

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

по результатам мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Смоленска за 2018 год

Управлением инвестиций Администрации города Смоленска с 01 ноября по 15 ноября 2018 года проводился мониторинг состояния развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Смоленска.

Мониторинг включал в себя:

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

В целях мониторинга проводились опросы:

- предпринимателей о состоянии и развитии конкурентной среды в городе Смоленске (анкета «Оценка состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг города Смоленска»);
- потребителей товаров и услуг на рынках города Смоленска (анкета «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на 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 сайте Администрации города Смоленска во вкладке «Новости» подраздела «Стандарт развития конкуренции» раздела «Инвестору».

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Смоленска за 2018 год поступило 738 анкет, в том числе от предпринимателей поступило 80 анкет, от населения – 658 анкет.

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 («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в городе Смоленске на последующие годы.

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

Выделение групп потребителей товаров, работ и услуг в соответствии с их социальным статусом (учащиеся, пенсионеры и др.).

Таблица 1. Социальный статус

Исследуемый сегмент	Количество респондентов, ед.	Удельный вес от общего количества респондентов, %
Работаю	601	91,3
Без работы	4	0,6
Учусь/студент	8	1,2
Домохозяйка(домохозяин)	0	0
Пенсионер	45	6,9
Иное (<i>пожалуйста, укажите</i>)	0	0
ИТОГО	658	100

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

- работаю – 91,3% от общего числа респондентов;
- без работы – 0,6% от общего числа респондентов;
- учусь/студент – 1,2% от общего числа респондентов;
- пенсионер – 6,9% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие работающие лица.

Таблица 2. Наличие детей

Исследуемый сегмент	Количество респондентов, ед.	Удельный вес от общего количества респондентов, %
Нет детей	75	11,4
1 ребенок	233	35,4
2 ребенка	268	40,7
3 и более детей	82	12,5

Информация о наличии детей у респондентов сложилась следующая:

- нет детей – 11,4% от общего числа респондентов;
- 1 ребенок – 35,4% от общего числа респондентов;
- 2 ребенка – 40,7% от общего числа респондентов;
- 3 и более детей – 12,5% от общего числа респондентов.

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

Таблица 3. Среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи

Исследуемый сегмент	Количество респондентов, ед.	Удельный вес от общего количества респондентов, %
До 7 тыс. рублей	68	10,3
От 7 до 15 тыс.рублей	359	54,6
От 15 до 20 тыс.рублей	184	28,0
Свыше 20 тыс.рублей	47	7,1

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

- до 7 тыс. рублей – 10,3% от общего числа респондентов;
- от 7 до 15 тыс. рублей – 54,6% от общего числа респондентов;
- от 15 до 20 тыс. рублей – 28,0% от общего числа респондентов;
- свыше 20 тыс. рублей – 7,1% 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 (54,4% от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что 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.

Сбор данных об удовлетворенности потребителей ценами и качеством товаров, работ и услуг.

Респондентам предложили оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен и качеством услуг на товарных рынках города Смоленска.

Таблица 4. Удовлетворенность основными характеристиками услуг (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынков	Уровень цен			Качество		
	удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	15,0	60,0	25,0	23,3	48,3	28,4
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	14,3	59,9	25,8	24,5	32,4	43,1
Рынок услуг дополнительного образования детей	15,2	60,2	24,6	23,7	34,7	41,6
Рынок медицинских услуг	29,0	47,7	23,3	23,7	39,5	36,8
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	21,3	33,9	44,8	22,5	32,2	45,3
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	20,2	55,2	24,6	23,6	50,9	25,5
Розничная торговля	24,5	38,6	36,9	16,6	46,5	36,9
Рынок фармацевтических услуг	43,2	41,2	15,6	25,5	30,7	43,8

Наименование рынков	Уровень цен			Качество		
	удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах	27,2	31,6	41,2	26,9	42,2	30,9
Рынок услуг связи	40,3	31,9	27,8	44,5	30,1	25,4
Рынок услуг социального обслуживания населения	22,9	41,8	35,3	22,8	41,3	35,9
Рынок услуг в сфере культуры	26,3	29,2	44,5	25,2	29,5	45,3
Рынок молочной продукции	27,1	32,2	40,7	15,8	40,6	43,6

На рынке услуг дошкольного образования мнения респондентов по удовлетворенности уровнем цен разделилось в соотношении: 60,0% респондентов не удовлетворены уровнем цен, 15,0% респондентов удовлетворены ценовой ситуацией, затруднились оценить степень удовлетворенности ценовой ситуацией на указанном рынке 25,0% респондентов.

На рынке услуг дошкольного образования мнения респондентов по удовлетворенности качеством услуг разделилось в соотношении: 48,3% респондентов не удовлетворены качеством услуг, 23,3% респондентов удовлетворены качеством услуг, затруднились оценить степень удовлетворенности качеством услуг на указанном рынке 28,4% респондентов.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления значительная часть респондентов не удовлетворена ценами – 59,9%, качеством услуг – 32,4%. При этом в среднем 34,5% респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг дополнительного образования детей не удовлетворены ценами – 60,2% респондентов, качеством услуг – 34,7%. При этом в среднем 33,1% респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке медицинских услуг значительная часть респондентов не удовлетворена ценами – 47,7%, качеством услуг – 39,5% и затруднились оценить характеристики услуг на рынке – в среднем 30,1% респондентов.

Оценить характеристики услуг **на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** не смогли 45,1% от общего числа опрошенных. При этом 33,1% опрошенных оценила основные характеристики услуг (цена, качество) неудовлетворительно.

На рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства значительная часть респондентов не удовлетворена ценами – 55,2%, качеством услуг – 50,9% и затруднились оценить характеристики услуг на рынке – 25,1%.

На рынке розничной торговли значительная часть потребителей не удовлетворена уровнем цен – 38,6%, качеством товаров – 46,5% и затруднились ответить – 36,9%.

На рынке фармацевтических услуг удовлетворены уровнем цен 43,2% от общего числа потребителей, качеством услуг – 25,5% и 29,7% от общего числа респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах значительная часть потребителей не удовлетворена уровнем цен – 31,6%, качеством оказываемых услуг – 42,2% и затруднились ответить – 36,1%.

На рынке услуг связи большая часть потребителей удовлетворена ценами – 40,3% респондентов, качеством оказываемых услуг – 44,5%, затруднились с ответом – 26,6%.

На рынке услуг социального обслуживания населения в среднем 41,6% респондентов не удовлетворены уровнем цен и качеством оказываемых услуг.

На рынке услуг в сфере культуры уровнем цен удовлетворены 26,3% респондентов, качеством услуг – 25,2%, затруднились с ответом – 44,9%.

На рынке молочной продукции часть респондентов не удовлетворена уровнем цен – 32,2%, качеством продукции – 40,6% и затруднились с ответом – 42,2%.

В целом, результаты опроса показали, что развитие конкуренции на товарных рынках города Смоленска направлено на повышение удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг (цена, качество).

В ходе опроса респондентам предложили указать, на какие товары и (или) услуги, по их мнению, цены в городе Смоленске выше по сравнению с другими регионами.

Результаты опроса при условии, что можно было выбрать несколько вариантов ответов, получились следующие:

Таблица 5. Оценка населением уровня цен

Исследуемый сегмент	Удельный вес от общего количества респондентов, %
продовольственные товары	34,6
непродовольственные товары	16,7
услуги дошкольного образования	10,9
услуги детского отдыха и оздоровления	17,3
услуги дополнительного образования детей	10,3
медицинские услуги	16,1
услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	6,5
услуги жилищно-коммунального хозяйства	21,5
услуги перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах	11,7
услуги связи	8,6
услуги социального обслуживания населения	10,3
услуги в сфере культуры	6,5

Исследуемый сегмент	Удельный вес от общего количества респондентов, %
Иное (пожалуйста укажите) – ГСМ	2,8

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

- продовольственные товары – 34,6% от общего числа респондентов;
- услуги жилищно-коммунального хозяйства – 21,5% от общего числа респондентов;
- услуги детского отдыха и оздоровления – 17,3% от общего числа респондентов;
- непродовольственные товары – 16,7% от общего числа респондентов.

В рамках мониторинга респондентам предложили оценить качество услуг субъектов естественных монополий в городе Смоленске.

Результаты опроса сложились следующие:

Таблица 6. Качество услуг субъектов естественных монополий (в % от общего числа респондентов)

Исследуемый сегмент	Удовлетворительно	Неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Водоснабжение, водоотведение	41,6	39,2	19,1
Водоочистка	30,7	49,2	20,0
Газоснабжение	55,3	22,5	22,1
Электроснабжение	30,7	38,6	30,7
Теплоснабжение	22,0	48,3	29,6
Проводная телефонная связь	46,5	23,2	30,2

Водоснабжение, водоотведение:

Большая часть респондентов отметила удовлетворительное качество услуг – 41,6%.

Водоочистка:

49,2% респондентов отметило не удовлетворительное качество услуг.

Газоснабжение:

55,3% респондентов удовлетворены качеством услуг.

Электроснабжение:

38,6% респондентов не удовлетворены качеством услуг.

Теплоснабжение:

48,3% респондентов не удовлетворены качеством услуг.

Проводная телефонная связь:

46,5% респондентов удовлетворены качеством услуг.

Также респондентам предложили ответить, как изменились характеристики товаров и услуг на товарных рынках города Смоленска в течение последних трех лет.

Таблица 7. Оценка населением изменения характеристик товаров и услуг в течение последних трех лет (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынков	Уровень цен				Качество			
	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить	ухудшение	улучшение	не изменилось	затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	13,5	34,7	15,0	36,8	24,6	22,7	23,4	29,3
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	22,5	31,0	15,3	31,2	23,7	20,2	29,0	27,1
Рынок услуг дополнительного образования детей	16,7	21,1	27,1	35,1	26,4	26,7	19,3	27,6
Рынок медицинских услуг	31,0	36,0	19,2	13,8	27,1	28,3	19,1	25,5
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	22,5	13,4	19,9	44,2	18,5	17,9	35,1	28,5
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	27,5	23,4	25,8	23,3	27,2	19,3	24,9	28,6
Розничная торговля	23,1	33,6	21,9	21,4	23,7	23,4	24,5	28,4
Рынок фармацевтических услуг	21,4	27,1	26,4	25,1	21,4	24,5	29,0	25,1
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах	23,1	31,9	22,9	22,1	22,8	22,7	28,3	26,2
Рынок услуг связи	18,1	25,7	28,7	27,5	19,4	24,0	26,3	30,3
Рынок услуг социального обслуживания населения	21,9	25,6	25,1	27,4	21,9	21,9	26,1	30,1
Рынок услуг в сфере культуры	21,1	21,0	27,5	30,4	19,6	28,7	27,1	24,6
Рынок молочной продукции	26,4	23,3	23,6	26,7	26,6	20,1	23,4	29,9

На рынке услуг дошкольного образования 34,7% от общего числа респондентов отметили, что цены увеличились. При этом 23,4% считают, что качество услуг не изменилось.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления 29,2% респондентов затруднились оценить характеристики услуг на рынке. При этом 29,0% респондентов считает, что качество услуг за последние три года не изменилось.

На рынке услуг дополнительного образования детей 27,1% от общего числа респондентов отметили, что цены не изменились; 19,3% от общего числа респондентов считают, что качество услуг также не изменилось.

На рынке медицинских услуг значительная часть респондентов отметила увеличение цен – 36,0%, при этом 28,3% респондентов отметили улучшение качества услуг.

Оценить изменения основных характеристик услуг **на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными**

возможностями здоровья не смогли в среднем 36,4% от общего числа опрошенных.

На рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства 23,4% респондентов отметили увеличение цен. При этом 27,2% респондентов считают, что качество услуг ухудшилось.

На рынке розничной торговли значительная часть потребителей отметила увеличение уровня цен – 33,6%. При этом 24,5% респондентов считают, что качество товаров, услуг на рынке розничной торговли не изменилось.

На рынке фармацевтических услуг 27,1% респондентов отметили увеличение цен. При этом 29,0% от общего числа респондентов считают, что качество услуг не изменилось.

На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах 31,9% респондентов отметили увеличение цен. При этом 28,3% респондентов считают, что качество услуг не изменилось.

На рынке услуг связи отметили увеличение цен 25,7% потребителей. При этом 26,3% респондентов считают, что качество услуг за последние три года не изменилось.

На рынке услуг социального обслуживания населения 25,1% респондентов отметили, что цены не изменились. При этом 26,1% от общего числа респондентов считают, что качество услуг также не изменилось.

На рынке услуг в сфере культуры 27,5% респондентов отметили, что цены не изменились. При этом 28,7% от общего числа респондентов считают, что качество услуг улучшилось.

На рынке молочной продукции 26,4% респондентов отметили снижение уровня цен. При этом 26,6% от общего числа респондентов считают, что качество услуг за последние три года ухудшилось.

В рамках мониторинга населению также предложили оценить качество информации, размещаемой в открытом доступе, о деятельности негосударственных организаций в городе Смоленске, оказывающих услуги на товарных рынках.

Таблица 8. Оценка качества информации (в % от общего числа респондентов)

Исследуемый сегмент	Удовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить / ничего неизвестно о такой информации
Дошкольное образование	31,1	39,0	29,9
Детский отдых и оздоровление	25,7	35,5	38,8
Дополнительное образование детей	30,5	43,1	26,4
Медицина	31,4	38,7	29,9
Психолого-педагогическое сопровождение детей с ограниченными возможностями здоровья	23,7	25,7	50,6

Исследуемый сегмент	Удовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить / ничего неизвестно о такой информации
Жилищно-коммунальное хозяйство	26,7	47,7	25,6
Транспорт	30,7	45,4	23,9
Связь	42,2	26,9	30,9
Социальное обслуживание населения	28,7	35,8	35,4
Культура	32,2	28,6	39,2

Мониторинг показал, что большая часть респондентов удовлетворены информацией, размещаемой в открытом доступе, **на рынке услуг связи** – 42,2% от общего числа респондентов.

Значительная часть респондентов затруднилась ответить (ничего не известно о такой информации) о качестве информации, размещаемой в открытом доступе, на рынках:

- **психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** – 50,6% от общего числа респондентов;
- **на рынке услуг в сфере культуры** – 39,2% от общего числа респондентов;
- **детского отдыха и оздоровления** – 38,8% от общего числа респондентов.

Наибольший процент из опрошенного населения не удовлетворен качеством информации о деятельности негосударственных организаций в сфере жилищно-коммунального хозяйства (47,7%) и транспорта (45,4%).

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

Выделение групп субъектов предпринимательской деятельности, а также вида деятельности (наименование рынка, на котором субъект предпринимательской деятельности, приводящий свою оценку состояния конкурентной среды, осуществляет фактическую предпринимательскую деятельность).

Таблица 9. Численность сотрудников организации

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
До 15 человек	46	57,5
От 16 до 100 человек	34	42,5
От 101 до 250 человек	0	0
От 251 до 1000 человек	0	0
Свыше 1000 человек	0	0
ИТОГО	80	100

Общее количество респондентов – 80 человек.

В анкетировании принимали участие только представители микропредприятий (до 15 человек), в том числе индивидуальные предприниматели (57,5%), и малых (от 16 до 100 чел.) предприятий (42,5%).

Таблица 10. Примерная величина годовой выручки организации

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
До 120 млн. руб. (микропредприятия)	62	77,5
От 120 до 800 млн. руб. (малые)	13	16,2
От 800 до 2000 млн. руб. (средние)	1	1,3
более 2000 млн. руб. (крупные)	0	0
Затрудняюсь ответить	4	5,0
ИТОГО	80	100

Основная часть опрашиваемых респондентов (77,5%) отметила, что примерная величина годовой выручки организации составила до 120 млн. руб. (микропредприятия), от 120 млн. руб. до 800 млн. руб. – 16,2% (малые предприятия).

Таблица 11. Распределение респондентов по сферам экономической деятельности

	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
С/х, охота и лесное хозяйство	0	0
Производство пищевых продуктов	8	10,0
Текстильное и швейное производство	8	10,0
Обработка древесины и производство изделий из дерева	4	5,0

	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Производство машин и оборудования	5	6,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4	5,0
Строительство	10	12,5
Образование дошкольное	3	3,8
Образование дополнительное для детей	0	0
Услуги детского отдыха и оздоровления	0	0
Здравоохранение	4	5,0
Предоставление социальных услуг населению	3	3,8
Предоставление услуг в сфере ЖКХ	3	3,8
Розничная торговля	9	10,8
Транспорт	6	7,5
Связь	3	3,8
Культура	3	3,8
Другое	7	8,9
ИТОГО	80	100

В разрезе сфер экономической деятельности опрошены, из предлагаемых 18 видов экономической деятельности, респонденты, представляющие 15 отраслей. Из них наибольшее количество опрошенных (12,5%) из сферы строительства, по 10,0% опрошены в сфере розничной торговли, производства пищевых продуктов, текстильного и швейного производства. В 6 отраслях экономики занято от 5,0% до почти 9,0% предпринимателей. В остальных сферах занято менее 5,0%.

Таблица 12. Занимаемая должность опрошиваемых лиц

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Собственник бизнеса (владелец)	44	55,0
Руководитель высшего звена	25	31,0
Руководитель среднего звена	7	9,0
Сотрудник	4	5,0
ИТОГО	80	100

В мониторинге участвовали в основном собственники бизнеса (владельцы) – 55,0%, а также руководители высшего звена (31,0%).

Сбор данных о состоянии конкурентной среды и ее изменении во времени.

Таблица 13. Успешность развития бизнеса респондентов

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Успешно	9	11,0
Не успешно	8	10,0
И успешно, и не успешно	63	79,0
ИТОГО	80	100

Наибольшее количество респондентов (79,0%) отметило, что бизнес развивается и успешно, и неуспешно, это 63 предпринимателя. Примерно одинаково (10-11%) отмечают либо успешность, либо не успешность бизнеса.

Таблица 14. Общие условия ведения предпринимательской деятельности

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Хорошие	24	30,0
Удовлетворительные	46	58,0
Неудовлетворительные	6	7,0
Плохие	4	5,0
ИТОГО	80	100

Оценивая условия ведения бизнеса, более половины респондентов (58,0%) отмечают их как удовлетворительные, а 30,0% – как хорошие.

Таблица 15. Уровень конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках города Смоленска (в % от общего числа респондентов)

Исследуемый сегмент	Высокая конкуренция	Умеренная конкуренция	Слабая конкуренция	Конкуренция отсутствует
Рынок услуг дошкольного образования	32,5	43,8	20,0	3,7
Рынок услуг детского отдыха и развлечений	25,0	45,0	25,0	5,0
Рынок услуг дополнительного образования детей	25,0	47,5	23,8	3,7
Рынок медицинских услуг	42,5	38,8	16,3	2,4
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	26,3	30,0	22,5	21,2
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	52,5	33,8	10,0	3,7
Розничная торговля	81,3	17,5	0	1,2
в том числе на рынке фармацевтических услуг	77,5	18,8	2,5	1,2
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на муниципальных маршрутах	60,0	25,0	10,0	5,0
Рынок услуг связи	42,5	32,5	21,2	3,8
Рынок услуг социального обслуживания населения	22,5	35,0	35,0	7,5
Рынок услуг в сфере культуры	25,0	37,5	26,2	11,3
Рынок молочной продукции	30,0	35,0	25,0	10,0
Рынок композитных материалов	11,3	10,0	40,0	38,7

Уровень конкуренции на приоритетных и социально значимых рынках города Смоленска имеет широкий аспект у респондентов, отметивших наибольшие значения в следующих отраслях: высокая конкуренция отмечена в розничной торговле (81,3%), умеренная конкуренция – на рынке дополнительного образования

детей (47,5%), слабая конкуренция – на рынке услуг в сфере культуры (26,2%), а конкуренция отсутствует на рынке композитных материалов (38,7%).

Таблица 16. Количество конкурентов у опрашиваемой организации

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Большое количество	76	95,0
1-3 конкурента	4	5,0
Конкуренты отсутствуют	0	0
ИТОГО	80	100

Таблица 17. Изменение числа конкурентов за последние три года

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Увеличилось	74	92,5
Уменьшилось	2	2,5
Не изменилось	4	5,0
ИТОГО	80	100

Практически все респонденты отмечают высокую конкуренцию в сферах экономики (95,0%) и их количество растет, как отметило более 92,5% опрашиваемых.

Таблица 18. Способы повышения конкурентоспособности за последние три года

Исследуемый сегмент	Удельный вес от количества отметок, %
Покупка машин и оборудования	35,6
Покупка технологий, патентов, лицензий, ноу-хау	10,6
Использование новых способов продвижения продукта	6,8
Обучение персонала	28,8
Развитие и расширение системы представительств	6,8
Вывод на рынок новых продуктов	7,6
Ничего не предпринимал для повышения конкурентоспособности	3,8

Основными способами повышения конкурентоспособности отмечены покупка машин и оборудования (36,6%) и обучение персонала (28,8%).

Таблица 19. Препятствия при выходе на новые рынки

Исследуемый сегмент	Удельный вес от количества отметок, %
Высокие начальные издержки	35,9
Жесткое противодействие традиционных участников рынка	11,7
Насыщенность новых рынков сбыта	31,1
Нет информации о ситуации на новых рынках	3,4
Поддержка местными властями традиционных участников рынка	8,3
Привязанность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка	6,2
Никакие	3,4

Основными препятствиями при выходе на новые рынки отмечены высокие изначальные издержки (почти 36,0%), либо насыщенность новых рынков сбыта (более 31,0%).

Таблица 20. Степень влияния на конкурентную среду органов власти и общественных организаций (в % от общего числа респондентов)

Исследуемый сегмент	Высокая	Средняя	Низкая	Итого
Общественные организации, представляющие интересы бизнес-сообществ	10,0	25,0	65,0	100
ФАС России	35,0	27,5	37,5	100
Органы местного самоуправления	37,5	31,2	31,3	100
Органы исполнительной власти Смоленской области	27,5	42,5	30,0	100

Самая высокая степень влияния на конкурентную среду органов власти и общественных организаций отмечена у органов местного самоуправления (37,5%) и ФАС России (35,0%), самый высокий показатель о средней степени влияния (42,5%) у органов исполнительной власти Смоленской области, а низкая степень влияния, по мнению респондентов у общественных организаций, представляющих интересы бизнес сообществ (65,0%).

Сбор данных о наличии и уровне административных барьеров.

Таблица 21. Деятельность органов власти на рынке, который представляют организации

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	4	5,0
Органы власти ничего не предпринимают	2	2,5
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	9	11,2
Органы власти мешают бизнесу своими действиями	4	5,0
Органы власти в чем-то мешают, а в чем-то помогают бизнесу	61	76,3
ИТОГО	80	100

Как отмечает наибольшее количество опрошиваемых (76,3%) органы власти в чем-то мешают, а в чем-то помогают бизнесу.

Таблица 22. Состояние административных барьеров

Исследуемый сегмент	Количество предпринимателей, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Есть непреодолимые административные барьеры	8	10,0
Административные барьеры имеют тенденцию к снижению	52	65,0
Административные барьеры имеют тенденцию к увеличению	14	17,5
Административные барьеры отсутствуют	6	7,5
ИТОГО	80	100

Более 65,0% респондентов отмечают, что административные барьеры имеют тенденции к снижению, а из них нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, отмечена как основной административный барьер (56,3%).

Таблица 23. Административные барьеры

Исследуемый сегмент	Количество отметок, ед.	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Нестабильность законодательства, регулирующую предпринимательскую деятельность	72	56,3
Сложность получения доступа к земельным участкам	10	7,8
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий, средств государственной поддержки, разрешений, согласований	26	20,3
Коррупция (взятки, дискриминация и предоставление преференций отдельным лицам)	7	5,5
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	4	3,1
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок	4	3,1
Иные действия	1	0,8
Нет ограничений	4	3,1

Таблица 24. Доступность заемных финансовых ресурсов для открытия и ведения предпринимательской деятельности (в % от общего числа респондентов)

Исследуемый сегмент	Полностью удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Итого
Доступность финансовых ресурсов	3,7	66,3	30,0	100

Не удовлетворено доступностью финансовых ресурсов более 66,0% респондентов.

Таблица 25. Источники заемных финансовых ресурсов для открытия и ведения предпринимательской деятельности

Исследуемый сегмент	Удельный вес от общего количества предпринимателей, %
Банковские кредиты	48,3
Займы у других организаций	12,6
Средства МК «Смоленский областной фонд поддержки предпринимательства»	4,6
Другое	6,9
Заемные финансовые ресурсы не привлекаются	27,6

Вместе с тем, почти половина (48,3%) используют банковские кредиты для начала и развития предпринимательской деятельности.