

Наименование рынка	Избыточно	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг дошкольного образования	2,5%	65,9%	27,7%	3,9%
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	1,3%	39,9%	44,1%	14,6%
Рынок услуг дополнительного образования детей	2,2%	54,2%	39,0%	4,6%
Рынок медицинских услуг	3,2%	50,4%	42,4%	4,0%
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	1,5%	31,8%	43,2%	23,4%
Рынок услуг в сфере культуры	1,9%	49,3%	44,1%	4,7%
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	2,6%	53,6%	36,1%	7,6%
Рынок розничной торговли	21,2%	62,8%	14,1%	1,8%
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	3,7%	57,1%	34,4%	4,8%
Рынок услуг связи	5,3%	71,6%	20,4%	2,8%
Рынок услуг социального обслуживания населения	1,5%	60,2%	34,3%	3,9%
Рынок животноводства	1,6%	47,7%	36,0%	14,7%
Рынок жилищного строительства	3,7%	45,7%	31,4%	19,2%
Рынок промышленности	1,5%	37,2%	38,5%	22,8%
Рынок продукции переработки зерновых и зернобобовых культур	1,5%	45,8%	33,8%	19,0%
Рынок лекарственных препаратов	10,1%	60,3%	22,2%	7,5%
Рынок услуг в сфере физической культуры и спорта	1,8%	50,0%	38,6%	9,5%
Рынок высокотехнологичной и инновационной продукции	1,6%	29,6%	32,2%	36,6%

²⁰ Цветом выделены ТОП-3 ответов.

Наименование рынка	Избыточно	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок свежих овощей и фруктов	6,9%	68,9%	20,7%	3,6%
Рынок услуг общественного питания	7,0%	59,1%	25,6%	8,3%

По данным таблицы 2.1 выявлено, что 8 из 20 рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые. Это рынки:

- услуг связи (71,6%);
- свежих овощей и фруктов (68,9%);
- услуг дошкольного образования (65,9%);
- розничной торговли (62,8%);
- лекарственных препаратов (60,3%);
- услуг социального обслуживания (60,2%);
- услуг общественного питания (59,1%);
- услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (57,1%).

При этом, из вышеперечисленных, лишь рынок розничной торговли, рынок лекарственных препаратов и рынок услуг общественного питания потребители больше других оценили, как избыточно развитые.

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

- высокотехнологичной и инновационной продукции (32,2% и 36,6% соответственно);
- услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (43,2% и 23,4% соответственно);
- промышленности (38,5% и 22,8% соответственно);
- животноводства (36,0% и 14,7% соответственно);
- продукции переработки зерновых и зернобобовых культур (33,8% и 19,0% соответственно);
- услуг детского отдыха и оздоровления (44,1% и 14,6% соответственно);
- услуг в сфере культуры (44,1% и 4,7% соответственно).

Результаты оценки ответов потребителей об изменении количества субъектов, предоставляющих товары и услуги на рынках региона, в течение последних 3 лет представлены в таблице 2.2.

Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли (47,2%), а также на рынке лекарственных препаратов (35,1%).

Более всего ощущалось снижение конкуренции, по мнению 13,1% респондентов, на рынке промышленности, 12,3% – на рынке медицинских услуг, по мнению 12,1% опрошенных – на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

Таблица 2.2 – Распределение ответов на вопрос «Как, по вашему мнению, изменилось количество субъектов, предоставляющих товары и услуги на следующих рынках в вашем городе (поселке, селе), в течение последних 3 лет?», % по каждому рынку.

Наименование рынка	Количество субъектов на рынке (объем рынка)			
	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	5,1%	47,8%	28,5%	18,6%
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	7,2%	52,9%	16,2%	23,7%
Рынок услуг дополнительного образования детей	6,0%	48,1%	27,0%	18,8%
Рынок медицинских услуг	12,3%	46,0%	29,9%	11,8%
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	5,5%	43,2%	11,0%	40,2%
Рынок услуг в сфере культуры	8,0%	59,1%	17,7%	15,2%
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	10,2%	55,1%	14,7%	20,0%
Рынок розничной торговли	5,2%	36,7%	47,2%	10,8%
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	12,1%	51,0%	22,4%	14,5%
Рынок услуг связи	4,9%	56,2%	23,4%	15,5%
Рынок услуг социального обслуживания населения	5,3%	54,3%	15,6%	24,8%
Рынок животноводства	9,8%	43,2%	15,8%	31,2%
Рынок жилищного строительства	10,0%	40,8%	19,8%	29,3%
Рынок промышленности	13,1%	40,5%	12,9%	33,5%
Рынок продукции переработки зерновых и зернобобовых культур	7,1%	43,3%	14,1%	35,5%
Рынок лекарственных препаратов	6,2%	43,6%	35,1%	15,1%
Рынок услуг в сфере физической культуры и спорта	6,8%	49,6%	23,3%	20,3%
Рынок высокотехнологичной и инновационной продукции	5,3%	35,5%	13,4%	45,8%
Рынок свежих овощей и фруктов	5,6%	48,0%	34,6%	11,7%
Рынок услуг общественного питания	7,1%	45,8%	30,1%	17,0%

Кроме того, отсутствием изменений в числе конкурентов среди изучаемых рынков выделяются рынки: услуг в сфере культуры (59,1% респондентов), услуг связи (56,2%), жилищно-коммунальных услуг (55,1%), услуг социального обслуживания населения (54,3%), услуг детского отдыха и оздоровления (52,9%), услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (51,0%). Аналогичная ситуация наблюдалась в ходе прошлогоднего опроса.

Следует отметить, что потребители наиболее часто затруднялись охарактеризовать тенденцию изменения количества субъектов, представляющих товары и услуги на следующих рынках: рынке высокотехнологичной и инновационной продукции (45,8%), рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (40,2%) и рынке продукции переработки зерновых и зернобобовых культур (35,5%). Это говорит о низком уровне информированности потребителей о предоставляемых товарах и услугах на данных рынках, что может быть следствием различного рода явлений, от неразвитости рынков до узкой их специализированности.

Обобщение ответов по данному вопросу отражено на рисунке 2.68.

В ходе анализа различных рынков было проведено их ранжирование в разрезе характеристик представленной на них продукции по укрупненным группам. За базу были взяты две группы ответов – «В большей мере удовлетворен» и «В большей мере не удовлетворен», которые выражали степень удовлетворенности респондентов по различным критериям, без учета ответов «затрудняюсь ответить» (таблица 2.3).

Впоследствии доли рынков были проранжированы по данным критериям отдельно. По каждому из трех критериев (качество, уровень цен, возможность выбора) были выбраны пятерки лидеров и аутсайдеров. В пятерку лидеров были отнесены рынки с наибольшей долей ответов респондентов, носящих положительный характер, а в пятерку аутсайдеров – отрицательный характер соответственно.

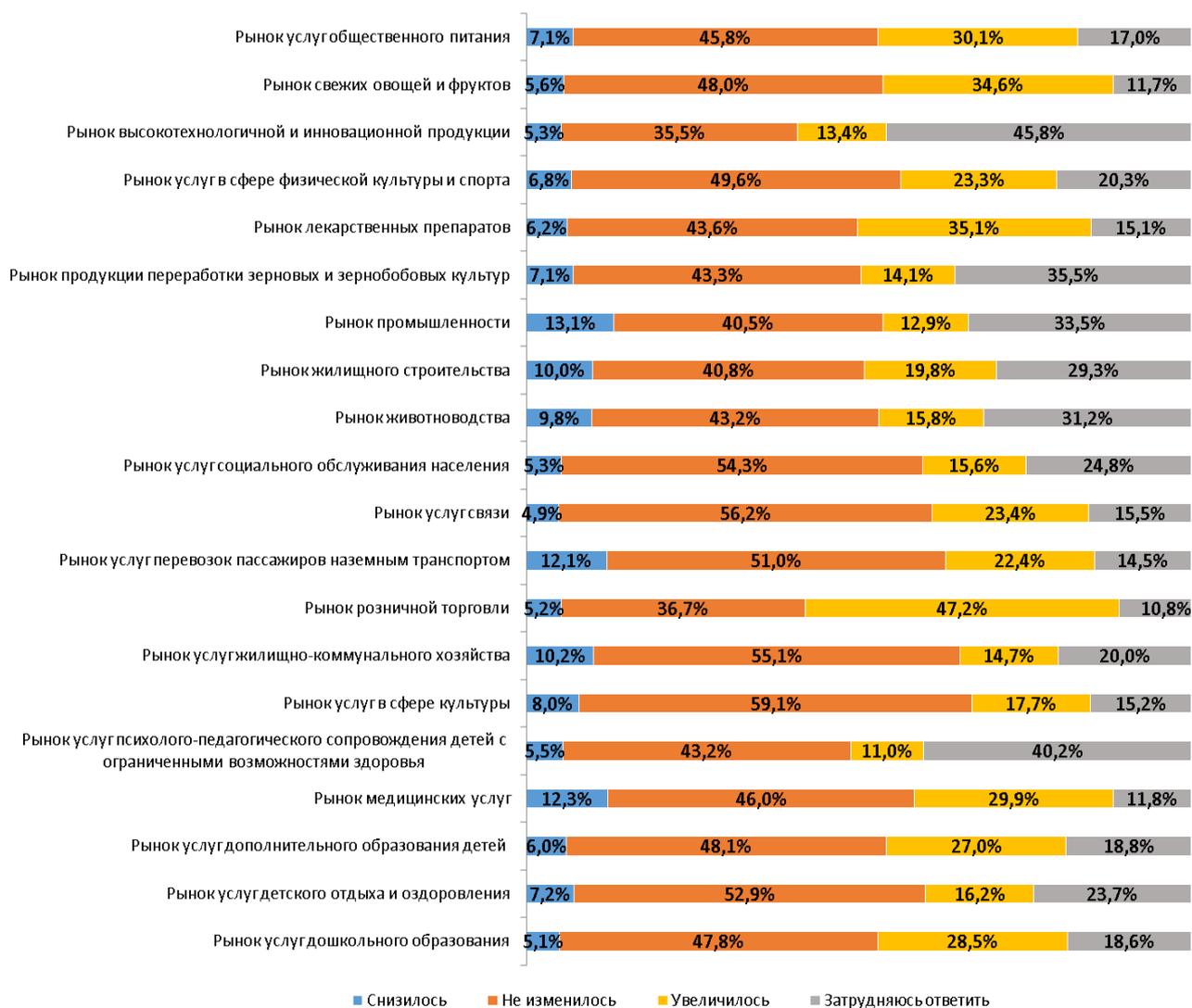


Рисунок 2.68 – Оценка населением изменения объема рынков за последние 3 года, % к опрошенным по каждому рынку

В результате анализа, больше всего участники опроса, по критериям «качество», «уровень цен» и «возможность выбора», были недовольны четырьмя различными рынками, а именно: рынком медицинских услуг, рынком услуг жилищно-коммунального хозяйства, рынком услуг перевозок пассажиров наземным транспортом и рынком жилищного строительства (таблица 2.3)²¹.

Как и годом ранее, лидирует по количеству негативных отзывов по всем характеристикам рынок медицинских услуг. Практически каждый второй указывает на недостаточное количество организаций, предоставляющих медицинское обслуживание. Больше половины опрошенных отметили неудовлетворенность уровнем цен на данном рынке. Также в среднем практически каждый второй опрошенный был не удовлетворен качеством и возможностью выбора медицинских услуг одновременно.

Таблица 2.3 – Ранжирование рынков-лидеров и -аутсайдеров по критериям, характеризующим продукцию (товары, работы, услуги) на рынках региона.

²¹ Без учета ответов «затрудняюсь ответить».

Место (от max% к min%)	Качество	Уровень цен	Возможность выбора
Лидеры			
1	19 Рынок свежих овощей и фруктов	19 Рынок свежих овощей и фруктов	19 Рынок свежих овощей и фруктов
2	8 Рынок розничной торговли	10 Рынок услуг связи	8 Рынок розничной торговли
3	10 Рынок услуг связи	8 Рынок розничной торговли	10 Рынок услуг связи
4	6 Рынок услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.)	6 Рынок услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.)	16 Рынок лекарственных препаратов
5	20 Рынок услуг общественного питания	20 Рынок услуг общественного питания	20 Рынок услуг общественного питания
Аутсайдеры			
1	4 Рынок медицинских услуг	4 Рынок медицинских услуг	4 Рынок медицинских услуг
2	7 Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	7 Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	7 Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства
3	9 Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	16 Рынок лекарственных препаратов	2 Рынок услуг детского отдыха и оздоровления
4	13 Рынок жилищного строительства	13 Рынок жилищного строительства	9 Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом
5	2 Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	9 Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	13 Рынок жилищного строительства

На втором месте среди аутсайдеров по всем показателям находится рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства. Хотя больше половины респондентов считают, что организаций, представленных на рынке, достаточно, при этом ровно половина участников опроса оказалась недовольна качеством предоставляемых на данном рынке услуг. Также больше половины опрошенных (52%) не удовлетворены ценовой политикой, а 46% – возможностью выбора услуг.

В свою очередь больше всего респонденты негативно оценили такую характеристику, как уровень цен, в том числе на таких рынках, как рынок лекарственных препаратов, а также рынки жилищного строительства и услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

Недовольство качеством предоставляемых услуг в большей мере респонденты также выразили на рынках услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, жилищного строительства и услуг детского отдыха и оздоровления.

Удовлетворенных по всем показателям респондентов было больше, чем неудовлетворенных. Рынком, который удовлетворил потребителей по всем трем показателям больше всего, оказался рынок свежих овощей и фруктов. Данный

рынок в этом году был обследован впервые. По показателям качества и возможности выбора в большей мере были удовлетворены три четверти опрошенных, а по показателю уровня цен – около трети респондентов.

Также в пятерку лидеров по уровню цен на предоставляемую продукцию входят рынки услуг связи, розничной торговли, услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.) и услуг общественного питания.

Качество предоставляемых услуг положительно оценили на рынке розничной торговли, рынке услуг связи, рынке услуг в сфере культуры (театры, музеи, библиотеки, дома культуры и пр.) и рынке услуг общественного питания.

Положительно участники опроса оценили возможность выбора товаров и услуг на рынках услуг жилищно-коммунального хозяйства, услуг детского отдыха и оздоровления, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом и жилищного строительства.

При этом в целом по результатам опроса населения можно отметить, что потребители товаров и услуг удовлетворены ситуацией с качеством, ценой либо возможностью выбора на большинстве региональных социально значимых и приоритетных рынков.

В процессе опроса респондентам было предложено определить основные товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Ростовской области выше по сравнению с другими регионами. Большинство респондентов был отмечен высокий уровень цен в Ростовской области на бензин автомобильный (13,9%), жилищно-коммунальные услуги (12,6%). Особенно часто недовольство высокими ценами на коммунальные услуги высказывали респонденты из городов Донецка и Шахты, а также Родионово-Несветайского и Веселовского районов. Из продовольственных товаров респонденты особо отметили мясо и мясные товары (12,1%), рыбу и рыбные товары (6,3%) и молочную продукцию (4,7%). Помимо этого, участники исследования посчитали, что в Ростовской области сложился более высокий уровень цен на медикаменты, одежду и белье, обувь (рисунок 2.69).



Рисунок 2.69 – Структура товаров и услуг, на которые цены в Ростовской области выше по сравнению с другими регионами

Из общего количества респондентов, отметивших в Ростовской области более высокие, чем в других регионах, цены на услуги, 2,8% потребителей выделили медицинские, санаторно-оздоровительные и ветеринарные услуги, а 2,3% респондентов указали на высокую стоимость услуг банков. Из непродовольственных товаров потребители выделили электротовары и другие бытовые приборы, а также строительные материалы, как более дорогие по сравнению с другими регионами. Менее чем на другие товары завышенные цены в регионе отмечены на макаронные изделия и соль поваренную пищевую.

**Мнение потребителей о качестве официальной информации
о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской
области и деятельности по содействию развитию конкуренции,
размещаемой в открытом доступе**

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

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, осуществлялось (как и в случае субъектов предпринимательской деятельности) по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и удобству получения информации. По каждому из этих параметров респонденты также высказывали степень своей удовлетворенности (рисунок 2.70).

В результате, как и годом ранее, доля опрошенных, в большей мере удовлетворенных уровнем понятности, доступности и удобством получения официальной информации, существенно превысило долю неудовлетворенных респондентов по данным критериям. Тем не менее, в таких муниципальных образованиях региона, как города Шахты, Батайск, а также Зимовниковский и Красносулинский районы, в среднем каждый третий потребитель оказался в целом неудовлетворен качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды.



Рисунок 2.70 – Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, в % от числа опрошенных

Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий

Потребителям товаров, работ и услуг Ростовской области было предложено оценить качество услуг субъектов естественных монополий (рисунок 2.71).

По результатам оценки большая часть опрошенных выразила удовлетворенность в большей степени услугами практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоочистке. В 2017 году опрошенные также были не удовлетворены услугами субъектов именно этой естественной монополии. Также менее половины участников опроса выразили удовлетворенность услугами теплоснабжения и услугами по водоснабжению, водоотведению. При этом наибольшую удовлетворенность, как и годом ранее, респонденты выразили по услугам газоснабжения (71,7%) и электроснабжения (71,3%).

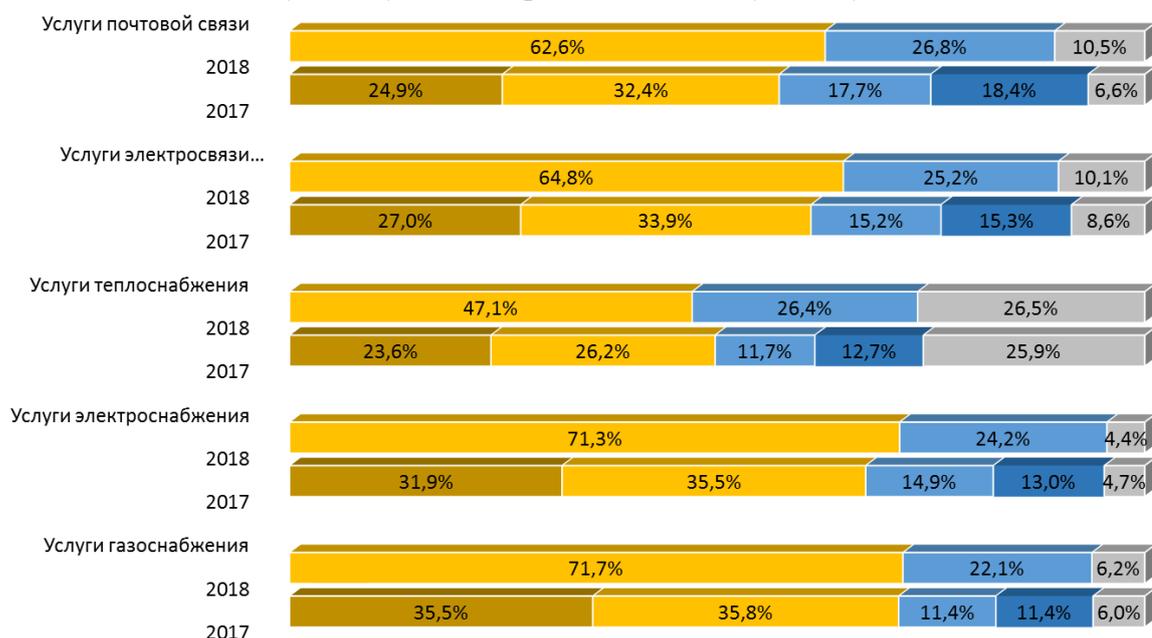


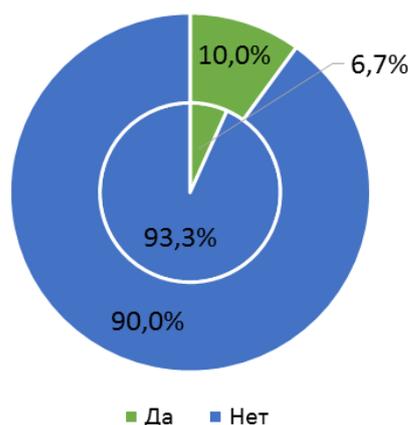


Рисунок 2.71 – Оценка качества услуг субъектов естественных монополий, в % от числа опрошенных

Важно отметить, что неудовлетворенных в большей степени услугами по водоочистке оказалось более половины из числа опрошенных (54,9%), что больше, чем в предыдущем году. Это преимущественно респонденты из городов Таганрога, Новошахтинска, Шахт, Ростова-на-Дону, Новочеркаска, Азова и Целинского, Красносулинского, Аксайского, Чертковского, Веселовского районов.

В части предоставляемых услуг по водоснабжению и водоотведению мнения респондентов разделились практически поровну. Так, в большей мере удовлетворительно оценили качество данных услуг 45,3% потребителей, а 47,8% высказали противоположное мнение. Годом ранее доля респондентов, высказавших удовлетворительную оценку была выше, чем доля неудовлетворенных услугами по водоснабжению и водоотведению. Потребители услуг естественных монополий, имеющие негативное мнение, представляли города Новошахтинск, Таганрог, Шахты, а также муниципальные районы Красносулинский, Куйбышевский, Целинский и Зерноградский.

Потребители Ростовской области редко обращались за защитой своих прав (рисунки 2.72, 2.73).



2018 год – внешний круг; 2017 год – внутренний круг

Рисунок 2.73 – Распределение мнения потребителей товаров, работ и услуг относительно ответа на вопрос «Обращались ли вы за защитой своих прав как потребитель по характеристикам товаров и услуг?», % к опрошенным

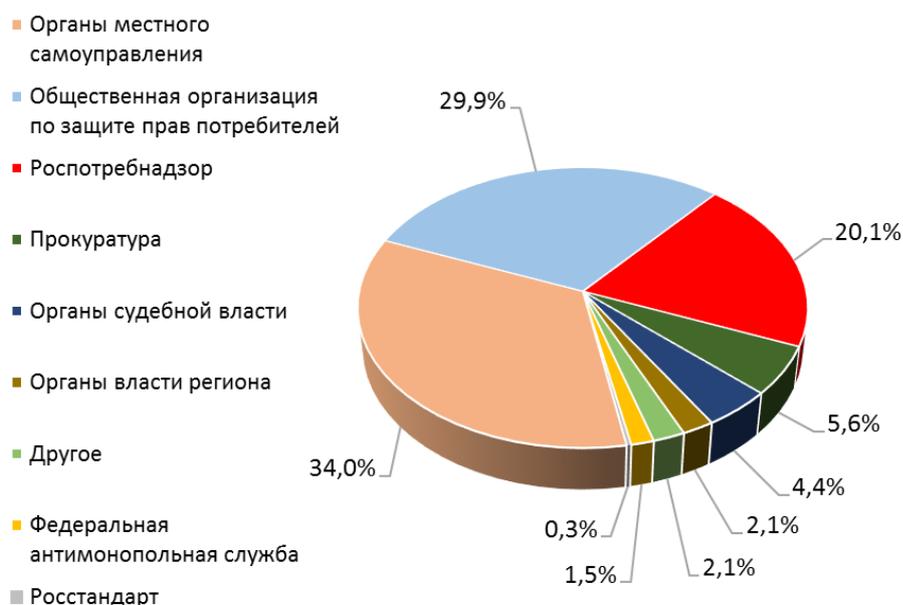


Рисунок 2.73 – Распределение мнения потребителей товаров, работ и услуг относительно обращений в надзорные органы за защитой своих прав, % к опрошенным

Лишь 10,0% опрошенных ответили положительно и указали орган, реализующий функции по защите прав потребителей, в который направлялись жалобы. В результате наибольшее количество обращений поступило в органы местного самоуправления (34,0%) и общественную организацию по защите прав потребителей (29,9%). Реже всего потребители обращались в Федеральную антимонопольную службу (1,5%) и Росстандарт (0,3%).

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

В качестве основных направлений развития конкурентной среды в регионе большинством участников опроса было предложено установить контроль над ростом цен (28,6%) и обеспечить качество производимой и продаваемой продукции (13,3%) (рисунок 2.74). В 2017 году эти же направления оказались наиболее распространенными среди потребителей. Важно отметить, что представителями субъектов предпринимательской деятельности данные методы также были выбраны в качестве основных.

Такие направления развития конкуренции в регионе, как повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок; сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий; а также ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции, отметили всего лишь 1,9%, 1,4% и 1,0% опрошенных соответственно.



Рисунок 2.74 – Распределение мнения потребителей относительно направлений развития конкуренции в Ростовской области, % к опрошенным

Выводы

В ходе опроса также было изучено мнение потребителей продукции (товаров, работ и услуг) Ростовской области. Каждым вторым участником опроса была работающая женщина в возрасте от 21 до 50 лет, с высшим образованием и уровнем среднемесячного дохода до 15 000 руб.

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

В целом респонденты полагают, что 8 из 20 анализируемых рынков признаются подавляющим большинством опрошенных (не менее половины) как достаточно развитые в части количества организаций, представляющих продукцию (товары, работы, услуги) на рынках. Это рынки: услуг связи; рынок свежих овощей и фруктов; услуг дошкольного образования; розничной торговли; лекарственных препаратов; услуг социального обслуживания населения; услуг общественного питания; услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

Согласно данным опроса потребителей, превосходящий рост числа субъектов, предоставляющих товары и услуги, за последние 3 года зафиксирован на рынке розничной торговли и рынке лекарственных препаратов. Более всего ощущалось снижение конкуренции на рынке промышленности, рынке медицинских услуг и рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

По степени удовлетворенности потребителей характеристиками продукции (товаров, работ, услуг) на рынках недовольство населения сосредоточено по критериям «качество», «уровень цен» и «возможность выбора» вокруг четырех рынков, а именно: рынка медицинских услуг, рынка жилищно-коммунального хозяйства, рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом и рынка жилищного строительства.

Лидером по количеству негативных отзывов по всем анализируемым характеристикам стал рынок медицинских услуг. Так, каждый второй указывает на недостаточное количество организаций, предоставляющих медицинское обслуживание. Более половины респондентов отметили неудовлетворенность уровнем цен на данном рынке. Практически каждый второй опрошенный был в большей мере не удовлетворен качеством и возможностью выбора медицинских услуг одновременно.

На рынках услуг удовлетворенных респондентов уровнем цен было несколько больше, чем неудовлетворенных. Это рынки свежих овощей и фруктов, услуг связи и розничной торговли.

По качеству предоставляемых услуг позитивные ответы преобладали над негативными также на рынке свежих овощей и фруктов, рынке розничной торговли и рынке услуг связи.

В пользу положительных распределились ответы респондентов об удовлетворенности возможностью выбора товаров и услуг на тех же самых рынках.

В процесс опроса респондентам было предложено назвать основные товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Ростовской области выше по сравнению с

другими регионами. Большинство респондентов было отмечено высокий уровень цен в Ростовской области на автомобильный бензин (13,9%), жилищно-коммунальные услуги (12,6%), мясо и мясные товары (12,1%).

В результате оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ростовской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе доля опрошенных, в большей мере удовлетворенных уровнем понятности, доступности и удобством получения официальной информации, существенно превысила долю неудовлетворенных респондентов по данным критериям.

По итогам оценки респондентами качества услуг субъектов естественных монополий большая часть респондентов оказалась в большей мере удовлетворена услугами практически всех естественных монополий, за исключением услуг по водоочистке. Важно отметить, что неудовлетворенных в разной степени услугами водоочистки оказалось более половины из числа опрошенных. При этом прослеживается наибольшая удовлетворенность услугами газоснабжения и электроснабжения.

Потребители Ростовской области редко обращались за защитой своих прав по характеристикам товаров и услуг. Лишь 10,0% опрошенных ответили положительно.

В качестве основных направлений развития конкурентной среды в регионе большинством участников опроса было предложено установить контроль над ростом цен (28,6%) и обеспечить качество производимой и продаваемой продукции (13,3%). Важно отметить, что представителями субъектов предпринимательской деятельности данные методы также были выбраны в качестве основных.