**Состояние конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области**

Отчёт о результатах социологического исследования

Октябрь 2020 г.

Областное государственное казённое учреждение «Дом прав человека в Ульяновской области»

Оглавление

[Введение 4](#_Toc56072078)

[Часть 1: Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области. 5](#_Toc56072079)

[1. Характеристика базы респондентов. 5](#_Toc56072080)

[2. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды. 9](#_Toc56072081)

[2.1. Оценка предпринимателями уровня конкуренции в их сфере деятельности. 9](#_Toc56072082)

[2.2. Оценка предпринимателями примерного количества их основных конкурентов. 12](#_Toc56072083)

[2.3. Оценка предпринимателями качества официальной информации о состоянии конкуренции в регионе, размещаемой в сети Интернет. Источники получения информации о состоянии конкуренции. 15](#_Toc56072084)

[3. Административные барьеры. 19](#_Toc56072085)

[4. Оценка представителями бизнес сообщества услуг естественных монополий в Ульяновской области. 25](#_Toc56072086)

[4.1. Удовлетворённость предпринимателей сроками получения доступа к услугам естественных монополий. 25](#_Toc56072087)

[4.2. Удовлетворённость предпринимателей процессом подключения к услугам естественных монополий. 26](#_Toc56072088)

[4.3. Удовлетворённость предпринимателей стоимостью подключения к услугам естественных монополий. 27](#_Toc56072089)

[4.4. Оценка предпринимателями изменений качества услуг естественных монополий и уровня цен на эти услуги за последние 5 лет. 28](#_Toc56072090)

[4.5. Проблемы, возникающие у представителей бизнеса при взаимодействии с субъектами естественных монополий. 29](#_Toc56072091)

[4.6. Оценка представителями бизнеса качества услуг и уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Ульяновской области. 29](#_Toc56072092)

[4.7. Оценка предпринимателями изменений качества услуг и уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Ульяновской области. 31](#_Toc56072093)

[Часть 2. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области. 32](#_Toc56072094)

[1. Оценка населением количества организаций - поставщиков услуг на рынках Ульяновской области. 32](#_Toc56072095)

[1.1. Оценка населением количества поставщиков товаров и услуг. 32](#_Toc56072096)

[1.2. Оценка населением динамики количества поставщиков товаров и услуг. 35](#_Toc56072097)

[2. Удовлетворенность населения стоимостью, качеством и возможностью выбора услуг, представленных на товарных рынках Ульяновской области. 39](#_Toc56072098)

[2.1. Удовлетворённость населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках. 39](#_Toc56072099)

[2.2. Динамика удовлетворённости населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках. 42](#_Toc56072100)

[2.3. Удовлетворённость населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках. 46](#_Toc56072101)

[2.4. Динамика удовлетворённости населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках. 50](#_Toc56072102)

[2.5. Удовлетворённость населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках. 53](#_Toc56072103)

[2.6. Динамика удовлетворённости населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках. 56](#_Toc56072104)

[3. Сравнение цен и качества товаров и услуг на рынках Ульяновской области и других регионов. 60](#_Toc56072105)

[4. Оценка населением качества услуг естественных монополий. 62](#_Toc56072106)

[5. Оценка населением качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области, размещаемой в открытом доступе. 63](#_Toc56072107)

[6. Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг. 67](#_Toc56072108)

[Выводы: Наличие (отсутствие) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области. 71](#_Toc56072109)

[Выводы: Удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области. 82](#_Toc56072110)

**Введение**

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

**Исследовательские задачи:**

1. Оценка представителями бизнес сообщества состояния конкуренции и конкурентной среды в регионе:
2. Оценка предпринимателями уровня конкуренции в их сфере деятельности.
3. Оценка предпринимателями примерного количества их основных конкурентов.
4. Самооценка способов повышения конкуренции.
5. Оценка предпринимателями качества официальной информации о состоянии конкуренции в регионе, размещаемой в сети Интернет.
6. Оценка предпринимателями услуг естественных монополий по параметрам: сроки получения доступа, сложность (количество) процедур подключения, стоимость подключения.
7. Оценка качества услуг субъектов естественных монополий.
8. Оценка услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий по параметрам: качество услуг, уровень цен.
9. Уровень административных барьеров на рынке в восприятии предпринимателей.
10. Оценка удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области.
11. Оценка населением количества организаций - поставщиков услуг на рынках Ульяновской области. Динамики количества поставщиков.
12. Удовлетворенность населения стоимостью, качеством и возможностью выбора услуг, представленных на товарных рынках Ульяновской области. Динамика показателей.
13. Сравнение цен и качества товаров и услуг на рынках Ульяновской области и других регионов.
14. Оценка населением качества услуг естественных монополий.
15. Оценка населением качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области, размещаемой в открытом доступе.
16. Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг.

Для решения поставленных исследовательских задач были проведены:

* **экспертный опрос предпринимателей Ульяновской области** методом личного формализованного интервью по месту работы респондента с условным разделением выборки на крупных, средних и мелких предпринимателей.
* **Массовый опрос населения региона** методом, стандартизированного интервью по месту жительства респондента**.**

В ходе экспертного опроса проведено **100 интервью с представителями бизнеса** (55 малых, 22 средних и 23 крупных). Полевой этап: 14.09.20. - 25.09.20.

**Выборка массового опроса составила 700 чел. по Ульяновской области.** Выборка репрезентативная, квотная. Квотируемые признаки: пол, возраст, тип населения (городское, сельское). Полевой этап: 28.09.2020. – 16.10.2020. Структура выборки представлена в таблице А.

Таблица А

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 18-34 | 35-54 | 55 и старше | Всего |
| Мужчины | 97 | 114 | 106 | 317 |
| Женщины | 88 | 127 | 168 | 383 |
| Всего | 185 | 241 | 274 | 700 |

**Часть 1: Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области.**

* + - 1. **Характеристика базы респондентов.**

Прежде чем перейти к анализу оценок бизнес-сообществом состояния конкурентной среды в регионе, остановимся на характеристике опрашиваемых предприятий.

55% участников исследования представляют **малый бизнес** с численностью сотрудников менее 100 человек[[1]](#footnote-1) (таблица 1). 22% респондентов относятся к **среднему бизнесу**, 23% - представители **крупного бизнеса** (численность сотрудников превышает 250 человек).

Таблица 1

***СКОЛЬКО СОТРУДНИКОВ РАБОТАЕТ НА ВАШЕМ ПРЕДПРИЯТИИ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| 1-99 чел. | 55 |
| 100-249 чел. | 22 |
| 250 и более чел. | 23 |

**Большинство представителей бизнеса (91%),** участвовавшие в исследовании,имеют статус **юридического лица** (таблица 2). **9%** - это **индивидуальные предприниматели.**

Таблица 2

***ЯВЛЯЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦОМ ИЛИ ИМЕЕТЕ СТАТУС ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Юридическое лицо | 91 |
| ИП | 9 |

Следующий индикатор показывает **распределение предприятий по возрасту** (количество лет, в течение которого предприятие функционирует) (таблица 3). Большинство предприятий – участников исследования (85%) функционируют уже более 5 лет. 14% предприятий - от 1 года до 5 лет, и всего 1% участников опроса совсем молодые (менее 1 года существования).

Таблица 3

***В ТЕЧЕНИЕ КАКОГО ПЕРИОДА ВРЕМЕНИ ВАШ БИЗНЕС ОСУЩЕСТВЛЯЕТ СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Менее 1 года | 1 |
| От 1 года до 5 лет | 14 |
| Более 5 лет | 85 |

Далее **распределение предприятий по величине годового оборота бизнеса** (таблица 4). У более половины предприятий, учувствовавших в исследовании (57%), примерная величина годового оборота составляет до 120 млн. рублей. 22% - имеют годовой оборот в размере от 120 млн. рублей до 800 млн. рублей. 10% предприятий - участников опроса указали размер годового дохода от 800 млн. рублей до 2000 млн. рублей. Более 2000 млн. рублей - у 11% организаций.

Таблица 4

***КАКОВА ПРИМЕРНАЯ ВЕЛИЧИНА ГОДОВОГО ОБОРОТА БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| До 120 млн. рублей | 57 |
| От 120 млн. до 800 млн. рублей | 22 |
| От 800 млн. до 2000 млн. рублей | 10 |
| Более 2000 млн. рублей | 11 |

**Распределение предприятий по сферам деятельности** представлено в таблице 5.

Таблица 5

***К КАКОЙ СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТНОСИТСЯ БИЗНЕС, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, число ответов***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | | 1 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | | 1 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | | 2 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | | 1 |
| Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации | | 1 |
| Рынок услуг связи, в том числе по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | 1 |
| Рынок жилищного строительства | | 1 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | | 1 |
| Рынок кадастровых и землеустроительных работ | | 1 |
| Рынок реализации сельскохозяйственной продукции | | 9 |
| Рынок переработки водных биоресурсов | | 1 |
| Рынок добычи общераспространённых полезных ископаемых на участках недр местного значения | | 1 |
| Рынок нефтепродуктов | | 2 |
| Рынок легкой промышленности | | 6 |
| Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева | | 5 |
| Рынок производства кирпича | | 1 |
| Рынок производства бетона | | 3 |
| Сфера наружной рекламы | | 1 |
| Иные рынки: | | 61 |
| Производство автомобилей, автокомплектующих | 13 |
| Производство продуктов питания/ напитков | 11 |
| Производство и переработка металлопродукции | 7 |
| Оптовая и розничная торговля | 6 |
| Сфера услуг | 5 |
| Производство оборудования | 4 |
| Финансовые и юридические услуги | 4 |
| Сдача в аренду недвижимого имущества | 3 |
| Производство пластиковых изделий | 2 |
| Рынок комплектующих для авиации | 2 |
| Полиграфическая продукция | 2 |
| Туристический бизнес | 2 |

**Основной продукцией,** которую представляют предприниматели – участники опроса, является **конечная продукция (56%)** (таблица 6). На втором месте – **услуги (27%).**

Таблица 6

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

|  |  |
| --- | --- |
| Конечная продукция | 56 |
| Услуги | 27 |
| Сырье и материалы для дальнейшей переработки | 7 |
| Компоненты для производства конечной продукции | 7 |
| Бизнес осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведённых другими компаниями | 3 |
| Другое | 0 |

**Более половины** опрошенных представителей организаций – это **руководители высшего звена (56%)**, 24% - руководители среднего звена и 22% - собственники бизнеса (таблица 7).

Таблица 7

***КАКУЮ ДОЛЖНОСТЬ ВЫ ЗАНИМАЕТЕ В ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРУЮ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Собственник бизнеса (совладелец) | 22 |
| Руководитель высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная позиция) | 56 |
| Руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела) | 24 |
| Не руководящий сотрудник | 4 |

**Целевыми рынками** представителей регионального бизнеса, участвовавших в исследовании, являются **рынок РФ (40%), рынок Ульяновской области (24%)** и рынки нескольких субъектов РФ (15%) (таблица 8). Для 10% предприятий основным является локальный рынок муниципального образования, для 8% - рынки стран СНГ.

Таблица 8

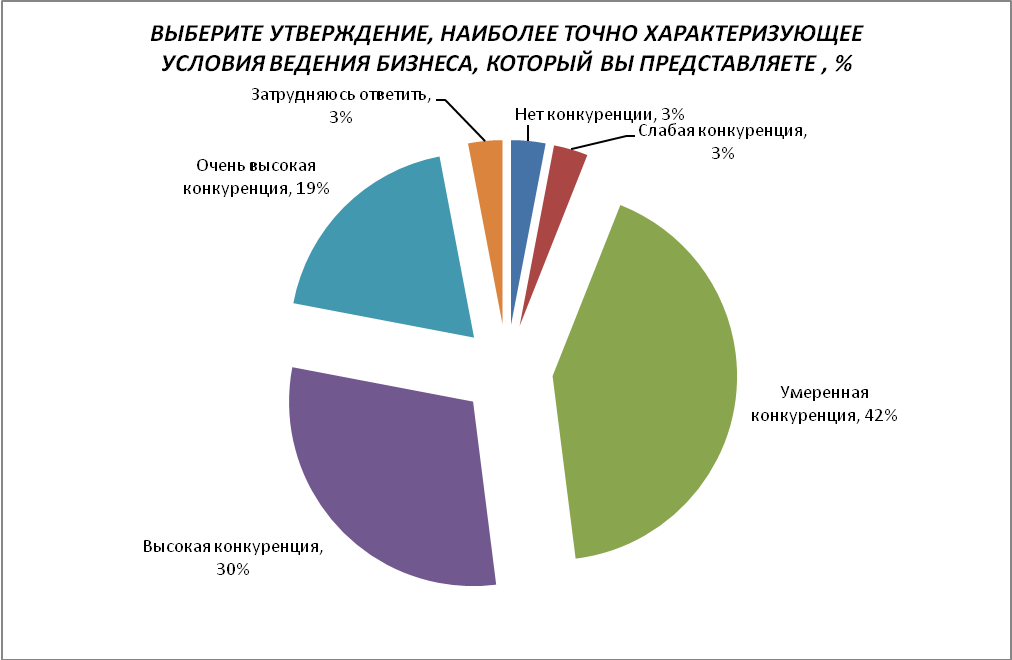
***КАКОЙ ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ РЫНОК (РЫНКИ) ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВНЫМ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Локальный рынок (отдельное муниципальное образование) | 10 |
| Рынок Ульяновской области | 24 |
| Рынки нескольких субъектов Российской Федерации | 15 |
| Рынок Российской Федерации | 40 |
| Рынки стран СНГ | 8 |
| Рынки стран дальнего зарубежья | 3 |
| Затрудняюсь ответить | 0 |

* + - 1. **Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды.**
  1. **Оценка предпринимателями уровня конкуренции в их сфере деятельности.**

Уровень конкуренции в регионе оценивается участниками исследования довольно высоко: **49% указали на высокую или очень высокую конкуренцию**; **42% респондентов отмечает средний уровень конкуренции** (диагр. 1).

Диагр. 1



В большей степени мнения об очень высокой конкуренции придерживаются представители крупного и среднего бизнеса (таблица 9). Об умеренной конкуренции в регионе чаще говорят мелкие предприниматели.

Таблица 9

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

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 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** | 3 | 4 | 5 | 0 |
| 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** | 3 | 4 | 5 | 0 |
| 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** | 42 | **47** | 41 | 30 |
| 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 её повышения, не используемые компанией ранее, – **высокая конкуренция** | 30 | 27 | 23 | **43** |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или 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** | 19 | 16 | **23** | **22** |
| Затрудняюсь ответить | 3 | 2 | 5 | 4 |

Прежде всего, обратим внимание на то, что лишь 5% представителей бизнеса за последние 3 года ничего не предпринимали для повышения своей конкурентоспособности (таблица 10). Наиболее распространёнными **способами повышения конкурентоспособности компании** являются обучение персонала (58%), использование новых способов продвижения продукта (50%), покупка технического оборудования (49%), расширение ассортимента (40%).

Таблица 10

***КАКИЕ МЕРЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ, РАБОТ, УСЛУГ, КОТОРЫЕ ПРОИЗВОДИТ ИЛИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ВАШ БИЗНЕС, ВЫ ПРЕДПРИНИМАЛИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА?, %***

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Обучение и переподготовка персонала | 58 | 51 | 59 | 74 |
| Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) | 50 | 45 | 50 | 61 |
| Приобретение технического оборудования | 49 | 33 | 55 | 83 |
| Разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента | 40 | 27 | 59 | 52 |
| Развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и проч.) | 16 | 11 | 14 | 30 |
| Самостоятельное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ | 16 | 9 | 14 | 35 |
| Приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау | 9 | 5 | 18 | 9 |
| Другое | 3 | 4 | 0 | 4 |
| Не предпринималось никаких действий | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | 5 | 5 | 5 | 4 |

Данные исследования показывают, что **более половины предпринимателей не сталкивались с дискриминационными условиями для своего бизнеса (53%)** (таблица 11). **Ценовая дискриминация** является проблемой при ведении бизнеса для **12% участников исследования.**

Таблица 11

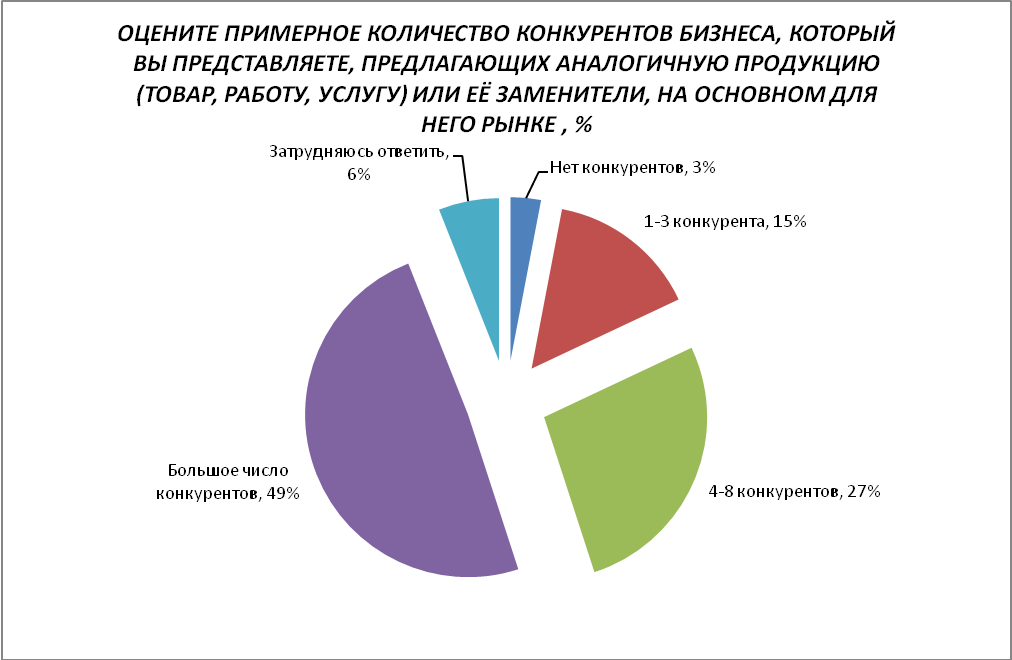
***СТАЛКИВАЛИСЬ ЛИ ВЫ С ДИСКРИМИНАЦИОННЫМИ УСЛОВИЯМИ ДОСТУПА НА ТОВАРНЫЙ РЫНОК, ОСНОВНОЙ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Ценовая дискриминация | 12 | 13 | 9 | 13 |
| Продажа товара только в определённом ассортименте, продаже в нагрузку, разные условия поставки | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Акты органов гос. власти субъектов РФ, которые вводят ограничения в отношении создания хозяйствующих субъектов, осуществления или отдельных видов деятельности | 4 | 5 | 0 | 4 |
| Отсутствие организации и проведения торгов на право заключения договоров в случаях, когда законодательство их требует | 2 | 2 | 5 | 0 |
| Другие | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Нет | 53 | 55 | 55 | 48 |
| Со всеми перечисленными дискриминационными условиями | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 27 | 25 | 27 | 30 |

* 1. **Оценка предпринимателями примерного количества их основных конкурентов.**

Переходя от общих оценок уровня конкуренции к оценке **количества конкурентов собственного бизнеса**, половина предпринимателей (49%) также оценивают его как большое (диагр. 2). 27% опрошенных имеют 4-8 конкурентов, 15% - от 1 до 3 конкурентов, и всего 3% респондентов говорят об отсутствии конкурентов в их сфере деятельности.

Диагр. 2



Результаты исследования показывают, что **представители среднего бизнеса выше оценивают количество конкурентов для своего предприятия** (таблица 12).

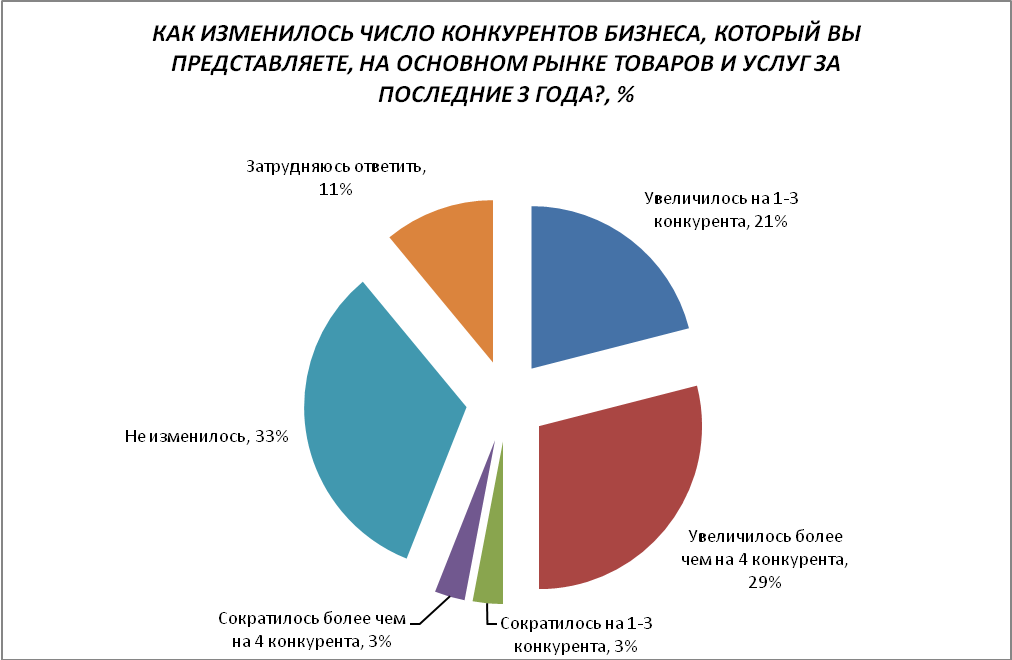
Таблица 12

***ОЦЕНИТЕ ПРИМЕРНОЕ КОЛИЧЕСТВО КОНКУРЕНТОВ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ АНАЛОГИЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ (ТОВАР, РАБОТУ, УСЛУГУ) ИЛИ ЕЁ ЗАМЕНИТЕЛИ, НА ОСНОВНОМ ДЛЯ НЕГО РЫНКЕ , %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Нет конкурентов | 3 | 4 | 5 | 0 |
| 1-3 конкурента | 15 | 15 | 18 | 13 |
| 4-8 конкурентов | 27 | 31 | 14 | 30 |
| Большое число конкурентов | 49 | 45 | **59** | 48 |
| Затрудняюсь ответить | 6 | 5 | 5 | 9 |

Мнение предпринимателей о повышении интенсивности конкуренции основывается на их наблюдении за ростом числа конкурентов своих организаций в последние 3 года (диагр. 3). **Половина бизнесменов** отметили, что **число конкурентов увеличилось**. **Треть опрошенных** полагают, что число конкурентов **осталось прежним**. **Об** **уменьшении** сообщают лишь **6% опрошенных предпринимателей.**

Диагр. 3



Отметим, что об увеличении числа конкурентов говорят как крупные предприниматели, так и представители малого бизнеса (таблица 13).

Таблица 13

***КАК ИЗМЕНИЛОСЬ ЧИСЛО КОНКУРЕНТОВ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ, НА ОСНОВНОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Увеличилось на 1-3 конкурента | 21 | **25** | 9 | 22 |
| Увеличилось более чем на 4 конкурента | 29 | 31 | 18 | **35** |
| Сократилось на 1-3 конкурента | 3 | 4 | 5 | 0 |
| Сократилось более чем на 4 конкурента | 3 | 4 | 5 | 0 |
| Не изменилось | 33 | 27 | **50** | 30 |
| Затрудняюсь ответить | 11 | 9 | 14 | 13 |

Следующий вопрос касается количества **поставщиков основного закупаемого товара, который приобретает предприятие** (таблица 14). 27% предприятий – участников исследования имеют 2-3 поставщика, столько же - 4 и более поставщиков. 26% предприятий – большое число поставщиков (в большей степени представители среднего и крупного бизнеса). И всего 5% участников опроса имеют единственного поставщика.

Таблица 14

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПРИМЕРНОЕ ЧИСЛО ПОСТАВЩИКОВ ОСНОВНОГО ЗАКУПАЕМОГО ТОВАРА (РАБОТЫ, УСЛУГИ), КОТОРЫЙ ПРИОБРЕТАЕТ ПРЕДСТАВЛЯЕМЫЙ ВАМИ БИЗНЕС ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ СОБСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, %***

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Единственный поставщик | 5 | 4 | 5 | 9 |
| 2-3 поставщика | 27 | 29 | 23 | 26 |
| 4 и более поставщиков | 27 | 33 | 32 | 9 |
| Большое число поставщиков | 26 | 15 | **41** | **39** |
| Затрудняюсь ответить | 15 | 20 | 0 | 17 |

Исследование показывает, что **более половины предпринимателей региона (52%)** в целом **удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками товара,** который приобретает их бизнес (таблица 15). Не удовлетворены – 27% представителей бизнеса.

Таблица 15

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ВАШУ УДОВЛЕТВОРЁННОСТЬ СОСТОЯНИЕМ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ ПОСТАВЩИКАМИ ТОВАРА (РАБОТЫ, УСЛУГИ), КОТОРЫЙ ПРИОБРЕТАЕТ ПРЕДСТАВЛЯЕМЫЙ ВАМИ БИЗНЕС ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ СОБСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, %***

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Неудовлетворительно | 5 | 2 | 9 | 9 |
| Скорее неудовлетворительно | 22 | 20 | 23 | 26 |
| Скорее удовлетворительно | 30 | **40** | 27 | 9 |
| Удовлетворительно | 22 | 13 | 36 | 30 |
| Затрудняюсь ответить | 21 | 25 | 5 | 26 |

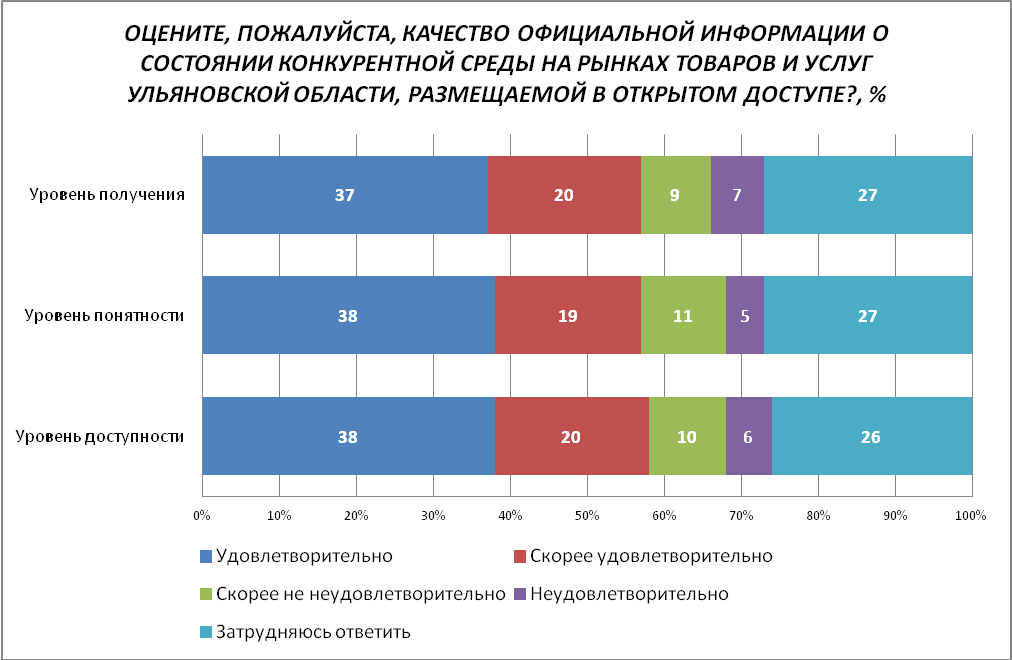
* 1. **Оценка предпринимателями качества официальной информации о состоянии конкуренции в регионе, размещаемой в сети Интернет. Источники получения информации о состоянии конкуренции.**

В целях содействия развитию конкуренции, а также в интересах субъектов предпринимательской деятельности и потребителей органы власти обязаны размещать в сети Интернет информацию о состоянии конкуренции в регионе.

Одной из задач исследования являлось выявление **уровня удовлетворённости представителей бизнес-сообщества качеством официальной информации о развитии рыночной конкуренции в регионе, размещаемой в интернете**. Говоря о качестве информации, имелось в виду три параметра: доступность, понятность, удобство получения.

В целом **более половины опрошенных удовлетворены качеством указанной информации:** 58% - устраивает доступность информации, 57% - понятность, 57% - удобство получения (диагр. 4). Примерно каждый четвёртый затруднился с оценкой (26-27%).

Диагр. 4



**Около половины участников исследования** **в целом удовлетворены** **полнотой информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг**, размещённой Министерством цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области и муниципальными образованиями региона (таблица 16). Отметим, что от 33% до 42% представителей бизнес-сообщества не знакомы с соответствующей информацией и затруднились с оценкой её полноты.

Таблица 16

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПОЛНОТУ РАЗМЕЩЁННОЙ МИНИСТЕРСТВОМ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И КОНКУРЕНЦИИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ, %***

|  | ***Удовлетворительно*** | ***Скорее удовлетворительно*** | ***Скорее неудовлетворительно*** | ***Неудовлетворительно*** | ***Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе | 37 | 17 | 9 | 4 | 33 |
| Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе | 29 | 20 | 9 | 6 | 36 |
| Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворённости предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона | 32 | 14 | 6 | 6 | 42 |
| Обеспечение доступности «дорожной карты» региона | 27 | 19 | 12 | 5 | 37 |
| Доступность информации о проведённых обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона | 29 | 16 | 11 | 6 | 38 |
| Доступность информации о проведённых мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе | 28 | 17 | 11 | 6 | 38 |

**Для получения информации о состоянии конкурентной среды** на рынках товаров и услуг Ульяновской области и деятельности по содействию конкуренции представители бизнес-сообщества предпочитают пользоваться следующими источниками: **специальные блоги**, порталы и прочие **электронные ресурсы (62%), официальные сайты исполнительных органов власти и ОМСУ (60%), сайт ФАС России (51%), сайт Министерства цифровой экономики и конкуренции УО (47%), интернет-портал об инвестиционной деятельности в Ульяновской области (47%)** (таблица 17).

Таблица 17

***УКАЖИТЕ, КАКИМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 62 | 75 | 41 | 50 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 60 | 52 | 73 | 65 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 51 | 42 | 55 | 70 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 47 | 33 | 73 | 55 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 47 | 40 | 59 | 50 |
| Печатные средства массовой информации | 38 | 38 | 41 | 35 |
| Телевидение | 30 | 27 | 36 | 30 |
| Радио | 17 | 13 | 14 | 30 |
| Другие | 5 | 4 | 9 | 10 |

**Более всего региональные предприниматели доверяют** официальной информации на сайте ФАС России (39%) (таблица 18).

Таблица 18

***УКАЖИТЕ, КАКИМ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?, %***

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 39 | 43 | 31 | 38 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 35 | 38 | 31 | 31 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 33 | 38 | 31 | 23 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 29 | 28 | 23 | 38 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 27 | 30 | 23 | 23 |
| Телевидение | 6 | 8 | 8 | 0 |
| Печатные средства массовой информации | 6 | 5 | 8 | 8 |
| Радио | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Другие | 3 | 5 | 15 | 8 |

1. **Административные барьеры.**

К важнейшему условию ведения предпринимательской деятельности относится необходимость учитывать административные ограничения. Представители хозяйствующих субъектов в ходе опроса высказывали свое мнение о том, преодолимы ли административные барьеры для ведения текущей деятельности, какие именно барьеры существуют и изменяется ли ситуация в этой сфере.

В оценках того, насколько **преодолимы административные барьеры**, ответы респондентов распределились следующим образом (диагр. 5): **25% респондентов говорят об отсутствии административных барьеров; немногим менее (21%) считают, что барьеры преодолимы без существенных затрат**; 23% предпринимателей уверены, что для преодоления барьеров необходимы значительные затраты с их стороны; 2% опрошенных называют административные барьеры непреодолимыми.

Диагр. 5



Таким образом, **большинство респондентов (46%) не видят особых сложностей в преодолении барьеров, препятствующих ведению их бизнеса, или даже отрицают их наличие**. Однако 25% предпринимателей считают эти препятствия непреодолимыми, либо требующими значительных усилий по их устранению. Доля оптимистов в этом вопросе заметно превышает долю пессимистов.

Таблица 19

***НАСКОЛЬКО ПРЕОДОЛИМЫ АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОТКРЫТИЯ НОВОГО БИЗНЕСА НА РЫНКЕ, ОСНОВНОМ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Есть непреодолимые административные барьеры | 2 | 0 | 9 | 0 |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат | 23 | 22 | 23 | 26 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат | 21 | 20 | 23 | 22 |
| Нет административных барьеров | 25 | 27 | 18 | 26 |
| Затрудняюсь ответить | 29 | 31 | 27 | 26 |

**Самые значимые административные барьеры,** с которыми сталкиваются представители бизнес-сообщества Ульяновской области, – это **высокие налоги (70%)** (таблица 20). Также существенное влияние на деятельность бизнеса оказывает **нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (45%)**.

Таблица 20

***КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ ЯВЛЯЮТСЯ НАИБОЛЕЕ СУЩЕСТВЕННЫМИ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИЛИ ОТКРЫТИЯ НОВОГО БИЗНЕСА НА РЫНКЕ, ОСНОВНОМ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Высокие налоги | 70 | 75 | 64 | 65 |
| Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность | 45 | 44 | 55 | 39 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 9 | 15 | 0 | 4 |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 7 | 11 | 5 | 0 |
| Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках гос.закупок | 7 | 2 | 23 | 4 |
| Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с гос. участием и субъектов естественных монополий | 6 | 5 | 14 | 0 |
| Сложность/затянутость процедуры получения лицензий | 4 | 5 | 5 | 0 |
| Необходимость установления партнёрских отношений с органами власти | 3 | 0 | 14 | 0 |
| Иные действия/давление со стороны оврагов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников | 3 | 4 | 5 | 0 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.п.) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Другое | 1 | 0 | 5 | 0 |
| Нет ограничений | 6 | 7 | 0 | 9 |
| Затрудняюсь ответить, отказ от ответа | 10 | 9 | 5 | 17 |

Оценивая динамику проблемы административных барьеров, **36% участников исследования *затруднились с ответом*** (диагр. 6). ***Не заметили******изменений уровня административных барьеров*** для ведения бизнеса за последние 3 года 23% опрошенных, 11% респондентов придерживаются мнения о том, что ***бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры*.**

16% предпринимателей отмечают ***ухудшение ситуации***.

Диагр. 6



Больше о снижении давления административных барьеров на бизнес говорят средние и крупные предприниматели (таблица 21).

Таблица 21

***КАК ИЗМЕНИЛСЯ УРОВЕНЬ АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ НА РЫНКЕ, ОСНОВНОМ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ, В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?, %***

|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Административные барьеры были полностью устранены | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 11 | 4 | **18** | **22** |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 23 | 22 | **27** | 22 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 16 | 20 | 9 | 13 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и раньше | 14 | 13 | 18 | 13 |
| Затрудняюсь ответить | 36 | **42** | 27 | 30 |

**Большинство респондентов (68%) удовлетворены работой органов власти** на рынке, который они представляют (таблица 22).

Таблица 22

***КАК БЫ ВЫ ОХАРАКТЕРИЗОВАЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНОВ ВЛАСТИ НА РЫНКЕ, ОСНОВНОМ ДЛЯ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Удовлетворен | 35 | 25 | 41 | 52 |
| Скорее удовлетворён | 33 | 42 | 18 | 26 |
| Скорее не удовлетворён | 7 | 5 | 18 | 0 |
| Не удовлетворён | 8 | 9 | 9 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | 17 | 18 | 14 | 17 |

**Абсолютное большинство** участников исследования **(около 90%) не обращались** в надзорные органы с жалобами на административные барьеры в 2019 -2020 гг.(диагр. 7).

Диагр. 7

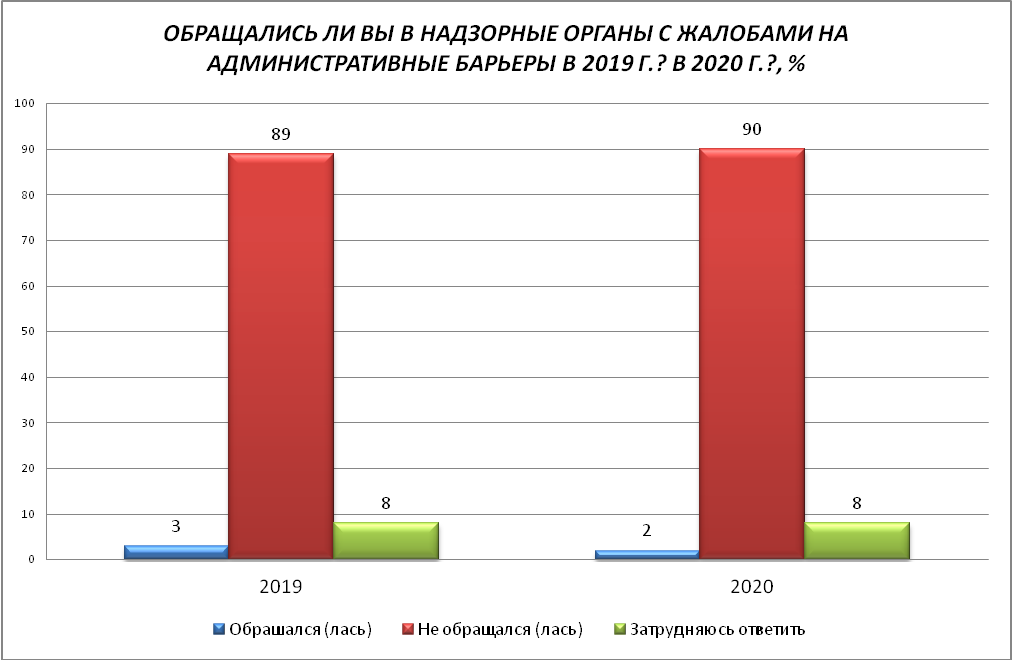


Таблица 23

***ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ С ЖАЛОБАМИ НА АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В 2019 Г.?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Обрашался (лась) | 3 | 4 | 0 | 4 |
| Не обращался (лась) | 89 | 93 | 91 | 78 |
| Затрудняюсь ответить | 8 | 4 | 9 | 17 |

Таблица 24

***ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ С ЖАЛОБАМИ НА АДМИНИСТРАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В 2020 Г.?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Обрашался(лась) | 2 | 4 | 0 | 0 |
| Не обращался (лась) | 90 | 93 | 91 | 83 |
| Затрудняюсь ответить | 8 | 4 | 9 | 17 |

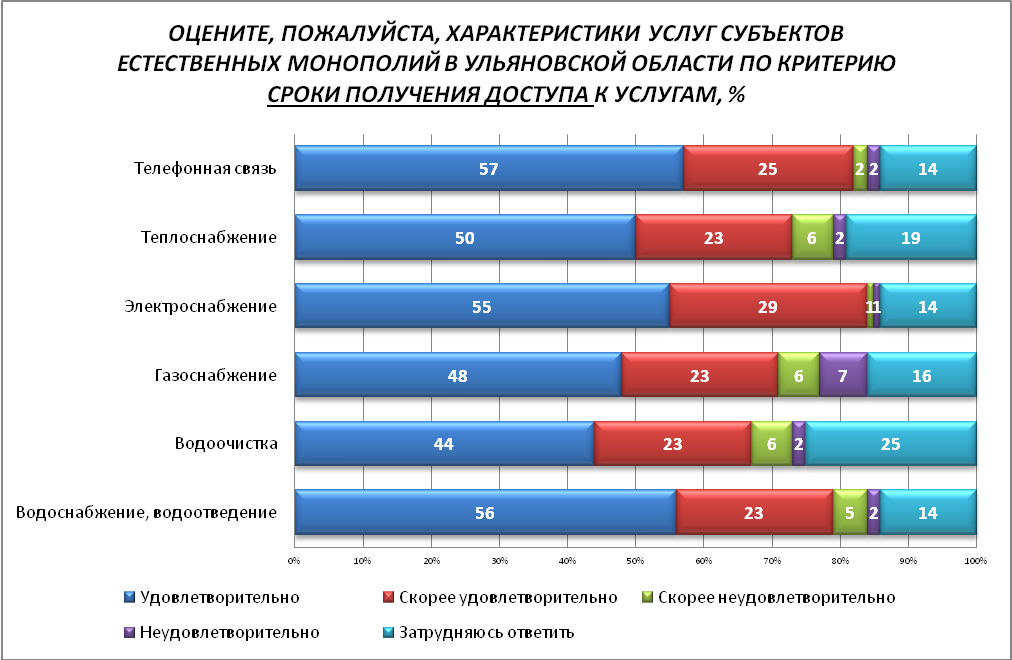
1. **Оценка представителями бизнес сообщества услуг естественных монополий в Ульяновской области.**
   1. **Удовлетворённость предпринимателей сроками получения доступа к услугам естественных монополий.**

Одним из показателей условий для развития бизнеса в регионе является **качество получения доступа предпринимателей к таким услугам, как водо-, газо-, электро-, теплоснабжение, водоочистка и телефонная связь.**

Большинство участников исследования **положительно оценивают сроки получения доступа к услугам субъектов естественных монополий** (так, оценку удовлетворительно дают от 67% до 84% опрошенных) (диагр. 8).

В наибольшей степени **предприниматели удовлетворены сроками подключения к услугам электроснабжения** (84%), **наименее всего - к услугам по водоочистке** (67%).

Диагр. 8



* 1. **Удовлетворённость предпринимателей процессом подключения к услугам естественных монополий.**

**Сложность** (количество процедур) **подключения** к услугам естественных монополий участники исследования в целом **оценивают** чуть **критичнее**.

**Наименьшая удовлетворённость** по данному параметру зафиксирована относительно **подключения к газоснабжению** (доволен каждый второй участник исследования, не удовлетворён каждый пятый) (диагр. 9).

А **наименее сложными** для участников исследования оказалось подключение к **водо- и электроснабжению**, а также к **пользованию услугами телефонной связи** (удовлетворены 68%, 67%, 67% опрошенных соответственно (диагр. 9).

Диагр. 9



Отметим также, что, по мнению подавляющего **большинства участников исследования** (от 76% до 82%), **за последние 5 лет сложность** (количество процедур) подключения к услугам естественных монополий существенно **не изменилась** (таблица 25).

Таблица 25

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ИЗМЕНИЛАСЬ СЛОЖНОСТЬ (КОЛИЧЕСТВО) ПРОЦЕДУР ПОДКЛЮЧЕНИЯ УСЛУГ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПО МЕСТУ ВЕДЕНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА, ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ, %***

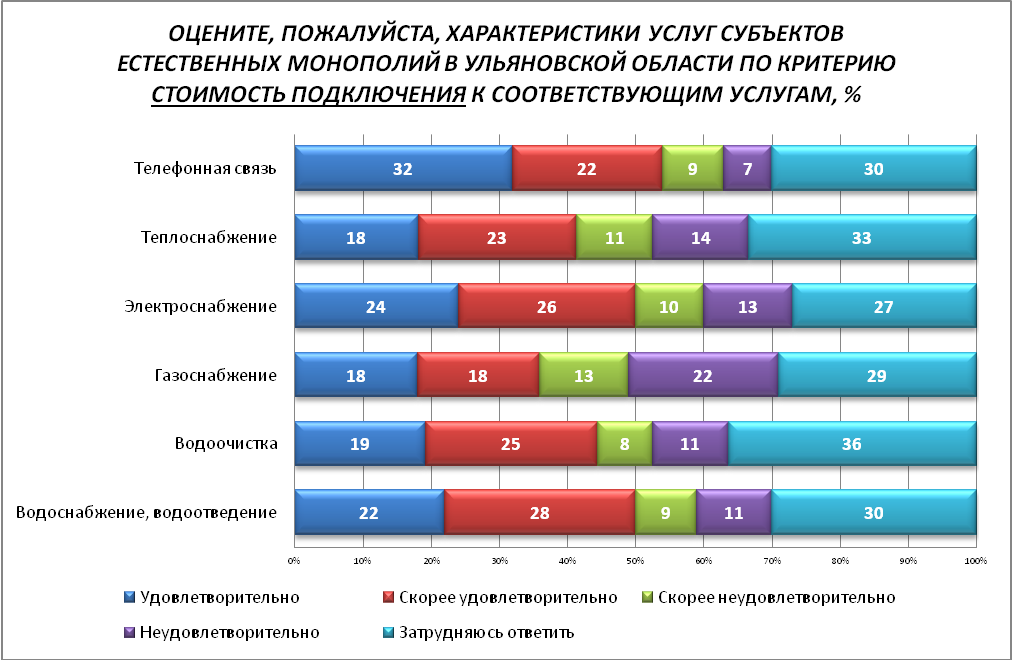
|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Снизилось | Увеличилось | Не изменилось |
| Водоснабжение, водоотведение | 9 | 10 | 81 |
| Водоочистка | 9 | 9 | 82 |
| Газоснабжение | 8 | 16 | 76 |
| Электроснабжение | 8 | 12 | 80 |
| Теплоснабжение | 9 | 11 | 80 |
| Телефонная связь | 16 | 6 | 79 |

* 1. **Удовлетворённость предпринимателей стоимостью подключения к услугам естественных монополий.**

В наименьшей степени участники исследования удовлетворены стоимостью подключения к соответствующим услугам – **здесь показатель удовлетворённости не более 54%** (диагр. 10).

Наиболее критично оценивается **стоимость услуг газоснабжения** (35% негативных оценок) и **теплоснабжения** (не довольных 24%).

Диагр. 10



* 1. **Оценка предпринимателями изменений качества услуг естественных монополий и уровня цен на эти услуги за последние 5 лет.**

Подавляющее число предпринимателей - участников опроса заметили, что **за последние 5 лет качество услуг естественных монополий не изменилось** (таблица 26).

Каждый пятый участник исследования считает, что за последние 5 лет **качество предоставления услуг телефонной связи улучшилось** (таблица 26). **9%** респондентов указали на **снижение качества газоснабжения**.

Таблица 26

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ИЗМЕНИЛОСЬ КАЧЕСТВО УСЛУГ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПО МЕСТУ ВЕДЕНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА, ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ, %***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Ухудшилось | Улучшилось | Не изменилось |
| Водоснабжение, водоотведение | 4 | 13 | 83 |
| Водоочистка | 6 | 13 | 84 |
| Газоснабжение | 9 | 15 | 76 |
| Электроснабжение | 5 | 17 | 77 |
| Теплоснабжение | 4 | 13 | 82 |
| Телефонная связь | 4 | 20 | 76 |

Однако около **90% участников исследования отмечают повышение уровня цен** на все предоставляемые услуги естественных монополий за последние 5 лет (таблица 27).

Примерно **каждый десятый** участник исследования полагает, что цены **остаются примерно на том же уровне**.

Таблица 27

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ИЗМЕНИЛСЯ УРОВЕНЬ ЦЕН НА УСЛУГИ СУБЪЕКТОВ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПО МЕСТУ ВЕДЕНИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА, ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ, %***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Снизился | Увеличился | Не изменился |
| Водоснабжение, водоотведение | 0 | 90 | 11 |
| Водоочистка | 0 | 89 | 11 |
| Газоснабжение | 0 | 91 | 9 |
| Электроснабжение | 0 | 90 | 11 |
| Теплоснабжение | 0 | 89 | 11 |
| Телефонная связь | 2 | 86 | 12 |

* 1. **Проблемы, возникающие у представителей бизнеса при взаимодействии с субъектами естественных монополий.**

**40%** предпринимателей - участников исследования **не сталкивались с проблемами** при взаимодействии с представителями субъектов естественных монополий (таблица 28).

**30% участников** исследования пожаловались **на навязывание дополнительных услуг** (в большей степени с этим столкнулись представители малого и среднего бизнеса).

Еще **15% столкнулись** с проблемой **взимания дополнительной платы** (больше, чем в целом по выборке - представители среднего бизнеса)

Таблица 28

***С КАКИМИ ПРОБЛЕМАМИ ВЫ СТОЛКНУЛИСЬ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ?, %***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **В целом по выборке** | **Малый бизнес** | **Средний бизнес** | **Крупный бизнес** |
| Навязывание дополнительных услуг | 30 | 33 | 32 | 22 |
| Взимание дополнительной платы | 15 | 15 | 23 | 9 |
| Проблемы с заменой приборов учета | 8 | 4 | 18 | 9 |
| Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур | 8 | 9 | 9 | 4 |
| Отказ в установке приборов учета | 1 | 0 | 0 | 4 |
| Дру**г**ие | 2 | 0 | 0 | 9 |
| Не сталкивался с подобными проблемами | 40 | 44 | 36 | 35 |
| Затрудняюсь ответить | 21 | 20 | 14 | 30 |

* 1. **Оценка представителями бизнеса качества услуг и уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Ульяновской области.**

Также в ходе исследования предпринимателям предлагалось **дать оценку качеству услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде**, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Ульяновской области и уровень цен на данный вид услуг.

Отметим, что **каждый второй** участник исследования (от 48% до 50%) **затруднился с оценкой** (таблица 29).

Чуть **выше** участники исследования оценили качество по техническому присоединению к услугам в электронному виде по **водоснабжению и водоотведению (удовлетворены 48%)**, чуть **ниже** – по **газоснабжению** (удовлетворены 43%).

Таблица 29

***ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УСЛУГ ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ПРИСОЕДИНЕНИЮ К СЕТЯМ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ, ОКАЗЫВАЕМЫХ РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ, %***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 21 | 27 | 2 | 2 | 48 |
| Газоснабжение | 17 | 26 | 1 | 7 | 49 |
| Электроснабжение | 21 | 27 | 1 | 3 | 48 |
| Теплоснабжение | 18 | 27 | 1 | 4 | 50 |

Однако удовлетворенность уровнем цен **по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде оценивается участниками исследования критичнее** (таблица 30).

Так, здесь **уровень удовлетворённости находится в диапазоне от 25% до 29%**, и примерно каждый пятый участник – не удовлетворён уровнем цен. Отметим, что более половины респондентов также затруднились дать оценку.

Таблица 30

***ОЦЕНИТЕ УРОВЕНЬ ЦЕН ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ПРИСОЕДИНЕНИЮ К СЕТЯМ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ, ОКАЗЫВАЕМЫХ РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ, %***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 12 | 17 | 10 | 8 | 53 |
| Газоснабжение | 11 | 15 | 9 | 12 | 53 |
| Электроснабжение | 12 | 16 | 10 | 10 | 52 |
| Теплоснабжение | 10 | 15 | 9 | 12 | 54 |

* 1. **Оценка предпринимателями изменений качества услуг и уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Ульяновской области.**

По мнению 80% участников исследования за последние 5 лет **качество услуг** **по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде** не изменилось (таблица 31).

12-14% респондентов отмечают положительную динамику.

Однако **более половины опрошенных (60%-63%)** **отмечают повышение цен на данную услугу по всем направлениям** (таблица 32).

Чуть менее 40% не отмечают существенной динамики цен за прошедшие 5 лет.

Таблица 31

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ИЗМЕНИЛОСЬ КАЧЕСТВО УСЛУГ ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ПРИСОЕДИНЕНИЮ К СЕТЯМ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ, ОКАЗЫВАЕМЫХ РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА, %***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Ухудшилось | Улучшилось | Не изменилось |
| Водоснабжение, водоотведение | 3 | 14 | 82 |
| Газоснабжение | 7 | 14 | 79 |
| Электроснабжение | 4 | 14 | 81 |
| Теплоснабжение | 5 | 12 | 83 |

Таблица 32

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ИЗМЕНИЛСЯ УРОВЕНЬ ЦЕН ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ПРИСОЕДИНЕНИЮ К СЕТЯМ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ, ОКАЗЫВАЕМЫХ РЕСУРСОСНАБЖАЮЩИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И СУБЪЕКТАМИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА, %***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Снизился | Увеличился | Не изменился |
| Водоснабжение, водоотведение | 1 | 60 | 39 |
| Газоснабжение | 1 | 63 | 36 |
| Электроснабжение | 1 | 61 | 38 |
| Теплоснабжение | 1 | 62 | 37 |

**Часть 2. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области.**

## Оценка населением количества организаций - поставщиков услуг на рынках Ульяновской области.

### Оценка населением количества поставщиков товаров и услуг.

Оценки населением целевых рынков по параметру количество поставщиков товаров и услуг представлено в таблице 33.

Таблица 33

***КАКОЕ КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ НА РЫНКАХ ВАШЕГО РАЙОНА (ГОРОДА)?, %***

|  | ***Избыточно (много)*** | ***Достаточно*** | ***Мало*** | ***Нет совсем*** | ***Затрудняюсь отв.*** | ***Средний балл по 4-бальной шкале[[2]](#footnote-2)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги по наружной рекламе | 17 | 40 | 3 | 3 | 37 | 3,11 |
| Ритуальные услуги | 11 | 54 | 2 | 1 | 32 | 3,10 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 10 | 67 | 5 | 0 | 18 | 3,07 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 16 | 68 | 11 | 0 | 5 | 3,05 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 8 | 76 | 8 | 0 | 7 | 2,99 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 67 | 3 | 0 | 30 | 2,96 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 4 | 52 | 6 | 0 | 37 | 2,95 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 67 | 7 | 1 | 24 | 2,90 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 43 | 1 | 2 | 53 | 2,88 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 3 | 57 | 12 | 0 | 28 | 2,87 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 2 | 73 | 13 | 1 | 12 | 2,85 |
| Услуги общего образования | 1 | 55 | 11 | 0 | 33 | 2,85 |
| Продукция легкой промышленности | 1 | 57 | 12 | 3 | 27 | 2,77 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 3 | 59 | 17 | 4 | 17 | 2,75 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 1 | 50 | 15 | 2 | 31 | 2,74 |
| Услуги дошкольного образования | 1 | 43 | 18 | 0 | 38 | 2,71 |
| Жилищное строительство | 3 | 49 | 12 | 7 | 30 | 2,69 |
| Работы по благоустройству городской среды | 1 | 57 | 28 | 1 | 12 | 2,67 |
| Услуги дополнительного образования детей | 1 | 38 | 15 | 4 | 41 | 2,61 |
| Нефтепродукты | 0 | 35 | 7 | 7 | 51 | 2,59 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 0 | 21 | 12 | 2 | 65 | 2,57 |
| Социальные услуги | 2 | 36 | 26 | 2 | 34 | 2,56 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 1 | 42 | 29 | 3 | 26 | 2,55 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 0 | 17 | 8 | 3 | 71 | 2,48 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 1 | 39 | 37 | 3 | 20 | 2,47 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 1 | 35 | 12 | 10 | 42 | 2,46 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 2 | 24 | 15 | 6 | 54 | 2,46 |
| Услуги среднего профессионального образования | 0 | 33 | 15 | 10 | 41 | 2,41 |
| Медицинские услуги | 1 | 39 | 52 | 3 | 5 | 2,39 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 0 | 17 | 15 | 5 | 63 | 2,33 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 0 | 11 | 12 | 3 | 74 | 2,30 |
| Производство бетона | 0 | 27 | 9 | 14 | 49 | 2,27 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 0 | 19 | 25 | 7 | 49 | 2,24 |
| Производство кирпича | 0 | 25 | 11 | 16 | 49 | 2,18 |
| Семеноводство | 0 | 10 | 10 | 8 | 71 | 2,08 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 1 | 12 | 15 | 11 | 62 | 2,06 |
| Племенное животноводство | 0 | 8 | 14 | 9 | 68 | 2,00 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 1 | 11 | 14 | 13 | 62 | 1,98 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 1 | 8 | 7 | 14 | 70 | 1,83 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 0 | 5 | 2 | 11 | 82 | 1,68 |
| Аквакультура | 0 | 4 | 9 | 15 | 71 | 1,64 |

Оценивая выбор товаров и услуг на целевых рынках, жители региона отмечают **недостаток предложений, прежде всего, на таких рынках, как**:

* Производство кирпича (средний балл оценок по 4-бальной шкале 2,18)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (2,24)
* Производство бетона (2,27)
* Медицинские услуги (2,39)

**Наиболее широкий выбор предложений** отмечается на следующих рынках:

* Услуги по наружной рекламе (средний балл оценок по 4-бальной шкале 3,11)
* Ритуальные услуги (3,10)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (3,07)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (3,05)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (2,99)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,96)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (2,95)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (2,90)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,88)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (2,87)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (2,85)
* Услуги общего образования (2,85)

Вместе с тем значительная доля респондентов затруднились дать оценку ситуации на некоторых целевых рынках. Основная причина – участники исследования не пользуются соответствующими услугами. Таким образом, низкая доля респондентов, давших положительные оценки, не всегда свидетельствует о преобладании негативных оценок ситуации на данных рынках. Ниже приведен перечень **рынков, ситуации на которых большая часть респондентов затруднилась дать оценку**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (82% затруднившихся)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (74%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (71%)
* Семеноводство (71%)
* Аквакультура (71%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (70%)
* Племенное животноводство (68%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (65%)
* Архитектурно-строительное проектирование (63%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (62%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (62%)

### Оценка населением динамики количества поставщиков товаров и услуг.

Далее участникам исследования был задан вопрос о **динамике количества продавцов товаров и услуг на рынках региона за последние 3 года** (таблица 34).

Таблица 34

***КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛОСЬ КОЛИЧЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ НА РЫНКАХ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?****, %*

|  | ***Снизилось*** | ***Увеличилось*** | ***Не изменилось*** | ***Затрудняюсь ответить*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 4 | 50 | 37 | 9 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 1 | 43 | 33 | 23 |
| Жилищное строительство | 3 | 40 | 26 | 31 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 0 | 38 | 47 | 15 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 7 | 37 | 30 | 26 |
| Ритуальные услуги | 1 | 33 | 31 | 35 |
| Работы по благоустройству городской среды | 4 | 32 | 42 | 22 |
| Услуги по наружной рекламе | 1 | 30 | 17 | 52 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 3 | 24 | 49 | 24 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 1 | 24 | 32 | 43 |
| Медицинские услуги | 16 | 23 | 51 | 10 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 2 | 22 | 44 | 33 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 1 | 20 | 61 | 18 |
| Продукция легкой промышленности | 3 | 19 | 46 | 32 |
| Реализация сельхозпродукции | 4 | 18 | 43 | 35 |
| Услуги дополнительного образования детей | 2 | 17 | 32 | 48 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 5 | 16 | 52 | 27 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 13 | 61 | 25 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 4 | 13 | 27 | 56 |
| Социальные услуги | 5 | 12 | 44 | 39 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 11 | 55 | 34 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 2 | 11 | 19 | 68 |
| Нефтепродукты | 0 | 11 | 36 | 52 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 3 | 10 | 31 | 56 |
| Услуги дошкольного образования | 3 | 9 | 49 | 38 |
| Производство кирпича | 2 | 9 | 23 | 66 |
| Производство бетона | 1 | 8 | 24 | 67 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 7 | 37 | 56 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 2 | 7 | 23 | 68 |
| Услуги общего образования | 2 | 6 | 57 | 35 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 7 | 6 | 34 | 53 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 1 | 4 | 20 | 75 |
| Семеноводство | 5 | 4 | 15 | 76 |
| Услуги среднего профессионального образования | 3 | 3 | 45 | 49 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 1 | 3 | 19 | 77 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 1 | 3 | 21 | 75 |
| Племенное животноводство | 8 | 2 | 16 | 74 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 9 | 2 | 20 | 70 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 1 | 1 | 8 | 90 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 7 | 1 | 20 | 71 |
| Аквакультура | 3 | 1 | 13 | 84 |

Результаты опроса показывают, что **лидерами рейтинга** здесь являются:

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (50% респондентов отмечают увеличение числа продавцов за последние 3 года)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (43%)
* Жилищное строительство (40%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (38%)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (37%)
* Ритуальные услуги (33%)
* Работы по благоустройству городской среды (32%)
* Услуги по наружной рекламе (30%).

**Участники исследования не отмечают заметных изменений числа предложений товаров и услуг** на следующих целевых рынках:

* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (61%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (61%)
* Услуги общего образования (57%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (55%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (52%)
* Медицинские услуги (51%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (49%)
* Услуги дошкольного образования (49%).

На следующих рынках большинство участников исследования **затруднились оценить динамику количества поставщиков товаров и услуг**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (90% затруднившихся)
* Аквакультура (84%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (77%)
* Семеноводство (76%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (75%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (75%)
* Племенное животноводство (74%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (71%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (70%)
* Архитектурно-строительное проектирование (68%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (68%)
* Производство бетона (67%)
* Производство кирпича (66%).

## Удовлетворенность населения стоимостью, качеством и возможностью выбора услуг, представленных на товарных рынках Ульяновской области.

### Удовлетворённость населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках.

Анализ удовлетворенности респондентов **стоимостью предлагаемых товаров и услуг** позволяет сделать вывод о неблагоприятной ситуации на большинстве целевых рынков (таблица 35).

Таблица 35

***НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕНЫ УРОВНЕМ ЦЕН НА СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ НА РЫНКАХ ВАШЕГО РАЙОНА (ГОРОДА), %***

|  | ***Удовлетворён*** | ***Не удовлетворён*** | ***Затрудняюсь ответить*** | ***Средний балл по 4-бальной шкале[[3]](#footnote-3)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 56 | 20 | 25 | 2,79 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 44 | 20 | 36 | 2,66 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 59 | 29 | 12 | 2,66 |
| Услуги по наружной рекламе | 16 | 6 | 78 | 2,62 |
| Услуги общего образования | 29 | 18 | 53 | 2,60 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 8 | 4 | 87 | 2,58 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 36 | 25 | 39 | 2,53 |
| Услуги дошкольного образования | 26 | 21 | 53 | 2,50 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 41 | 32 | 27 | 2,48 |
| Продукция легкой промышленности | 37 | 30 | 34 | 2,44 |
| Услуги дополнительного образования детей | 21 | 21 | 58 | 2,43 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 17 | 16 | 67 | 2,32 |
| Услуги среднего профессионального образования | 14 | 16 | 71 | 2,30 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 20 | 24 | 55 | 2,27 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 7 | 8 | 84 | 2,27 |
| Производство кирпича | 9 | 9 | 81 | 2,27 |
| Работы по благоустройству городской среды | 20 | 23 | 58 | 2,26 |
| Семеноводство | 6 | 7 | 87 | 2,24 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 7 | 11 | 81 | 2,23 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 13 | 16 | 71 | 2,22 |
| Производство бетона | 8 | 10 | 82 | 2,21 |
| Ритуальные услуги | 17 | 28 | 55 | 2,17 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 30 | 51 | 19 | 2,17 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 26 | 44 | 30 | 2,13 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 11 | 17 | 71 | 2,12 |
| Племенное животноводство | 5 | 7 | 88 | 2,12 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 4 | 6 | 90 | 2,09 |
| Социальные услуги | 14 | 28 | 59 | 2,06 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 7 | 16 | 78 | 2,06 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 7 | 13 | 82 | 2,05 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 9 | 22 | 69 | 2,03 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 5 | 10 | 84 | 2,03 |
| Аквакультура | 3 | 5 | 92 | 1,98 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 5 | 11 | 83 | 1,97 |
| Жилищное строительство | 12 | 32 | 56 | 1,96 |
| Нефтепродукты | 12 | 30 | 57 | 1,92 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 23 | 55 | 22 | 1,91 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 27 | 65 | 8 | 1,87 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 17 | 51 | 31 | 1,86 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 1 | 5 | 93 | 1,72 |
| Медицинские услуги | 16 | 72 | 11 | 1,70 |

Относительно **высокий уровень удовлетворенности** **потребителей уровнем цен** имеют рынки:

* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (средний балл оценок по 4-бальной шкале 2,79)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (2,66)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (2,66)
* Услуги общего образования (2,60)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (2,53)
* Услуги дошкольного образования (2,50)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (2,48)
* Продукция легкой промышленности (2,44)

**Наименее благоприятно** выглядит ситуация на следующих рынках:

* Медицинские услуги (1,70)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (1,86)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (1,87)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (1,91)
* Нефтепродукты (1,92)
* Жилищное строительство (1,96)
* Социальные услуги (2,06)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,13)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (2,17)
* Ритуальные услуги (2,17)

Вместе с тем нужно отметить высокий процент опрошенных, **затруднившихся дать оценку стоимости услуг, или не пользующихся услугами следующих рынков**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (93% затруднившихся)
* Аквакультура (92%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (90%)
* Племенное животноводство (88%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (87%)
* Семеноводство (87%)
* Архитектурно-строительное проектирование (84%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (84%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (83%)
* Производство бетона (82%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (82%)
* Производство кирпича (81%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (81%)
* Услуги по наружной рекламе (78%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (78%)
* Услуги среднего профессионального образования (71%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (71%)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (71%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (69%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (67%)

### Динамика удовлетворённости населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках.

Далее участникам исследования было предложено оценить **динамику цен на товары и услуги на рынках региона за последние 3 года** (таблица 36). Большинство опрошенных отмечают рост цен на товары и услуги.

Таблица 36

***КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛСЯ УРОВЕНЬ ЦЕН НА СЛЕДУЮЩИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ НА РЫНКАХ В ВАШЕМ РАЙОНЕ (ГОРОДЕ) В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?, %***

|  | ***Снижение*** | ***Увеличение*** | ***Не изменилось*** | ***Затрудн. ответить*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 0 | 80 | 8 | 12 |
| Медицинские услуги | 1 | 74 | 11 | 14 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 0 | 70 | 11 | 19 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 0 | 69 | 7 | 23 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 0 | 66 | 17 | 16 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 64 | 6 | 30 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 0 | 64 | 9 | 27 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 1 | 61 | 8 | 31 |
| Продукция легкой промышленности | 0 | 61 | 5 | 34 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 3 | 56 | 14 | 27 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 1 | 54 | 8 | 38 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 0 | 52 | 11 | 37 |
| Ритуальные услуги | 0 | 45 | 4 | 52 |
| Нефтепродукты | 0 | 45 | 1 | 54 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 0 | 42 | 4 | 54 |
| Жилищное строительство | 0 | 41 | 4 | 56 |
| Работы по благоустройству городской среды | 1 | 36 | 6 | 57 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 0 | 33 | 4 | 63 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 0 | 32 | 5 | 63 |
| Услуги дополнительного образования детей | 0 | 30 | 11 | 59 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 29 | 5 | 66 |
| Услуги дошкольного образования | 1 | 28 | 18 | 53 |
| Социальные услуги | 0 | 27 | 12 | 61 |
| Услуги общего образования | 1 | 25 | 22 | 52 |
| Услуги по наружной рекламе | 0 | 24 | 3 | 74 |
| Производство кирпича | 0 | 22 | 2 | 76 |
| Производство бетона | 0 | 21 | 2 | 77 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 1 | 20 | 8 | 70 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 0 | 20 | 2 | 77 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 0 | 18 | 3 | 78 |
| Услуги среднего проф. образования | 1 | 17 | 11 | 71 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 1 | 17 | 4 | 78 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 0 | 17 | 3 | 80 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 0 | 17 | 2 | 81 |
| Племенное животноводство | 0 | 14 | 1 | 85 |
| Семеноводство | 0 | 13 | 1 | 86 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 0 | 11 | 4 | 85 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 1 | 10 | 2 | 87 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 0 | 8 | 3 | 89 |
| Аквакультура | 0 | 6 | 1 | 93 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 0 | 4 | 2 | 94 |

**Наибольший рост цен на товары и услуги** отмечается на следующих целевых рынках (более 40% респондентов указали на увеличение уровня цен):

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (80%)
* Медицинские услуги (74%)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (70%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (69%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (66%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (64%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (64%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (61%)
* Продукция легкой промышленности (61%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (56%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (54%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (52%)
* Ритуальные услуги (45%)
* Нефтепродукты (45%)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (42%)
* Жилищное строительство (41%)

Большинство участников исследования **затруднились оценить динамику цен на следующие товары и услуги**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (94% затруднившихся)
* Аквакультура (93%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (89%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (87%)
* Семеноводство (86%)
* Племенное животноводство (85%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (85%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (81%)
* Архитектурно-строительное проектирование (80%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (78%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (78%)
* Производство бетона (77%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (77%)
* Производство кирпича (76%)
* Услуги по наружной рекламе (74%)
* Услуги среднего проф. Образования (71%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (70%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (66%)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (63%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (63%)
* Социальные услуги (61%).

### Удовлетворённость населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках.

Уровень **удовлетворённости населения региона качеством товаров и услуг на рынках региона** представлен в таблице 37.

Таблица 37

***НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕНЫ КАЧЕСТВОМ СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ ВАШЕГО РАЙОНА (ГОРОДА), %***

|  | ***Удовлетворён*** | ***Не удовлетворён*** | ***Затрудняюсь ответить*** | ***Средний балл по 4-бальной шкале[[4]](#footnote-4)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 65 | 9 | 27 | 3,16 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 59 | 14 | 27 | 2,98 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 69 | 19 | 12 | 2,93 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 60 | 19 | 21 | 2,89 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 29 | 8 | 63 | 2,84 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 47 | 15 | 38 | 2,82 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 48 | 18 | 34 | 2,80 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 60 | 27 | 14 | 2,77 |
| Услуги дошкольного образования | 34 | 14 | 51 | 2,76 |
| Услуги дополнительного образования детей | 28 | 14 | 58 | 2,75 |
| Ритуальные услуги | 32 | 12 | 56 | 2,75 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 52 | 24 | 24 | 2,71 |
| Продукция легкой промышленности | 45 | 21 | 33 | 2,69 |
| Услуги общего образования | 33 | 19 | 48 | 2,68 |
| Услуги по наружной рекламе | 20 | 9 | 72 | 2,66 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 22 | 11 | 68 | 2,61 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 30 | 15 | 55 | 2,59 |
| Работы по благоустройству городской среды | 50 | 37 | 13 | 2,56 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 47 | 37 | 15 | 2,52 |
| Услуги среднего профессионального образования | 17 | 14 | 69 | 2,51 |
| Нефтепродукты | 22 | 16 | 62 | 2,50 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 7 | 5 | 87 | 2,49 |
| Производство кирпича | 12 | 8 | 81 | 2,47 |
| Производство бетона | 10 | 8 | 81 | 2,41 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 10 | 10 | 80 | 2,36 |
| Племенное животноводство | 8 | 5 | 87 | 2,33 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 10 | 10 | 80 | 2,31 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 11 | 12 | 78 | 2,29 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 11 | 18 | 70 | 2,27 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 9 | 10 | 82 | 2,26 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 8 | 11 | 81 | 2,22 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 4 | 5 | 91 | 2,22 |
| Семеноводство | 7 | 8 | 86 | 2,19 |
| Социальные услуги | 19 | 29 | 52 | 2,17 |
| Жилищное строительство | 15 | 27 | 58 | 2,17 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 27 | 46 | 28 | 2,16 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 26 | 47 | 26 | 2,13 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 6 | 11 | 82 | 2,06 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 3 | 4 | 93 | 2,04 |
| Медицинские услуги | 24 | 67 | 9 | 1,93 |
| Аквакультура | 2 | 7 | 91 | 1,89 |

Наиболее высокий уровень **удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг** имеют такие рынки, как:

* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (средний балл по 4-бальной шкале составил 3,16)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (2,98)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (2,93)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии)(2,89)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (2,82)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (2,80)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (2,77)
* Услуги дошкольного образования (2,76)
* Услуги дополнительного образования детей (2,75)
* Ритуальные услуги (2,75)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (2,71)
* Продукция легкой промышленности (2,69)
* Услуги общего образования (2,68)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (2,59)
* Работы по благоустройству городской среды (2,56)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (2,52)

**Наиболее проблемным по показателю качества являются:**

* Рынок медицинских услуг (1,89 балла по 4-бальной шкале)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний)(2,13)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (2,16)
* Жилищное строительство (2,17)
* Социальные услуги (2,17)

Большинство участников исследования **затруднились дать оценку качеству товаров и услуг** на следующих рынках:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (93% затруднившихся)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (91%)
* Аквакультура (91%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (87%)
* Племенное животноводство (87%)
* Семеноводство (86%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (82%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (82%)
* Производство кирпича (81%)
* Производство бетона (81%)
* Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (81%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (80%)
* Архитектурно-строительное проектирование (80%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (78%)
* Услуги по наружной рекламе (72%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (70%)
* Услуги среднего профессионального образования (69%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (68%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (63%)
* Нефтепродукты (62%).

Несмотря на невысокие оценки качества товаров и услуг, данные опроса свидетельствуют о **низком уровне обращений населения в надзорные органы за защитой прав потребителей** (таблица 38). Можно также говорить о том, что уровень обращений с жалобами на качество товаров и услуг в 2020 году по сравнению с 2019 годом практически не изменился. Так, в 2019 году 3% респондентов обратились с жалобами в надзорные органы, в 2020 году их процент составил 4% (таблица 39).

Таблица 38

***ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В ЭТОМ ГОДУ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ ЗА ЗАЩИТОЙ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ?, %***

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

Таблица 39

***ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ С ЖАЛОБАМИ НА КАЧЕСТВО ТОВАРОВ, РАБОТ ИЛИ УСЛУГ В 2019 Г.? В 2020 Г.?, %***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **2019 г.** | **2020 г.** |
| Обрашался(лась) | 3 | 4 |
| Не обращался(лась) | 96 | 95 |
| Затрудняюсь ответить, не помню | 1 | 1 |

### Динамика удовлетворённости населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках.

Далее участникам исследования был задан вопрос о **динамике качества товаров и услуг на рынках региона за последние 3 года** (таблица 40). И положительных оценок здесь немного.

Таблица 40

***КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛОСЬ КАЧЕСТВО СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ В ВАШЕМ РАЙОНЕ (ГОРОДЕ) В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?, %***

|  | ***Снижение*** | ***Увеличение*** | ***Не изменилось*** | ***Затрудн. ответить*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Работы по благоустройству городской среды | 7 | 37 | 35 | 21 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 9 | 29 | 35 | 27 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 2 | 26 | 44 | 27 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 6 | 23 | 56 | 15 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 5 | 23 | 57 | 15 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 2 | 19 | 42 | 37 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 3 | 17 | 54 | 26 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 5 | 16 | 56 | 23 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 3 | 16 | 44 | 37 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 10 | 15 | 46 | 29 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 2 | 14 | 55 | 30 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 10 | 13 | 58 | 19 |
| Продукция легкой промышленности | 4 | 13 | 45 | 38 |
| Услуги по наружной рекламе | 1 | 13 | 15 | 71 |
| Ритуальные услуги | 3 | 11 | 31 | 55 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 2 | 11 | 31 | 55 |
| Услуги дополнительного образования детей | 4 | 10 | 27 | 59 |
| Медицинские услуги | 22 | 9 | 57 | 13 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 2 | 9 | 31 | 58 |
| Нефтепродукты | 3 | 9 | 32 | 57 |
| Услуги дошкольного образования | 5 | 8 | 34 | 53 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 2 | 8 | 12 | 78 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 2 | 8 | 24 | 66 |
| Услуги общего образования | 8 | 7 | 34 | 51 |
| Жилищное строительство | 7 | 7 | 26 | 61 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 1 | 6 | 15 | 78 |
| Социальные услуги | 8 | 5 | 32 | 55 |
| Производство кирпича | 2 | 5 | 19 | 74 |
| Производство бетона | 1 | 5 | 18 | 76 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 6 | 4 | 21 | 69 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 1 | 4 | 11 | 85 |
| Услуги среднего проф. образования | 5 | 3 | 21 | 72 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 2 | 3 | 8 | 86 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 3 | 3 | 16 | 78 |
| Семеноводство | 2 | 3 | 9 | 86 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 3 | 3 | 15 | 79 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 4 | 3 | 18 | 76 |
| Племенное животноводство | 2 | 2 | 12 | 84 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 1 | 1 | 4 | 94 |
| Аквакультура | 2 | 1 | 6 | 91 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 1 | 1 | 11 | 88 |

37% участников опроса отметили **улучшение качества работ** по благоустройству городской среды, 29% - по строительству дорог.

Однако по большинству рынков потребители **не заметили изменений качества товаров и услуг**:

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (58% придерживаются мнения, что качество не изменилось)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (57%)
* Медицинские услуги (57%)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (56%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (56%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (55%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (54%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (46%)
* Продукция легкой промышленности (45%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (44%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (44%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (42%)

На следующих рынках большинство опрошенных **затруднились оценить динамику качества товаров и услуг за последние 3 года**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (94% затруднившихся)
* Аквакультура (91%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (88%)
* Семеноводство (86%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (86%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (85%)
* Племенное животноводство (84%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (79%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (78%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (78%)
* Архитектурно-строительное проектирование (78%)
* Производство бетона (76%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (76%)
* Производство кирпича (74%)
* Услуги среднего проф. Образования (72%)
* Услуги по наружной рекламе (71%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (69)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (66%)
* Жилищное строительство (61%).

### Удовлетворённость населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках.

Удовлетворённость потребителей **возможностью выбора товаров и услуг** на целевых рынках региона представлена в таблице 41.

Таблица 41

***НАСКОЛЬКО ВЫ УДОВЛЕТВОРЕНЫ ВОЗМОЖНОСТЬЮ ВЫБОРА СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ ВАШЕГО РАЙОНА (ГОРОДА), %***

|  | ***Удовлетворён*** | ***Не удовлетворён*** | ***Затрудняюсь ответить*** | ***Средний балл по 4-бальной шкале[[5]](#footnote-5)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 69 | 15 | 16 | 3,11 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 61 | 13 | 26 | 3,08 |
| Ритуальные услуги | 39 | 10 | 51 | 3,03 |
| Продукция легкой промышленности | 51 | 16 | 33 | 2,95 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 67 | 25 | 8 | 2,93 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 46 | 14 | 40 | 2,89 |
| Услуги по наружной рекламе | 26 | 7 | 68 | 2,89 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 36 | 12 | 52 | 2,87 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 49 | 18 | 34 | 2,82 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 53 | 23 | 23 | 2,80 |
| Услуги дополнительного образования детей | 29 | 15 | 57 | 2,74 |
| Жилищное строительство | 30 | 16 | 54 | 2,70 |
| Услуги общего образования | 32 | 18 | 51 | 2,67 |
| Нефтепродукты | 26 | 15 | 59 | 2,65 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 22 | 11 | 67 | 2,62 |
| Услуги дошкольного образования | 29 | 19 | 53 | 2,58 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 36 | 17 | 47 | 2,57 |
| Производство кирпича | 14 | 8 | 78 | 2,54 |
| Производство бетона | 14 | 9 | 78 | 2,54 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 19 | 10 | 71 | 2,53 |
| Услуги среднего профессионального образования | 18 | 15 | 68 | 2,47 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 8 | 6 | 87 | 2,47 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 34 | 22 | 44 | 2,43 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 11 | 9 | 81 | 2,43 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 36 | 30 | 34 | 2,38 |
| Работы по благоустройству городской среды | 28 | 25 | 48 | 2,37 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 5 | 5 | 89 | 2,35 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 9 | 10 | 81 | 2,34 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 9 | 11 | 80 | 2,28 |
| Семеноводство | 8 | 8 | 85 | 2,21 |
| Социальные услуги | 18 | 27 | 55 | 2,17 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 16 | 24 | 59 | 2,15 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 7 | 11 | 82 | 2,13 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 12 | 21 | 68 | 2,11 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 20 | 35 | 45 | 2,10 |
| Медицинские услуги | 28 | 61 | 11 | 2,04 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 8 | 16 | 76 | 2,03 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 8 | 16 | 77 | 2,01 |
| Племенное животноводство | 5 | 10 | 85 | 1,97 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 3 | 5 | 93 | 1,90 |
| Аквакультура | 3 | 9 | 89 | 1,77 |

**Наиболее высокий уровень удовлетворенности потребителей возможностью выбора** имеют рынки:

* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (средний балл по 4-бальной шкале составил 3,11)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (3,08)
* Ритуальные услуги (3,03)
* Продукция легкой промышленности (2,95)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (2,93)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (2,89)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (2,87)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (2,82)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (2,80)
* Услуги дополнительного образования детей (2,74)
* Жилищное строительство (2,70)
* Услуги общего образования (2,67)
* Нефтепродукты (2,65)
* Услуги дошкольного образования (2,58)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,57).

**Наименее благоприятно** выглядит ситуация на следующих целевых рынках:

* Медицинские услуги (2,04 балла по 4-бальной шкале)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (2,10)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (2,15)
* Социальные услуги (2,17)
* Работы по благоустройству городской среды (2,37)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (2,38)

Процент опрошенных, **затруднившихся дать оценку возможности выбора услуг**, или не пользующихся услугами тех или иных рынков, также очень высок по данному параметру на следующих рынках:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (93% затруднившихся)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (89%)
* Аквакультура (89%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (87%)
* Семеноводство (85%)
* Племенное животноводство (85%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (82%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (81%)
* Архитектурно-строительное проектирование (81%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (80%)
* Производство кирпича (78%)
* Производство бетона (78%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (77%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (76%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (71%)
* Услуги по наружной рекламе (68%)
* Услуги среднего профессионального образования (68%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (68%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (67%).

### Динамика удовлетворённости населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках.

Также участникам опроса было предложено оценить, как за последние 3 года **изменился выбор товаров и услуг на рынках региона** (таблица 42).

Таблица 42

***КАК, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ИЗМЕНИЛАСЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБОРА СЛЕДУЮЩИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКАХ В ВАШЕМ РАЙОНЕ (ГОРОДЕ) В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ 3 ЛЕТ?, %***

|  | ***Снижение*** | ***Увеличение*** | ***Не изменилось*** | ***Затрудн. ответить*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 4 | 38 | 45 | 13 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 2 | 37 | 30 | 31 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 2 | 32 | 45 | 20 |
| Продукция легкой промышленности | 2 | 25 | 35 | 38 |
| Ритуальные услуги | 2 | 25 | 23 | 50 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 2 | 24 | 43 | 31 |
| Жилищное строительство | 2 | 24 | 20 | 54 |
| Медицинские услуги | 13 | 22 | 53 | 12 |
| Услуги по наружной рекламе | 1 | 22 | 11 | 67 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 1 | 21 | 38 | 40 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 3 | 20 | 35 | 41 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 1 | 18 | 26 | 55 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 1 | 16 | 55 | 28 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 3 | 16 | 27 | 55 |
| Работы по благоустройству городской среды | 3 | 15 | 33 | 49 |
| Услуги дополнительного образования детей | 2 | 14 | 25 | 59 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 4 | 13 | 41 | 43 |
| Нефтепродукты | 1 | 13 | 29 | 58 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 12 | 52 | 34 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 11 | 47 | 41 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 2 | 11 | 20 | 67 |
| Услуги общего образования | 2 | 9 | 37 | 52 |
| Производство кирпича | 1 | 9 | 17 | 73 |
| Услуги дошкольного образования | 2 | 8 | 37 | 53 |
| Социальные услуги | 5 | 8 | 34 | 53 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 8 | 31 | 60 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 1 | 8 | 14 | 77 |
| Производство бетона | 1 | 7 | 18 | 75 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 1 | 7 | 15 | 78 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 2 | 7 | 14 | 77 |
| Услуги среднего проф. образования | 3 | 5 | 24 | 69 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 5 | 5 | 23 | 68 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 1 | 5 | 12 | 83 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 2 | 4 | 9 | 85 |
| Семеноводство | 4 | 4 | 9 | 83 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 1 | 3 | 12 | 85 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 9 | 2 | 13 | 77 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 9 | 2 | 12 | 77 |
| Племенное животноводство | 7 | 2 | 10 | 81 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 1 | 2 | 4 | 94 |
| Аквакультура | 3 | 1 | 7 | 89 |

Треть или чуть больше участников исследования отмечают **увеличение возможности выбора услуг** розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (38%); услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (37%), услуг связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (32%).

В целом больше сторонников точки зрения об **отсутствии** **изменений возможности выбора товаров и услуг** на региональных рынках:

* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (55%)
* Медицинские услуги (53%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (52%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (47%)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (45%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (45%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (43%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (41%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (38%)
* Услуги общего образования (37%)
* Услуги дошкольного образования (37%)
* Продукция легкой промышленности (35%)
* Социальные услуги (34%)
* Работы по благоустройству городской среды (33%).

На следующих рынках большинство опрошенных **затруднились оценить динамику возможности выбора товаров и услуг за последние 3 года**:

* Поставка сжиженного газа в баллонах (94% затруднившихся)
* Аквакультура (89%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (85%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (85%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (83%)
* Семеноводство (83%)
* Племенное животноводство (81%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (78%)
* Архитектурно-строительное проектирование (77%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (77%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (77%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (77%)
* Производство бетона (75%)
* Производство кирпича (73%)
* Услуги среднего проф. Образования (69%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (68%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (67%)
* Услуги по наружной рекламе (67%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (60%).

## Сравнение цен и качества товаров и услуг на рынках Ульяновской области и других регионов.

Участники исследования считают цены на **продукты питания** более высокими в Ульяновской области по сравнению с другими регионами (234 ответа) (таблица 43). Далее следуют **услуги ЖКХ** (109 ответов). Цены на товары и услуги следующих рынков респонденты также считают завышенными (в скобках приведено число ответов): медицинские услуги (42 ответа), нефтепродукты (40 ответов), продукция лёгкой промышленности (37 ответов).

Таблица 43

***НА КАКИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ЦЕНЫ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫШЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ РЕГИОНАМИ?*, *количество упоминаний* (открытый вопрос)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Продукты питания** | 234 | |
| *«продукты питания», «мясная продукция», «растительное масло», «морепродукты», «яйца», «молочная продукция», «крупы», «кондитерские изделия», «все виды овощей», «фрукты», «сахар», «хлебобулочные изделия»* | | |
| **Услуги жилищно-коммунального хозяйства** | | 109 |
| *«ЖКХ», «коммунальные услуги», «квартплата», «услуги ЖКХ»*, «*оплата за тепло в домах», «вывоз мусора», «электричество», «свет», «газ»* | | |
| **Медицинские услуги** | 42 | |
| *«медицинские», «больницы», «медобслуживание», «стоматология»* | | |
| **Нефтепродукты** | 40 | |
| *«бензин», «нефтепродукты», «бензин и машинное масло»* | | |
| **Продукция легкой промышленности** | | 37 |
| *«одежда», «одежда и обувь», «детская одежда», «зимняя обувь», «обувь»* | | |
| **Лекарственные препараты и медицинские товары** | 27 | |
| *«лекарства», «медикаменты», «медицинские товары», «медицинские маски»* | | |
| **Производство мебели, строительные материалы** | | 14 |
| *«стройматериалы», «мебель», «строительство и ремонт», «цены на отделку квартир»* | | |
| **Промышленные товары** | | 12 |
| *«промтовары», «промышленные товары», «бытовые товары», «школьные принадлежности»,* *«игрушки»* | | |
| **Бытовая техника и электроника** | | 8 |
| *«бытовая техника», «техника», «электроника»* | | |
| **Автомобили, автомобильные детали, автозапчасти** | 7 | |
| *«автодетали», «автомобили по сравнению с Уфой», «запчасти на автомобили»* | | |
| **Транспортное обслуживание** | | 6 |
| *«транспорт», «проезд на транспорте»* | | |
| **Недвижимость, жилищное строительство** | | 5 |
| *«недвижимость», «жилье», «квартиры»* | | |
| **Табачная промышленность** | | 5 |
| *«сигареты»* | | |
| **Образование** | 4 | |
| *«дополнительное образование детей», «образование»* | | |
| **Организация отдыха и оздоровления, гостиничные услуги** | | 3 |
| *«базы отдыха», «гостиничные услуги», «санаторный отдых»* | | |
| **На все товары и услуги** | | 11 |
| **Другое** | | 8 |
| *«алкоголь», «вода», «спорттовары», «книги», «дорожный налог», «транспортный налог», «ритуальные услуги», «финансовые услуги»* | | |
| **Никакие** | | 3 |
| *«никакие, «все дешевле»»* | | |
| **Затрудняюсь ответить** | 94 | |

Отвечая на вопрос *«Качество каких товаров и услуг в Ульяновской области выше по сравнению с другими регионами?»,* участники опроса, прежде всего, упомянули **продукты питания** (123 ответа) (таблица 44).

Таблица 44

***КАЧЕСТВО КАКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫШЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ РЕГИОНАМИ?*, *количество упоминаний* (открытый вопрос)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Производство продуктов питания** | 123 |
| *Молочная продукция, мороженое* | 31 |
| *Производство сельскохозяйственной продукции (зерно, фрукты, овощи, картофель)* | 19 |
| *Производство мясных и колбасных изделий* | 17 |
| *Производство хлебобулочных и кондитерских изделий* | 14 |
| *Производство сахара и кондитерских изделий* | 12 |
| *Минеральная вода Волжанка* | 10 |
| *Рыбная продукция* | 7 |
| *Продукция местных производителей в целом без конкретизации* | 13 |
| **Продукция лёгкой промышленности** | 5 |
| *«одежда», «трикотажные изделия», «трикотаж фирмы Русь»* | |
| **Образовательные услуги** | 5 |
| *«образование», «дошкольное образование», высшее образование, «профессиональное образование по сравнению с Пензой»* | |
| **Услуги по перевозке пассажиров** | 4 |
| *«городской транспорт», «такси», «общественный транспорт»* | |
| **Обработка древесины и производство изделий из дерева** | 4 |
| *«мебель», «мебель под заказ»* | |
| **Медицинские услуги** | 3 |
| *«некоторые медицинские услуги», «стоматология»* | |
| **Услуги в сфере торговли** | 3 |
| *«качество обслуживания в магазинах»* | |
| **Самолётостроение** | 3 |
| *«самолёты»* | |
| **Производство автомобилей** | 2 |
| *«УАЗики»* |  |
| **Работы по благоустройству городской среды** | 2 |
| *«благоустройство города», «благоустройство»* | |
| **Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет** | 2 |
| *«интернет по сравнению с Сибирским Федеральным округом», «интернет»* | |
| **Другое** | 2 |
| *«патроны», «ритуальные», «культура», «фармтовары»* |  |
| **Нет таких** | 15 |
| **Затрудняюсь ответить** | 165 |

## Оценка населением качества услуг естественных монополий.

**Большинство населения удовлетворены качеством электроснабжения (95%), телефонной связи (90%), теплоснабжения (83%)** (таблица 45). Есть претензии потребителей к качеству водоочистки и водоснабжения (недовольных 28% и 20% соответственно).

Таблица 45

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАЧЕСТВО СЛЕДУЮЩИХ УСЛУГ В ВАШЕМ ГОРОДЕ (РАЙОНЕ), %***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ***Удовлетворительно*** | ***Скорее удовлетворительно*** | ***Скорее неудовлетворительно*** | ***Неудовлетворительно*** | ***Затрудн. ответить*** |
| Водоснабжение, водоотведение | 46 | 33 | 11 | 9 | 1 |
| Водоочистка | 36 | 28 | 16 | 12 | 9 |
| Газоснабжение | 56 | 18 | 3 | 1 | 22 |
| Электроснабжение | 67 | 28 | 3 | 1 | 1 |
| Теплоснабжение | 53 | 30 | 7 | 3 | 7 |
| Телефонная связь | 55 | 35 | 6 | 2 | 3 |

**Большинство участников исследования (66%) не сталкивались с проблемами при получении услуг естественных монополий** (таблица 46). Примерно каждый пятый говорит о навязывании дополнительных услуг (22%), 14% - о взимании дополнительной платы.

Таблица 46

***С КАКИМИ ПРОБЛЕМАМИ ВЫ СТОЛКНУЛИСЬ В ПРОЦЕССЕ ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ПО ВОДО-, ГАЗО-, ЭЛЕКТРО-, ТЕПЛОСНАБЖЕНИЮ, ТЕЛЕФОННОЙ СВЯЗИ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Навязывание дополнительных услуг | 22 |
| Взимание дополнительной платы | 14 |
| Проблемы с заменой приборов учета | 5 |
| Отказ в установке приборов учета | 2 |
| Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур | 2 |
| Не сталкивался с подобными проблемами | 66 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

## Оценка населением качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области, размещаемой в открытом доступе.

Каждый второй участник исследования **затруднился оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области**, размещаемой в открытом доступе (таблица 47).

40% опрошенных удовлетворены уровнем **доступности, понятности и удобством получения** соответствующей информации.

Таблица 47

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАЧЕСТВО ОФИЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ, РАЗМЕЩАЕМОЙ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ?, %***

|  | ***Удовлетворительно*** | ***Скорее удовлетворительно*** | ***Скорее не неудовлетворительно*** | ***Неудовлетворительно*** | ***Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень доступности | 19 | 22 | 3 | 3 | 52 |
| Уровень понятности | 20 | 20 | 3 | 4 | 52 |
| Уровень получения | 21 | 19 | 3 | 4 | 53 |

Большинство жителей региона затруднились оценить полноту размещённой Министерством цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области информации о состоянии конкуренции на рынках товаров и услуг региона по следующим параметрам (таблица 48):

* Доступность информации о федеральных и региональных нормативно-правовых актах, связанных с внедрением Стандарта развития конкуренции в регионе (90% затруднившихся)
* Доступность информации о товарных рынках для содействия развитию конкуренции (89%)
* Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворённости потребителей состоянием конкуренции (92%)
* Обеспечение доступности Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развития конкуренции в Ульяновской области на 2019-2022 годы (91%)
* Доступность информации о проведённых обучающих мероприятиях (семинарах, тренингах и т.д.) по вопросам содействия развитию конкуренции для органов местного самоуправления региона (91%)
* Доступность информации о проведённых мониторингах состояния и развития конкуренции на товарных рынках в регионе и сформированном ежегодном докладе (91%).

Таблица 48

***ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПОЛНОТУ РАЗМЕЩЁННОЙ МИНИСТЕРСТВОМ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И КОНКУРЕНЦИИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ, %***

|  | ***Удовлетворительно*** | ***Скорее удовлетворительно*** | ***Скорее неудовлетворительно*** | ***Неудовлетворительно*** | ***Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Доступность информации о федеральных и региональных нормативно-правовых актах, связанных с внедрением Стандарта развития конкуренции в регионе | 3 | 4 | 2 | 2 | 90 |
| Доступность информации о товарных рынках для содействия развитию конкуренции | 2 | 5 | 2 | 1 | 89 |
| Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворённости потребителей состоянием конкуренции | 1 | 4 | 2 | 1 | 92 |
| Обеспечение доступности Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развития конкуренции в Ульяновской области на 2019-2022 годы | 2 | 4 | 2 | 2 | 91 |
| Доступность информации о проведённых обучающих мероприятиях (семинарах, тренингах и т.д.) по вопросам содействия развитию конкуренции для органов местного самоуправления региона | 2 | 4 | 2 | 1 | 91 |
| Доступность информации о проведённых мониторингах состояния и развития конкуренции на товарных рынках в регионе и сформированном ежегодном докладе | 1 | 4 | 3 | 1 | 91 |

**Основными источниками информации населения региона о состоянии конкурентной среды** на рынках товаров и услуг Ульяновской области являются телевидение (54%), специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы (43%), печатные средства массовой информации (28%) (таблица 49).

Каждый четвёртый опрошенный (23%) не интересуется соответствующей информацией.

Таблица 49

***УКАЖИТЕ, КАКИМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Телевидение | 54 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 43 |
| Печатные средства массовой информации | 28 |
| Радио | 17 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления | 10 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области | 8 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России | 8 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 6 |
| Никакими | 23 |
| Затрудняюсь ответить | 4 |

В рейтинге доверия источникам информации также лидируют **телевидение; специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы; печатные средства массовой информации** (таблица 50). Однако уровень доверия этим ресурсам не столь высок (19%, 19% и 9% соответственно). **35% респондентов не доверяют никаким источникам информации** о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона.

Таблица 50

***УКАЖИТЕ, КАКИМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Телевидение | 19 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 19 |
| Печатные средства массовой информации | 9 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России | 5 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области | 3 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления | 3 |
| Радио | 3 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 1 |
| Никаким | 35 |
| Затрудняюсь ответить | 19 |

## Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг.

Для выяснения оценки населением деятельности в сфере финансовых услуг, респондентам задавали вопросы о том, какими финансовыми услугами и в каких организациях они пользуются, насколько они удовлетворены качеством и доступностью услуг, а также о проблемах, связанных с получением финансовых продуктов. Отдельный акцент делался на способах совершения платежей и их доступности в месте проживания респондентов.

Результаты исследования показывают, что **наиболее востребованными у респондентов финансовыми организациями являются** **банки** (90%) (таблица 51). На втором месте по популярности находятся страховые организации (25%). Менее 5% опрошенных пользуются услугами негосударственных пенсионных фондов, микрофинансовых компаний, брокеров. 8% респондентов не пользуются услугами финансовых организаций.

Таблица 51

***УСЛУГАМИ КАКИХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Банки | 90 |
| Страховые организации | 25 |
| Негосударственные пенсионные фонды | 4 |
| Микрофинансовые компании | 2 |
| Брокеры (доверительные управляющие) | 1 |
| Лизинговые компании | 0 |
| Иные | 0 |
| Не пользуюсь | 8 |
| Затрудняюсь ответить | 0 |

**Наиболее популярным финансовым продуктом** среди населения области является зарплатная карта, оформленная работодателем (62%) (таблица 52). Далее следуют дебетовая (расчетная) карта, оформленная самостоятельно (29%), вклады (25%), страхование (21%), кредитная карта (19%). Небольшой процент респондентов имеют потребительские кредиты (10%), ипотечные кредиты (8%). Автокредит, индивидуальный инвестиционный счет, микрозаймы и лизинг не пользуются популярностью у респондентов (на них в общей сложности приходится менее 5%). 11% опрошенных не пользуются перечисленными финансовыми услугами и продуктами.

Таблица 52

***КАКИМИ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ (УСЛУГ) ВЫ ЛИЧНО ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Зарплатная карта, оформленная работодателем | 62 |
| Дебетовая (расчетная) карта, оформленная самостоятельно | 29 |
| Вклады | 25 |
| Страхование | 21 |
| Кредитная карта | 19 |
| Потребительский кредит | 10 |
| Ипотечный кредит | 8 |
| Индивидуальный инвестиционный счет | 2 |
| Автокредит | 1 |
| Заем в микрофинансовой организации | 1 |
| Лизинг | 0 |
| Ничего из перечисленного | 11 |
| Иное | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 1 |

В оценках **качества, доступности и стоимости финансовых продуктов** **и услуг** ответы респондентов распределились следующим образом (таблица 53).

Качеством и доступностью финансовых продуктов (услуг) удовлетворены большинство участников исследования (73% и 76% соответственно).

Такой параметр, как стоимость финансовых продуктов и услуг, респонденты оценивают более негативно: доля удовлетворенных составляет 53%, 24% опрошенных не удовлетворены стоимостью услуг.

Таблица 53

***УДОВЛЕТВОРЕНЫ ЛИ ВЫ КАЧЕСТВОМ, ДОСТУПНОСТЬЮ И СТОИМОСТЬЮ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ (УСЛУГ) В ВАШЕМ НАСЕЛЕННОМ ПУНКТЕ?, %***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Качество** | **Доступность** | **Стоимость** |
| Да | 73 | 76 | 53 |
| Нет | 12 | 10 | 24 |
| Затрудняюсь ответить | 15 | 14 | 23 |

Среди трудностей, с которыми сталкиваются респонденты при использовании финансовых продуктов и услуг, первое место занимает **высокая процентная ставка по кредиту** - 28% выборов (таблица 54). Далее следует - **низкая процентная ставка по вкладам** (21%). Третье место занимает недостаток средств, не позволяющий респондентам сделать вклад (14%).

При этом 42% респондентов не испытывают никаких трудностей при использовании финансовых продуктов и услуг.

Таблица 54

***КАКИЕ ТРУДНОСТИ У ВАС ВОЗНИКАЮТ ПРИ ПОЛУЧЕНИИ ИЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ (УСЛУГ)?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Процентная ставка по кредиту слишком высокая | 28 |
| Процентная ставка по вкладам слишком низкая | 21 |
| Недостаточно денег, чтобы сделать вклад | 14 |
| Высокая стоимость открытия счета и платы за использование банковских услуг | 4 |
| Не с кем проконсультироваться, чтобы быть уверенным, что меня не обманывают | 4 |
| Мне не дают кредит | 3 |
| Не понятная документация | 3 |
| У меня нет официального подтверждения уровня доходов | 2 |
| Отделения нужных банков находятся слишком далеко от меня, они недоступны | 2 |
| Не знаю законодательство | 2 |
| Нет никаких трудностей | 42 |
| Иное | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 8 |

Что касается такого параметра, как **достаточность выбора мест для совершения платежей и денежных переводов**, то результаты исследования демонстрируют, что большинство респондентов (74%) положительно оценивают выбор в их населённом пункте соответствующих мест и устройств (таблица 55). Однако 15% опрошенных считают, что этот выбор мог бы быть лучшим. Только 6% респондентов негативно оценивают выбор мест и устройств для совершения платежей.

Таблица 55

***КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, В ВАШЕМ ГОРОДЕ (СЕЛЕ) ДОСТАТОЧЕН ВЫБОР МЕСТ (ИЛИ УСТРОЙСТВ) ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ ПЛАТЕЖЕЙ И ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Да, выбор достаточный | 74 |
| Выбор есть, но есть и потребность в увеличении | 15 |
| Выбор отсутствует | 6 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

**Самыми популярными способами доступа к банковским услугам** являются: платежный терминал в отделении банка (61%), касса в отделении банка (54%) и мобильный банк (54%) (таблица 56). За ними следуют оплата банковской картой на сайте Интернет-магазина (19%), доступ в интернет-банк с ПК (17%), переводы через смс (13%).

Таблица 56

***КАКИМИ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ СПОСОБОВ ДОСТУПА К БАНКОВСКИМ УСЛУГАМ (ПЛАТЕЖАМ, ПЕРЕВОДАМ) ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Платежный терминал в отделении банка / банкомат | 61 |
| Касса в отделении банка | 54 |
| Мобильный банк (через приложение на смартфоне, планшете) | 54 |
| Оплата банковской картой на сайте Интернет-магазина | 19 |
| Интернет-банк (доступ с компьютера/ноутбука) | 17 |
| Переводы посредством отправки смс на короткий номер | 13 |
| Электронный кошелек (WebMoney, Яндекс.Деньги и пр.) | 5 |
| Иное | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

Последний вопрос анкеты выяснял **самооценку респондентов своей финансовой грамотности**. Оценки респондентов собственной финансовой грамотности выглядят следующим образом (таблица 57). Доли тех, кто дает высокую оценку своей финансовой грамотности (32%), и тех, кто считает ее недостаточной (40%), различаются незначительно с небольшим перевесом второй группы. При этом 24% опрошенных считают, что не обладают финансовой грамотностью.

Таблица 57

***СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ СЕБЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Да, считаю | 32 |
| Не вполне, мои знания недостаточны | 40 |
| Нет, не считаю | 24 |
| Затрудняюсь ответить | 3 |

# Выводы: Наличие (отсутствие) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области.

1. По оценкам представителей бизнеса уровень конкуренции в регионе достаточно высокий: **49% опрошенных указали на высокую или очень высокую конкуренцию**.
2. Лишь 5% представителей бизнеса за последние 3 года ничего не предпринимали для повышения своей конкурентоспособности (диагр. 11). **Основные способы повышения конкурентоспособности бизнеса** – это обучение персонала, использование новых способов продвижения продукта, покупка технического оборудования, расширение ассортимента.

Диагр. 11



1. Более половины предпринимателей не сталкивались с дискриминационными условиями для своего бизнеса (53%).
2. **Каждый второй представитель бизнес сообщества отмечает большое количество конкурентов своего бизнеса** (диагр. 12).Также половина бизнесменов отметили, что число их конкурентов **увеличилось за последние 3 года**. 52% участников исследования удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками товара, который приобретает их бизнес.

Диагр. 12



1. Более половины представителей бизнес-сообщества удовлетворены **качеством официальной информации о состоянии рыночной конкуренции в регионе, размещаемой в открытом доступе:** 58% - устраивает доступность информации, 57% - понятность информации, 57% - удобство получения (диагр. 13).

**Около половины участников исследования** **в целом удовлетворены** **полнотой информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг**, размещённой Министерством цифровой экономики и конкуренции Ульяновской области и муниципальными образованиями региона (диагр. 14).

Диагр. 13



Диагр. 14



1. Основными **источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг** Ульяновской области для предпринимателей являются: специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы, официальные сайты исполнительных органов власти и ОМСУ, сайт ФАС России, сайт Министерства цифровой экономики и конкуренции УО, интернет-портал об инвестиционной деятельности в Ульяновской области (диагр. 15).

Диагр. 15



1. **Почти для половины предпринимателей административные барьеры не являются существенным препятствием для ведения бизнеса** (46%) (диагр. 16). Оценивая динамику проблемы административных барьеров, 36% участников исследования затруднились с ответом, 23% - не заметили изменений уровня административных барьеров для ведения бизнеса за последние 3 года (диагр. 17).

Диагр. 16

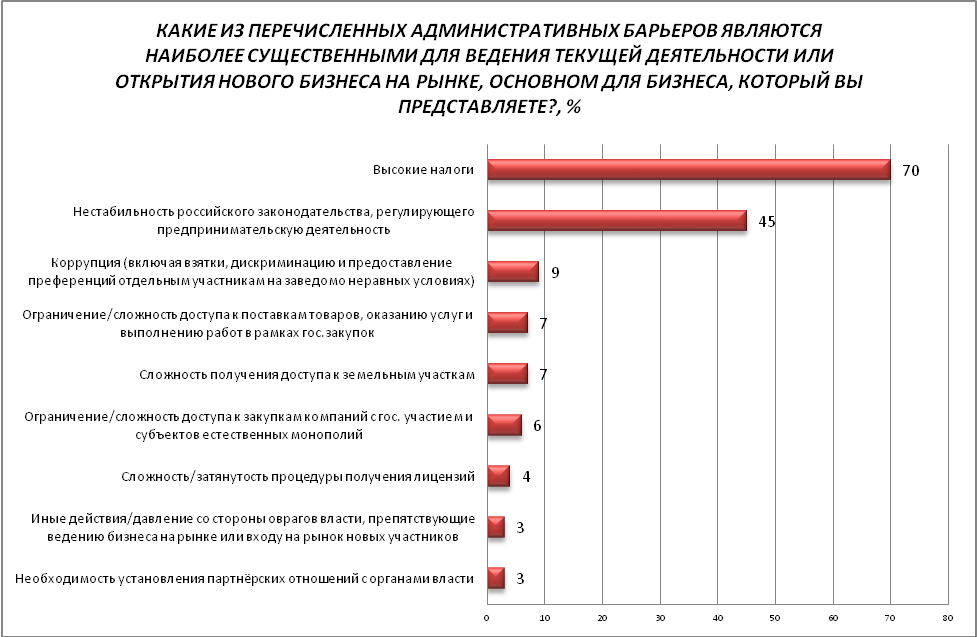


Диагр. 17



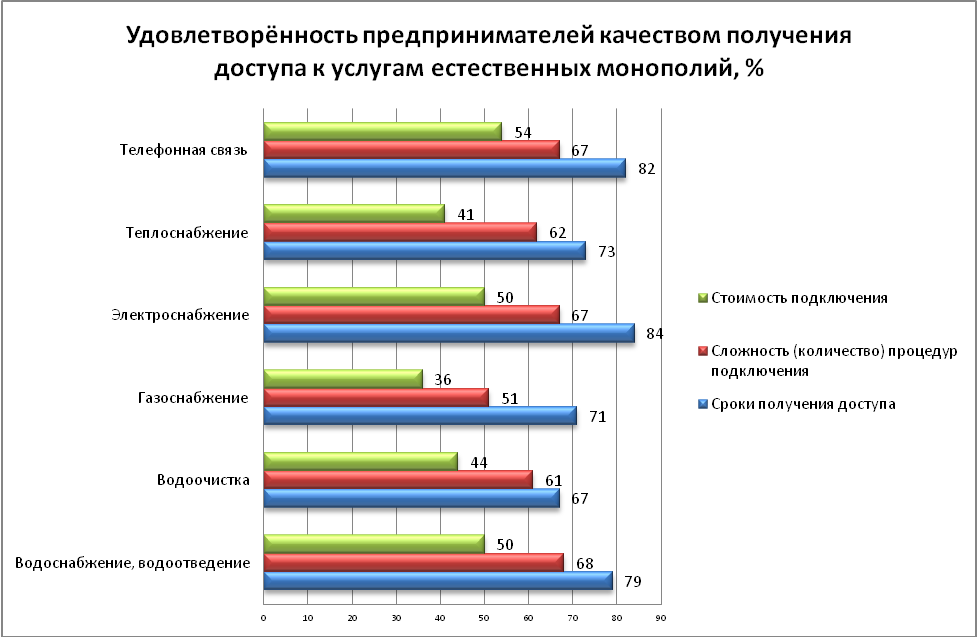
1. **Самые значимые административные барьеры,** с которыми сталкиваются представители бизнес-сообщества Ульяновской области, – это **высокие налоги (70%)** (диагр. 18).

Диагр. 18



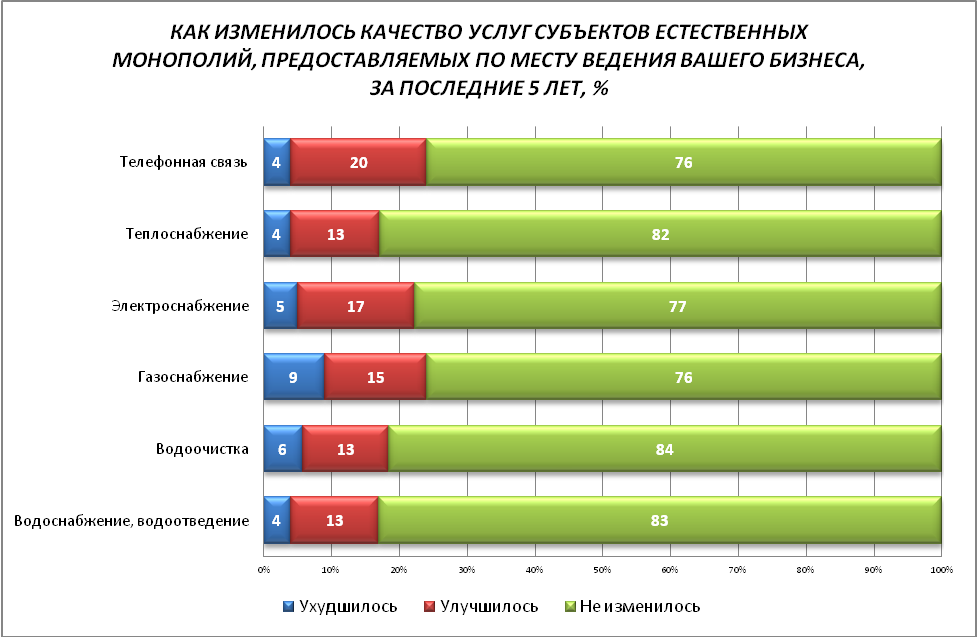
1. Большинство участников исследования (68%) **удовлетворены деятельностью органов власти на рынке, основном для своего бизнеса**. Число обращений предпринимателей в надзорные органы с жалобами на административные барьеры в 2019-2020 гг. минимально (3% и 2% соответственно).
2. Одним из показателей успешности развития региональной бизнес-среды является оценка предпринимателями качества получения доступа к **таким услугам, как водо-, газо-, электро-, теплоснабжения и телефонной связи**. Большинство представителей бизнес-сообщества **удовлетворены сроками получения доступа** к соответствующим услугам (показатель удовлетворённости в диапазоне 67% - 84%) (диагр. 19). Несколько ниже уровень удовлетворённости **сложностью (количеством) процедур подключения** (на уровне 51% - 68% в зависимости от услуги). **Стоимостью подключения к услугам** довольны не более 54% предпринимателей.

Диагр. 19

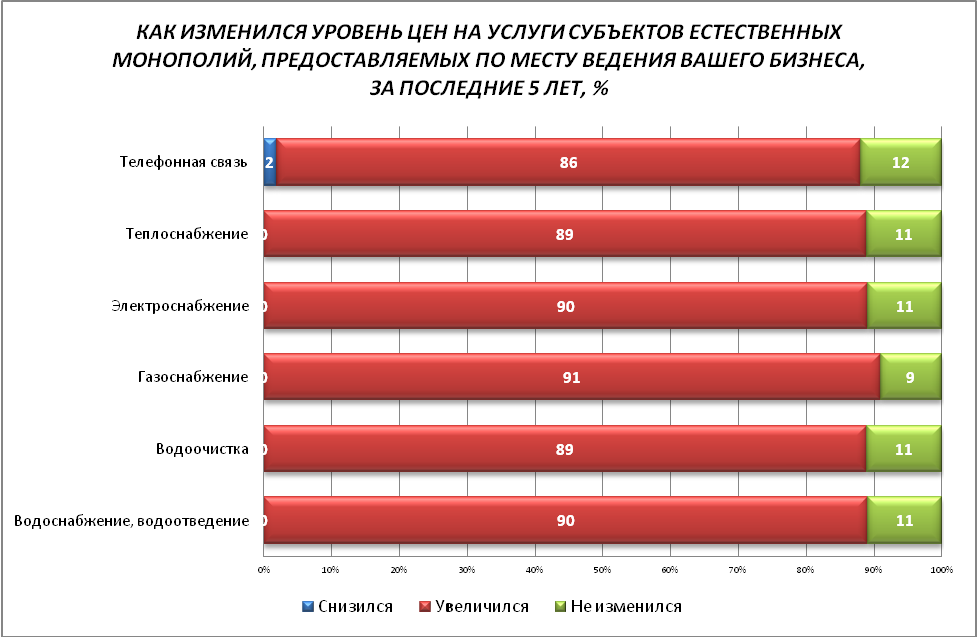


1. Большинство участников исследования не отметили изменения **качества услуг естественных монополий** за последние 5 лет (диагр. 20). Однако около **90% участников исследования отмечают повышение уровня цен** на услуги (диагр. 21).

Диагр. 20

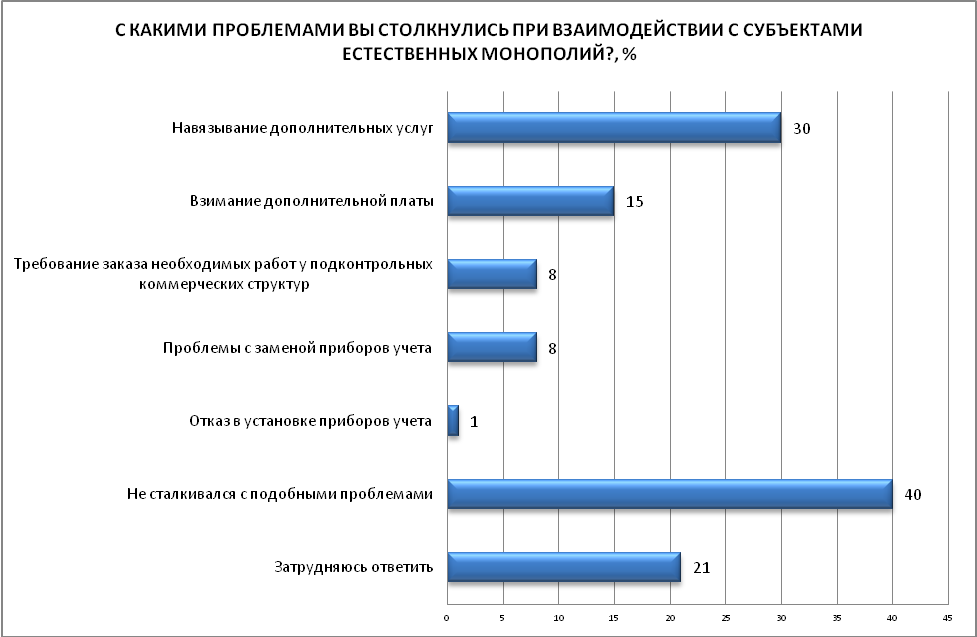


Диагр. 21



1. Почти каждый третий предприниматель при взаимодействии с субъектами естественных монополий столкнулся с навязыванием дополнительных услуг, ещё 15% - с взиманием дополнительной платы за услуги. В целом 40% опрошенных **не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий** (диагр. 22).

Диагр. 22



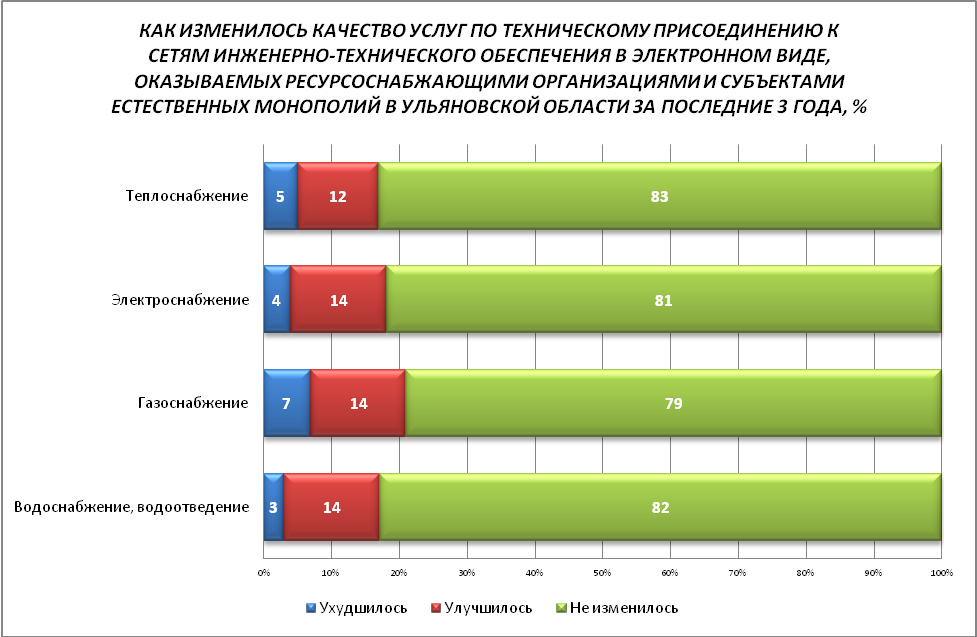
1. Удовлетворённость представителей бизнес-сообщества **качеством услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде**, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий, на уровне 43%-48% (диагр. 23). **Уровень цен** потехническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде оценивается участниками исследования критичнее (удовлетворены 25%-29% в зависимости от услуги) (диагр. 23).

Диагр. 23

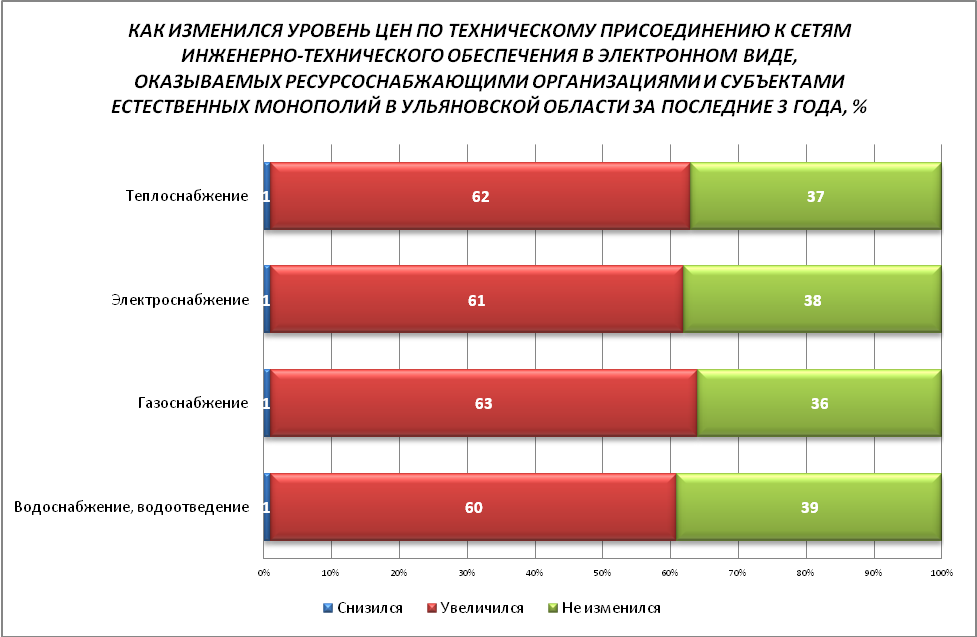


1. Большинство предпринимателей не отмечают **изменения качества услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде**, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий, за последние 3 года (диагр. 24). Более 60% говорят о росте цен на подобные услуги (диагр. 25).

Диагр. 24



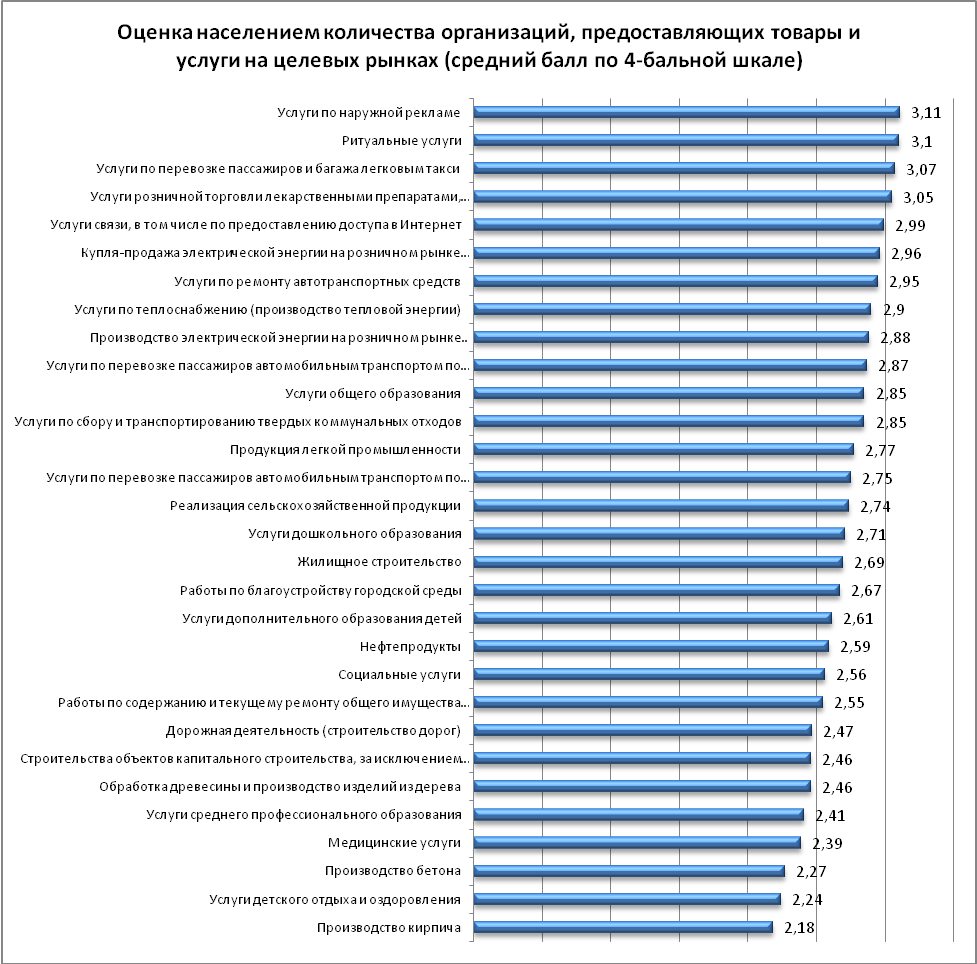
Диагр. 25



# Выводы: Удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области.

1. Рейтинг целевых рынков по параметру **оценка населением количества поставщиков товаров и услуг представлен** на диагр. 26 (средний балл по шкале: 4-избыточно много… 1-нет совсем). Отметим, что в отдельных целевых рынках высокий процент затруднившихся с ответом не даёт возможности дать достоверную оценку (эти рынки не включены в рейтинг).

Диагр. 26



1. Оценки жителями региона динамики **количества продавцов товаров и услуг на целевых рынках представлено** на диагр. 27 (параметр – увеличение количества продавцов). Целевые рынки, где высокий процент затруднившихся с ответом, не включены в рейтинг.

Диагр. 27

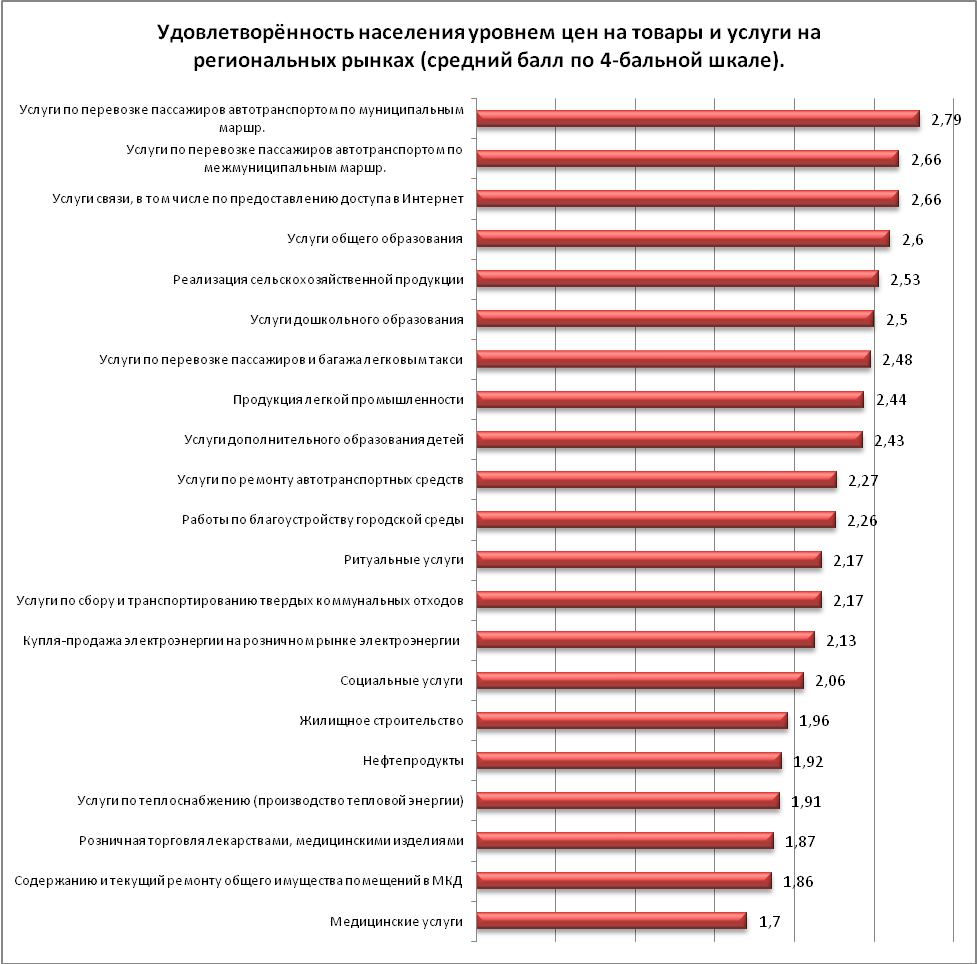


1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона уровнем цен на товары и услуги** на рынках региона представлен на диагр. 28. Параметр – среднее значение по 4-бальной шкале (1 – не удовлетворены, 2 – скорее не удовлетворены, 3 – скорее удовлетворены, 4 – удовлетворены). Целевые рынки, где высокий процент затруднившихся с ответом, не включены в рейтинг.

На следующих региональных рынках потребители отмечают наибольший **рост цен на товары и услуги:**

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (80% считают, что цены выросли)
* Медицинские услуги (74%)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (70%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (69%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (66%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (64%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (64%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (61%)
* Продукция легкой промышленности (61%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (56%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (54%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (52%)
* Ритуальные услуги (45%)
* Нефтепродукты (45%)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (42%)
* Жилищное строительство (41%)

Диагр. 28



1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона качеством товаров и услуг** на рынках региона представлен на диагр. 29. Параметр – среднее значение по 4-бальной шкале (1 – не удовлетворены, 2 – скорее не удовлетворены, 3 – скорее удовлетворены, 4 – удовлетворены). Целевые рынки, где высокий процент затруднившихся с ответом, не включены в рейтинг.

37% участников опроса отметили **улучшение качества работ** по благоустройству городской среды, 29% - по строительству дорог.

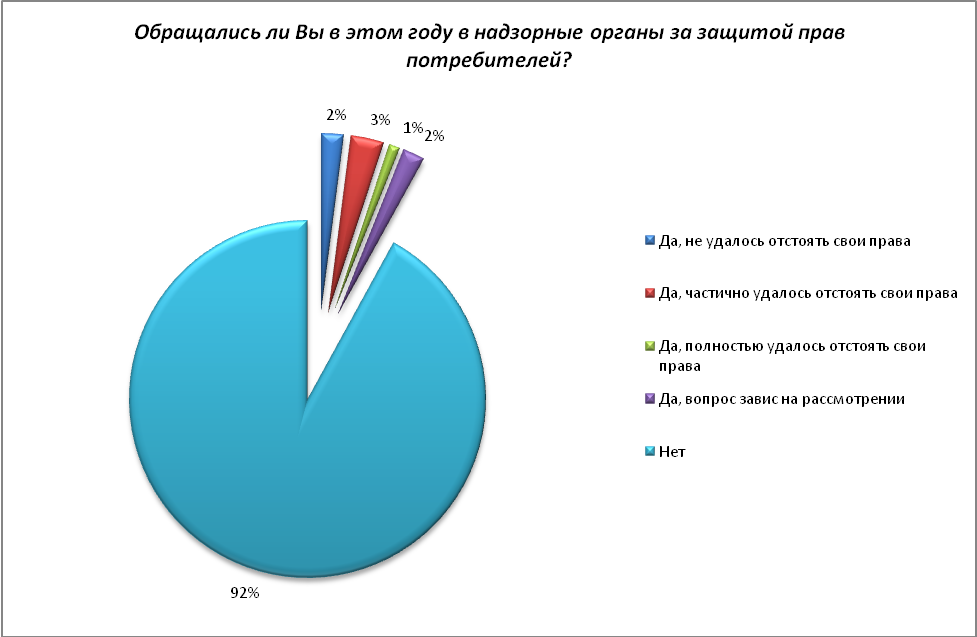
По большинству рынков потребители **не заметили изменений качества товаров и услуг**

Диагр. 29

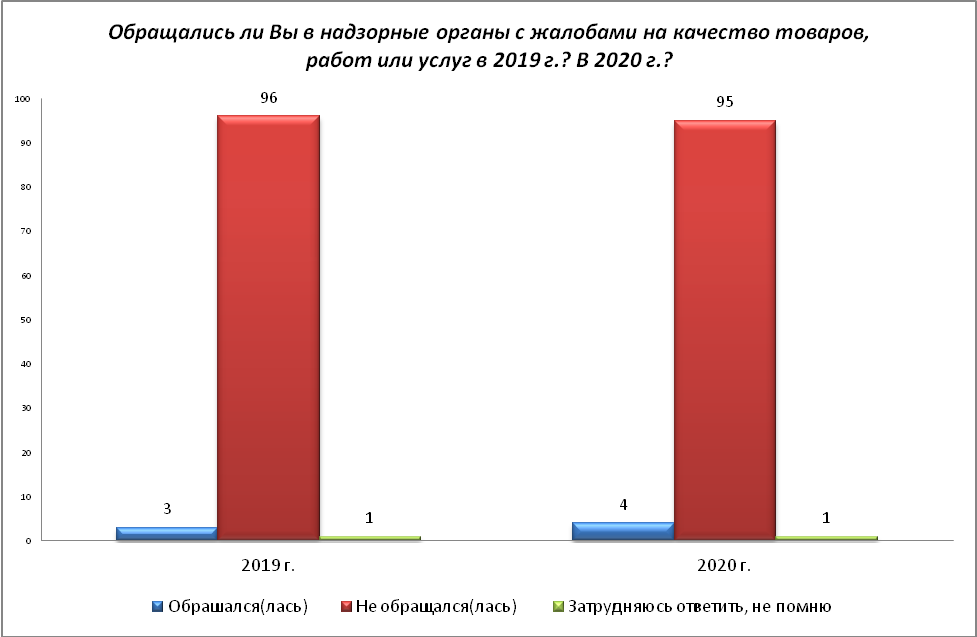


1. Подавляющая часть населения не обращались в этом году в надзорные органы за защитой прав потребителей (диагр. 30). Уровень обращений с жалобами на качество товаров и услуг в 2020 году по сравнению с 2019 годом практически не изменился (диагр. 31).

Диагр. 30



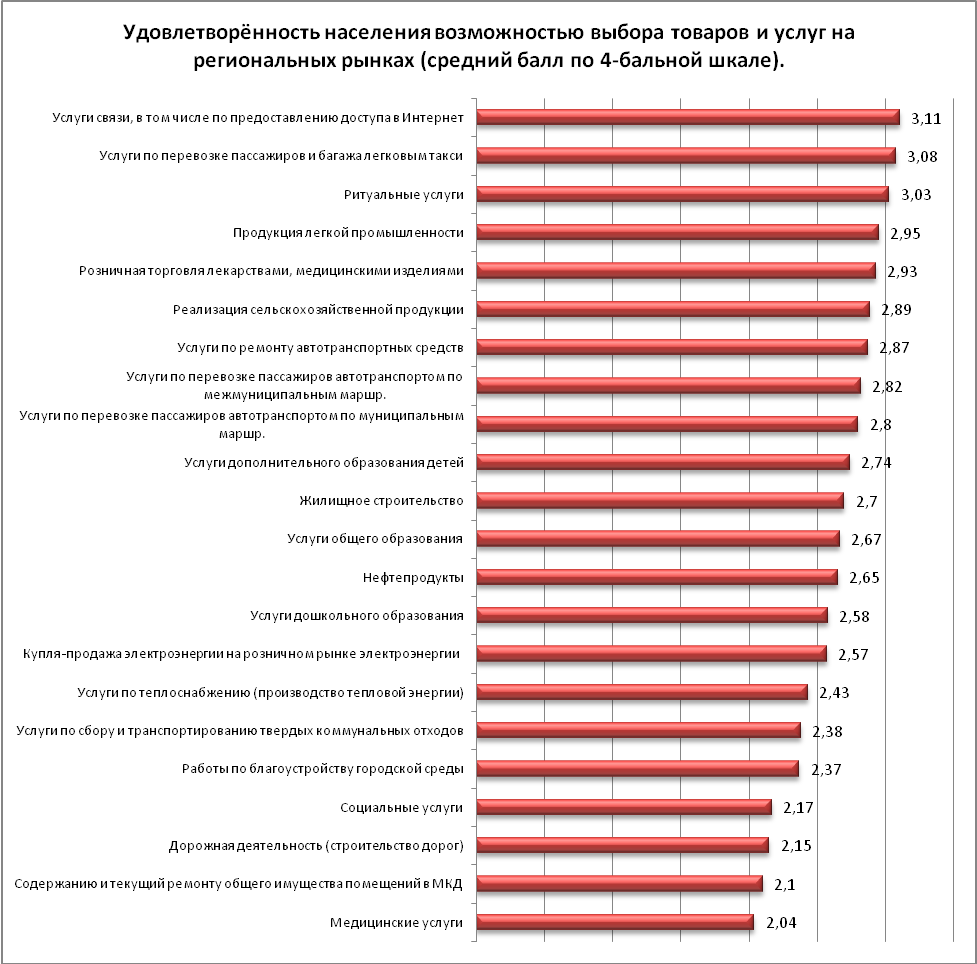
Диагр.31



1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона возможностью выбора товаров и услуг** на рынках региона представлен на диагр. 32. Параметр – среднее значение по 4-бальной шкале (1 – не удовлетворены, 2 – скорее не удовлетворены, 3 – скорее удовлетворены, 4 – удовлетворены). Целевые рынки, где высокий процент затруднившихся с ответом, не включены в рейтинг.

Треть или чуть больше участников исследования отмечают **увеличение возможности выбора услуг** розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (38%); услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (37%), услуг связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (32%).

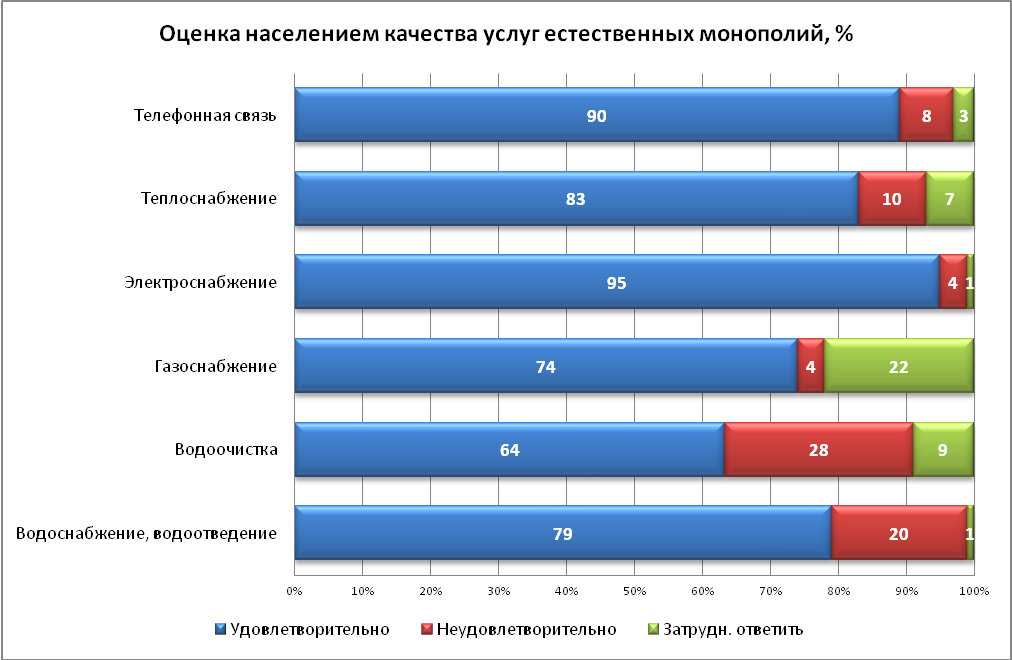
Диагр. 32



1. **Удовлетворённость потребителей качеством услуг естественных** монополий достаточно высокая (диагр. 33). Несколько критичнее опрошенные оценивают качество водоочистки и водоснабжения.

Большинство участников опроса **не сталкивались с какими-либо проблемами** в процессе получения соответствующих услуг(диагр. 34).

Диагр. 33



Диагр. 34



1. 40% опрошенных удовлетворены **уровнем доступности, понятности и удобством получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области**, размещаемой в открытом доступе (диагр. 35).

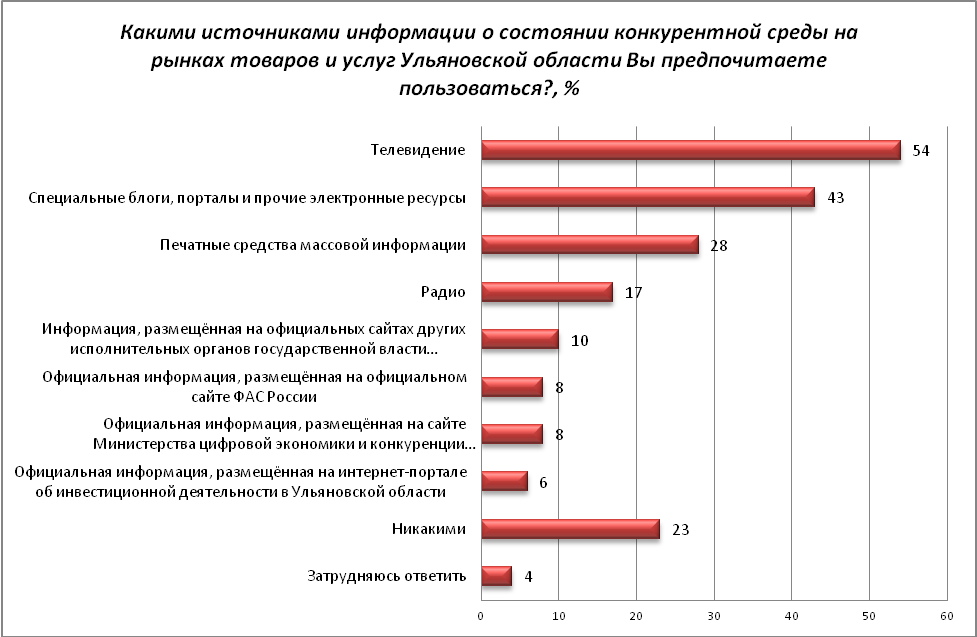
Затруднились с оценкой около половины участников исследования.

Диагр. 35

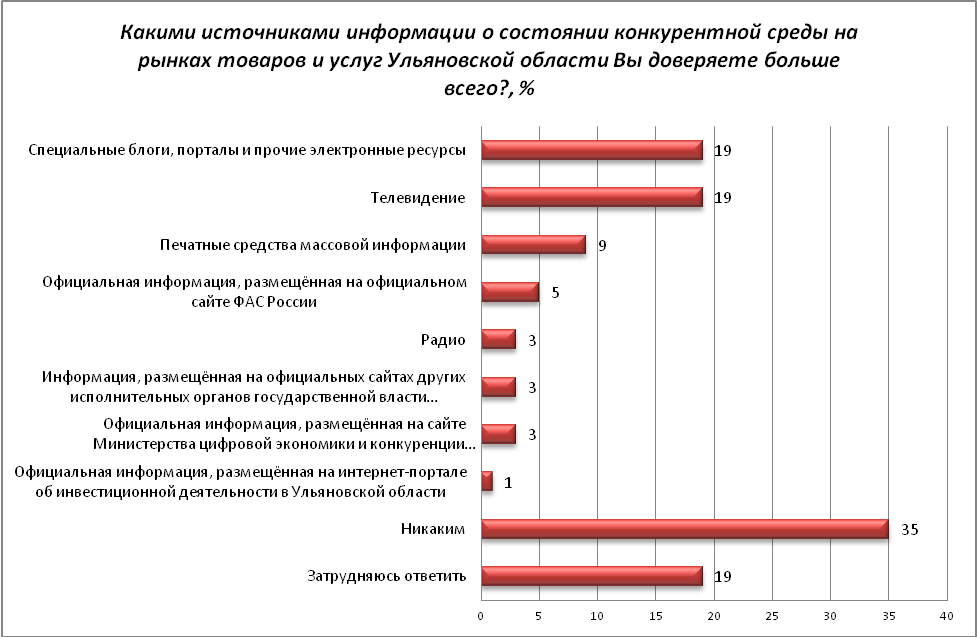


1. Основные **источники получения информации** **о состоянии конкурентной среды** на рынках товаров и услуг Ульяновской области: телевидение; специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы; печатные СМИ (диагр. 36). Однако уровень доверия этим источникам заметно ниже, чем их популярность (диагр. 37).

Диагр.36



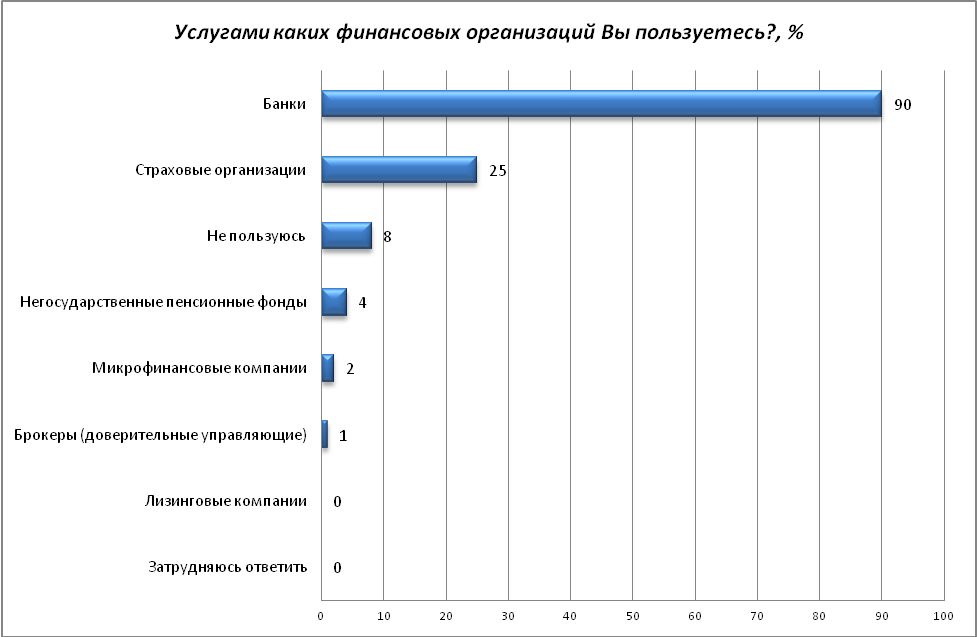
Диагр. 37



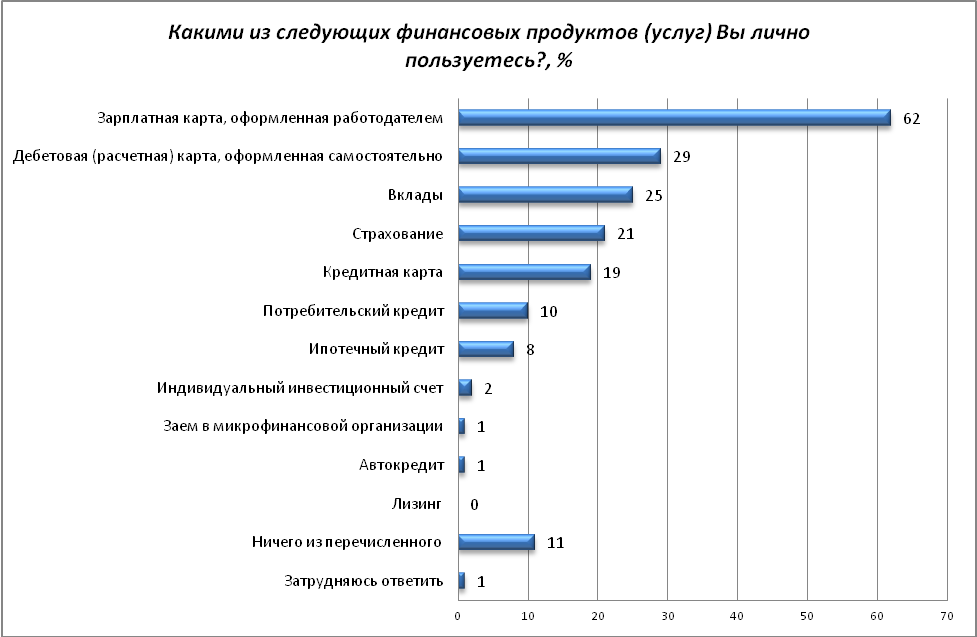
1. Большинство жителей региона **пользуются услугами банков**, каждый четвёртый – услугами страховых организаций (диагр. 38).

Наиболее популярный финансовый продукт среди населения – **зарплатная карта, оформленная работодателем** (диагр. 39).

Диагр. 38



Диагр. 39



1. **Доступность и качество** предоставляемых в населенных пунктах **финансовых услуг и продуктов** удовлетворяют большую часть населения, а их **стоимость** оценивается более негативно (диагр. 40).

Диагр. 40



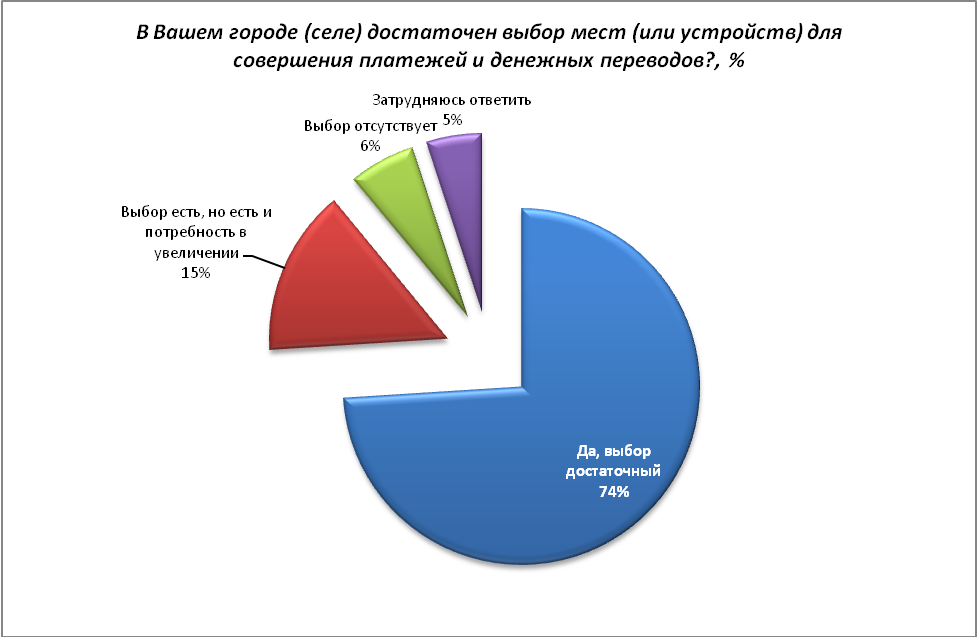
1. Среди проблем, возникающих при использовании респондентами финансовых услуг и продуктов, лидирующие позиции занимают трудности, связанные, по всей видимости, с недостаточным уровнем финансовой обеспеченности населения (**высокая кредитная ставка и низкая ставка по вкладам**) (диагр. 41). Не возникает никаких трудностей у 42% респондентов.

Диагр. 41



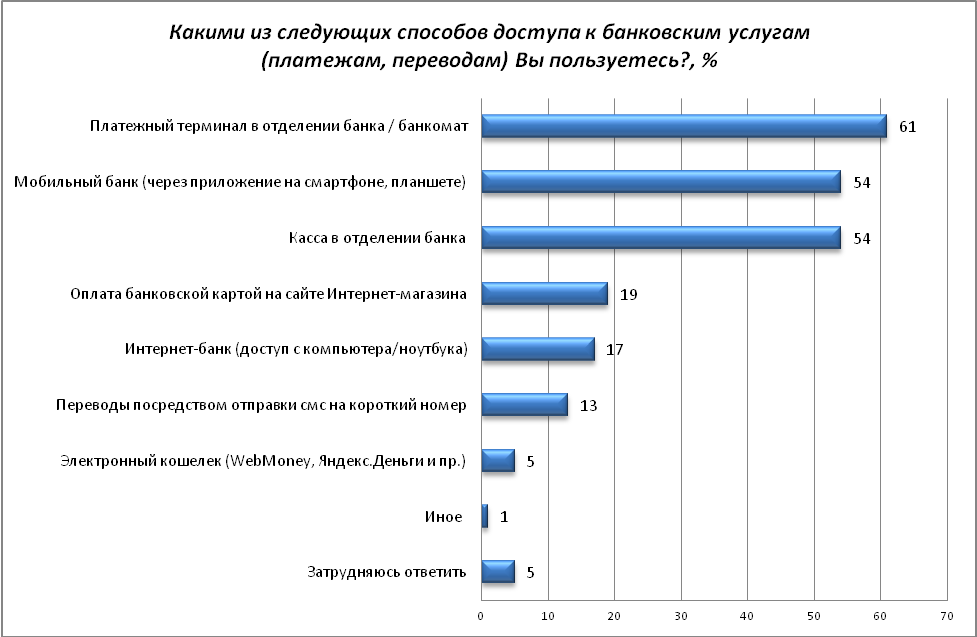
1. Участники исследования в целом позитивно оценивают **выбор мест для совершения платежей и переводов** в их населенном пункте (диагр. 42).

Диагр. 42



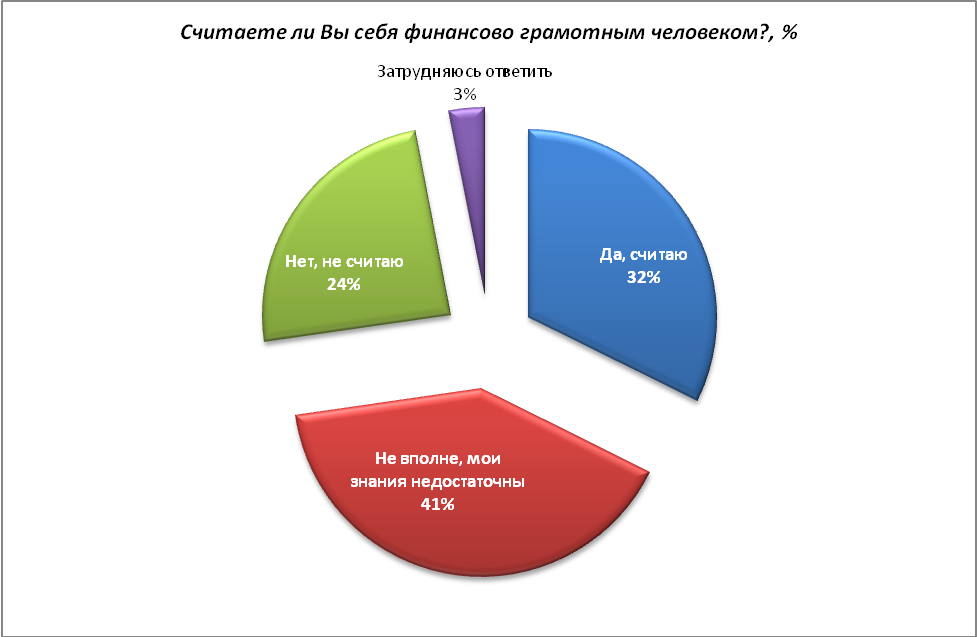
1. Самыми распространенными **способами доступа к банковским услугам** являются: банковский терминал, касса в отделении банка и мобильное приложение (диагр. 43).

Диагр. 43



1. **Треть населения считают себя финансово грамотными**, еще 40% - не вполне грамотными, а каждый четвёртый признает, что не обладает этим качеством (диагр. 44).

Диагр. 44



1. Отметим, что в нашем исследовании основанием определения размера бизнеса является исключительно численность сотрудников. [↑](#footnote-ref-1)
2. 1- нет совсем, 2 – мало, 3 – достаточно, 4 – избыточно (много) [↑](#footnote-ref-2)
3. 1 – не удовлетворён, 2 – скорее не удовлетворён, 3 – скорее удовлетворён, 4 - удовлетворён. [↑](#footnote-ref-3)
4. 1 – не удовлетворён, 2 – скорее не удовлетворён, 3 – скорее удовлетворён, 4 - удовлетворён. [↑](#footnote-ref-4)
5. 1 – не удовлетворён, 2 – скорее не удовлетворён, 3 – скорее удовлетворён, 4 - удовлетворён. [↑](#footnote-ref-5)