**Информация о результатах проведенного мониторинга за 2021 год**

Снижение административных барьеров является одной из главных целей проводимой реформы по формированию единой системы качества и доступности государственных и муниципальных услуг.

В рамках реализации полномочий по поддержке предпринимательства и устранению административных барьеров на пути его развития муниципалитетом обеспечивается проведение политики прозрачности, открытости и доступности своей деятельности.

В оценке состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг приняло участие 1813 субъектов предпринимательской деятельности (41 % от общего числа субъектов предпринимательской деятельности Тимашевского района).

В проведенном опросе приняли участие представители бизнеса, осуществляющие предпринимательскую деятельность, как на ранней стадии (менее 1 года), так и свыше 5 лет, годовой оборот которых составляет как до 120 млн. рублей, так и более 2000 млн. рублей, с численностью сотрудников как до 15 человек, так и более 250. Большую часть участников опроса составили руководители высшего и среднего звена.

Относительно видов деятельности, наибольшее количество респондентов составили организации розничной торговли – 97,7% представляющие локальный рынок (расположенные в отдельном муниципальном образовании) – 98,5%.

**Разбивка респондентов по видам деятельности**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид деятельности** | **Кол-во, чел.** |
| Рынок услуг дошкольного образования | 2 |
| Рынок услуг общего образования | 1 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 1 |
| Рынок медицинских услуг | 2 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | 5 |
| Рынок социальных услуг | 3 |
| Рынок ритуальных услуг | 4 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 1 |
| Рынок поставки сжиженного газа в баллонах | 1 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 1 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок | 2 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 1 |
| Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств | 2 |
| Рынок строительства объектов капитального строительства, зa исключением жилищного и дорожного строительства | 1 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 1 |
| Рынок кадастровых и землеустроительных работ | 1 |
| Рынок легкой промышленности | 2 |
| Сфера наружной рекламы | 1 |
| Рынок реализации сельскохозяйственной продукции | 3 |
| Розничная торговля | 1773 |
| Рынок пищевой продукции | 1 |
| Рынок продукции сельскохозяйственного машиностроения | 1 |
| Рынок финансовых услуг | 1 |

В результате анализа ответов на вопрос: «Что из указанных факторов конкурентоспособности продукции, работ, услуг играет наиболее важную роль на рынке, который является основным для бизнеса, который Вы представляете?» предпринимателями Тимашевского района были представлены следующие результаты:

Низкая цена – 1%.

Высокое качество – 0,6%.

Уникальность продукции – 0,3%.

Предложение сопутствующих услуг, товаров – 0,2%.

Доверительные отношения с клиентами – 0,5%.

Доверительное отношение с поставщиками – 0,2%.

Затрудняюсь с ответом – 97%.

В ходе проведения опроса представителям бизнеса задавался вопрос: «Выберите утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который Вы представляете?».

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Варианты ответов** | **Количество** | **Процент, %** |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – **нет конкуренции** | 22 | 1,2 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса 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) – **слабая конкуренция** | 17 | 0,9 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) - **умеренная конкуренция** | 1764 | 97,3 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса 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, неиспользуемые компанией ранее – **высокая конкуренция** | 5 | 0,3 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо постоянно (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. – **очень высокая конкуренция** | 5 | 0,3 |

На вопрос о том, как **изменилось** число конкурентов бизнеса, который вы представляете на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года, были выявлены следующие показатели.

**Изменение числа конкурентов за последние 3 года**

|  |  |
| --- | --- |
| **Варианты ответов** | **Количество, ед.** |
| Увеличилось на 1-3 конкурента | 1783 |
| Увеличилось более чем на 4 конкурента | 12 |
| Сократилось на 1-3 конкурента | 6 |
| Не изменилось | 10 |
| Затрудняюсь ответить | 2 |

 На вопрос о том, что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном бизнесе, который Вы представляете, 97,9 % опрошенных представителей бизнеса сообщили о наличии появления новых российских конкурентов, 1,2 % опрошенных заявили об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей.

Наряду с этим, предпринимателям задавался вопрос: «Какие из перечисленных административных барьеров являются наиболее существенными для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса?». Ответы респондентами представлены в следующей таблице.

**Наиболее существенные административные барьеров для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса по мнению респондентов**

|  |  |
| --- | --- |
| **Варианты ответа** | **Количество** |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 8 |
| Нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий | 7 |
| Коррупция со стороны органов власти (например, взятки) | 7 |
| Сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий | 17 |
| Высокие налоги | 1757 |
| Необходимость установления партнерских отношений с органами власти | 2 |
| Ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий | 1 |
| Ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 3 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.) | 0 |
| Иные антиконкурентные действия органов власти/ давление со стороны органов власти (действия/давление, препятствующие ведению предпринимательской деятельности на рынке или входу на рынок новых участников) | 1 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (например, угрозы, вымогательства) | 3 |
| Получение разрешения на строительство | 3 |
| Высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) | 3 |
| Конкуренция со стороны теневого сектора | 4 |
| Недостаток квалифицированных кадров | 200 |
| Неразвитость инновационной инфраструктуры (включающей в себя научно-исследовательские центры, иные исследовательские и инновацонно-технологические центры) | 2 |
| Высокие транспортные и логистические издержки | 6 |
| Неразвитость транспортной сети | 3 |
| Высокие таможенные издержки (при осуществлении поставок продукции на экспорт) | 1 |
| Ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа | 1 |
| Давление со стороны конкурентов | 5 |
| Давление со стороны поставщиков | 3 |
| Давление со стороны клиентов | 3 |
| Другое (пожалуйста, укажите)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |

В результате проведенного опроса предпринимателей в 2021 году были выявлены основные административные барьеры, которые, по мнению субъектов бизнеса, наиболее существенно влияют на текущую деятельность или открытие нового бизнеса.

96,9 % респондентов отметили, что одним из существенных административных барьеров являются высокие налоги и недостаток квалифицированных кадров – 11 %.

1 % отметил высокие барьеры в сложности (затянутости) процедуры получения разрешений (лицензий).

0,5 % респондентов отметили сложность получения доступа к земельным участкам и прочее.

При ответе на вопрос «Сталкивались ли вы с дискриминационными условиями?» 98 % предпринимателей ответили - нет.

На вопрос «Какие препятствия из перечисленных ниже являются наиболее существенными для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/ работы/ услуги?» были получены следующие ответы:

**Препятствия для расширения действующего бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
| **Варианты ответов** | **Количество** |
| Отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках | 5 |
| Насыщенность рынков сбыта | 1758 |
| Высокие начальные издержки | 10 |
| Жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) | 4 |
| Поддержка местными властями традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) | 7 |
| Лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) | 2 |
| Неразвитость инновационной инфраструктуры (количество научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) | 4 |
| Недостаточное качество инновационной инфраструктуры (научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) | 3 |
| Высокие транспортные издержки | 13 |
| Невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность | 4 |
| Преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д. | 3 |
| Нехватка финансовых средств | 15 |
| Нет ограничений | 4 |

На вопрос «Как бы охарактеризовали деятельность органов власти на основном для бизнеса товарном рынке» 98 % опрошенных предпринимателей удовлетворены деятельностью органов власти, 0,7 % опрошенных – скорее удовлетворены.

Кроме этого предпринимателям Тимашевского района задавался вопрос о мерах государственной (муниципальной) поддержки, которые им известны. 93 % предпринимателей проинформированы о субсидиях и грантах для начинающих предпринимателях, 1 % о льготных кредитах/субсидировании процентной ставки; 0,8 % осведомлены о возможности получения юридической поддержки/консультации и о снижение налоговой нагрузки для плательщиков УСНО, ЕНВД, патента.

97 % опрошенных предпринимателей сообщили, что за последние 5 лет воспользовались юридической поддержкой.

На вопрос об оценки доступности государственной поддержки для бизнеса 98 % опрошенных предпринимателей сообщили, что при необходимости можно легко получить необходимую поддержку.

В процессе мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг были **опрошены и 216 жителей Тимашевского района.**

В проводимом опросе среди населения более активными оказались женщины -56,5 % опрошенных (122 чел.), мужчин -43,5 % (94 чел.).

Из общего количества опрошенных граждан, работающие граждане, составляют - 95,4 %, пенсионеры -1,9 %, домохозяйки – 1,4 %, самозанятые – 1 %.

По возрастному признаку наибольшее количество опрошенных – 51,9 % граждане в возрасте от 35 до 44 лет (112 человек), по 18 % опрошенных - граждане в возрасте 25-34 лет (39 чел.) и 45-64 лет (38 чел.), 8,3 % опро-шенных в возрасте 55-64 лет (18 чел.), 3,2 % опрошенных в возрасте 18-24 лет (7 чел.).

Уровень образования опрошенных граждан распределился следующим образом:

- 41 % - специалисты с высшим образованием (бакалавриат) (88 чел.);

- 32 % - специалисты со средне профессиональным образованием (69 чел.);

- 18 % - работники с высшим образованием (магистратура) (39 чел.);

- 4,2 % - работники, имеющие среднее общее образование (9 чел.).

Отметим также, что:

- 45,4 % опрошенных имеют одного ребенка;

- 36 % респондентов воспитывают двух детей;

- 9,7 % воспитывают 3 и более детей;

- 9,3 % указали на отсутствие детей,

Относительно материального уровня 46,8 % опрошенных потребителей имеют среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи в размере от 20 до 30 тыс.руб., у 27 % опрошенных доход составляет до 10 до 20 тыс.руб., 19,4 % заявили о наличии дохода до 10 тыс.руб.

В целом подводя итоги мониторинга среди населения можно отметить, что население удовлетворено всеми товарными рынками Тимашевского района. В целом удовлетворенность по уровню цен, по качеству, насыщенности и по уровню доступности на представленных товарных рынках в среднем высказали более 45 % опрошенных граждан.

**Результаты мониторинга цен на социально значимые продовольственные товары первой необходимости, входящие в Перечень**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование товара  | Средняя цена по состоянию на 1.01.2021  | Средняя цена по состоянию на 1.01.2022 | Динамика роста/снижения, % |
| 1 | Говядина (кроме бескостного мяса), 1 кг | 365 | 400 | 109,5 |
| 2 | Свинина (кроме бескостного мяса), 1 кг | 280 | 315 | 112,5 |
| 3 | Баранина (кроме бескостного мяса), 1 кг | - | - | - |
| 4 | Куры (кроме окорочков), 1 кг | 158 | 200 | 126,5 |
| 5 | Рыба мороженая неразделанная, 1 кг | 185 | 190 | 102,7 |
| 6 | Масло сливочное, 1 кг | 509 | 565 | 111 |
| 7 | Масло подсолнечное, 1 литр | 91 | 110 | 120,8 |
| 8 | Молоко питьевое, 1 литр | 54 | 57 | 105,5 |
| 9 | Яйца куриные, 1 десяток | 64 | 85 | 132,8 |
| 10 | Сахар-песок, 1 кг | 49 | 54 | 110,2 |
| 11 | Соль поваренная пищевая | 16 | 17 | 106,2 |
| 12 | Чай черный байховый, 1 кг | 538 | 450 | 83,6 |
| 13 | Мука пшеничная, 1 кг | 35 | 42 | 120 |
| 14 | Хлеб ржаной, ржано-пшеничный | 57 | 71 | 124,5 |
| 15 | Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки, 1 кг | 56 | 60 | 107,1 |
| 16 | Рис шлифованный, 1 кг | 74 | 105 | 141,8 |
| 17 | Пшено, 1 кг | 38 | 67 | 176,3 |
| 18 | Крупа гречневая, 1 кг | 71 | 109 | 153,5 |
| 19 | Вермишель, 1 кг | 60 | 72 | 120 |
| 20 | Картофель, 1 кг | 28 | 45 | 160,7 |
| 21 | Капуста свежая, 1 кг | 25 | 60 | 240 |
| 22 | Лук репчатый, 1 кг | 30 | 21 | 70 |
| 23 | Морковь, 1 кг | 33 | 37 | 112,1 |
| 24 | Яблоки, 1 кг | 62 | 63 | 101,6 |

Следует отметить, что в соответствии с Постановлением № 530 Предельные розничные цены на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости (далее - продовольственные товары), реализуемых на территории отдельного субъекта Российской Федерации или территориях субъектов Российской Федерации, устанавливаются Правительством Российской Федерации на срок не более 90 календарных дней в случае, если в течение 30 календарных дней подряд на территории отдельного субъекта Российской Федерации или территориях субъектов Российской Федерации рост розничных цен на продовольственные товары составит 30 и более процентов.

Таким образом, за 2021 год отмечено значительное повышение розничной цены (более 10%) на следующие товары: масло сливочное, масло подсолнечное, яйца куриные, сахар-песок, рис шлифованный, пшено, крупа гречневая, яблоки.

В 2021 году отмечено снижение розничной цены только на один социально значимый продукт- лук репчатый.

По результатам мониторинга удовлетворенности потребителей уровнем цен на рынке розничной торговли, в котором приняло участие 216 человек, 44,4 % опрошенных «удовлетворены» услугами рынка розничной торговли; 22,2 % - «скорее удовлетворены», 16,7 % респондентов «скорее не удовлетворены», «не удовлетворены» – 11 %.

Кроме того, на вопрос «На какие товары и (или) услуги, по Вашему мнению, цены в Краснодарском крае выше по сравнению с другими регионами Российской Федерации?» респондентами были отмечены следующие социально значимые продовольственные товары: говядина, свинина, куры, рыба мороженая, яйца куриные, сахар-песок.

 Респондентами также был отмечен рост цен и на непродовольственные товары, а именно: обувь кожаную, строительные материалы, бензин автомобильный, медикаменты.