

## **Отчет о результатах мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках Черемховского районного муниципального образования**

В соответствии с приказом Министерства экономического развития России от 11.03.2020 года № 130 «Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации» (далее – Приказ № 130), соглашением о внедрении в Иркутской области стандарта развития конкуренции № 05-72-92/18 от 14.12.2018 (дополнительное соглашение № 05-53-60/20 от 16.07.2020) отделом экономического прогнозирования и планирования администрации Черемховского районного муниципального образования был организован и проведен мониторинг состояния и развития конкуренции на товарных рынках района.

### **Этапы мониторинга:**

1. сбор информации;
2. обработка и систематизация полученной информации;
3. анализ данных;
4. составление аналитического отчета.

**Сроки проведения анкетирования:** с 01.08.2022 по 01.09.2022

Информация для проведения анализа была собрана методом анкетирования субъектов малого и среднего предпринимательства. Способ анкетирования: заполнение анкетных форм при непосредственном взаимодействии с респондентами.

Для проведения мониторинга была использована форма анкеты, предлагаемая Приказом № 130.

Анализ первичной информации (раздел I) предполагал выявление основных параметров, характеризующих бизнес опрашиваемых респондентов.

Участие в анкетировании приняли 26 субъектов предпринимательской деятельности, в том числе 25 ИП, 1 ЮЛ.

На вопрос про срок осуществления деятельности 42,3 % респондентов ответили, что осуществляют деятельность более 5 лет, 46,2 % – от 1 года до 5 лет, 11,5 % – менее 1 года.

Численность сотрудников во всех опрашиваемых организациях составляет до 15 человек.

На вопросы анкеты в 100 % случаев отвечали собственники бизнеса.

Величина годового оборота бизнеса во всех случаях ориентировочно ограничена 10 млн рублей.

Респонденты представляют сферу розничной торговли, сферу персональных услуг (парикмахерские, маникюр), коммунальных услуг, деятельность по благоустройству территории, сферу сельского хозяйства.

Основной продукцией являются товары, произведенные другими компаниями, в основном – продовольственные товары и товары для бытовых нужд, услуги в соответствии со сферой деятельности, а также сельскохозяйственная продукция растениеводства.

Для всех объектов основным является локальный географический рынок.

Анализ текущей ситуации (раздел II) позволил систематизировать информацию об оценке состояния конкуренции и конкурентной среды.

В качестве характеристики условий ведения бизнеса ответы респондентов распределились в следующем соотношении:

30,8 % – для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год и чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности (умеренная конкуренция);

15,4 % – высокая конкуренция, что предполагает не только регулярные меры по повышению конкурентоспособности (раз в год и чаще), но и применение новых способов, не используемых компанией ранее;

11,5 % – достаточно периодически (раз в 2-3 года) реализовывать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (слабая конкуренция);

11,5 % – отсутствует необходимость реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (нет конкуренции);

7,7 % – очень высокий уровень конкуренции, для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, не используемые компанией ранее;

23,1 % – затруднились с ответом.

О примененных за последние 3 года мерах ответы респондентов распределились в следующем соотношении:

38 % – не предпринимали никаких действий;

19,2 % – приобретение технического оборудования;

13,5 % – развитие и расширение системы представительств;

12,8 % – обучение и переподготовка персонала;

7,7 % – разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента;

5 % – применение различных элементов маркетинговых стратегий, в том числе новые способы продвижения продукции;

3,8 % – не указали на применяемые меры.

В представляемом бизнесе количество конкурентов оценено респондентами в следующем соотношении:

53,8 % – от 1 до 3;

15,4 % – от 4 до 8;

15,4 % – затруднились с ответом;

7,7 % – отсутствие конкурентов;

7,7 % – большое количество конкурентов.

Оценка изменения числа конкурентов за последние 3 года представлена в следующем соотношении:

30,8 % – число конкурентов увеличилось на 1-3;

27 % – число конкурентов не изменилось;

19,2 % – число конкурентов сократилось на 1-3;

19,2 % – затруднились с ответом;

3,8 % отметили увеличение более чем на 4 конкурента.

Оценка уровней доступности, понятности и удобства получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Иркутской области и Черемховского района представлена в следующем соотношении:

42,3 % – скорее удовлетворительно;

30,8 % – удовлетворительно;

26,9 % – затруднились с ответом.

Большинство респондентов (67,2 %) доверяют информации печатных средств массовой информации, телевидению, радио и электронным ресурсам 32,8 % – официальной информации, размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», интернет-портале об инвестиционной деятельности, на официальных сайтах органов государственной власти и местного самоуправления.

Оценка числа поставщиков основных закупаемых товаров и состояние конкуренции между поставщиками распределены в следующем соотношении:

36,5 % – 4 и более поставщика/скорее удовлетворительно;

23,1 % – затруднились с ответом;

21,2 % – 2-3 поставщика/скорее неудовлетворительно;

15,4 % – большое число поставщиков/удовлетворительно;

3,8 % – единственный поставщик/неудовлетворительно.

Большинство субъектов предпринимательской деятельности закупают продовольственные товары, товары бытового назначения, расходные материалы для оказания услуг.

Анализ оценки барьеров ведения предпринимательской деятельности (раздел III) позволил выявить ограничения, способные оказать препятствие

ведению деятельности. Все опрошенные в качестве основного ограничения выделяют высокие налоги и нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.

Деятельностью органов власти удовлетворены 52 % респондентов, 48 % – скорее удовлетворены.

Характеристики услуг естественных монополий оценены по водоснабжению, водоотведению, водоочистке, электроснабжению, теплоснабжению, телефонной связи преимущественно как удовлетворительные или скорее удовлетворительные. Все респонденты отмечают увеличение уровня цен на услуги естественных монополий за последние 5 лет. При взаимодействии с субъектами естественных монополий 96,2 % не сталкивались с проблемами, 3,8 % сталкивались с проблемой замены приборов учета.

Таким образом, большинство респондентов конкуренцию в сфере розничной торговли оценивают как высокую либо умеренную. Следует отметить, что ответы об отсутствии конкуренции и слабой конкуренции предоставлены респондентами сфер персональных услуг, коммунальных услуг, сельского хозяйства. Отсутствие конкуренции в сфере торговли характерно только для отдаленных территорий. Для уровня поселений района, особенно малонаселенных, наличие 1-3 конкурентов является основанием для высокого уровня конкурирования. Большинство респондентов предпринимаются необходимые меры развития для поддержания конкурентоспособности своих предприятий, что так же является подтверждением наличия конкуренции. Число поставщиков основных закупаемых товаров в большинстве случаев оценено как достаточное, а состояние конкуренции между ними как удовлетворительное. Необходимым представляется продолжение работы по информированию субъектов предпринимательской деятельности о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Иркутской области и Черемховского района.

Начальник отдела экономического  
прогнозирования и планирования



Е.А. Цицинкова