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

Отчёт о результатах социологического исследования

Сентябрь - октябрь 2023 г.

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

Оглавление

[Введение 4](#_Toc90641683)

[Часть 1: Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области. 6](#_Toc90641684)

[1. Характеристика базы респондентов. 6](#_Toc90641685)

[2. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды. 9](#_Toc90641686)

[2.1. Оценка предпринимателями уровня конкуренции в их сфере деятельности. 9](#_Toc90641687)

[2.2. Оценка предпринимателями примерного количества их основных конкурентов. 12](#_Toc90641688)

[2.3. Оценка предпринимателями качества официальной информации о состоянии конкуренции в регионе, размещаемой в сети Интернет. Источники получения информации о состоянии конкуренции. 15](#_Toc90641689)

[3. Административные барьеры. 18](#_Toc90641690)

[4. Оценка представителями бизнес сообщества услуг естественных монополий в Ульяновской области. 22](#_Toc90641691)

[4.1. Удовлетворённость предпринимателей сроками получения доступа к услугам естественных монополий. 22](#_Toc90641692)

[4.2. Удовлетворённость предпринимателей процессом подключения к услугам естественных монополий. 23](#_Toc90641693)

[4.3. Удовлетворённость предпринимателей стоимостью подключения к услугам естественных монополий. 25](#_Toc90641694)

[4.4. Оценка предпринимателями изменений качества услуг естественных монополий и уровня цен на эти услуги за последние 5 лет. 25](#_Toc90641695)

[4.5. 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. 26](#_Toc90641696)

[4.6. 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. 28](#_Toc90641697)

[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. 29](#_Toc90641698)

[1. Оценка населением количества организаций - поставщиков услуг на рынках Ульяновской области. 29](#_Toc90641699)

[1.1. Оценка населением количества поставщиков товаров и услуг. 29](#_Toc90641700)

[1.2. Оценка населением динамики количества поставщиков товаров и услуг. 32](#_Toc90641701)

[2. Удовлетворенность населения стоимостью, качеством и возможностью выбора услуг, представленных на товарных рынках Ульяновской области. 36](#_Toc90641702)

[2.1. Удовлетворённость населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках. 36](#_Toc90641703)

[2.2. Динамика удовлетворённости населения стоимостью товаров и услуг, представленных на рынках. 39](#_Toc90641704)

[2.3. Удовлетворённость населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках. 42](#_Toc90641705)

[2.4. Динамика удовлетворённости населения качеством товаров и услуг, представленных на рынках. 45](#_Toc90641706)

[2.5. Удовлетворённость населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках. 49](#_Toc90641707)

[2.6. Динамика удовлетворённости населения возможностью выбора товаров и услуг, представленных на рынках. 52](#_Toc90641708)

[3. Сравнение цен и качества товаров и услуг на рынках Ульяновской области и других регионов. 55](#_Toc90641709)

[4. Оценка населением качества услуг естественных монополий. 57](#_Toc90641710)

[5. Оценка населением качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области, размещаемой в открытом доступе. 58](#_Toc90641711)

[6. Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг. 60](#_Toc90641712)

[Выводы: Наличие (отсутствие) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности Ульяновской области на рынках Ульяновской области. 64](#_Toc90641713)

[Выводы: Удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Ульяновской области, а также состоянием ценовой конкуренции на рынках Ульяновской области. 74](#_Toc90641714)

**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:

* **Онлайн-опрос предпринимателей Ульяновской области** методом формализованного анкетирования и условным разделением выборки на крупных, средних и мелких предпринимателей.
* **Массовый опрос населения региона** методом стандартизированного интервью по месту жительства респондента**.**

В экспертном опросе приняли участие **194 представителя бизнеса-сообщества** (122 малых, 24 средних и 48 крупных). Полевой этап: 29.09.23. - 20.10.23.

**Выборка массового опроса составила 700 чел. по Ульяновской области.** Выборка репрезентативная, квотная. Квотируемые признаки: пол, возраст, тип населения (городское, сельское). Полевой этап: 29.09.23. - 20.10.23. 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.

63% участников исследования представляют **малый бизнес** с численностью сотрудников менее 100 человек[[1]](#footnote-1) (таблица 1). 12% респондентов относятся к **среднему бизнесу**, 25% - представители **крупного бизнеса** (численность сотрудников превышает 250 человек).

Таблица 1

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

|  |  |
| --- | --- |
| 1-100 чел. | 63 |
| 101-250 чел. | 12 |
| 251 и более чел. | 25 |

**Большинство представителей бизнеса (90%),** участвовавшие в исследовании,имеют статус **юридического лица** (таблица 2). **10%** - это **индивидуальные предприниматели.**

Таблица 2

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

|  |  |
| --- | --- |
| Юридическое лицо | 90 |
| ИП | 10 |

Следующий индикатор показывает **распределение предприятий по возрасту** (количество лет, в течение которого предприятие функционирует) (таблица 3). Большинство предприятий – участников исследования (63%) функционируют уже более 5 лет. 7% предприятий - от 1 года до 5 лет, и 6% участников опроса совсем молодые (менее 1 года существования).

Таблица 3

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

|  |  |
| --- | --- |
| Менее 1 года | 6 |
| От 1 года до 5 лет | 7 |
| Более 5 лет | 63 |
| Затрудняюсь ответить | 24 |

Далее **распределение предприятий по величине годового оборота бизнеса** (таблица 4). У большинства предприятий, участвовавших в исследовании (85%), примерная величина годового оборота составляет до 120 млн. рублей. 8% - имеют годовой оборот в размере от 120 млн. рублей до 800 млн. рублей. 3% предприятий - участников опроса указали размер годового дохода от 800 млн. рублей до 2000 млн. рублей. Более 2000 млн. рублей - у 4% организаций.

Таблица 4

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

|  |  |
| --- | --- |
| До 120 млн. рублей | 85 |
| От 120 млн. до 800 млн. рублей | 8 |
| От 800 млн. до 2000 млн. рублей | 3 |
| Более 2000 млн. рублей | 4 |

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

Таблица 5

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

|  |  |
| --- | --- |
| Рынок социальных услуг | 87 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 12 |
| Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 11 |
| Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева | 11 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 10 |
| Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме | 10 |
| Рынок легкой промышленности | 9 |
| Рынок услуг общего образования | 4 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 4 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 3 |
| Рынок медицинских услуг | 3 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | 3 |
| Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) | 2 |
| Рынок услуг связи, в том числе по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 2 |
| Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 2 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 2 |
| Рынок кадастровых и землеустроительных работ | 2 |
| Рынок ритуальных услуг | 1 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 1 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок | 1 |
| Рынок жилищного строительства | 1 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 1 |
| Рынок реализации сельскохозяйственной продукции | 1 |
| Рынок племенного животноводства | 1 |
| Рынок семеноводства | 1 |
| Рынок товарной аквакультуры | 1 |
| Рынок добычи общераспространённых полезных ископаемых на участках недр местного значения | 1 |
| Сфера наружной рекламы | 1 |
| Иные рынки | 6 |

**Основной продукцией,** которую представляют предприниматели – участники опроса, является **услуги (79%)** (таблица 6). На втором месте –**конечная продукция (10%).**

Таблица 6

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

|  |  |
| --- | --- |
| Услуги | 79 |
| Конечная продукция | 10 |
| Сырье и материалы для дальнейшей переработки | 5 |
| Компоненты для производства конечной продукции | 2 |
| Бизнес осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведённых другими компаниями | 2 |
| Другое | 3 |

**28%** опрошенных представителей организаций – это **руководители высшего звена**, 14% - собственники бизнеса, 19% - руководители среднего звена и 41% - не руководящие сотрудники (таблица 7).

Таблица 7

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

|  |  |
| --- | --- |
| Собственник бизнеса (совладелец) | 14 |
| Руководитель высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная позиция) | 28 |
| Руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела) | 19 |
| Не руководящий сотрудник | 41 |

**Целевыми рынками** представителей регионального бизнеса, участвовавших в исследовании, являются **рынок Ульяновской области** (55%), **локальный рынок** муниципального образования (13%), **рынок РФ** (12%) (таблица 8).

Таблица 8

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

|  |  |
| --- | --- |
| Рынок Ульяновской области | 55 |
| Локальный рынок (отдельное муниципальное образование) | 13 |
| Рынок Российской Федерации | 12 |
| Рынки нескольких субъектов Российской Федерации | 5 |
| Рынки стран СНГ | 0 |
| Рынки стран дальнего зарубежья (кроме стран СНГ) | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 15 |

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

Уровень конкуренции в регионе оценивается участниками исследования следующим образом: **20% указали на высокую или очень высокую конкуренцию**; **22% респондентов отмечают средний уровень конкуренции** (диагр. 1).

Диагр. 1

В большей степени мнения об очень высокой конкуренции придерживаются представители крупного бизнеса (таблица 9).

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** | 11 | 14 | 13 | 4 |
| 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** | 6 | 4 | 13 | 8 |
| 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** | 22 | 25 | 17 | 17 |
| 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** | 13 | 14 | 17 | 8 |
| 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** | 7 | 7 | 0 | 10 |
| Затрудняюсь ответить | 40 | 35 | 42 | 52 |

Прежде всего, обратим внимание на то, что 6% представителей бизнеса за последние 3 года ничего не предпринимали для повышения своей конкурентоспособности (таблица 10). Наиболее распространёнными **способами повышения конкурентоспособности компании** являются обучение персонала (59%), покупка технического оборудования (37%), использование новых способов продвижения продукта (23%).

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 | 59 | 55 | 79 | 58 |
| Приобретение технического оборудования | 37 | 34 | 46 | 40 |
| Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) | 23 | 28 | 13 | 15 |
| Разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента | 19 | 20 | 17 | 15 |
| Развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и проч.) | 7 | 5 | 13 | 8 |
| Самостоятельное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ | 6 | 5 | 8 | 6 |
| Приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау | 3 | 2 | 4 | 6 |
| Другое | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Не предпринималось никаких действий | 6 | 7 | 0 | 6 |
| Затрудняюсь ответить | 21 | 21 | 8 | 27 |

Данные исследования показывают, что более **трети предпринимателей не сталкивались с дискриминационными условиями для своего бизнеса (35%)** (таблица 11).

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** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Отсутствие организации и проведения торгов на право заключения договоров в случаях, когда законодательство их требует | 8 | 9 | 17 | 2 |
| Ценовая дискриминация | 7 | 7 | 13 | 4 |
| Акты органов гос. власти субъектов РФ, которые вводят ограничения в отношении создания хозяйствующих субъектов, осуществления или отдельных видов деятельности | 6 | 6 | 8 | 4 |
| Продажа товара только в определённом ассортименте, продаже в нагрузку, разные условия поставки | 3 | 4 | 4 | 0 |
| Другие | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Нет | 35 | 34 | 33 | 35 |
| Со всеми перечисленными дискриминационными условиями | 2 | 2 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | 44 | 41 | 33 | 56 |

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

Переходя от общих оценок уровня конкуренции к оценке **количества конкурентов собственного бизнеса**, 23% предпринимателей также оценивают его как большое (диагр. 2). 19% опрошенных имеют 4-8 конкурентов, 15% - от 1 до 3 конкурентов, и 16% респондентов говорят об отсутствии конкурентов в их сфере деятельности.

Диагр. 2

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 | 16 | 15 | 17 | 21 |
| 1-3 конкурента | 15 | 12 | 8 | 27 |
| 4-8 конкурентов | 19 | 18 | 33 | 15 |
| Большое число конкурентов | 23 | 30 | 25 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | 27 | 25 | 17 | 33 |

Мнение предпринимателей о повышении интенсивности конкуренции основывается на их наблюдении за ростом числа конкурентов своих организаций в последние 3 года (диагр. 3). **36% бизнесменов** отметили, что **число конкурентов увеличилось**. **29% опрошенных** полагают, что число конкурентов **осталось прежним**. **Об** **уменьшении** сообщают лишь **5% опрошенных предпринимателей.**

Диагр. 3

Отметим, что об увеличении числа конкурентов говорят, прежде всего, средние предприниматели (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 | 22 | 18 | 33 | 25 |
| Увеличилось более чем на 4 конкурента | 14 | 18 | 8 | 6 |
| Сократилось на 1-3 конкурента | 2 | 3 | 0 | 0 |
| Сократилось более чем на 4 конкурента | 3 | 3 | 4 | 0 |
| Не изменилось | 29 | 26 | 38 | 31 |
| Затрудняюсь ответить | 30 | 31 | 17 | 38 |

Следующий вопрос касается количества **поставщиков основного закупаемого товара, который приобретает предприятие** (таблица 14). 19% предприятий – участников исследования имеют большое число поставщиков. 21% - 4 и более поставщиков, 14% предприятий – 2-3 поставщика. 9% 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 | 9 | 8 | 13 | 10 |
| 2-3 поставщика | 14 | 16 | 13 | 8 |
| 4 и более поставщиков | 21 | 20 | 46 | 8 |
| Большое число поставщиков | 19 | 21 | 17 | 15 |
| Затрудняюсь ответить | 37 | 34 | 13 | 58 |

Исследование показывает, что **36% предпринимателей региона** в целом **удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками товара,** который приобретает их бизнес (таблица 15). Не удовлетворены – 22% 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 | 9 | 7 | 8 | 15 |
| Скорее неудовлетворительно | 13 | 15 | 21 | 6 |
| Скорее удовлетворительно | 18 | 20 | 33 | 4 |
| Удовлетворительно | 18 | 19 | 17 | 17 |
| Затрудняюсь ответить | 42 | 39 | 21 | 58 |

* 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 **около 60% опрошенных удовлетворены качеством указанной информации** (диагр. 4). Примерно каждый третий затруднился с оценкой.

Диагр. 4

**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: сайт Министерства экономического развития и промышленности УО (46%), официальные сайты исполнительных органов власти и ОМСУ (39%), специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы (34%), телевидение (27%), интернет-портал об инвестиционной деятельности в Ульяновской области (25%), печатные СМИ (23%) (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** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства экономического развития и промышленности Ульяновской области в информационно-телекоммуникативной сети «Интернет» | 46 | 43 | 58 | 48 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и ОМСУ в сети «Интернет» | 39 | 34 | 63 | 38 |
| Специальные блоги, порталы и прочие эл. ресурсы | 34 | 35 | 21 | 35 |
| Телевидение | 27 | 24 | 25 | 35 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 25 | 26 | 33 | 17 |
| Печатные средства массовой информации | 23 | 15 | 33 | 38 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России в сети «Интернет» | 19 | 17 | 33 | 17 |
| Радио | 11 | 8 | 8 | 19 |
| Другие | 4 | 6 | 0 | 0 |

**Более всего региональные предприниматели доверяют** официальной информации, размещённой на сайте Министерства экономического развития и промышленности Ульяновской области (56%) (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 сайте Министерства экономического развития и промышленности Ульяновской области в сети «Интернет» | 56 | 51 | 79 | 56 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и ОМСУ в сети «Интернет» | 35 | 31 | 63 | 29 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России в сети «Интернет» | 30 | 27 | 54 | 27 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 27 | 30 | 33 | 19 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 21 | 24 | 17 | 17 |
| Телевидение | 19 | 19 | 4 | 25 |
| Печатные средства массовой информации | 14 | 12 | 4 | 25 |
| Радио | 6 | 6 | 0 | 10 |
| Другие | 2 | 3 | 0 | 0 |

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): 20% респондентов говорят об отсутствии административных барьеров; 18% -считают, что барьеры преодолимы без существенных затрат; 16% предпринимателей уверены, что для преодоления барьеров необходимы значительные затраты с их стороны; 9% опрошенных называют административные барьеры непреодолимыми.

Диагр. 5

Таким образом, **более половины респондентов (38%) не видят особых сложностей в преодолении барьеров, препятствующих ведению их бизнеса, или даже отрицают их наличие** (таблица 19). Однако 25% предпринимателей считают эти препятствия непреодолимыми, либо требующими значительных усилий по их устранению. Доля оптимистов в этом вопросе 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 | 9 | 10 | 13 | 4 |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат | 16 | 16 | 17 | 17 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат | 18 | 19 | 21 | 15 |
| Нет административных барьеров | 20 | 18 | 29 | 21 |
| Затрудняюсь ответить | 37 | 37 | 21 | 44 |

**Самые значимые административные барьеры,** с которыми сталкиваются представители бизнес-сообщества Ульяновской области, – это **высокие налоги (22%)** (таблица 20). Также существенное влияние на деятельность бизнеса оказывает **нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (21%)**.

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 | 22 | 27 | 21 | 10 |
| Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность | 21 | 25 | 25 | 10 |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 11 | 13 | 4 | 8 |
| Сложность/затянутость процедуры получения лицензий | 11 | 11 | 13 | 10 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 10 | 11 | 4 | 10 |
| Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках гос.закупок | 8 | 7 | 21 | 4 |
| Необходимость установления партнёрских отношений с органами власти | 6 | 5 | 13 | 4 |
| Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с гос. участием и субъектов естественных монополий | 4 | 2 | 13 | 2 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.) | 3 | 2 | 4 | 2 |
| Иные действия/давление со стороны оврагов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников | 2 | 2 | 0 | 2 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.п.) | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Другое | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Нет ограничений | 14 | 14 | 13 | 17 |
| Затрудняюсь ответить | 34 | 30 | 25 | 48 |

Оценивая динамику проблемы административных барьеров, **49% участников исследования *затруднились с ответом*** (диагр. 6). 14% предпринимателей отмечают *улучшение ситуации*; *не заметили изменений уровня административных барьеров* для ведения бизнеса за последние 3 года 10% опрошенных; 6% респондентов придерживаются мнения о том, что *бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры*.

Диагр. 6

Больше о снижении давления административных барьеров на бизнес говорят представители малого бизнеса (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 | 7 | 8 | 3 | 3 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 14 | 19 | 2 | 6 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 10 | 17 | 1 | 1 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 6 | 7 | 3 | 1 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и раньше | 13 | 17 | 5 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | 49 | 53 | 10 | 32 |

**Большинство респондентов (59%) 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 | 32 | 31 | 12 | 20 |
| Скорее удовлетворён | 27 | 37 | 7 | 9 |
| Скорее не удовлетворён | 9 | 12 | 2 | 3 |
| Не удовлетворён | 5 | 8 | 1 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 26 | 34 | 2 | 15 |

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 60% до 67% опрошенных) (диагр. 7).

В наибольшей степени **предприниматели удовлетворены сроками подключения к услугам электроснабжения** и водоснабжения (67%), **наименее всего - к услугам по водоочистке** (60%).

Диагр. 7

* 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** (58%) (диагр. 8).

А **наименее сложными** для участников исследования оказалось подключение к **электроснабжению, водоснабжению, пользованию услугами телефонной связи** (удовлетворены 65%, 63% и 62% опрошенных соответственно) (диагр. 8).

Диагр. 8

Отметим также, что, по мнению примерно четверти **участников исследования** (от 20% до 26%), **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 | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 16 | 13 | 25 | 46 |
| Водоочистка | 13 | 13 | 26 | 47 |
| Газоснабжение | 14 | 15 | 20 | 51 |
| Электроснабжение | 15 | 14 | 26 | 45 |
| Теплоснабжение | 13 | 15 | 23 | 48 |
| Телефонная связь | 16 | 12 | 25 | 46 |

* 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 56%** (диагр. 9).

Диагр. 9

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

От 40% до 47% предпринимателей - участников опроса отметили, что **за последние 5 лет качество услуг естественных монополий не изменилось** (таблица 26).

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 | Затрудняюсь ответить |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Водоснабжение, водоотведение | 7 | 3 | 44 | 46 |
| Водоочистка | 5 | 3 | 41 | 51 |
| Газоснабжение | 6 | 2 | 40 | 52 |
| Электроснабжение | 5 | 2 | 47 | 46 |
| Теплоснабжение | 5 | 3 | 41 | 51 |
| Телефонная связь | 6 | 3 | 42 | 50 |

Однако **почти 50% участников исследования отмечают повышение уровня цен** на все предоставляемые услуги естественных монополий за последние 5 лет (таблица 27).

Примерно **каждый седьмой** 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 | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 4 | 48 | 12 | 36 |
| Водоочистка | 5 | 45 | 13 | 37 |
| Газоснабжение | 4 | 45 | 12 | 39 |
| Электроснабжение | 4 | 49 | 13 | 34 |
| Теплоснабжение | 4 | 45 | 14 | 37 |
| Телефонная связь | 5 | 46 | 14 | 36 |

* 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 **41-48%** участников исследования **затруднились с оценкой** (таблица 29).

Чуть **выше** участники исследования оценили качество по техническому присоединению к услугам в электронному виде по **электроснабжению (удовлетворены 48%)**, несколько **ниже** – по **газоснабжению** (удовлетворены 40%).

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 | 27 | 18 | 7 | 5 | 44 |
| Газоснабжение | 24 | 16 | 6 | 5 | 48 |
| Электроснабжение | 27 | 21 | 7 | 4 | 41 |
| Теплоснабжение | 25 | 19 | 6 | 5 | 46 |

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 36% до 41%**, и около 15% участников исследования – не удовлетворены уровнем цен. Отметим, что почти половина респондентов 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 | 22 | 19 | 8 | 7 | 45 |
| Газоснабжение | 21 | 17 | 8 | 6 | 48 |
| Электроснабжение | 22 | 18 | 9 | 7 | 45 |
| Теплоснабжение | 20 | 16 | 8 | 7 | 48 |

* 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.**

Немногим менее 30% участников исследования отмечают, что за последние 5 лет **качество услуг** **по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде** не изменилось (таблица 31). 6-8% респондентов говорят о положительной динамике.

Однако **почти 30% опрошенных отмечают повышение цен на данную услугу по всем направлениям** (таблица 32).

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 | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 8 | 10 | 28 | 54 |
| Газоснабжение | 6 | 9 | 29 | 56 |
| Электроснабжение | 7 | 10 | 29 | 54 |
| Теплоснабжение | 6 | 9 | 28 | 57 |

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 | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 4 | 28 | 15 | 53 |
| Газоснабжение | 3 | 29 | 14 | 54 |
| Электроснабжение | 4 | 29 | 15 | 53 |
| Теплоснабжение | 4 | 27 | 16 | 53 |

**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 розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 17 | 70 | 10 | 1 | 3 | 3,1 |
| Ритуальные услуги | 8 | 62 | 3 | 1 | 27 | 3,1 |
| Услуги по наружной рекламе | 16 | 41 | 3 | 2 | 38 | 3,1 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 7 | 74 | 10 | 1 | 9 | 3,0 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 7 | 73 | 7 | 1 | 13 | 3,0 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 71 | 3 | 0 | 26 | 3,0 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 1 | 76 | 13 | 1 | 10 | 2,9 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 70 | 6 | 1 | 22 | 2,9 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 3 | 53 | 9 | 1 | 34 | 2,9 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 50 | 2 | 2 | 45 | 2,9 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 1 | 61 | 16 | 2 | 20 | 2,8 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 1 | 57 | 17 | 1 | 23 | 2,8 |
| Продукция легкой промышленности | 1 | 62 | 11 | 2 | 23 | 2,8 |
| Услуги общего образования | 1 | 58 | 14 | 0 | 27 | 2,8 |
| Нефтепродукты | 0 | 50 | 6 | 5 | 40 | 2,8 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 2 | 56 | 22 | 4 | 16 | 2,7 |
| Жилищное строительство | 3 | 51 | 12 | 5 | 29 | 2,7 |
| Услуги дошкольного образования | 0 | 50 | 18 | 0 | 32 | 2,7 |
| Работы по благоустройству городской среды | 1 | 54 | 29 | 2 | 14 | 2,6 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 1 | 43 | 28 | 3 | 25 | 2,6 |
| Социальные услуги | 1 | 44 | 24 | 3 | 29 | 2,6 |
| Услуги дополнительного образования детей | 0 | 42 | 19 | 2 | 37 | 2,6 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 0 | 26 | 11 | 2 | 62 | 2,6 |
| Услуги среднего профессионального образования | 0 | 37 | 16 | 8 | 38 | 2,5 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 1 | 34 | 13 | 8 | 44 | 2,5 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 0 | 19 | 10 | 4 | 68 | 2,5 |
| Медицинские услуги | 1 | 39 | 52 | 3 | 4 | 2,4 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 0 | 35 | 39 | 4 | 21 | 2,4 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 1 | 27 | 18 | 6 | 49 | 2,4 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 0 | 23 | 15 | 6 | 56 | 2,4 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 0 | 15 | 15 | 2 | 68 | 2,4 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 0 | 24 | 28 | 7 | 41 | 2,3 |
| Производство бетона | 1 | 28 | 9 | 13 | 50 | 2,3 |
| Производство кирпича | 0 | 25 | 11 | 14 | 50 | 2,2 |
| Семеноводство | 0 | 11 | 11 | 10 | 68 | 2,1 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 1 | 12 | 16 | 13 | 58 | 2,0 |
| Племенное животноводство | 0 | 9 | 15 | 11 | 65 | 2,0 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 0 | 11 | 16 | 15 | 57 | 1,9 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 0 | 6 | 3 | 11 | 79 | 1,8 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 0 | 7 | 7 | 18 | 69 | 1,7 |
| Аквакультура | 0 | 6 | 9 | 18 | 67 | 1,6 |

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 2,2)
* Производство бетона (2,3)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (2,3)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (2,4)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (2,4)
* Медицинские услуги (2,4)

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

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (средний балл оценок по 4-бальной шкале 3,1)
* Ритуальные услуги (3,1)
* Услуги по наружной рекламе (3,1)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (3,0)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (3,0)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (3,0)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (2,9)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (2,9)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,9)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (2,9)

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 (79% затруднившихся)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (69%)
* Семеноводство (68%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (68%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (68%)
* Аквакультура (67%)
* Племенное животноводство (65%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (62%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (58%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (57%)
* Архитектурно-строительное проектирование (56%)

### 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 | 2 | 47 | 43 | 8 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 2 | 35 | 44 | 19 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 2 | 35 | 51 | 13 |
| Ритуальные услуги | 0 | 29 | 36 | 35 |
| Жилищное строительство | 3 | 28 | 34 | 35 |
| Услуги по наружной рекламе | 1 | 26 | 21 | 53 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 8 | 26 | 36 | 30 |
| Работы по благоустройству городской среды | 6 | 25 | 46 | 23 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 1 | 21 | 38 | 40 |
| Медицинские услуги | 21 | 20 | 49 | 10 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 6 | 19 | 47 | 28 |
| Продукция легкой промышленности | 4 | 19 | 52 | 26 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 7 | 19 | 53 | 21 |
| Услуги дополнительного образования детей | 5 | 17 | 34 | 44 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 7 | 17 | 52 | 24 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 2 | 16 | 67 | 14 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 8 | 14 | 52 | 27 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 4 | 13 | 23 | 60 |
| Нефтепродукты | 1 | 13 | 42 | 44 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 13 | 63 | 23 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 4 | 12 | 28 | 57 |
| Услуги дошкольного образования | 5 | 11 | 51 | 34 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 10 | 60 | 30 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 9 | 39 | 51 |
| Социальные услуги | 6 | 9 | 47 | 39 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 2 | 8 | 28 | 62 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 3 | 8 | 32 | 57 |
| Производство кирпича | 2 | 7 | 28 | 64 |
| Производство бетона | 1 | 7 | 28 | 63 |
| Услуги общего образования | 3 | 6 | 60 | 31 |
| Семеноводство | 5 | 5 | 18 | 72 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 11 | 5 | 38 | 47 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 1 | 4 | 25 | 70 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 2 | 4 | 25 | 69 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 2 | 3 | 23 | 73 |
| Племенное животноводство | 10 | 2 | 17 | 71 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 11 | 2 | 21 | 67 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 14 | 2 | 19 | 65 |
| Услуги среднего профессионального образования | 5 | 2 | 46 | 47 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 1 | 1 | 16 | 82 |
| Аквакультура | 5 | 1 | 16 | 79 |

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

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (47% респондентов отмечают увеличение числа продавцов за последние 3 года)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (35%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (35%)
* Ритуальные услуги (29%)
* Жилищное строительство (28%)

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

* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (67%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (63%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (60%)
* Услуги общего образования (60%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (53%)
* Продукция легкой промышленности (52%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (52%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (52%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (51%)
* Услуги дошкольного образования (51%)

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

* Поставка сжиженного газа в баллонах (82% затруднившихся)
* Аквакультура (79%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (73%)
* Семеноводство (72%)
* Племенное животноводство (71%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (70%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (69%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (67%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (65%)
* Производство кирпича (64%)
* Производство бетона (63%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (62%)
* Архитектурно-строительное проектирование (60%)

## 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)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 10 | 4 | 86 | 2,7 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 56 | 32 | 12 | 2,6 |
| Услуги по наружной рекламе | 17 | 10 | 74 | 2,5 |
| Услуги дошкольного образования | 29 | 24 | 47 | 2,5 |
| Услуги общего образования | 31 | 22 | 47 | 2,5 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 37 | 30 | 34 | 2,5 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 45 | 31 | 24 | 2,5 |
| Семеноводство | 9 | 6 | 86 | 2,4 |
| Племенное животноводство | 8 | 7 | 85 | 2,4 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 9 | 10 | 81 | 2,4 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 10 | 12 | 79 | 2,4 |
| Услуги дополнительного образования детей | 24 | 23 | 54 | 2,4 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 38 | 39 | 23 | 2,4 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 19 | 19 | 62 | 2,3 |
| Продукция легкой промышленности | 34 | 38 | 29 | 2,3 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 35 | 40 | 26 | 2,3 |
| Аквакультура | 3 | 4 | 93 | 2,2 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 4 | 7 | 90 | 2,2 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 7 | 13 | 80 | 2,2 |
| Услуги среднего профессионального образования | 14 | 20 | 65 | 2,2 |
| Работы по благоустройству городской среды | 20 | 28 | 52 | 2,2 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 20 | 29 | 51 | 2,2 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 7 | 15 | 78 | 2,1 |
| Социальные услуги | 16 | 29 | 55 | 2,1 |
| Ритуальные услуги | 17 | 33 | 50 | 2,1 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 27 | 47 | 26 | 2,1 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 31 | 54 | 15 | 2,1 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 8 | 16 | 76 | 2,0 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 5 | 20 | 75 | 2,0 |
| Производство кирпича | 9 | 17 | 75 | 2,0 |
| Производство бетона | 8 | 17 | 75 | 2,0 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 13 | 22 | 66 | 2,0 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 13 | 25 | 62 | 2,0 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 12 | 28 | 61 | 2,0 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 3 | 7 | 90 | 1,9 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 19 | 53 | 28 | 1,9 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 22 | 58 | 20 | 1,9 |
| Жилищное строительство | 13 | 37 | 51 | 1,8 |
| Нефтепродукты | 13 | 39 | 48 | 1,8 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 23 | 70 | 7 | 1,8 |
| Медицинские услуги | 16 | 74 | 11 | 1,7 |

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

* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (2,6)
* Услуги дошкольного образования (2,5)
* Услуги общего образования (2,5)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (2,5)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (2,5)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (2,5)
* Услуги дополнительного образования детей (2,4)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковыми такси (2,4)

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

* Медицинские услуги (1,7)
* Нефтепродукты (1,8)
* Жилищное строительство (1,8)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (1,8)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (1,9)
* Услуги по теплоснабжению (1,9)

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

* Аквакультура (93% затруднившихся)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (90%)
* Поставка сжиженного газа в баллонах (90%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (86%)
* Семеноводство (86%)
* Племенное животноводство (85%)
* Архитектурно-строительное проектирование (81%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (80%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (79%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (78%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (76%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (75%)
* Производство кирпича (75%)
* Производство бетона (75%)
* Услуги по наружной рекламе (74%).

### 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 | 85 | 6 | 9 |
| Медицинские услуги | 1 | 80 | 9 | 10 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 0 | 75 | 9 | 16 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 0 | 74 | 7 | 19 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 0 | 73 | 14 | 13 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 1 | 71 | 5 | 24 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 71 | 6 | 23 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 0 | 71 | 9 | 20 |
| Продукция легкой промышленности | 0 | 69 | 5 | 27 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 1 | 68 | 8 | 23 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 2 | 65 | 10 | 23 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 1 | 61 | 8 | 31 |
| Нефтепродукты | 0 | 58 | 2 | 39 |
| Ритуальные услуги | 0 | 51 | 5 | 44 |
| Жилищное строительство | 0 | 48 | 5 | 47 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 0 | 47 | 5 | 48 |
| Работы по благоустройству городской среды | 1 | 42 | 7 | 50 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 0 | 41 | 4 | 55 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 0 | 39 | 5 | 57 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 1 | 38 | 5 | 56 |
| Услуги дополнительного образования детей | 0 | 38 | 11 | 50 |
| Услуги дошкольного образования | 0 | 37 | 16 | 47 |
| Услуги по наружной рекламе | 0 | 33 | 3 | 64 |
| Производство кирпича | 0 | 32 | 4 | 64 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 2 | 32 | 9 | 57 |
| Услуги общего образования | 1 | 32 | 20 | 47 |
| Производство бетона | 0 | 31 | 3 | 66 |
| Социальные услуги | 1 | 30 | 13 | 56 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 0 | 26 | 4 | 70 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 0 | 25 | 2 | 74 |
| Услуги среднего профессионального образования | 1 | 25 | 12 | 63 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 0 | 22 | 2 | 76 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 0 | 22 | 4 | 75 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 0 | 21 | 4 | 75 |
| Племенное животноводство | 0 | 18 | 1 | 81 |
| Семеноводство | 0 | 16 | 2 | 83 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 0 | 13 | 4 | 83 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 1 | 11 | 3 | 85 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 0 | 9 | 2 | 89 |
| Аквакультура | 0 | 7 | 1 | 92 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 0 | 6 | 2 | 92 |

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

* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (85%)
* Медицинские услуги (80%)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (75%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (74%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (73%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (71%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (71%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (71%)
* Продукция легкой промышленности (69%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (68%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (65%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (61%)
* Нефтепродукты (58%)
* Ритуальные услуги (51%)

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

* Аквакультура (92% затруднившихся)
* Поставка сжиженного газа в баллонах (92%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (89%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (85%)
* Семеноводство (83%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (83%)
* Племенное животноводство (81%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (76%)
* Архитектурно-строительное проектирование (75%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (75%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (74%)
* Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (70%)

### 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)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 5 | 4 | 91 | 3,9 |
| Аквакультура | 3 | 6 | 91 | 3,8 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 4 | 5 | 91 | 3,8 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 9 | 6 | 85 | 3,8 |
| Племенное животноводство | 10 | 5 | 85 | 3,8 |
| Семеноводство | 8 | 7 | 85 | 3,8 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 12 | 12 | 76 | 3,7 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 10 | 15 | 75 | 3,7 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 9 | 10 | 81 | 3,6 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 12 | 11 | 78 | 3,6 |
| Производство бетона | 13 | 12 | 76 | 3,6 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 11 | 14 | 75 | 3,6 |
| Производство кирпича | 14 | 11 | 75 | 3,6 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 11 | 15 | 74 | 3,6 |
| Услуги по наружной рекламе | 23 | 10 | 68 | 3,5 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 21 | 16 | 63 | 3,5 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 15 | 21 | 64 | 3,4 |
| Услуги среднего профессионального образования | 17 | 19 | 63 | 3,4 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 34 | 9 | 57 | 3,4 |
| Жилищное строительство | 18 | 27 | 55 | 3,3 |
| Ритуальные услуги | 35 | 12 | 53 | 3,3 |
| Нефтепродукты | 26 | 22 | 52 | 3,3 |
| Услуги дополнительного образования детей | 32 | 17 | 51 | 3,3 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 31 | 18 | 51 | 3,3 |
| Социальные услуги | 21 | 29 | 50 | 3,3 |
| Услуги дошкольного образования | 39 | 17 | 44 | 3,2 |
| Услуги общего образования | 35 | 22 | 43 | 3,1 |
| Продукция легкой промышленности | 48 | 22 | 31 | 3,1 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 66 | 10 | 25 | 3,1 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 47 | 22 | 31 | 3,0 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 26 | 50 | 24 | 2,9 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 54 | 22 | 24 | 2,9 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 64 | 15 | 22 | 2,9 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 50 | 29 | 21 | 2,9 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 60 | 20 | 20 | 2,9 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 25 | 46 | 30 | 2,8 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 53 | 31 | 16 | 2,8 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 66 | 23 | 11 | 2,8 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 63 | 27 | 10 | 2,8 |
| Работы по благоустройству городской среды | 47 | 39 | 13 | 2,7 |
| Медицинские услуги | 23 | 69 | 9 | 2,4 |

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

* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (средний балл по 4-бальной шкале составил 3,4)
* Услуги дополнительного образования детей (3,3)
* Социальные услуги (3,3)
* Ритуальные услуги (3,3)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (3,3)
* Жилищное строительство (3,3)
* Нефтепродукты (3,3)
* Услуги дошкольного образования (3,2)
* Услуги общего образования (3,1)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (3,1)
* Продукция легкой промышленности (3,1)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (3,0)

**Наиболее проблемным по показателю качества являются:**

* Медицинские услуги (2,4 балла по 4-бальной шкале)
* Работы по благоустройству городской среды (2,7)

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

* Поставка сжиженного газа в баллонах (91% затруднившихся)
* Аквакультура (91%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (91%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (85%)
* Племенное животноводство (85%)
* Семеноводство (85%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (81%)
* Архитектурно-строительное проектирование (78%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (76%)
* Производство бетона (76%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (75%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (75%)
* Производство кирпича (75%)
* Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (74%)
* Услуги по наружной рекламе (68%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (64%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (63%)
* Услуги среднего профессионального образования (63%)

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 2023 году по сравнению с 2022 годом не изменился. Как и в 2022 г, в 2023 г. лишь 3% респондентов обратились с жалобами в надзорные органы (таблица 39).

Таблица 38

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

|  |  |
| --- | --- |
| Да, не удалось отстоять свои права | 1 |
| Да, частично удалось отстоять свои права | 2 |
| Да, полностью удалось отстоять свои права | 0 |
| Да, вопрос завис на рассмотрении | 2 |
| Нет | 94 |
| Затрудняюсь ответить, не помню | 1 |

Таблица 39

***ОБРАЩАЛИСЬ ЛИ ВЫ В НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ С ЖАЛОБАМИ НА КАЧЕСТВО ТОВАРОВ, РАБОТ ИЛИ УСЛУГ В 2021 Г.? В 2022 Г.?, %***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **2022 г.** | **2023 г.** |
| Обрушался(лась) | 3 | 3 |
| Не обращался(лась) | 97 | 97 |
| Затрудняюсь ответить, не помню | 0 | 0 |

### 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 | 11 | 27 | 45 | 18 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 13 | 24 | 34 | 30 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 4 | 24 | 51 | 21 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 7 | 21 | 59 | 13 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 7 | 20 | 62 | 11 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 6 | 17 | 54 | 23 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 6 | 16 | 47 | 31 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 10 | 15 | 53 | 23 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 5 | 15 | 60 | 20 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 11 | 14 | 60 | 16 |
| Услуги по наружной рекламе | 2 | 13 | 20 | 66 |
| Продукция легкой промышленности | 5 | 13 | 50 | 31 |
| Ритуальные услуги | 4 | 12 | 35 | 49 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 13 | 11 | 51 | 26 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 2 | 11 | 63 | 23 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 2 | 10 | 35 | 52 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 3 | 10 | 37 | 50 |
| Нефтепродукты | 4 | 10 | 39 | 47 |
| Услуги дополнительного образования детей | 6 | 9 | 31 | 54 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 2 | 8 | 17 | 73 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 1 | 7 | 18 | 74 |
| Жилищное строительство | 9 | 7 | 29 | 55 |
| Услуги дошкольного образования | 8 | 7 | 38 | 47 |
| Медицинские услуги | 30 | 7 | 52 | 10 |
| Производство кирпича | 3 | 6 | 22 | 69 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 3 | 6 | 28 | 63 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 0 | 5 | 13 | 82 |
| Производство бетона | 3 | 5 | 22 | 71 |
| Социальные услуги | 9 | 5 | 35 | 52 |
| Семеноводство | 1 | 4 | 13 | 82 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 5 | 4 | 19 | 72 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 4 | 4 | 21 | 71 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 10 | 4 | 25 | 61 |
| Услуги общего образования | 14 | 4 | 36 | 46 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 3 | 3 | 11 | 83 |
| Племенное животноводство | 1 | 3 | 16 | 80 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 5 | 3 | 18 | 74 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 0 | 2 | 11 | 87 |
| Услуги среднего профессионального образования | 11 | 2 | 23 | 64 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 2 | 1 | 5 | 92 |
| Аквакультура | 3 | 1 | 7 | 89 |

27% участников опроса отметили **улучшение качества** услуг по благоустройству городской среды, 24% - перевозке пассажиров и багажа легковым такси, 24% опрошенных назвали дорожную деятельность, 21% - услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет, 20% - услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов.

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

* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (63% придерживаются мнения, что качество не изменилось)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (62%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (60%)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (60%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (59%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (54%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (53%)
* Медицинские услуги (52%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (51%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (51%)
* Продукция легкой промышленности (50%)

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

* Поставка сжиженного газа в баллонах (92% затруднившихся)
* Аквакультура (89%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (87%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (83%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (82%)
* Семеноводство (82%)
* Племенное животноводство (80%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (74%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (74%)
* Архитектурно-строительное проектирование (73%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (72%)
* Производство бетона (71%)
* Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (71%)
* Производство кирпича (69%)
* Услуги по наружной рекламе (66%)
* Услуги среднего проф. образования (64%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (63%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (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 по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 64 | 13 | 23 | 3,1 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 70 | 15 | 15 | 3,1 |
| Ритуальные услуги | 40 | 11 | 49 | 3,0 |
| Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями | 68 | 22 | 11 | 2,9 |
| Продукция легкой промышленности | 51 | 18 | 31 | 2,9 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 36 | 14 | 50 | 2,8 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 25 | 9 | 67 | 2,8 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 37 | 14 | 49 | 2,8 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 54 | 19 | 27 | 2,8 |
| Услуги по наружной рекламе | 25 | 7 | 68 | 2,8 |
| Услуги общего образования | 36 | 20 | 44 | 2,7 |
| Услуги дополнительного образования детей | 32 | 16 | 52 | 2,7 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 47 | 29 | 24 | 2,7 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 46 | 21 | 34 | 2,7 |
| Жилищное строительство | 33 | 18 | 49 | 2,7 |
| Нефтепродукты | 34 | 16 | 50 | 2,7 |
| Услуги дошкольного образования | 34 | 18 | 48 | 2,6 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 35 | 20 | 44 | 2,6 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 10 | 5 | 85 | 2,6 |
| Услуги среднего профессионального образования | 20 | 18 | 62 | 2,5 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 38 | 29 | 34 | 2,5 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 13 | 9 | 79 | 2,5 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 20 | 16 | 64 | 2,5 |
| Производство кирпича | 14 | 12 | 75 | 2,5 |
| Производство бетона | 14 | 12 | 75 | 2,5 |
| Работы по благоустройству городской среды | 27 | 26 | 47 | 2,4 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 11 | 12 | 77 | 2,4 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 11 | 12 | 77 | 2,3 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 5 | 4 | 91 | 2,3 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 11 | 15 | 74 | 2,3 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 6 | 6 | 88 | 2,3 |
| Социальные услуги | 21 | 27 | 52 | 2,2 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 18 | 25 | 58 | 2,2 |
| Семеноводство | 8 | 9 | 84 | 2,2 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 14 | 26 | 61 | 2,1 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 20 | 37 | 43 | 2,1 |
| Племенное животноводство | 6 | 11 | 83 | 2,1 |
| Медицинские услуги | 28 | 60 | 11 | 2,0 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 8 | 18 | 74 | 2,0 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 8 | 21 | 72 | 2,0 |
| Аквакультура | 3 | 9 | 88 | 1,8 |

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

* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (средний балл по 4-бальной шкале составил 3,1)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (3,1)
* Ритуальные услуги (3,0)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (2,9)
* Продукция легкой промышленности (2,9)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (2,8)
* Услуги по ремонту автотранспортных средств (2,8)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (2,8)

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

* Медицинские услуги (2,0 балла по 4-бальной шкале)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (2,1)
* Дорожная деятельность (строительство дорог) (2,2)
* Социальные услуги (2,2)

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 (91% затруднившихся)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (88%)
* Аквакультура (88%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (85%)
* Семеноводство (84%)
* Племенное животноводство (83%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (79%)
* Архитектурно-строительное проектирование (77%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (77%)
* Производство кирпича (75%)
* Производство бетона (75%)
* Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (74%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (74%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (72%)
* Услуги по наружной рекламе (68%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (67%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (64%)
* Услуги среднего профессионального образования (62%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (61%)

### 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 | 6 | 34 | 49 | 12 |
| Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси | 2 | 33 | 39 | 26 |
| Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет | 3 | 30 | 47 | 21 |
| Жилищное строительство | 3 | 22 | 25 | 50 |
| Ритуальные услуги | 3 | 22 | 29 | 46 |
| Реализация сельскохозяйственной продукции | 6 | 22 | 45 | 28 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам | 8 | 21 | 45 | 26 |
| Услуги по наружной рекламе | 1 | 20 | 15 | 64 |
| Продукция легкой промышленности | 3 | 20 | 42 | 35 |
| Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам | 5 | 19 | 41 | 36 |
| Медицинские услуги | 20 | 19 | 51 | 10 |
| Услуги по ремонту автотранспортных средств | 2 | 16 | 33 | 49 |
| Услуги дополнительного образования детей | 3 | 15 | 29 | 53 |
| Нефтепродукты | 1 | 15 | 37 | 48 |
| Дорожная деятельность (строительство дорог) | 6 | 14 | 26 | 53 |
| Работы по благоустройству городской среды | 5 | 14 | 35 | 46 |
| Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов | 3 | 14 | 53 | 29 |
| Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) | 1 | 13 | 51 | 35 |
| Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) | 6 | 11 | 41 | 42 |
| Архитектурно-строительное проектирование | 2 | 10 | 16 | 72 |
| Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 10 | 29 | 60 |
| Услуги дошкольного образования | 3 | 10 | 39 | 48 |
| Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии | 1 | 10 | 48 | 42 |
| Кадастровые и землеустроительные работы | 1 | 9 | 16 | 74 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 3 | 9 | 24 | 64 |
| Производство кирпича | 2 | 8 | 20 | 69 |
| Социальные услуги | 6 | 8 | 35 | 52 |
| Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов | 1 | 7 | 14 | 79 |
| Производство бетона | 2 | 7 | 21 | 70 |
| Услуги общего образования | 3 | 7 | 42 | 48 |
| Строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 3 | 6 | 19 | 73 |
| Услуги детского отдыха и оздоровления | 7 | 6 | 29 | 59 |
| Добыча общераспространённых полезных ископаемых | 1 | 5 | 12 | 82 |
| Семеноводство | 5 | 4 | 9 | 82 |
| Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья | 3 | 4 | 12 | 81 |
| Переработка водных биоресурсов (рыбы) | 11 | 4 | 13 | 73 |
| Услуги среднего профессионального образования | 5 | 4 | 31 | 61 |
| Поставка сжиженного газа в баллонах | 2 | 2 | 5 | 91 |
| Племенное животноводство | 8 | 2 | 12 | 78 |
| Вылов водных биоресурсов (рыбы) | 12 | 2 | 13 | 72 |
| Аквакультура | 3 | 1 | 8 | 87 |

Около трети участников исследования отмечают **увеличение возможности выбора услуг** розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (34%); 33% - услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси; 30% - услуг связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет.

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 (53%)
* Медицинские услуги (51%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (51%)
* Услуги розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (49%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (48%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (47%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (45%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (45%).
* Продукция легкой промышленности (42%)
* Услуги общего образования (42%)

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

* Поставка сжиженного газа в баллонах (91% затруднившихся)
* Аквакультура (87%)
* Добыча общераспространённых полезных ископаемых (82%)
* Семеноводство (82%)
* Услуги по психолого-педагогическому сопровождению детей с ограниченными возможностями здоровья (81%)
* Лабораторные исследования для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (79%)
* Племенное животноводство (78%)
* Кадастровые и землеустроительные работы (74%)
* Строительство объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (73%)
* Переработка водных биоресурсов (рыбы) (73%)
* Архитектурно-строительное проектирование (72%)
* Вылов водных биоресурсов (рыбы) (72%)
* Производство бетона (70%)
* Производство кирпича (69%)
* Обработка древесины и производство изделий из дерева (64%)
* Услуги по наружной рекламе (64%)
* Услуги среднего профессионального образования (61%)
* Производство электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (60%)
* Услуги детского отдыха и оздоровления (59%)

## 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 (255 ответов) (таблица 43). Далее следуют **услуги ЖКХ** (96 ответов). Цены на товары и услуги следующих рынков респонденты также считают завышенными (в скобках приведено число ответов): нефтепродукты (43), продукция лёгкой промышленности (43), Строительные материалы, мебель, материалы для ремонта (36), лекарственные препараты и медицинские товары (30), промышленные товары (29), медицинские услуги (20).

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** | 255 | |
| *«продукты», «продукты питания», «все продукты», «молочные продукты», «овощи», «мясные продукты», «растительное масло», «сахар», «хлеб», «крупы», «детское питание», «рыба», «яйца»* | | |
| **Услуги жилищно-коммунального хозяйства** | | 96 |
| *«ЖКХ», «коммунальные услуги», «квартплата», «вывоз мусора», «тарифы ЖКХ», «электроэнергия», «газ», «свет»* | | |
| **Нефтепродукты** | 43 | |
| *«бензин», «нефтепродукты», «горюче-смазочные материалы», «топливо», «машинное масло»* | | |
| **Продукция легкой промышленности/ одежда, обувь** | 43 | |
| *«одежда», «детская одежда и обувь», «детская одежда», «детские товары», «легкая промышленность», «одежда, обувь»* | | |
| **Строительные материалы, мебель, материалы для ремонта** | 36 | |
| *«строительные материалы», «мебель», «сантехника», «строительство и ремонт»* | | |
| **Лекарственные препараты и медицинские товары** | 30 | |
| *«лекарства», «лекарственные препараты», «медикаменты», «медицинские препараты»* | | |
| **Промышленные товары** | | 29 |
| *«промтовары», «хозтовары», «бытовая химия», «канцтовары», «парфюм», «средства гигиены», «туалетные принадлежности», «косметика», «спортивные товары», «книги»* | | |
| **Медицинские услуги** | | 20 |
| *«медуслуги», «медицинские услуги», «медицина», «стоматология»* | | |
| **Автомобили, автомобильные детали, автозапчасти** | | 11 |
| *«автомобили», «автозапчасти», «детали для машин», «запчасти для авто», «машины»* | | |
| **Бытовая техника и электроника** | | 11 |
| *«бытовая техника», «техника», «бытовые электроприборы»* | | |
| **Транспортное обслуживание** | 9 | |
| *«транспорт», «проезд в транспорте», «такси, транспорт»* | | |
| **Образование** | | 7 |
| *«дополнительное образование детей», «обучение», «частные школы», «детский сад»* | | |
| **Спиртные напитки, сигареты** | | 7 |
| *«алкоголь», «сигареты»* | | |
| **Недвижимость, жилищное строительство** | 6 | |
| *«жилье», «квартиры», «недвижимость»* | | |
| **Другое** | | 3 |
| *«товары первой необходимости», «интернет», «транспортный налог»* | | |
| **На все товары и услуги** | | 9 |

Отвечая на вопрос *«Качество каких товаров и услуг в Ульяновской области выше по сравнению с другими регионами?»,* участники опроса, прежде всего, упомянули **продукты питания** (136 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** | **136** |
| *Молочная продукция, мороженое* | 33 |
| *Производство сахара и кондитерских изделий* | 22 |
| *Производство сельскохозяйственной продукции (овощи, картофель)* | 18 |
| *Производство хлебобулочных изделий* | 17 |
| *Производство мясных и колбасных изделий* | 14 |
| *Минеральная вода* | 11 |
| *Рыбная продукция* | 6 |
| *Пиво* | 2 |
| *Продукция местных производителей в целом без конкретизации* | 17 |
| **Сфера услуг** | **10** |
| *«кафе и рестораны», «парикмахерские», «ремонт авто», «спортивно-оздоровительные услуги», «некоторые медуслуги - стоматология и хирургия», «мебель под заказ», «качество обслуживания в магазинах», «ритуальные услуги»* | |
| **Продукция лёгкой промышленности** | **7** |
| *«одежда», «товары легкой промышленности», «трикотаж», «трикотаж «Русь», «трикотажные изделия»* | |
| **Услуги по перевозке пассажиров** | **6** |
| *«пассажирский транспорт», «такси», «услуги перевозок такси», «маршрутки»* | |
| **Образовательные услуги** | **5** |
| *«детские сады», «образование», «дошкольное образование», «образование и высшее образование»* | |
| **Производство изделий из дерева** | **2** |
| *«мебель»* | |
| **Самолётостроение** | **2** |
| *«авиа», «самолеты»* |  |
| **Фармацевтическая продукция** | **2** |
| *«фармпродукция», «медикаменты»* |  |
| **Автомобилестроение** | **2** |
| *«УАЗики», «автомобилестроение»* |  |
| **Благоустройство** | **2** |
| *«благоустройство», «благоустройство города»* |  |
| **Другое** | **6** |
| *«оборонная промышленность», «интимные услуги», «детское питание», «рыболовство», «стройматериалы», «интернет»* | |
| **Нет таких, затрудняюсь ответить** | **66** |

## Оценка населением качества услуг естественных монополий.

**Большинство населения удовлетворены качеством электроснабжения (96%), теплоснабжения (85%), телефонной связи (87%), газоснабжения (79%)** (таблица 45). Есть претензии потребителей к качеству водоочистки и водоснабжения (недовольных 25% и 21% соответственно).

Таблица 45

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

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ***Удовлетворительно*** | ***Скорее удовлетворительно*** | ***Скорее неудовлетворительно*** | ***Неудовлетворительно*** | ***Затрудн. ответить*** |
| Водоснабжение, водоотведение | 46 | 31 | 12 | 9 | 3 |
| Водоочистка | 38 | 30 | 15 | 10 | 8 |
| Газоснабжение | 57 | 22 | 2 | 1 | 18 |
| Электроснабжение | 70 | 26 | 2 | 0 | 1 |
| Теплоснабжение | 53 | 32 | 5 | 3 | 8 |
| Телефонная связь | 55 | 32 | 6 | 2 | 5 |

**Большинство участников исследования (72%) не сталкивались с проблемами при получении услуг естественных монополий** (таблица 46). Каждый седьмой говорит о навязывании дополнительных услуг, 12% - 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 | 14 |
| Взимание дополнительной платы | 12 |
| Проблемы с заменой приборов учета | 4 |
| Отказ в установке приборов учета | 2 |
| Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур | 1 |
| Другие | 0 |
| Не сталкивался с подобными проблемами | 72 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

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

Немногим более 40% участников исследования **затруднились оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области**, размещаемой в открытом доступе (таблица 47).

Каждый второй опрошенный удовлетворён 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 | 22 | 29 | 5 | 3 | 42 |
| Уровень понятности | 21 | 27 | 6 | 4 | 42 |
| Уровень получения | 22 | 26 | 6 | 4 | 43 |

**Основными источниками информации населения региона о состоянии конкурентной среды** на рынках товаров и услуг Ульяновской области являются специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы (52%), телевидение (39%) (таблица 49).

Таблица 49

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

|  |  |
| --- | --- |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 52 |
| Телевидение | 39 |
| Печатные средства массовой информации | 24 |
| Радио | 14 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления | 8 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России | 5 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства экономического развития и промышленности Ульяновской области | 4 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 4 |
| Никакими | 20 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

В рейтинге доверия источникам информации также лидируют **специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы; телевидение** (таблица 50). Однако уровень доверия этим ресурсам не столь высок (24% и 21% соответственно). **31% 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?, %***

|  |  |
| --- | --- |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 24 |
| Телевидение | 21 |
| Печатные средства массовой информации | 8 |
| Официальная информация, размещённая на официальном сайте ФАС России | 4 |
| Радио | 3 |
| Официальная информация, размещённая на сайте Министерства экономического развития и промышленности Ульяновской области | 2 |
| Информация, размещённая на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления | 2 |
| Официальная информация, размещённая на интернет-портале об инвестиционной деятельности в Ульяновской области | 1 |
| Никаким | 31 |
| Затрудняюсь ответить | 18 |

## 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** (91%) (таблица 51). На втором месте по популярности находятся страховые организации (26%). 8% респондентов не пользуются услугами финансовых организаций.

Таблица 51

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

|  |  |
| --- | --- |
| Банки | 91 |
| Страховые организации | 26 |
| 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 (в том числе пенсионная карта) (72%) (таблица 52). Далее следуют дебетовая (расчетная) карта, оформленная самостоятельно (26%), вклады (21%), страхование (18%), кредитная карта (17%), потребительский кредит (12%). Небольшой процент респондентов имеют ипотечные кредиты (7%). Автокредит, индивидуальный инвестиционный счет, микрозаймы и лизинг не пользуются популярностью у респондентов (на них в общей сложности приходится 4%). 8% опрошенных не пользуются перечисленными финансовыми услугами и продуктами.

Таблица 52

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

|  |  |
| --- | --- |
| Зарплатная карта, оформленная работодателем | 72 |
| Дебетовая (расчетная) карта, оформленная самостоятельно | 26 |
| Вклады | 21 |
| Страхование | 18 |
| Кредитная карта | 17 |
| Потребительский кредит | 12 |
| Ипотечный кредит | 7 |
| Автокредит | 2 |
| Заем в микрофинансовой организации | 1 |
| Индивидуальный инвестиционный счет | 1 |
| Лизинг | 0 |
| Ничего из перечисленного | 8 |
| Затрудняюсь ответить | 1 |

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

Доступностью и качеством финансовых продуктов (услуг) удовлетворены большинство участников исследования (73% и 72% соответственно).

Такой параметр, как стоимость финансовых продуктов и услуг, респонденты оценивают более негативно: доля удовлетворенных составляет 51%, 26% 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 | 72 | 73 | 51 |
| Нет | 13 | 11 | 26 |
| Затрудняюсь ответить | 15 | 16 | 23 |

Среди трудностей, с которыми сталкиваются респонденты при использовании финансовых продуктов и услуг, первое место занимает **высокая процентная ставка по кредиту** - 27% выборов (таблица 54). Далее следует - недостаток средств, не позволяющий респондентам сделать вклад (18%). Третье место занимает низкая процентная ставка по вкладам (17%).

При этом 39% 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 | 27 |
| Недостаточно денег, чтобы сделать вклад | 18 |
| Процентная ставка по вкладам слишком низкая | 17 |
| Не с кем проконсультироваться, чтобы быть уверенным, что меня не обманывают | 6 |
| Высокая стоимость открытия счета и платы за использование банковских услуг | 4 |
| Мне не дают кредит | 3 |
| Не понятная документация | 3 |
| Не знаю законодательство | 3 |
| У меня нет официального подтверждения уровня доходов | 2 |
| Отделения нужных банков находятся слишком далеко от меня, они недоступны | 2 |
| Нет никаких трудностей | 39 |
| Иное | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 13 |

Что касается такого параметра, как **достаточность выбора мест для совершения платежей и денежных переводов**, то результаты исследования демонстрируют, что большинство респондентов (64%) положительно оценивают выбор в их населённом пункте соответствующих мест и устройств (таблица 55). Однако 21% опрошенных считают, что этот выбор мог бы быть лучшим. А 8% 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 | 64 |
| Выбор есть, но есть и потребность в увеличении | 21 |
| Выбор отсутствует | 8 |
| Затрудняюсь ответить | 7 |

**Самыми популярными способами доступа к банковским услугам** являются: платежный терминал в отделении банка (68%), мобильный банк (59%) и касса в отделении банка (52%) (таблица 56). За ними следуют оплата банковской картой на сайте Интернет-магазина (23%), доступ в интернет-банк с ПК (16%), переводы посредством отправки СМС на короткий номер (14%).

Таблица 56

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

|  |  |
| --- | --- |
| Платежный терминал в отделении банка / банкомат | 68 |
| Мобильный банк (через приложение на смартфоне, планшете) | 59 |
| Касса в отделении банка | 52 |
| Оплата банковской картой на сайте Интернет-магазина | 23 |
| Интернет-банк (доступ с компьютера/ноутбука) | 16 |
| Переводы посредством отправки смс на короткий номер | 14 |
| Электронный кошелек (WebMoney, Яндекс.Деньги и пр.) | 6 |
| Иное | 1 |
| Затрудняюсь ответить | 5 |

Последний вопрос анкеты выяснял **самооценку респондентов своей финансовой грамотности**. Оценки респондентов собственной финансовой грамотности выглядят следующим образом (таблица 57). Доля тех, кто считает свою финансовую грамотность недостаточной (44%) превышает процент тех, кто дает высокую оценку (29%). При этом 21% опрошенных считают, что не обладают финансовой грамотностью.

Таблица 57

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

|  |  |
| --- | --- |
| Да, считаю | 29 |
| Не вполне, мои знания недостаточны | 44 |
| Нет, не считаю | 21 |
| Затрудняюсь ответить | 6 |

# 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: **42% опрошенных указали на умеренную, высокую и очень высокую конкуренцию**.
2. 6% представителей бизнеса за последние 3 года ничего не предпринимали для повышения своей конкурентоспособности (диагр. 10). **Основные способы повышения конкурентоспособности бизнеса** – это обучение и переподготовка персонала, покупка технического оборудования, новые маркетинговые стратегии.

Диагр. 10

1. Немногим более трети предпринимателей не сталкивались с дискриминационными условиями для своего бизнеса. При этом 44% участников опроса затруднились с оценкой.
2. **23% представителей бизнес сообщества отмечают большое количество конкурентов своего бизнеса** (диагр. 11).Также 36% бизнесменов отметили, что число их конкурентов **увеличилось за последние 3 года**. 36% участников исследования удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками товара, который приобретает их бизнес.

Диагр. 11

1. Большинство представителей бизнес-сообщества удовлетворены **качеством официальной информации о состоянии рыночной конкуренции в регионе, размещаемой в открытом доступе:** 61% - устраивает доступность информации, 60% - понятность информации, столько же - удобство получения (диагр. 12).

Диагр. 12

1. Основными **источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг** Ульяновской области для предпринимателей являются: сайт Министерства экономического развития и промышленности УО; официальные сайты исполнительных органов власти и ОМСУ; специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы (диагр. 13).

Диагр. 13

1. **Для 38% предпринимателей административные барьеры не являются существенным препятствием для ведения бизнеса** (диагр. 14). Оценивая динамику проблемы административных барьеров, 49% участников исследования затруднились с ответом, 14% - отмечают снижение уровня административных барьеров для ведения бизнеса за последние 3 года, 13% – их отсутствие, как и раньше (диагр. 15).

Диагр. 14

Диагр. 15

1. **Самые значимые административные барьеры,** с которыми сталкиваются представители бизнес-сообщества Ульяновской области, – это **высокие налоги (22%) и нестабильность законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (21%)**  (диагр. 16).

Диагр. 16

1. Большинство участников исследования (59%) **удовлетворены деятельностью органов власти на рынке, основном для своего бизнеса**.
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 60% - 67%) (диагр. 17). Несколько ниже уровень удовлетворённости **сложностью (количеством) процедур подключения** (на уровне 58% - 65% в зависимости от услуги). **Стоимостью подключения к услугам** довольны не более 56% предпринимателей.

Диагр. 17

1. 40%-47% участников исследования не отметили изменения **качества услуг естественных монополий** за последние 5 лет (диагр. 18). Однако **почти 50% участников исследования отмечают повышение уровня цен** на услуги (диагр. 19).

Диагр. 18

Диагр. 19

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 40%-48% (диагр. 20). **Уровень цен** потехническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде оценивается участниками исследования критичнее (удовлетворены 38%-41% в зависимости от услуги) (диагр. 20).

Диагр. 20

1. Более половины предпринимателей затруднились в оценке динамики **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. 21). Немногим менее 30% не отмечают изменений качества услуг.

Также почти 30% говорят о росте цен на подобные услуги (диагр. 22).

Диагр. 21

Диагр. 22

# 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. 23 (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. 23

1. Оценки жителями региона динамики **количества продавцов товаров и услуг на целевых рынках представлено** на диагр. 24 (параметр – увеличение количества продавцов). Целевые рынки, где высокий процент затруднившихся с ответом, не включены в рейтинг.

Диагр. 24

1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона уровнем цен на товары и услуги** на рынках региона представлен на диагр. 25. 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 (85%)
* Медицинские услуги (80%)
* Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (75%)
* Услуги по теплоснабжению (производство тепловой энергии) (74%)
* Услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет (73%)
* Купля-продажа электрической энергии на розничном рынке электрической энергии (71%)
* Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (71%)
* Реализация сельскохозяйственной продукции (71%)
* Продукция легкой промышленности (69%)
* Работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества помещений в многоквартирном доме (услуги Управляющих кампаний) (68%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам (65%)
* Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам (61%)
* Нефтепродукты (58%)
* Ритуальные услуги (51%)

Диагр. 25

1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона качеством товаров и услуг** на рынках региона представлен на диагр. 26. 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.

27% участников опроса отметили **улучшение качества** услуг по благоустройству городской среды, 24% - перевозке пассажиров и багажа легковым такси, 24% опрошенных назвали дорожную деятельность, 21% - услуги связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет, 20% - услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов.

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

Диагр. 26

1. Подавляющая часть населения не обращались в этом году в надзорные органы за защитой прав потребителей (диагр. 27). Уровень обращений с жалобами на качество товаров и услуг в 2023 году по сравнению с 2022 годом не изменился (диагр. 28).

Диагр. 27

Диагр.28

1. Рейтинг **удовлетворённости населения региона возможностью выбора товаров и услуг** на рынках региона представлен на диагр. 30. 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.

Около трети участников исследования отмечают **увеличение возможности выбора услуг** розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями (34%); 33% - услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси; 30% - услуг связи, в том числе по предоставлению доступа в Интернет.

Диагр. 30

1. **Удовлетворённость потребителей качеством услуг естественных** монополий достаточно высокая (диагр. 31). Несколько критичнее опрошенные оценивают качество водоочистки и водоснабжения.

Большинство участников опроса **не сталкивались с какими-либо проблемами** в процессе получения соответствующих услуг(диагр. 32).

Диагр. 31

Диагр. 32

1. Каждый второй опрошенный удовлетворён **уровнем доступности, понятности и удобством получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области**, размещаемой в открытом доступе (диагр. 33).

Затруднились с оценкой немногим более 40% участников исследования.

Диагр. 33

1. Основные **источники получения информации** **о состоянии конкурентной среды** на рынках товаров и услуг Ульяновской области: специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы; телевидение (диагр. 34). Однако уровень доверия этим источникам заметно ниже, чем их популярность (диагр. 35).

Диагр.34

Диагр. 35

1. Подавляющее большинство жителей региона **пользуются услугами банков**, каждый четвёртый – услугами страховых организаций (диагр. 36). Наиболее популярный финансовый продукт среди населения – **зарплатная карта, оформленная работодателем (в том числе пенсионная)** (диагр. 37).

Диагр. 36

Диагр. 37

1. **Доступность и качество** предоставляемых в населенных пунктах **финансовых услуг и продуктов** удовлетворяют большую часть населения, а их **стоимость** оценивается более негативно (диагр. 38).

Диагр. 38

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; недостаточно денег, чтобы сделать вклад; процентная ставка по вкладам слишком низкая**) (диагр. 39). Не возникает никаких трудностей у 39% респондентов.

Диагр. 39

1. Участники исследования в целом позитивно оценивают **выбор мест для совершения платежей и переводов** в их населенном пункте (диагр. 40).

Диагр. 40

1. Самыми распространенными **способами доступа к банковским услугам** являются: банковский терминал, мобильное приложение и касса в отделении банка (диагр. 41).

Диагр. 41

1. **29% опрошенных считают себя финансово грамотными**, еще 44% - не вполне грамотными, а каждый пятый признает, что не обладает этим качеством (диагр. 42).

Диагр. 42

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)