

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

по результатам мониторинга состояния и развития конкурентной среды на товарных рынках города Смоленска за 2020 год

Управлением инвестиций Администрации города Смоленска с 14 сентября по 10 октября 2020 года проводился мониторинг состояния развития конкурентной среды на товарных рынках города Смоленска.

Мониторинг включал в себя:

- мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках города Смоленска и состоянием ценовой конкуренции;
- мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг;
- мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности.

В целях мониторинга проводились опросы:

- потребителей товаров и услуг на рынках города Смоленска (анкета «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на товарных рынках города Смоленска»);
- потребителей финансовых услуг (анкета «Доступность финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг, осуществляемой на территории города Смоленска»);
- предпринимателей о состоянии и развитии конкурентной среды в городе Смоленске (анкета «Оценка состояния и развития конкуренции на товарных рынках города Смоленска»).

Анкеты распространялись через общественные организации, представляющие интересы бизнес-сообщества, потребителей товаров и услуг, направлялись непосредственно субъектам предпринимательской деятельности, также анкеты были размещены на официальном сайте Администрации города Смоленска в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (вкладка «Новости» подраздела «Стандарт развития конкуренции» раздела «Инвестору»).

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на товарных рынках города Смоленска за 2020 год поступило 629 анкет (в 2019 году – 824 анкеты), в том числе от предпринимателей поступило 42 анкеты (2019 год – 48), от населения – 587 анкет (2019 год – 776).

Рассылка анкет и обработка результатов проведена управлением инвестиций Администрации города Смоленска без привлечения сторонних организаций. Результаты мониторинга являются основанием для планирования мероприятий по содействию развитию конкуренции в рамках реализации плана мероприятий по содействию развитию конкуренции в городе Смоленске на последующие годы.

Все результаты мониторинга приводятся в процентах от общего числа респондентов.

Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках города Смоленска и состоянием ценовой конкуренции

1 РАЗДЕЛ. СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

КАКОЙ ВАШ СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС?

| | |
|-------------------------------------|------|
| Работаю | 94,5 |
| Без работы | 0,2 |
| Учусь/студент | 0,5 |
| Домохозяйка (домохозяин) | 0,2 |
| Пенсионер | 1,1 |
| Иное (<i>пожалуйста, укажите</i>) | 3,5 |

На вопрос «Какой Ваш социальный статус?» ответы распределились следующим образом:

- работаю – 94,5 % от общего числа респондентов;
- пенсионер – 1,1 % от общего числа респондентов;
- учусь/студент – 0,5 % от общего числа респондентов;
- без работы – 0,2 % от общего числа респондентов;
- домохозяйка (домохозяин) – 0,2 % от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие работающие лица.

ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ?

| | |
|-----------------|------|
| Нет детей | 23,4 |
| 1 ребенок | 42,8 |
| 2 ребенка | 27,5 |
| 3 и более детей | 6,3 |

Информация о наличии детей у респондентов сложилась следующая:

- нет детей – 23,4 % от общего числа респондентов;
- 1 ребенок – 42,8 % от общего числа респондентов;
- 2 ребенка – 27,5 % от общего числа респондентов;
- 3 и более детей – 6,3 % от общего числа респондентов.

То есть в опросе преимущественно приняли участия лица, имеющие детей.

КАКОЙ ПРИМЕРНО СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЙ ДОХОД В РАСЧЕТЕ НА ОДНОГО ЧЛЕНА ВАШЕЙ СЕМЬИ?

| | |
|-------------------------|------|
| До 7 тыс. рублей | 19,4 |
| От 7 до 15 тыс. рублей | 49,5 |
| От 15 до 20 тыс. рублей | 23,7 |
| Свыше 20 тыс. рублей | 7,4 |

На вопрос «Какой примерно среднемесячный доход в расчете на одного члена Вашей семьи?» были получены следующие ответы:

- до 7 тыс. рублей – 19,4 % от общего числа респондентов;
- от 7 до 15 тыс. рублей – 49,5 % от общего числа респондентов;
- от 15 до 20 тыс. рублей – 23,7 % от общего числа респондентов;
- свыше 20 тыс. рублей – 7,4 % от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи от 7 до 15 тыс. рублей (49,5 % от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что, как и в 2019 году, преимущественно в опросе приняли участие работающие респонденты (экономически активное население), имеющие 1-2 детей, со средним месячным доходом на одного члена семьи от 7 до 15 тыс. рублей.

2 РАЗДЕЛ. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КАЧЕСТВОМ И ЦЕНАМИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

КАКОЕ КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ СЛЕДУЮЩИЕ УСЛУГИ НА РЫНКАХ ГОРОДА СМОЛЕНСКА?

| Наименование рынков | Много | Достаточно | Мало | Нет совсем |
|---|--------------|-------------------|-------------|-------------------|
| Рынок услуг дошкольного образования | 5,6 | 58,5 | 35,4 | 0,5 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 5,2 | 45,4 | 46,4 | 3,0 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 3,5 | 25,8 | 68,7 | 2,0 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 1,9 | 24,8 | 66,1 | 7,2 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 1,9 | 56,6 | 37,1 | 4,4 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 2,1 | 29,6 | 64,0 | 4,3 |
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме | 1,9 | 19,7 | 68,6 | 9,8 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 6,2 | 56,7 | 34,8 | 2,3 |
| Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 8,9 | 75,2 | 13,1 | 2,8 |
| Рынок жилищного строительства | 4,5 | 66,1 | 25,9 | 3,5 |
| Сфера наружной рекламы | 24,3 | 59,9 | 14,1 | 1,7 |
| Рынок ритуальных услуг | 20,8 | 66,1 | 12,1 | 1,0 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 3,9 | 45,3 | 42,5 | 8,3 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 10,6 | 67,8 | 18,9 | 2,7 |

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что количество организаций в городе Смоленске, представленных на рынках услуг соответствует потребности населения, за исключением рынков услуг детского отдыха и оздоровления, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, выполнения работ по благоустройству городской среды, по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, на которых более 60,0 % респондентов отметили недостаточное количество организаций. Аналогичная ситуация наблюдалась в 2019 году.

НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕНЫ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ ГОРОДА СМОЛЕНСКА ПО СЛЕДУЮЩИМ КРИТЕРИЯМ?

| Наименование рынков | Уровень цен | | | Качество | | | Возможность выбора | | |
|---|--------------|-----------------|----------------------|--------------|-----------------|----------------------|--------------------|-----------------|----------------------|
| | удовлетворен | не удовлетворен | затрудняюсь ответить | удовлетворен | не удовлетворен | затрудняюсь ответить | удовлетворен | не удовлетворен | затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | 32,8 | 41,2 | 26,0 | 46,5 | 26,3 | 27,2 | 36,9 | 30,1 | 33,0 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 36,5 | 35,7 | 27,8 | 41,9 | 25,8 | 32,3 | 40,7 | 24,7 | 34,6 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 23,9 | 45,0 | 31,1 | 24,1 | 44,1 | 31,8 | 24,8 | 41,0 | 34,2 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 20,2 | 36,3 | 43,5 | 16,1 | 31,8 | 52,1 | 18,9 | 29,4 | 51,7 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 27,9 | 39,2 | 32,9 | 31,1 | 32,9 | 36,0 | 24,7 | 29,1 | 46,2 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 19,3 | 47,2 | 33,5 | 17,8 | 52,1 | 30,1 | 16,7 | 45,6 | 37,7 |
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме | 18,9 | 51,6 | 29,5 | 19,1 | 52,7 | 28,2 | 18,3 | 49,4 | 32,3 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 41,3 | 39,8 | 18,9 | 36,6 | 41,8 | 21,6 | 41,4 | 31,5 | 27,1 |
| Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 54,1 | 24,5 | 21,4 | 53,4 | 24,2 | 22,4 | 55,9 | 14,7 | 29,4 |
| Рынок жилищного строительства | 22,6 | 32,1 | 45,3 | 20,9 | 30,0 | 49,1 | 25,0 | 22,1 | 52,9 |
| Сфера наружной рекламы | 28,1 | 23,8 | 48,1 | 28,9 | 25,7 | 45,4 | 29,1 | 21,5 | 49,4 |
| Рынок ритуальных услуг | 28,9 | 29,4 | 41,7 | 32,5 | 21,8 | 45,7 | 36,6 | 16,4 | 47,0 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 15,6 | 29,7 | 54,7 | 14,3 | 32,1 | 53,6 | 13,0 | 24,9 | 62,1 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 23,1 | 28,6 | 48,3 | 22,9 | 26,8 | 50,3 | 27,1 | 19,9 | 53,0 |

На рынке услуг дошкольного образования мнения респондентов по удовлетворенности уровнем цен разделилось в соотношении: 32,8 % респондентов удовлетворены уровнем цен, 41,2 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией, затруднились оценить степень удовлетворенности ценовой ситуацией на указанном рынке 26,0 % респондентов.

Удовлетворены качеством и возможностью выбора 46,5 % и 36,9 % респондентов соответственно.

На рынке услуг дополнительного образования удовлетворены качеством и возможностью выбора 41,9 % и 40,7 % респондентов соответственно, ценами удовлетворены – 36,5% респондентов. При этом в среднем 30,0 % респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления значительная часть респондентов не удовлетворена ценами – 45,0 %, качеством услуг – 44,1 %, возможностью выбора – 41,0 %. При этом в среднем 32,4 % респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

Оценить характеристики услуг **на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** не смогли почти 50 % от общего числа опрошенных. При этом в среднем 32,6 % опрошенных оценила основные характеристики услуг (цена, качество, возможность выбора) неудовлетворительно.

На рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии) не удовлетворены уровнем цен и качеством 39,2 % и 32,9 % респондентов, оценить возможность выбора затруднились 46,2 %.

На рынке выполнения работ по благоустройству городской среды значительная часть респондентов не удовлетворена ценами – 47,2 %, качеством услуг – 52,1 %, возможностью выбора – 45,6 %.

На рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме значительная часть потребителей не удовлетворена уровнем цен – 51,6 %, качеством услуг – 52,7 %, возможностью выбора – 49,4 %.

На рынке услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок удовлетворены качеством и возможностью выбора 41,3 % и 41,4 % респондентов соответственно, качеством услуг не удовлетворены 41,8%.

На рынке услуг связи большая часть потребителей удовлетворена ценами – 54,1 %, качеством оказываемых услуг – 53,4 %, возможностью выбора – 55,9 %.

Оценить удовлетворенность уровнем цен, качеством и возможностью выбора на **рынках жилищного строительства, ритуальных услуг, дорожной деятельности, оказания услуг по ремонту автотранспортных средств и сферы наружной рекламы** более 50 % респондентов затруднились.

НА КАКИЕ ТОВАРЫ И (ИЛИ) УСЛУГИ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ЦЕНЫ В ГОРОДЕ СМОЛЕНСКЕ ВЫШЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ ГОРОДАМИ?

| | |
|---|------|
| продовольственные товары | 26,2 |
| непродовольственные товары | 15,0 |
| услуги дошкольного образования | 9,1 |
| услуги детского отдыха и оздоровления | 7,8 |
| услуги дополнительного образования детей | 6,7 |
| медицинские услуги | 15,1 |
| услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 1,4 |
| услуги жилищно-коммунального хозяйства | 12,1 |
| услуги перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах | 2,3 |
| услуги связи | 0,5 |
| услуги социального обслуживания населения | 1,6 |
| услуги в сфере туризма | 1,4 |
| Иное | 0,8 |

Большая часть респондентов отметила, что в городе Смоленске цены выше на:

- продовольственные товары – 26,2 % от общего числа респондентов;
- медицинские услуги – 15,1 % от общего числа респондентов;
- непродовольственные товары – 15,0 % от общего числа респондентов;
- услуги жилищно-коммунального хозяйства – 12,1 % от общего числа респондентов.

В 2019 году большая часть респондентов также отмечала высокие цены на указанные товары: 26,6 %, 14,1 %, 16,7 % и 10,9 % соответственно.

3 РАЗДЕЛ. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛОСЬ КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ НА РЫНКАХ ГОРОДА СМОЛЕНСКА, В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?

| Наименование рынков | Снизилось | Увеличилось | Не изменилось | Затрудняюсь ответить |
|---|------------------|--------------------|----------------------|-----------------------------|
| Рынок услуг дошкольного образования | 5,3 | 47,1 | 26,6 | 21,0 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 6,2 | 41,0 | 25,4 | 27,4 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 17,8 | 19,6 | 34,1 | 28,5 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 8,8 | 14,9 | 28,3 | 48,0 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 6,6 | 13,8 | 47,2 | 32,4 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 12,1 | 22,9 | 26,8 | 38,2 |
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме | 12,9 | 15,4 | 34,7 | 37,0 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 14,0 | 32,3 | 28,1 | 25,6 |
| Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 7,8 | 43,7 | 28,3 | 20,2 |
| Рынок жилищного строительства | 6,7 | 23,1 | 27,3 | 42,9 |
| Сфера наружной рекламы | 6,6 | 31,3 | 19,4 | 42,7 |
| Рынок ритуальных услуг | 5,0 | 31,1 | 29,9 | 34,0 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 7,7 | 14,6 | 20,8 | 56,9 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 4,8 | 25,7 | 27,0 | 42,5 |

Оценить изменение количества организаций респонденты затруднились на 9 рынках (в 2019 году – на 11 рынках). На рынках услуг дошкольного образования (47,1 %), дополнительного образования детей (41,0 %), связи (43,7 %), перевозки пассажиров (32,3 %) респонденты считают, что количество организаций увеличилось.

УКАЖИТЕ, КАК ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛИСЬ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ ГОРОДА СМОЛЕНСКА В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ ПО СЛЕДУЮЩИМ КРИТЕРИЯМ:

| Наименование рынков | Уровень цен | | | | Качество | | | | Возможность выбора | | | |
|---|-------------|------------|---------------|----------------------|-----------|-----------|---------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------|----------------------|
| | снижение | увеличение | не изменилось | затрудняюсь ответить | ухудшение | улучшение | не изменилось | затрудняюсь ответить | ухудшение | улучшение | не изменилось | затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | 10,1 | 54,9 | 12,4 | 22,6 | 10,8 | 24,7 | 32,1 | 32,4 | 10,3 | 26,9 | 29,8 | 33,0 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 10,4 | 38,6 | 21,4 | 29,6 | 11,1 | 24,1 | 33,8 | 31,0 | 6,7 | 31,1 | 27,4 | 34,8 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 17,2 | 26,3 | 21,9 | 34,6 | 16,4 | 12,9 | 36,9 | 33,8 | 14,3 | 14,3 | 28,9 | 42,5 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 9,8 | 18,9 | 18,9 | 52,4 | 8,2 | 13,3 | 23,8 | 54,7 | 6,9 | 14,4 | 20,7 | 58,0 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 11,7 | 25,7 | 21,9 | 40,7 | 11,1 | 10,2 | 33,7 | 45,0 | 7,6 | 10,9 | 27,7 | 53,8 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 15,9 | 31,1 | 19,7 | 33,3 | 15,8 | 18,8 | 28,9 | 36,5 | 11,3 | 14,4 | 25,9 | 48,4 |
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме | 16,8 | 29,1 | 20,7 | 33,4 | 19,9 | 11,7 | 32,2 | 36,2 | 13,5 | 13,7 | 29,1 | 43,7 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 15,9 | 36,8 | 19,6 | 27,7 | 15,5 | 19,1 | 37,2 | 28,2 | 10,2 | 19,4 | 35,1 | 35,3 |
| Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно- | 8,2 | 45,2 | 19,3 | 27,3 | 8,4 | 25,2 | 36,1 | 30,3 | 4,9 | 28,9 | 25,5 | 40,7 |

| Наименование рынков | Уровень цен | | | | Качество | | | | Возможность выбора | | | |
|---|-------------|------------|---------------|----------------------|-----------|-----------|---------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------|----------------------|
| | снижение | увеличение | не изменилось | затрудняюсь ответить | ухудшение | улучшение | не изменилось | затрудняюсь ответить | ухудшение | улучшение | не изменилось | затрудняюсь ответить |
| телекоммуникационной сети «Интернет» | | | | | | | | | | | | |
| Рынок жилищного строительства | 8,0 | 25,1 | 21,3 | 45,6 | 9,4 | 13,2 | 25,9 | 51,5 | 6,9 | 15,5 | 23,8 | 53,8 |
| Сфера наружной рекламы | 10,3 | 26,2 | 12,4 | 51,1 | 11,1 | 18,5 | 28,8 | 41,6 | 7,8 | 22,6 | 17,4 | 52,2 |
| Рынок ритуальных услуг | 10,6 | 28,5 | 14,6 | 46,3 | 8,7 | 18,8 | 25,9 | 46,6 | 5,9 | 19,3 | 27,1 | 47,7 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 11,5 | 22,1 | 14,9 | 51,5 | 12,4 | 13,7 | 27,1 | 46,8 | 8,8 | 12,9 | 27,1 | 51,2 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 11,6 | 28,2 | 19,1 | 41,1 | 8,8 | 14,7 | 29,4 | 47,1 | 6,7 | 24,2 | 29,1 | 40,0 |

Респонденты, как и в 2019 году, затруднились оценить изменения основных характеристик (цена, качество, возможность выбора) практически на всех товарных рынках. Потребителями отмечено лишь увеличение цен на следующих рынках:

- рынок услуг дошкольного образования – 54,9 %;
- рынок услуг дополнительного образования детей – 38,6 %;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 36,8 %;
- рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – 45,2 %.

ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО ОФИЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКРЕТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ, РАЗМЕЩАЕМОЙ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ

| | Удовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить / ничего неизвестно о такой информации |
|---------------------|--------------------|----------------------|---|
| Уровень доступности | 66,2 | 13,3 | 20,5 |
| Уровень понятности | 63,3 | 14,5 | 22,2 |
| Удобство получения | 42,4 | 30,9 | 26,7 |

Более 57 % респондентов удовлетворены качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды, размещаемой в открытом доступе.

ОЦЕНИТЕ, НА ВАШ ВЗГЛЯД, ПОЛНОТУ И ДОСТУПНОСТЬ* ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ, РАЗМЕЩЕННОЙ УПОЛНОМОЧЕННЫМ ОРГАНОМ В СФЕРЕ СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ СМОЛЕНСКЕ**

| Доступность и полнота информации о: | Удовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить / ничего неизвестно о такой информации |
|--|-------------------|---------------------|---|
| нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта развития конкуренции в городе | 44,7 | 20,9 | 34,4 |
| перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в городе | 39,4 | 27,8 | 32,8 |
| доступности «дорожной карты» города Смоленска по содействию развитию конкуренции | 42,2 | 22,0 | 35,8 |
| проведенных мониторингах о состоянии и развитии конкурентной среды в городе и сформированном ежегодном отчете о состоянии и развитии конкуренции | 58,9 | 9,8 | 31,3 |

* Под доступностью понимается наличие ссылки на раздел, в котором содержится искомая информация, на главной странице официального сайта уполномоченного органа в сети «Интернет».

** Уполномоченный орган – управление инвестиций Администрации города Смоленска

Доступность и полноту информации, размещаемой уполномоченным органом, отмечают более 46 % респондентов.

УКАЖИТЕ, КАКИМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ ГОРОДА СМОЛЕНСКА И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ И ДОВЕРЯЕТЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО:

| Источники информации | Предпочитаю пользоваться | Доверяю больше всего |
|---|--------------------------|----------------------|
| Официальный сайт ФАС России в сети «Интернет» | 0,1 | 2,3 |
| Официальный сайт Администрации города Смоленска в сети «Интернет» | 24,3 | 15,7 |
| Телевидение | 56,2 | 43,8 |
| Печатные средства массовой информации | 11,5 | 18,9 |
| Радио | 4,6 | 7,7 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 3,2 | 11,4 |
| Другое (укажите, пожалуйста) | 0,1 | 0,2 |

Предпочитают пользоваться и доверяют телевидению как источнику информации о состоянии конкурентной среды на товарных рынках города 56,2 % и 43,8 % респондентов.

ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ ЗА ЗАЩИТОЙ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ?

| | |
|---|------|
| Да, не удалось отстоять свои права | 2,6 |
| Да, частично удалось отстоять свои права | 3,2 |
| Да, полностью удалось отстоять свои права | 1,9 |
| Да, вопрос завис на рассмотрении | 0,2 |
| Нет | 92,1 |

Более 90% респондентов не обращались в надзорные органы (в 2019 году – более 70 %).

ЕСЛИ ДА, ТО В КАКОЙ ОРГАН (выбрать один из представленных вариантов)

| | |
|--|------|
| Общественная организация по защите прав потребителей | 46,3 |
| Роспотребнадзор | 15,6 |
| Федеральная антимонопольная служба | 1,1 |
| Органы местного самоуправления | 8,7 |
| Органы власти региона | 1,4 |
| Прокуратура | 5,2 |
| Органы судебной власти | 16,3 |
| Другое (пожалуйста, укажите) | 5,4 |

Из числа обратившихся (7,9 %) большая часть обращений, как и в 2019 году, приходится на организацию по защите прав потребителей (46,3 %).

НА ЧТО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ДОЛЖНА БЫТЬ НАПРАВЛЕНА РАБОТА ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ СМОЛЕНСКЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ?

| | |
|---|------|
| Создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов на рынках города Смоленска | 14,2 |
| Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции | 13,2 |
| Обеспечение качества производимой и продаваемой продукции (товаров, работ, услуг) | 29,0 |
| Обеспечение добросовестной конкуренции | 7,6 |
| Помощь начинающим предпринимателям | 10,2 |
| Контроль работы естественных монополий (водоснабжение, электро- и теплоснабжение) | 12,7 |
| Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий | 3,2 |
| Создание условий для развития социального предпринимательства | 4,0 |
| Повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок | 4,1 |
| Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции | 1,6 |
| Другое | 0,2 |

Большая часть респондентов считает, что работа по развитию конкуренции должна быть направлена на обеспечение качества производимой и продаваемой продукции – 29,0 % (в 2019 году – 28,2 %), создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов на рынках города Смоленска – 14,2 % (в 2019 году – 13,3 %).

КАЧЕСТВО УСЛУГ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В ГОРОДЕ:

| | Удовлетворен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить |
|------------------------------|--------------|-----------------|----------------------|
| Водоснабжение, водоотведение | 65,3 | 20,9 | 13,8 |
| Водоочистка | 39,8 | 21,3 | 38,9 |
| Газоснабжение | 21,8 | 13,3 | 64,9 |
| Электроснабжение | 16,2 | 14,9 | 68,9 |
| Теплоснабжение | 13,8 | 18,9 | 67,3 |
| Телефонная связь | 14,9 | 16,2 | 68,9 |

Удовлетворены качеством услуг водоснабжения, водоотведения и водоочистки 65,3 % и 39,8 % респондентов, данный показатель по сравнению с 2019 годом увеличился на 14,6 % и 14,2 % соответственно.

67,5% респондентов затруднились оценить качество услуг газоснабжения, электроснабжения, теплоснабжения и телефонной связи, в 2019 году мнение респондентов было удовлетворительным.

ПРОБЛЕМЫ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ:

| | |
|--|------|
| Взимание дополнительной платы | 23,7 |
| Навязывание дополнительных услуг | 35,5 |
| Отказ в установке приборов учета | 0,1 |
| Проблемы с заменой приборов учета | 2,7 |
| Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур | 0,0 |
| Другое (пожалуйста, укажите) | 0,0 |
| Не сталкивался с подобными проблемами | 0,7 |
| Затрудняюсь ответить | 37,3 |

Проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий респонденты отмечают навязывание дополнительных услуг (35,5 %) и взимание дополнительной платы (23,7 %).

Мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг

1 РАЗДЕЛ. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ (УСЛУГ) ВЫ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ?

| № п/п | | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | Не использовался за последние 12 месяцев |
|-------|---|----------------|---|--|
| 1 | Банковский вклад | 7,1 | 12,4 | 80,5 |
| 2 | Договор на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации | 0,4 | 8,4 | 91,2 |
| 3 | Договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе | 3,1 | 0,0 | 96,9 |
| 4 | Договор на размещение средств в форме займа в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 5 | Индивидуальный инвестиционный счет | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 6 | Инвестиционное страхование жизни | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 7 | Брокерский счет | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 8 | Вложение средств в паевой инвестиционный фонд | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 9.1 | Онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием сети «Интернет», сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) | 0,0 | 19,1 | 80,9 |
| 9.2 | Иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом | 25,8 | 20,0 | 54,2 |
| 10. | Использование кредитного лимита по кредитной карте | 24,9 | 15,1 | 60,0 |
| 10.1 | Онлайн-займ в микрофинансовой организации (договор заключен с использованием сети «Интернет», сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 10.2 | Иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-займом | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 11.1 | Онлайн-займ в кредитном потребительском кооперативе | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 11.2 | Иной заем в кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 12.1 | Онлайн-займ в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 12.2 | Иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 13 | Заем в ломбарде | 0,4 | 2,2 | 97,4 |

Самые популярные финансовые продукты (услуги), которыми пользовались респонденты за последние 12 месяцев, это:

- онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием сети «Интернет», сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) – 19,1 %;

- иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом – 20,0 %.

КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ ВЫ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ?

| № п/п | | Сейчас использую | Сейчас не использую, но использовал за последние 12 месяцев | Не пользовался за последние 12 месяцев |
|-------|---|------------------|---|--|
| 1. | Зарплатная карта организации в рамках зарплатного проекта | 96,7 | 3,3 | 0,0 |
| 2. | Расчетная (дебетовая) карта для получения пенсий и иных социальных выплат | 8,0 | 23,5 | 68,5 |
| 3. | Другая расчетная (дебетовая) карта | 30,6 | 38,6 | 30,8 |
| 4. | Кредитная карта | 28,8 | 25,7 | 45,5 |

За последние 12 месяцев респонденты преимущественно пользовались зарплатными картами – 96,7 %.

ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЛИ ВЫ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ ТЕКУЩИМ СЧЕТОМ (РАСЧЕТНЫМ СЧЕТОМ БЕЗ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ДОХОДА В ВИДЕ ПРОЦЕНТОВ, ОТЛИЧНЫМ ОТ СЧЕТА ПО ВКЛАДУ ИЛИ СЧЕТА ПЛАТЕЖНОЙ КАРТЫ)?

| | | |
|----|---|------|
| 1. | Имеется сейчас | 38,3 |
| 2. | Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев | 11,5 |
| 3. | Не использовался за последние 12 месяцев | 50,2 |

Более 50 % респондентов за последние 12 месяцев не пользовались текущим счетом.

ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЛИ ВЫ СЛЕДУЮЩИМИ ТИПАМИ ДИСТАНЦИОННОГО ДОСТУПА К БАНКОВСКОМУ СЧЕТУ (РАСЧЕТНОМУ СЧЕТУ, СЧЕТУ ПО ВКЛАДУ, СЧЕТУ ПЛАТЕЖНОЙ КАРТЫ) ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ?

| № п/п | | Да, пользовался | Нет, не пользовался |
|-------|---|-----------------|---------------------|
| 1. | Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер) | 78,2 | 21,8 |
| 2. | Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью планшета или смартфона (через веб-браузер на мобильном устройстве без использования специального приложения (программы) и без использования смс-команд (однако на номер телефона могут приходиться подтверждающие коды) | 61,2 | 38,8 |
| 3. | Денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета | 87,7 | 12,3 |
| 4. | Денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона - с помощью отправки смс на короткий номер | 59,3 | 40,7 |

Пользователями различными типами дистанционного доступа к банковскому счету являются более 70 % респондентов.

КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ (УСЛУГ) ВЫ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ?

| № п/п | | Имеется сейчас | Не имеется сейчас, но пользовался за последние 12 месяцев | Не пользовался за последние 12 месяцев |
|-------|---|----------------|---|--|
| 1. | Добровольное страхование жизни | 9,3 | 15,5 | 75,2 |
| 2. | Другое добровольное страхование, кроме страхования жизни | 11,1 | 8,4 | 80,5 |
| 3. | Другое обязательное страхование, кроме обязательного медицинского страхования | 15,1 | 28,8 | 56,1 |

Более 70 % респондентов за последние 12 месяцев не пользовались страховыми продуктами.

ЕСЛИ ВЫ НЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 12 МЕСЯЦЕВ ДОБРОВОЛЬНЫМ СТРАХОВАНИЕМ, ПОЖАЛУЙСТА, ОТМЕТЬТЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ, КОТОРЫЕ ОПИСЫВАЮТ ПРИЧИНУ ОТСУТСТВИЯ У ВАС ЭТИХ ПРОДУКТОВ?

| | | |
|----|---|------|
| 1. | Отделения страховых организаций (а также страховые брокеры или общества взаимного страхования) находятся слишком далеко от меня | 0,3 |
| 2. | Стоимость страхового полиса слишком высокая | 20,1 |
| 3. | Другие невыгодные условия страхового договора | 13,7 |
| 4. | Я не доверяю страховым организациям | 34,3 |
| 5. | Не вижу смысла в страховании | 31,1 |
| 6. | Договор добровольного страхования есть у других членов моей семьи | 0,5 |
| 7. | Иное (пожалуйста, укажите) | 0,0 |

Основными причинами отсутствия добровольного страхования респонденты отмечают недоверие страховым организациям (34,3 %) и отсутствие смысла в страховании (31,1 %).

2. РАЗДЕЛ. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ И РАБОТОЙ РОССИЙСКИХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ ЭТИ УСЛУГИ

НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕННЫ РАБОТОЙ/СЕРВИСОМ СЛЕДУЮЩИХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ И/ЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ИЛИ В ЛЮБЫХ ДРУГИХ СЛУЧАЯХ, КОГДА ВЫ СТАЛКИВАЛИСЬ С НИМИ?

| № п/п | | Полностью удовлетворен | Полностью НЕ удовлетворен | Не сталкивался |
|-------|--|------------------------|---------------------------|----------------|
| 1. | Банки | 30,6 | 44,1 | 25,3 |
| 2. | Микрофинансовые организации | 0,0 | 4,0 | 96,0 |
| 3. | Кредитные потребительские кооперативы | 0,0 | 1,1 | 98,9 |
| 4. | Ломбарды | 0,1 | 0,0 | 99,9 |
| 5. | Субъекты страхового дела | 0,0 | 0,2 | 99,8 |
| 6. | Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы | 0,6 | 0,0 | 99,4 |
| 7. | Негосударственные пенсионные фонды | 1,1 | 1,2 | 97,7 |
| 8. | Брокеры | 0,1 | 0,0 | 99,9 |

30,6 % респондентов удовлетворены работой банков (в 2019 году – 65,3 %), более 90 % респондентов не сталкивались с другими финансовыми организациями.

НАСКОЛЬКО ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ СЛЕДУЮЩИМ ФИНАНСОВЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ?

| № п/п | | Полностью доверяю | Полностью НЕ доверяю | Не сталкивался |
|-------|--|-------------------|----------------------|----------------|
| 1. | Банки | 33,9 | 65,1 | 1,0 |
| 2. | Микрофинансовые организации | 0,0 | 4,0 | 96,0 |
| 3. | Кредитные потребительские кооперативы | 0,0 | 1,1 | 98,9 |
| 4. | Ломбарды | 0,0 | 0,1 | 99,9 |
| 5. | Субъекты страхового дела | 0,0 | 0,2 | 99,8 |
| 6. | Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы | 0,2 | 0,4 | 99,4 |
| 7. | Негосударственные пенсионные фонды | 0,1 | 2,2 | 97,7 |
| 8. | Брокеры | 0,0 | 0,0 | 99,9 |

Недоверие банкам отметили 65,1 % респондентов.

НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕННЫ СЛЕДУЮЩИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ?

| № п/п | | Полностью удовлетворен | Полностью НЕ удовлетворен | Не сталкивался |
|-------|--|------------------------|---------------------------|----------------|
| 1. | Количеством и удобством расположения банковских отделений | 88,1 | 4,8 | 7,1 |
| 2. | Качеством дистанционного банковского обслуживания | 85,7 | 8,1 | 6,2 |
| 3. | Имеющимся выбором различных банков для получения необходимых Вам банковских услуг | 47,5 | 44,8 | 7,7 |
| 4. | Количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов | 5,7 | 10,2 | 84,1 |
| 5. | Имеющимся выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов для получения необходимых Вам услуг | 6,2 | 12,1 | 81,7 |
| 6. | Количеством и удобством расположения субъектов страхового дела | 6,6 | 5,3 | 88,1 |
| 7. | Имеющимся выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам страховых услуг | 5,3 | 5,3 | 89,4 |
| 8. | Количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов | 7,5 | 17,3 | 75,2 |
| 9. | Имеющимся выбором различных негосударственных пенсионных фондов для получения необходимых Вам услуг | 12,8 | 10,2 | 77,0 |
| 10. | Количеством и удобством расположения брокеров | 0,0 | 1,8 | 98,2 |
| 11. | Имеющимся выбором различных брокеров для получения необходимых Вам брокерских услуг | 0,0 | 1,8 | 98,2 |
| 12. | Качеством интернет-связи | 48,4 | 40,4 | 11,2 |
| 13. | Качеством мобильной связи | 75,1 | 22,2 | 2,7 |

Удовлетворены количеством и удобством расположения банковских отделений 88,1 % респондентов, качеством дистанционного банковского обслуживания – 85,7 % респондентов, качество мобильной связи отметили 75,1 % респондентов.

УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИЕ КАНАЛЫ ОБСЛУЖИВАНИЕ ЕСТЬ ПРАКТИЧЕСКИ ВЕЗДЕ В ВАШЕМ НАСЕЛЕННОМ ПУНКТЕ, А КАКИХ НЕ ХВАТАЕТ?

(для оценки используйте шкалу от 1 до 5, где 1 - практически НЕ доступно, а 5 - легко доступно)

| № п/п | Каналы предоставления финансовых услуг | 1 - Практически НЕ доступно | 2 | 3 | 4 | 5 - Легко доступно |
|-------|--|-----------------------------|------|------|------|--------------------|
| 1. | Касса в отделении банка | 24,1 | 14,6 | 38,6 | 18,2 | 4,5 |
| 2. | Банкомат или терминал в отделении банка | 0,4 | 4,3 | 15,5 | 39,5 | 40,3 |
| 3. | Банкомат или терминал вне отделения банка | 0,4 | 15,1 | 16,4 | 18,2 | 49,9 |
| 4. | POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 0,4 | 13,7 | 4,2 | 18,2 | 63,5 |
| 5. | Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 5,3 | 21,3 | 16,4 | 8,4 | 48,6 |
| 6. | Отделение почтовой связи | 5,3 | 13,3 | 8,4 | 36,0 | 37,0 |

Респондентами отмечена недоступность предоставления финансовых услуг кассами в отделениях банков (24,1 %).

УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ КАНАЛАМИ ВЫ МОЖЕТЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ БЫСТРО, НЕ ТРАТЯ МНОГО ВРЕМЕНИ НА ДОСТУП К НИМ ИЛИ НА ОЖИДАНИЕ, А ДЛЯ КАКИХ ТРЕБУЕТСЯ ВРЕМЯ? (для оценки используйте шкалу от 1 до 5, где 1 - на доступ трату много времени, а 5 - могу воспользоваться быстро)

| № п/п | Каналы предоставления финансовых услуг | 1 - На доступ трату много времени | 2 | 3 | 4 | 5 - Могу воспользоваться быстро |
|-------|--|-----------------------------------|------|------|------|---------------------------------|
| 1. | Касса в отделении банка | 3,1 | 5,3 | 5,3 | 84,1 | 2,2 |
| 2. | Банкомат или терминал в отделении банка | 8,4 | 3,1 | 24,8 | 29,7 | 34,0 |
| 3. | Банкомат или терминал, установленный не в отделении банка | 19,1 | 12,0 | 13,3 | 33,7 | 21,9 |
| 4. | POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 0,0 | 5,3 | 0,0 | 8,8 | 85,9 |
| 5. | Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 6,6 | 4,4 | 24,8 | 20,0 | 44,2 |
| 6. | Отделение почтовой связи | 5,3 | 0,0 | 0,0 | 43,9 | 50,8 |

Более 50 % респондентов отметили быструю возможность воспользоваться каналами предоставления финансовых услуг.

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ СВОЙ УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ?

| | |
|---------------|------|
| Высокий | 8,1 |
| Выше среднего | 9,4 |
| Средний | 58,2 |
| Низкий | 18,9 |

Большая часть респондентов (58,2 %) считают средним уровень своей финансовой грамотности, в 2019 году 55,6 % респондентов отмечали низкий уровень грамотности.

Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния и развития конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности

1 РАЗДЕЛ. ХАРАКТЕРИСТИКА БИЗНЕСА

ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

| | |
|------------------------|------|
| До 15 человек | 48,0 |
| От 16 до 100 человек | 41,4 |
| От 101 до 250 человек | 10,6 |
| От 251 до 1000 человек | 0,0 |
| Свыше 1000 человек | 0,0 |

В опросе, как и в 2019 году, в основном приняли участие респонденты с численностью сотрудников организации до 100 человек.

ЗАНИМАЕМАЯ ДОЛЖНОСТЬ ОПРАШИВАЕМЫХ ЛИЦ

| | |
|--------------------------------|------|
| Собственник бизнеса (владелец) | 48,4 |
| Руководитель высшего звена | 25,9 |
| Руководитель среднего звена | 16,3 |
| Сотрудник | 9,4 |

В анкетировании принимали участие собственники бизнеса – 48,4 % респондентов, руководители высшего звена – 25,9 %, руководители среднего звена – 16,3 % и сотрудники – 9,4 %. В опросе 2019 года также в основном принимали участие собственники бизнеса (43,8 %) и руководители высшего звена (29,1 %).

ПРИМЕРНАЯ ВЕЛИЧИНА ГОДОВОЙ ВЫРУЧКИ ОРГАНИЗАЦИИ

| | |
|-------------------------------------|------|
| До 120 млн. руб. (микропредприятия) | 57,7 |
| От 120 до 800 млн. руб.(малые) | 14,5 |
| От 800 до 2000 млн. руб. (средние) | 0,0 |
| более 2000 млн. руб. (крупные) | 0,0 |
| Затрудняюсь ответить | 27,8 |

Основная часть опрошенных респондентов (57,7 %) отметила, что примерная величина годовой выручки организации составила до 120 млн руб. (микропредприятия), от 120 млн руб. до 800 млн руб. – 14,5 %. Аналогичная ситуация наблюдалась и в 2019 году – 62,5 % и 27,1 % соответственно.

ОСНОВНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ (ТОВАРОМ, РАБОТОЙ, УСЛУГОЙ) БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ, ЯВЛЯЕТСЯ

| | |
|--|------|
| Услуги | 12,3 |
| Сырье и материалы для дальнейшей переработки | 3,8 |
| Компоненты для производства конечной продукции | 22,1 |
| Конечная продукция | 27,9 |
| Бизнес осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями | 18,3 |
| Другое | 15,6 |

Основной продукцией бизнеса респондентов является конечная продукция (27,9 %).

КАКОЙ ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ РЫНОК (РЫНКИ) ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВНЫМ (РЫНОК, НА КОТОРОМ РЕГУЛЯРНО РЕАЛИЗУЕТСЯ НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ ПРОДУКЦИИ (ТОВАРА, РАБОТЫ, УСЛУГИ)) ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?

| | |
|---|------|
| Городской рынок | 89,3 |
| Региональный рынок | 1,4 |
| Рынок нескольких субъектов Российской Федерации | 0,9 |
| Рынок Российской Федерации | 0,9 |
| Рынки стран СНГ | 0,1 |
| Рынки стран зарубежья (кроме стран СНГ) | 0,1 |
| Затрудняюсь ответить | 7,3 |

Реализуют продукцию я на городском рынке 89,3 % респондентов.

2 РАЗДЕЛ. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

ВЫБЕРИТЕ УТВЕРЖДЕНИЕ, НАИБОЛЕЕ ТОЧНО ХАРАКТЕРИЗУЮЩЕЕ УСЛОВИЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?

| | |
|---------------------------|------|
| Конкуренция отсутствует | 0,0 |
| Слабая конкуренция | 1,3 |
| Умеренная конкуренция | 7,9 |
| Высокая конкуренция | 88,9 |
| Очень высокая конкуренция | 1,9 |

Более 88 % респондентов характеризуют условия ведения бизнеса высоким уровнем конкуренции.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

| | |
|---|------|
| Обучение и переподготовка персонала | 32,1 |
| Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) | 13,9 |
| Приобретение технического оборудования | 18,3 |
| Разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента | 12,4 |
| Развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и проч.) | 5,5 |
| Проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ | 6,0 |
| Приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау | 4,2 |
| Другое | 3,5 |
| Не предпринималось никаких действий | 4,1 |

Основными способами повышения конкурентоспособности отмечены обучение и переподготовка персонала (32,1 %), покупка технического оборудования (18,3 %), в сравнении с 2019 годом ситуация не изменилась (34,5 % и 20 % соответственно).

КОЛИЧЕСТВО КОНКУРЕНТОВ У ОПРАШИВАЕМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

| | |
|---------------------------|------|
| Конкуренты отсутствуют | 0,0 |
| 1-3 конкурента | 7,3 |
| 4-8 конкурентов | 15,9 |
| Большое число конкурентов | 74,2 |
| Затрудняюсь ответить | 2,6 |

ИЗМЕНЕНИЕ ЧИСЛА КОНКУРЕНТОВ

| | |
|---------------------------------------|------|
| Увеличилось на 1-3 конкурента | 50,1 |
| Увеличилось более чем на 4 конкурента | 14,5 |
| Сократилось на 1-3 конкурента | 6,5 |
| Сократилось более чем на 4 конкурента | 5,2 |
| Не изменилось | 23,5 |
| Затрудняюсь ответить | 0,2 |

Практически все респонденты отмечают большое число конкурентов (90,1 %) и их количество растет, как отметило более 64,6 % опрошенных. В 2019 году также респонденты отмечали высокую конкуренцию (93,8 %) и рост числа конкурентов (62,5 %).

ОБЩИЕ УСЛОВИЯ ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

| | |
|----------------------|------|
| Хорошие | 33,1 |
| Удовлетворительные | 50,3 |
| Неудовлетворительные | 12,4 |
| Плохие | 4,2 |

Оценивая условия ведения бизнеса, более половины респондентов (50,3 %), как и в 2019 году (54,1 %), отмечают их как удовлетворительные, а 33,1 % – как хорошие.

УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ ГОРОДА СМОЛЕНСКА

| Наименование рынков | Высокая конкуренция | Умеренная конкуренция | Слабая конкуренция | Конкуренция отсутствует |
|--|---------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|
| Рынок услуг дошкольного образования | 31,2 | 47,0 | 17,8 | 4,0 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 41,7 | 23,4 | 27,0 | 7,9 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 40,3 | 30,8 | 26,2 | 2,7 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 27,6 | 25,5 | 44,9 | 2,0 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 20,1 | 34,7 | 30,3 | 14,9 |
| Рынок выполнения услуг по благоустройству городской среды | 25,0 | 33,7 | 35,9 | 5,4 |

| | | | | |
|--|------|------|------|-----|
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещения в многоквартирном доме | 30,1 | 21,8 | 42,9 | 5,2 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 47,0 | 33,5 | 16,5 | 3,0 |
| Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 39,3 | 36,6 | 24,1 | 0,0 |
| Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) | 36,0 | 51,7 | 12,3 | 0,0 |
| Сфера наружной рекламы | 53,7 | 40,9 | 5,4 | 0,0 |
| Рынок ритуальных услуг | 57,1 | 34,9 | 8,0 | 0,0 |
| Рынок дорожной деятельности | 25,4 | 48,1 | 26,4 | 0,1 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 40,7 | 52,1 | 7,2 | 0,0 |

Уровень конкуренции на рынках города Смоленска имеет широкий аспект у респондентов, отметивших наибольшие значения, как и в 2019 году, в следующих отраслях: высокая конкуренция отмечена на рынке ритуальных услуг (57,1 %), умеренная конкуренция – на рынках жилищного строительства (51,7 %) и оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (52,1 %), слабая конкуренция – на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (44,9 %), отсутствие конкуренции – на рынке теплоснабжения (14,9 %).

ПРЕПЯТСТВИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА НОВЫЕ РЫНКИ

| | |
|--|------|
| Высокие начальные издержки | 26,4 |
| Жесткое противодействие традиционных участников рынка | 19,9 |
| Насыщенность новых рынков сбыта | 33,2 |
| Нет информации о ситуации на новых рынках | 9,8 |
| Поддержка местными властями традиционных участников рынка | 5,8 |
| Привязанность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка | 3,2 |
| Никакие | 1,7 |

Как и в 2019 году, основными препятствиями при выходе на новые рынки отмечены высокие изначальные издержки (26,4 %) либо насыщенность новых рынков сбыта (33,2 %).

3 РАЗДЕЛ. ОЦЕНКА БАРЬЕРОВ ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ

| | |
|--|------|
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 7,1 |
| Нестабильность законодательства, регулируемую предпринимательскую деятельность | 35,4 |
| Коррупция (взятки, дискриминация и предоставление преференций отдельным лицам) | 8,8 |
| Сложность/затянутость процедуры получения лицензий | 11,1 |
| Высокие налоги | 5,5 |
| Необходимость установления партнерских отношений с органами власти | 6,3 |
| Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий | 2,2 |
| Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 6,0 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий | 0,9 |
| Иные действия | 0,5 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов | 11,3 |
| Нет ограничений | 4,9 |
| Другое | 0,0 |

Нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, считают основным административным барьером 35,4 % респондентов, в 2019 году так считали 42,0 % респондентов.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНОВ ВЛАСТИ НА РЫНКЕ, КОТОРЫЙ ПРЕДСТАВЛЯЮТ ОРГАНИЗАЦИИ

| | |
|------------------------|------|
| Удовлетворен | 35,4 |
| Скорее удовлетворен | 10,4 |
| Скорее не удовлетворен | 4,2 |
| Не удовлетворен | 6,3 |
| Затрудняюсь ответить | 43,7 |

Наибольшее количество опрошиваемых (43,7 %) затруднились оценить деятельность органов власти на рынке.

СОСТОЯНИЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ

| | |
|--|------|
| Есть непреодолимые административные барьеры | 18,7 |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат | 35,7 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат | 34,4 |
| Административные барьеры отсутствуют | 3,2 |
| Затрудняюсь ответить | 8,0 |

Число респондентов, отметивших наличие непреодолимых барьеров, осталось на уровне 2019 года – 18,7 %.

ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ ЗА ЗАЩИТОЙ СВОИХ ПРАВ КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ?

| ЕСЛИ ДА, ТО В КАКОЙ ОРГАН (выбрать один из представленных вариантов) | |
|--|------|
| Общественная организация по защите прав потребителей | 12,8 |
| Роспотребнадзор | 15,3 |
| Федеральная антимонопольная служба | 30,4 |
| Органы местного самоуправления | 17,1 |
| Органы власти региона | 22,6 |
| Прокуратура | 0,1 |
| Органы судебной власти | 1,7 |
| Другое | 0,0 |

Более половины респондентов обращались в надзорные органы за защитой своих прав. Наибольшее количество обращений (30,4 %) – в Федеральную антимонопольную службу, в 2019 году в органы местного самоуправления – 32 %.

ИТОГ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НАДЗОРНЫМИ ОРГАНАМИ

| | |
|---------------|------|
| Да, полностью | 33,6 |
| Да, частично | 58,2 |
| Нет | 8,2 |

Более половины респондентов (58 %), как и в 2019 году, частично решили свои проблемы.

НАПРАВЛЕНИЕ РАБОТЫ ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В ГОРОДЕ СМОЛЕНСКЕ

| | |
|---|------|
| Создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов на рынках Смоленской области | 6,9 |
| Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции | 14,3 |
| Обеспечение качества производимой и продаваемой продукции (товаров, работ, услуг) | 16,1 |
| Обеспечение добросовестной конкуренции | 20,8 |
| Помощь начинающим предпринимателям | 17,3 |
| Контроль работы естественных монополий (водоснабжение, электро- и теплоснабжение) | 3,9 |
| Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий | 0,1 |
| Создание условий для развития социального предпринимательства | 9,3 |
| Повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок | 2,5 |
| Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции | 4,5 |
| Другое | 4,3 |

Более 20 % респондентов считают, что обеспечение добросовестной конкуренции является основным направлением работы по развитию конкуренции в городе Смоленске (в 2019 году – 24 %).

3 РАЗДЕЛ. ДОСТУПНОСТЬ ЗАЕМНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ

ДОСТУПНОСТЬ ЗАЕМНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ И ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

| Исследуемый сегмент | Полностью удовлетворен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить |
|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Доступность финансовых ресурсов | 21,4 | 50,1 | 28,5 |

Не удовлетворены доступностью финансовых ресурсов более 50 % респондентов, тенденция 2019 года сохранилась (52 %).

ИСТОЧНИКИ ЗАЕМНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ И ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

| | |
|---|------|
| Банковские кредиты | 65,3 |
| Займы у других организаций | 9,4 |
| Средства МК «Смоленский областной фонд поддержки предпринимательства» | 7,0 |
| Другое <i>Собственные средства</i> | 4,1 |
| Заемные финансовые ресурсы не привлекаются | 14,2 |

Вместе с тем, более половины (65,3 %) используют банковские кредиты для начала и развития предпринимательской деятельности. В 2019 году основным источником заемных ресурсов также выступали банковские кредиты (68,7 %).