**ДОКЛАД**

**О состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг муниципального образования Лихославльский муниципальный округ Тверской области**

 **Лихославль**

**2021 год**

 В рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р в Тверской области, заключено Соглашение № 19-СРК/17 от 25 августа 2017 года между Министерством экономического развития Тверской области и администрацией Лихославльского района по внедрению на территории Лихославльского района стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, которым предусмотрено проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Лихославльского муниципального округа Тверской области.

 Целью данного мониторинга является изучение состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Лихославльского муниципального округа, а именно:

- оценка бизнесом состояния конкуренции и конкурентной среды; оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности; оценка услуг субъектов естественных монополий; направления работы по развитию конкуренции в Лихославльском муниципальном округе Тверской области;

- выявление удовлетворенности населения характеристиками товаров и услуг и состоянием ценовой конкуренции, в том числе оценка услуг субъектов естественных монополий и направлений работы по развитию конкуренции в Лихославльском муниципальном округе Тверской области.

 Для решения поставленных задач администрацией Лихославльского муниципального округа в ноябре-декабре 2021 года были проведены опросы субъектов предпринимательской деятельности муниципального образования на предмет оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, и потребителей товаров, работ и услуг на предмет удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг и ценовой конкуренцией на рынках.

Всего было опрошено 20 единиц субъектов предпринимательской деятельности Лихославльского муниципального округа, 30 потребителей товаров, работ и услуг и 50 человек о доступности финансовых услуг.

Опросы были проведены по единой методике, обеспечивающей сопоставимость полученной информации. Организовано информирование субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров о проведении анкетирования по средствам рассылки анкет субъектам предпринимательской деятельности, а также раздача анкет населению на бумажном носителе.

**Информация о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров,**

**работ и услуг Лихославльского муниципального округа.**

Одним из основных показателей, отражающих состояние конкурентной среды, является динамика числа зарегистрированных в округе субъектов малого и среднего предпринимательства.

Общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства, включая микропредприятия составило на 01.01.2022 года 594 хозяйствующих субъектов (из них 77 – юридические лица и 517 индивидуальные предприниматели).

Малым бизнесом охвачены практически все сферы экономики района. Малые и средние предприятия, включая микропредприятия Лихославльского муниципального округа производят кондитерские изделия, хлебобулочную продукцию, изделия из полиэтилена; продукцию переработки древесины, ремонтно-строительные работы, оказывает услуги в сфере бытового обслуживания населения, торговли и общественного питания, автомобильных перевозок, образовательной, сельскохозяйственной, а также аудиторские, риэлтерские услуги и т.д.

Однако, наибольшее число малых и средних предприятий, включая микропредприятия сосредоточено в отрасли «промышленность» - 24 %; «строительство» – 12 %; «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов» – 19 %; «деятельность по операциям с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – 9 %; «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» - 9 %; «транспортировка и хранение» - 5 %; другие отрасли - 22 %. (рис.1).

 Среднесписочная численность работников малых и средних предприятиях, включая микропредприятия в 2020 году составила 1 144 человека. Структура их численности выглядит следующим образом: в «промышленность» - 29 %; «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов» – 21 %; «строительство» – 12 %; «деятельность по операциям с недвижимым имуществом аренда и предоставление услуг» – 9 %; «обеспечение электрической энергией, газом, паром» - 3 %; «транспортировка и хранение» - 4 %; другие отрасли - 22 %. (рис. 2).



На сокращение численности повлияли закрытие предприятий и условия работы в период распространения коронавирусной инфекции COVID-19.

За 2020 год малыми и средними предприятиями, включая микропредприятия района произведено продукции на 3267 млн. руб.

45 % объема произведенных товаров (услуг) приходится на долю отрасли «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов», на отрасль «Промышленность» - 24 %, «Строительство» - 16 %, «Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство» -8%, «Деятельность по операциям с недвижимом имуществом» - 3 %, «Обеспечение электрической энергией, газом, паром» - 2 %; «транспортировка и хранение» - 1 % и на другие отрасли – 9 % (рис. 3).



 Индивидуальное предпринимательство, по-прежнему, остается привлекательным в глазах экономически активного населения, ищущего пути повышения своего жизненного уровня через реализацию различных бизнес - идей. На 01.01.2021 года на территории района зарегистрировано 517 индивидуальных предпринимателей.

 В доминирующих отраслях «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов», «Строительство» и «Промышленность» и «Транспортировка и хранение» занято 77 % индивидуальных предпринимателей. Среди вышеперечисленных отраслей на «Оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» приходится 40,0% общей численности предпринимателей, 21 % приходится на отрасль «Транспортировка и хранение», 8 % приходится на «Строительство», 7% - «Промышленность», на отрасль «Деятельность по операциями с недвижимым имуществом» - 3 %, на отрасль «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» около 1 % и на другие отрасли -20 % (рис.4)



В рамках программы Тверской области «Содействие занятости населения Тверской области на 2017-2022 годы» была оказана единовременная финансовая помощь на открытие бизнеса гражданам, признанными в установленном порядке безработными и гражданам, признанными в установленном порядке безработными, прошедшими профессиональное обучение или получивших дополнительное профессиональное образование по направлению государственной службы занятости населения, в 2020 году – 4 человека.

Бизнес-центром на базе МБУК «Межпоселенческая библиотека Лихославльского района» продолжает оказываться информационная и консультационная поддержка субъектам малого и среднего предпринимательства района. В 2020 году проведено 3 мероприятия с участием индивидуальных предпринимателей, в которых приняли участие 75 человек. Организовано 5 информационных выставок.

В группе «Совет предпринимателей Лихославльского района» социальной сети «ВКонтакте» в 2020 году продолжилась информационная поддержка по вопросам ведения бизнеса, решения проблем, возникающих у предпринимателей, оказания консультативной помощи.

Центр по развитию детей дошкольного возраста «Филиппок» получает имущественную поддержку, в виде безвозмездного пользования.

В 2020 году предоставлено в аренду 5 земельных участков (2 участка в Вескинском с/п, 1 участок - Толмачевском с/п и 2 участка в городском поселении г. Лихославль), а также продано 4 земельных участка (2 участка в Сосновицком сельском поселении, по 1 участку в Толмачевском и Микшинском с/п).

**Результаты опроса субъектов предпринимательской деятельности муниципального образования Лихославльский муниципальный округ**

В процессе сбора данных о состоянии и развитии конкурентной среды были опрошены 20 представителей бизнеса, в том числе 9 юридических лиц и 11 индивидуальных предпринимателя. 75 % опрошенных субъектов предпринимательской деятельности осуществляют свою деятельность более 5 лет, 25 % - от года до 5 лет.

80 % опрошенных являются собственниками (совладельцами) бизнеса 15 % - руководители высшего звена, 5 % - руководителями среднего звена.

Большая часть опрошенных субъектов предпринимательской деятельности (80 %) представлена с численностью работающих до 15 человек; по 10 % опрошенных имеют от 16 до 100 человек работников и от 101 до 250 человек.

По величине годового оборота бизнеса (дохода, полученного от предпринимательской деятельности) 85,0% опрошенных в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 13 июля 2015г. №702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» относятся к микропредприятиям и имеют доход до 120 млн. рублей, 10,0% опрошенных к малым предприятиям и имеют доход от 121 млн. рублей до 800 млн. рублей. 5 % имеют доход более 2000 млн. руб. То есть большинство респондентов осуществляли предпринимательскую деятельность в сфере малого бизнеса.

55 % опрошенных осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, по 20,0% опрошенных представляют сферу услуг и производят конечную продукцию, 5 % - производят компоненты для конечной продукции.

Опрос в сфере экономической деятельности показал, что по 5 % респондентов занимаются на рынке медицинских услуг, реализации сельскохозяйственной продукции, производства мебели, услугами общественного питания, производством кондитерских изделий, услугами по туризму, фотоуслугами, производством пакетов для упаковки пищевой продукции, изготовлением радиаторов (отопителей), по 55 % респондентов занимаются розничной торговлей изготовлением металлоконструкций.



Опрос респондентов о географических рынках для бизнеса показал, что основным рынком сбыта продукции (услуг) является для 70 % респондентов локальный рынок (рынок муниципального образования), для 20 % - рынок Тверской области, по 5 % - рынок нескольких субъектов Российской Федерации и рынок Российской Федерации.

**Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды.**

35 % ответили, что количество конкурентов возросло на 1-3 конкурента, по 25 % опрошенных отметили увеличение конкурентов более чем на 4 конкурента и что за последние 3 года количество конкурентов не изменилось, 10 % - затруднились ответить, 5 % считают, что количество конкурентов сократилось на 1-3 конкурента.

Для оценки состояния конкуренции субъектов предпринимательской деятельности попросили выбрать утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который он представляет.

35 % опрошенных считает, что для сохранения рыночной позиции необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качество, развитие сопутствующих услуг, иное) - умеренная конкуренция.

20 % опрошенных отметили слабую конкуренцию, т.е. для сохранения рыночной позиции бизнеса им время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качество, развитие сопутствующих услуг, иное) - слабая конкуренция.

по 10 % респондентов считает, что необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качество, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее (высокая конкуренция) и что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качество, развитие сопутствующих услуг, иное) не используемые компанией ранее (очень высокая конкуренция).

5 % респондентов указали, что для сохранения рыночной позиции им нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (нет конкуренции).

20 % респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

**Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тверской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе**

Одной из задач по внедрению Стандарта развития конкуренции в регионе является повышение уровня информационной открытости по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Тверской области.

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды проводилась по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и уровню получения информации. По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень удовлетворенности (рис. 6).



Как показал опрос большая часть респондентов скорее удовлетворены качеством официальной информации по всем трем параметрам.

45 % опрошенных отметили, что уровень доступности получения официальной информации о конкурентной среде их удовлетворяет, 40% отметили, что уровень получения данной информации скорее удовлетворительный, 15% опрошенных затруднились ответить.

55 % опрошенных удовлетворены и 35 % скорее удовлетворены уровнем понятности информации, 10 % опрошенных затруднились ответить.

55 % респондентов скорее удовлетворены уровнем получения информации о конкурентной среде, 30% - удовлетворены и 15 % опрошенных затруднились ответить.

**Оценка полноты размещения информации о состоянии конкурентной**

**среды на рынках товаров, работ и услуг**

Опрос показал, что бизнес оценивает доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе и доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе: по 25 % - удовлетворительно и скорее удовлетворительно, затруднились ответить – 50 % .

Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе оценен: скорее удовлетворительно – 5 %, удовлетворительно – 25 % и 70 % - затруднились ответить.

Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона 20 % оценили скорее удовлетворительно; 60 % - удовлетворительно; 20 % - затруднились ответить.

Обеспечение доступности «дорожной карты» региона оценен: скорее удовлетворительно – 55 %, удовлетворительно – 25 % и 20 % - затруднились ответить.

Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона 30 % оценили скорее удовлетворительно; 25 % - удовлетворительно; 45 % - затруднились ответить.

Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе 55 % оценили скорее удовлетворительно; 15 % - удовлетворительно; 30% - затруднились ответить.

**Источники информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг**

Опрос показал, что бизнес оценивает источники информации о состоянии конкурентной среды следующим образом: 55 % предпочитают пользоваться информацией размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», 45 % - источниками информации «телевидение», 35 % - печатными средствами массовой информации, 30 % - информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", 25 % - официальной информацией, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации, 10% предпочитают пользоваться информацией, полученной по радио, по 5 % - официальной информацией, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы и информацией из специальных блогов и прочих электронных ресурсов.

По 25 % доверяют официальной информации, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и печатным средствам массовой информации, 15 % -доверяют телевидению, 10 % - официальной информации, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации, 5 % - информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

**Оценка числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), для производства и реализации собственной продукции, а также удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками этого товара (работы, услуги)**

Опрос показал, что бизнес оценивает число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги): скорее удовлетворительно – 50 % (отметили 4 и более поставщиков), 35 % - удовлетворительно (указали на большое число поставщиков), 5 % - скорее удовлетворительно (отметили 2-3 поставщика) и 10 % опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

На вопрос удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), где 2-3 поставщика 5 % респондентов отметили скорее не удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), где 4 и более поставщика 40% отметили что они скорее удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками, где большое число поставщиков 20 % респондентов отметили удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги). И 35 % респондентов затруднились ответить на данный вопрос.



**Оценка барьеров ведения предпринимательской деятельности.**

Административные барьеры являются негативными факторами, препятствующими развитию конкуренции. Они ограничивают ведение предпринимательской деятельности, снижают стимулы входа на рынки новых участников, повышают издержки.

Результаты проведенных исследований показывают наличие административных барьеров, препятствующих ведению бизнеса или открытию нового.

55 % опрошенных отметили, что нет ограничений, 45% - высокие налоги, 20% указали на нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, 15 % - сложность/затянутость процедуры получения лицензий.



На вопрос насколько преодолимы административные барьеры 45 % - затруднились ответить, 25 % респондентов ответили, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат, 15 % респондентов ответили, что административные барьеры отсутствуют, 10 % субъектов предпринимательской деятельности ответили, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, 5 %, - есть непреодолимые административные барьеры.

Оценивая динамику административных барьеров 25 % респондентов считают, что уровень и количество административных барьеров не изменились, по 5 % - бизнесу стало проще, чем раньше, преодолевать административные барьеры и административные барьеры отсутствуют, как и ранее, 65 % -затруднились ответить.

**Удовлетворенность качеством товаров, работ и услуг, предоставляемых субъектами естественным монополий.**

Оценка субъектами предпринимательской деятельности услуг естественных монополий производилась по следующим параметрам: качество услуг, уровень цен на услуги субъектов естественных монополий, сложность подключения процедур.

Стоит отметить, что оценки производителями сроков, сложности процедур подключения и стоимости подключения к услугам субъектов естественных монополий не изменилось считают 90 % опрошенных, только 10% опрошенных указали на ухудшение качества по газоснабжению, электроснабжению и телефонной связи.

 Анализ оценки мнений респондентов показал, что качество услуг субъектов естественных монополий не изменилось (70 % опрошенных), 10% опрошенных указали на ухудшение качества по водоснабжению, водоочистке, электроснабжению и теплоснабжению, 20 % - на улучшение качества всех услуг.

По уровню цен на услуги субъектов естественных монополий 70 % респондентов указали на увеличение цен и 30 % ответили, что цены не изменились.

55 % опрошенных не сталкивались ни с какими проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий, 15 % респондентов столкнулись с взиманием дополнительной платы, по 5 % - с навязыванием дополнительных услуг и с другими проблемами (по аренде), 20 % - затруднились ответить.

При опросе 80 % респондентов не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса; 5 % - с ценовой дискриминацией, 15 % - затруднились ответить.

**Выводы**

В ходе проведенного опроса было изучено мнение преимущественно собственников бизнеса и руководителей высшего и среднего звена. При этом большинство опрошенных субъектов предпринимательской деятельности осуществляют деятельность более 5 лет. У большинства респондентов основной продукцией (товаров, работ, услуг), которую они реализуют является «бизнес осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями» (55 % опрошенных), по 20 % респондентов выпускают конечную продукцию и работают в сфере услуг, 5 % -компоненты для производства конечной продукции.

Основным рынком сбыта продукции (услуг) в 70% случаев является локальный рынок.

Большинство опрошенных оценили условия ведения бизнеса конкурентными. Причем за последние три года большая часть респондентов отметили рост уровня конкуренции.

Большая часть субъектов предпринимательской деятельности отмечают удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги).

Административные барьеры на сегодняшний момент являются препятствием для ведения и открытия нового бизнеса. В числе наиболее значимых барьеров отмечены:

* высокие налоги (45 % опрошенных),
* нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (20 %),
* сложность/затянутость процедуры получения лицензий (15 %).

При этом, 55 % респондентов отметили, что не сталкивались с административными барьерами. Кроме того, 15 % опрошенных удовлетворительно охарактеризовали деятельность власти на основном для бизнеса рынке; 75 % - скорее удовлетворительно.

Уровень оценки бизнеса качеством услуг естественных монополий не изменился; уровень цен - увеличился.

**Результаты опроса потребителей товаров, работ и услуг муниципального образования Лихославльский муниципальный округ**

В процессе сбора данных о состоянии и развитии конкурентной среды были опрошены 30 потребителей товаров, работ и услуг Лихославльского муниципального округа Тверской области. 77 % опрошенных женщины и 23 % - мужчины.

Возрастная структура опрошенных представлена на рисунке. 23 % респондентов в возрасте от 18 до 24 лет; 10 % - в возрасте от 25 до 34 лет; 27 % - от 35 до 44 лет; 17 % - от 45 до 54 лет; 20 % - от 55 до 64 лет; 3 % - 65 лет и старше.



По социальному статусу 33,3 % опрошенных работает, 23,3 % студенты, по 20,0 % безработные граждане и пенсионеры, 3,4 % домохозяйки.

33% опрошенных имеют среднее профессиональное образование, 30 % среднее общее образование, 27 % высшее образование-специалист, магистратура, 10 % высшее образование – бакалавриат.

**Удовлетворенность качеством и ценами товар, работ и услуг.**

1. Рынок дошкольных услуг.

Большинство (80,0%) потребителей считают, что рынок дошкольных услуг в районе развит достаточно, 13,3 % - затруднились ответить, 6,7 % - развит мало.

При этом уровнем цен на услуги дошкольного образования 30,0 % потребителей удовлетворены, 23,4 % - скорее не удовлетворены, 20,0 % - скорее удовлетворены, 10,0 % - не удовлетворены, 16,6 % - затруднились ответить.

Качеством предоставляемых услуг 30,0 % опрошенных скорее удовлетворены, по 23,3 % - удовлетворены и затруднились ответить, 16,7 % - не удовлетворены, 6,7 % - скорее не удовлетворены.

Возможностью выбора дошкольных услуг скорее удовлетворены 26,6 % потребителей, 40,0 % - скорее удовлетворены, по 16,7 % опрошенных скорее не удовлетворены и затруднились ответить.

Оценивая изменения рынка дошкольных услуг в течении последних 3 лет, 43,3 % респондентов считают, что количество организаций, оказывающих данные услуги не изменилось, 26,7 % - увеличилось, 23,3% не смогли оценить изменения 6,7% респондентов считают, что количество организаций, оказывающих данные услуги, снизилось,.

 36,7 % респондентов считают, что уровень цен не изменился, 33,3 % - увеличился, 3,3 % - снизился, 26,7% - затруднились ответить

Качество предоставляемых услуг за последние три года не изменилось считают 46,7% респондентов, 23,3 % затруднились ответить, 16,7 % опрошенных, что качество услуг увеличилось. 13,3 % - снизилось.

Возможность выбора дошкольных услуг не изменилась считают 46,7 % респондентов; 23,3 % - затруднились ответить, 20,0 % - увеличилась; снизилась – 10,0 %.

2. Рынок услуг общего образования.

Большинство респондентов (76,7 %) считает, что рынок услуг общего образования достаточен; 20,0 % ответивших считает, что количество организаций, предоставляющих данную услугу, мало, 3,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на услуги общего образования 33,4 % потребителей удовлетворены; по 23,3 % потребителей - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены уровнем цен; 16,7% - затруднились ответить, 3,3 % потребителей - не удовлетворены.

 Качеством предоставляемых услуг 33,3% удовлетворены, 30,0 % - скорее удовлетворены, 16,7 % - не удовлетворены, 6,7 % опрошенных скорее не удовлетворены; 13,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора 36,7 % ответивших оценили удовлетворительно; 26,7 % -скорее удовлетворительно; 23,3% оценили скорее не удовлетворительно; 13,3 % - затруднились ответить.

При этом 66,7% потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги общего образования за последние 3 года не изменилось, 13,3 % ответили, что количество организаций увеличилось и затруднились ответить, 6,7 % ответили, что количество организаций снизилось.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 53,3 % потребителей, 26,7 % - затруднились ответить, 16,7 % - считают, что увеличились и 3,3 % - снизился.

Качество услуги не изменилось считают 46,7 % респондентов, 26,7 % - затруднились ответить, по 13,3 % - считают, что качество услуги снизилось и улучшилось.

Возможность выбора не изменилась считают 56,6 %, 20,0 % - затруднились ответить на вопрос, 13,3 % - считают, что снизилась, 10,0 % - увеличилась.

3. Рынок услуг среднего профессионального образования.

Большинство респондентов (66,7%) считает, что рынка услуг среднего профессионального образования мало, 20,0 % ответивших считают, что достаточно, 10,0 % ответивших считает, что количество организаций, предоставляющих данную услугу нет совсем, 3,3% - затруднились ответить.

Уровнем цен на услуги среднего профессионального образования по 33,3 % опрошенных потребителей скорее не удовлетворены, 23,3 % - не удовлетворены, 20 % скорее удовлетворены, 16,7 % - затруднились ответить, 6,7 % - удовлетворены.

 На вопрос про качество предоставляемых услуг 33,3 % потребителей затруднились ответить, 26,7% опрошенных качеством скорее не удовлетворены; по 16,7 % - удовлетворены и не удовлетворены, 6,7 % - скорее удовлетворены.

На вопрос про возможность выбора 30,0 % потребителей затруднились ответить, по 23,3 % ответивших скорее не удовлетворены и не удовлетворены; 16,7 % - удовлетворены, 6,7 % скорее удовлетворены.

При этом 50,0 % потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги среднего профессионального образования за последние 3 года не изменилось, 30,0 % ответили, что количество организаций снизилось, по 13,3 % - затруднились ответить, 6,7 % ответили, что количество организаций увеличилось.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 43,3 % потребителей, 26,7 % затруднились ответить, 20,0 % - считают, что увеличились; 10,0 % - снизились.

На вопрос про качество услуги 43,3 % опрошенных затруднились ответить, не изменилось считают 30,0 % респондентов, 26,7 % - качество услуги снизилось.

Возможность выбора не изменилась и снизилась считают 36,7 % потребителей, 26,6 % - затруднились ответить на вопрос.

4. Рынок услуг дополнительного образования детей.

 56,7 % опрошенных считает, что таких услуг достаточно, 23,3 % опрошенных ответили, что количество организаций, оказывающих такие услуги мало, но в тоже время по 10,0 % считает, что их нет совсем и затруднились ответить на вопрос.

На вопрос про уровень цен на данные услуги 26,7 % ответили, что удовлетворены уровнем, 20 % - не удовлетворены; 16,7 % - скорее удовлетворены, 13,3 % потребителей, скорее не удовлетворены, 23,3 % опрошенных затруднились в ответе.

На вопрос про качество услуги по 26,7 % опрошенных скорее удовлетворены и затруднились в ответе, 20,0 % потребителей скорее не удовлетворены, по 13,3 % - удовлетворены и не удовлетворены.

Возможностью выбора данного вида услуг 33,4 % - скорее удовлетворены, по 20,0 % - удовлетворены и затруднились в ответе, по 13,3 % - скорее не удовлетворены и не удовлетворены.

При этом большинство (40,0%) опрошенных считают, что количество организаций, предоставляющих данные услуги за последние 3 года увеличилось, 30,0 % считают, что не изменилось, затруднились ответить 23,3 % опрошенных, 6,7 % - снизилось.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 43,3 % потребителей, 30,0 % - затруднились ответить, не изменился считают 20,0 % потребителей; 6,7 % - снизился.

Качество услуги не изменилось считают 33,3 % респондентов, 30,0 % - что улучшилось, 26,7 % - затруднились ответить, 10,0 % - снизилось.

Возможность выбора не изменилась считают 40,0 % респондентов; 30,0 % - затруднились ответить на вопрос, 20,0 % считают, что увеличилась, 10,0 % - снизилась.

5. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления.

Большинство респондентов (40,0 %) считает, что рынок услуг детского отдыха и оздоровления развит достаточно, 33,3 % - мало, 20,0 % - затруднились в ответе, 6,7 % респондентов ответили, что таких организаций нет совсем.

На вопрос про уровень цен на данные услуги 36,7 % затруднились ответить, 26,7 % удовлетворены, 20,0 % - скорее не удовлетворены, 10,0 % потребителей скорее удовлетворены, 6,6 % - не удовлетворены уровнем цен.

На вопрос про качество предоставляемых услуг 40,0 % потребителей затруднились ответить, 26,7% опрошенных качеством удовлетворены; по 13,3 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены.

На вопрос про возможность выбора 36,7 % затруднились в ответе на этот вопрос, 26,7 % ответивших удовлетворены возможностью выбора, по 13,3 % - скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 10,0 % - скорее удовлетворены.

При этом 40,0 % потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги детского отдыха и оздоровления за последние 3 года не изменилось, 30,0 % - затруднились ответить, 20,0 % ответили, что количество организаций снизилось, 10,0 % ответили, что количество организаций увеличилось.

 На вопрос про уровень цен на данную услугу за последние 3 года по 40,0 % потребителей считают, что не изменился и затруднились ответить, 13,3 % - увеличился и 6,7 % - снизился.

На вопрос про качество услуги по 40,0 % опрошенных считают, что возможность выбора не изменилась и затруднились ответить, по 20,0 % считают, что снизилось.

На вопрос про возможность выбора услуги 40,0 % опрошенных затруднились ответить, 33,3 % опрошенных считают, что возможность выбора не изменилась, по 13,3 % - увеличилась и снизилась.

6. Рынок медицинских услуг.

Большая часть опрошенных (76,7 %) считает, что количество организаций, оказывающих медицинские услуги мало, 13,3 % считает, что нет совсем, 6,7 % оценивают их количество, как достаточное, 3,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на медицинские услуги скорее не удовлетворены 30,0 % потребителей, по 23,3 % удовлетворены и не удовлетворены, 10,0 % - затруднились ответить.

Качеством медицинских услуг по 26,7 % опрошенных удовлетворены и скорее не удовлетворены, 23,3 % - скорее не удовлетворены, 13,3 % скорее удовлетворены, 10,0 % - затруднились ответить.

На вопрос про возможность выбора 30,0 % затруднились в ответе на этот вопрос, 23,3 % ответивших скорее не удовлетворены возможностью выбора, 20,0 % - удовлетворены, 16,7 % - не удовлетворены, 10,0 % ответивших скорее удовлетворены.

40,0 % ответивших считают количество учреждений, оказывающих данные услуги за 3 года снизилось, 36,7 % - не изменилось, 13,3 % - увеличилось, 10,0 % - затруднились ответить.

 Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 33,3 % потребителей, не изменился 30,0 % потребителей; 20,0 % - затруднились ответить, 16,7 % считают, что снизился.

Качество услуги снизилось считают 46,7% респондентов, 33,3 % считают, что не изменилось; 13,3 % - затруднились ответить; 6,7 % - улучшилось.

 Возможность выбора услуги снизилась, считают 50,0 % опрошенных, не изменилась 33,3%; 13,3 % - затруднились ответить на вопрос, 3,4 % считают, что увеличилась.

7. Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами.

Подавляющее большинство опрошенных 73,4 % считают, что рынок розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами достаточно развит; по 13,3 % считают, что организаций мало и нет совсем.

Уровнем цен в розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами по 33,3 % респондентов скорее удовлетворены уровнем цен и затруднились ответить, по 16,7 % - удовлетворены и скорее не удовлетворены, 6,6 % удовлетворены уровнем цен.

Качество услуг розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами оценили скорее удовлетворительно 33,3 % респондентов, 23,4 % - не удовлетворительно, 20,0 % - скорее не удовлетворительно, 13,3 % - удовлетворительно, затруднились ответить - 10,0 %.

Возможностью выбора в розничной торговле лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами удовлетворены 26,7% покупателей, по 23,3% скорее удовлетворены и не удовлетворены. Остались скорее не удовлетворены 20,0 % опрошенных, затруднились ответить на данный вопрос 6,7 % опрошенных.

40,0 % ответивших считают, что количество предприятий розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами за последние 3 года увеличилось, 33,3 % - считают, что не изменилось, 20,0 % ответили, что снизилось, 6,7 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 63,3 % потребителей; 20,0 % не изменился, 3,3% - снизился и 13,4 % затруднились ответить на данный вопрос.

 Качество услуги не изменилось считают 40,0 % респондентов, 33,3 % - считают, что увеличилось, 16,7 % - снизилось, 10,0 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 40,0 %, 23,3 % - увеличилась; 16,7 % - снизилось, 20,0 % - затруднились ответить на вопрос.

8. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.

50,0 % опрошенных считает что организаций, оказывающих подобные услуги в нашем районе нет совсем, 26,7 % опрошенных затруднились ответить, 20,0 % считают, что мало, 3,3 % оценивают их количество как достаточное.

Уровень цен на данные услуги отметили 26,7 % удовлетворительным, 6,7 % ответивших скорее удовлетворительным, 10,0 % - скорее неудовлетворительным, 13,3 % - не удовлетворительным, 43,3 % - затруднились ответить на вопрос.

Качеством услуг удовлетворены 26,7 % опрошенных, 13,3 % - скорее не удовлетворены, 10,0 % - не удовлетворены, 3,3 % - скорее удовлетворены и 46,7 % - затруднились ответить.

Возможностью выбора 20,0 % опрошенных удовлетворены, 3,4 % - скорее удовлетворены, по 13,3 % - скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 50,0 % опрошенных затруднились в оценке.

36,7 % опрошенных считает, что за последние 3 года количество организаций не изменилось, 20,0 % - снизилось ,43,3 % - затруднились в оценке.

 Уровень цен за последние 3 года снизился и увеличился считают по 16,7 % потребителей, 10,0 % - не изменился и 56,6 % затруднились ответить на данный вопрос.

Качество услуги снизилось считают 20,0 % респондентов, 10,0% считают, что не изменилось, 6,7 % - увеличилось, 63,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора снизилась считают 20,0 %, 10,0 % - не изменилась; 6,7 % - увеличилась, 63,3 % - затруднились ответить на вопрос.

9. Рынок социальных услуг.

43,3 % опрошенных считает, что рынок социальных услуг достаточно развит, 26,7 % - мало, 10,0 % - что его нет совсем, 20,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на социальные услуги 20,0 % опрошенных удовлетворены, 10,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 30,0 % - скорее не удовлетворены; 3,3 % - не удовлетворены, 36,7 % опрошенных затруднились оценить данный показатель.

Качество социальных услуг оценили не удовлетворительно – 23,3 % респондентов, 20,0 % - оценили удовлетворительно, 16,7 % респондентов оценили скорее удовлетворительно, 6,7 % - не удовлетворительно, 33,3% опрошенных затруднились оценить качество социальных услуг.

Возможностью выбора социальных услуг удовлетворены 20,0 % потребителей, по 16,7 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 6,6 % респондентов не удовлетворены, затруднились ответить на данный вопрос 40,0 % респондентов.

56,6 % анкетированных отметили, что за последние 3 года рынок социальных услуг не изменился, 10,0 % оценивают снижение услуг, 6,7 % - увеличение и 26,7 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 40,0 % потребителей, 20,0 % считают, что уровень увеличился, 10,0% - снизился и 30,0 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 43,3 % респондентов, 30,0 % - качество услуги улучшилось, 6,7 % считают, что снизилось, 33,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 33,3 %, 20,0 % - увеличилась, 10,0 % - снизилась; 36,7 % - затруднились ответить на вопрос.

10. Рынок ритуальных услуг.

60,0 % опрошенных считает, что таких услуг достаточно, 33,3 % опрошенных ответили, что количество организаций, оказывающих такие услуги мало и 6,7 % затруднились ответить на вопрос.

Уровнем цен на данные услуги удовлетворены – 6,7% потребителей, скорее удовлетворены 36,7 % , скорее не удовлетворены – 26,6 %, 20,0 % - не удовлетворены и затруднились в ответе 10,0 % опрошенных.

Качеством данного вида услуг удовлетворены 13,3 %, скорее удовлетворены - 30,0 % потребителей, по 20,0 %, скорее не удовлетворены и не удовлетворены, затруднились ответить 16,7 % опрошенных.

Возможностью выбора данного вида услуг удовлетворены 16,7 % опрошенных, скорее удовлетворены – 40,0 %, скорее не удовлетворены - 20,0%, не удовлетворены - 10,0 % и затруднились ответить 13,3 % респондентов.

При этом большинство опрошенных 56,7 % считают, что количество организаций, предоставляющих данные услуги за последние 3 года не изменилось, 23,3 % считают, что увеличилось, 10,0 % потребителей считают, что уменьшилось и затруднились ответить 10,0 % опрошенных.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 50,0 % потребителей; 33,3 % - не изменился, 16,7 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 43,3 % респондентов, 30,0 % считают, что улучшилось, 6,7% - качество услуги снизилось, 20,0 %- затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 40,0 %, 33,3 % - не изменилась, 26,7 % - снизилась.

11. Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии).

56,7 % опрошенных считает, что количество организаций в данной сфере услуг достаточно; 13,3% опрошенным кажется, что мало услуг, 10,0 % - нет совсем, 20,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на данную услугу скорее не удовлетворены – 26,7 % потребителей, не удовлетворены – 16,7%; удовлетворены и скорее удовлетворены по 13,3 %, 30,0 % затруднились в оценке.

Качеством услуг рынка теплоснабжения скорее не удовлетворены 30,0 % ответивших, скорее удовлетворены 20,0 %, удовлетворены и не удовлетворены по 13,3%, затруднились ответить 23,4 % опрошенных.

Возможностью выбора по 16,7 % удовлетворены, скорее не удовлетворены, не удовлетворены, 6,6 % опрошенных скорее удовлетворены, 43,3 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 56,7 % ответивших считают, что за 3 последних года количество организаций в данной сфере не изменилось, по 3,3 %, что увеличилось и снизилось, 36,7 % респондентов затруднились ответить.

 Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 46,7 % потребителей, снизился – 20,0 %, не изменился – 13,3 % и 20,0 % затруднились ответить.

 Качество услуги не изменилось считают 40,0 % респондентов, по 16,7 % считают, что снизился и увеличился; 26,6 % затруднились ответить.

 Возможность выбора не изменилась считают 33,3 %, 23,3 % - снизилась, 6,7 % - увеличилась; 36,7 % затруднились ответить на вопрос.

12. Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме.

33,3 % опрошенных считают количество организаций на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме достаточным; 26,7 % - их нет совсем, 20,0 % - мало и 20,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на данном рынке скорее не удовлетворены 33,3 % потребителей; скорее удовлетворены – 23,4 %, удовлетворены – 10,0 %, не удовлетворены - 3,3%, 30,0 % не смогли оценить качество.

Качеством услуг на данном рынке скорее не удовлетворены – 30,0 % ответивших; скорее удовлетворены – 20,0 %; удовлетворены – 16,7 %; не удовлетворены - 3,3% и затруднились ответить 30,0 % опрошенных.

Возможностью выбора скорее не удовлетворено 26,7 % опрошенных; 16,7 % респондентов удовлетворены; по 3,3% - скорее удовлетворены и не удовлетворены, 50,0 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 56,7 % ответивших считают, что за 3 последних года, количество организаций в данной сфере не изменилось, 13,3 % - снизилось, 3,3 % считают, что увеличилось и 26,7 % респондентов затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года считают, что увеличился 43,3 % потребителей; 20,0 % - не изменилось; 16,7 % - снизился и 20,0 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 40,0 % респондентов, 26,7 % считают, что снизилось; 3,3 % - качество услуги увеличилось; 30,0 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 30,0 %, 20,0 % - снизилась, 6,7 % - увеличилась, 43,3 % - затруднились ответить на вопрос.

13. Рынок поставки сжиженного газа в баллонах.

50,0 % опрошенных считает, что количество организаций в сфере достаточно, 30,0 % опрошенных кажется, что мало; 3,3 % - их нет совсем и 16,7 % затруднились ответить.

Уровнем цен на данную услугу скорее не удовлетворены 46,7 % потребителей; не удовлетворены – 10,0 %, 6,7 % потребителей скорее удовлетворены, 3,3 % удовлетворены; 33,3 % затруднились в оценке.

Качеством поставки сжиженного газа в баллонах скорее не удовлетворены 33,3 % ответивших, не удовлетворены - 16,7%, скорее удовлетворены – 6,7 %, удовлетворены – 3,3 %, затруднились ответить 40,0 % опрошенных.

Возможностью выбора в данной сфере не удовлетворено – 30,0 % опрошенных, 20,0 % респондентов скорее удовлетворены; 10,0 % - не удовлетворены, 3,3 % - удовлетворены; 36,7 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 63,4 % ответивших считают, что за 3 последних года количество организаций не изменилось, по 3,3 %, что увеличилось и снизилось и 30,0 % респондентов затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 40,0 % потребителей; 33,3 % - не изменился; 26,7% затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 53,4 % респондентов, 6,6 % считают, что снизилось; 40,0 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 40,0 %; 10,0 % - увеличилась; 6,7 % - снизилась, 43,3 % - затруднились ответить на вопрос.

14. Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии.

73,3 % опрошенных считает, что рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии представлен достаточным количеством организаций, 16,7% считает их мало, 10,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на электрическую энергию скорее не удовлетворены 30,0 % потребителей, скорее удовлетворены 26,7 %; не удовлетворены 23,3 % опрошенных, 20,0% затруднились ответить.

33,3 % опрошенных скорее не удовлетворены качеством предоставляемой услуги, 26,7 % - скорее удовлетворены, 16,7 % - не удовлетворены, 3,3 % - удовлетворены, 20,0 % затруднились ответить.

Возможность выбора оценили положительно 6,7 % респондентов, 10,0 % считает его скорее удовлетворительным, 26,6 % скорее не удовлетворены возможностью выбора, 20,0 % - не удовлетворены и 36,7 % - затруднились ответить.

Наибольшая часть 60,0 % опрошенных считает, что за последние три года количество организаций, оказывающих куплю-продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии не изменилось, 6,7 % - снизилось, 3,3 % - увеличилось и 30,0 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 43,3 % потребителей; 36,7 % - не изменился; 3,3 % - снизился и 16,7 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 40,0 % респондентов; 26,7 % считают, что улучшилось; 6,6 % - качество услуги снизилось; 26,7% - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 46,7 %; 10,0 % - увеличилась; 3,3 % -снизилась; 40,0 % - затруднились ответить на вопрос.

15. Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.

50,0 % опрошенных считает, что рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации представлен достаточным количеством организаций, 13,3 % считает, что их мало, 10,0 % оценили, что их нет совсем; 26,7 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на электрическую энергию (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации скорее не удовлетворены 26,6 % потребителей, скорее удовлетворены 16,7%, не удовлетворены 13,3 %, удовлетворены 6,7 % опрошенных, 36,7 % - затруднились ответить.

26,7 % опрошенных скорее не удовлетворены качеством предоставляемой услуги, 23,4 % - скорее удовлетворены, 13,3 % - удовлетворены, 3,3 % не удовлетворены, 33,3 % затруднились ответить.

Возможностью выбора по 16,7 % респондентов оценили скорее не удовлетворены и не удовлетворены, по 6,7 % считает его удовлетворительным и скорее удовлетворительным, 53,2 % затруднились ответить.

Наибольшая часть 60,0 % опрошенных считает, что за последние три года количество организаций, на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации не изменилось; 3,3 % - снизилось, 36,7 % - затруднились в ответе.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 36,7 % потребителей; 30,0 % - не изменилось; 6,7 % - снизился и 26,6 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 40,0 % респондентов, 16,7 % считают, что увеличилось; 6,6 % - снизилось; 36,7 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 33,3 %, 10,0 % - увеличилась; 6,7 % -снизилась; 50,0 % - затруднились ответить на вопрос.

16. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок.

53,3 % опрошенных считает рынок достаточным, по 20,0 % считает, что он представлен малым количеством организаций и отсутствует совсем, 6,7 % респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок скорее удовлетворены 33,3 % потребителей, 23,4 % - скорее не удовлетворены, 20,0 % респондентов удовлетворены, 13,3 % - не удовлетворены и 10,0 % - затруднились в оценке.

Качеством услуг на данном рынке скорее удовлетворены 26,7 % потребителей; 23,3 % - не удовлетворены, по 20,0 % - удовлетворены и скорее не удовлетворены и 10,0 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены 26,7 % респондентов, 13,3 % опрошенных скорее удовлетворены; 20,0 % респондентов скорее не удовлетворены, 10,0 % - не удовлетворены и затруднились ответить 30,0 % респондентов.

63,4 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 13,3 % респондентов считают, что снизилось, 10,0 % - увеличилось и 13,3 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года считают, что увеличился 36,7 % потребителей, 30,0 % - не изменился, 10,0 % - снизился и 23,3% - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 43,3 % респондентов, 20,0 % считают, что увеличилось; 13,3 % - снизилось; 23,4 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 43,3 %, 13,4 % - увеличилась; 13,4 % - снизилась, 33,3 % - затруднились ответить на вопрос.

17.Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок.

50,0 % считает рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок достаточным, 33,3 % считает, что он представлен малым количеством организаций, 10,0 % респондентов отметили отсутствие данного рынка, 6,7 % опрошенных затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок удовлетворены 23,3 % потребителей, 6,7 % - скорее удовлетворены, 36,7 % респондентов скорее не удовлетворены, 20,0 % не удовлетворены и 13,3 % - затруднились в оценке.

Качеством оказания услуг на данном рынке удовлетворены 26,7 % потребителей, 23,3% - скорее удовлетворены, 16,7 % - скорее не удовлетворены, 23,3 % - не удовлетворены и 10,0 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 33,4 % респондентов, 10,0 % опрошенных скорее удовлетворены, по 13,3 % респондентов скорее не удовлетворены и не удовлетворены, затруднились ответить 30,0 % респондентов.

50,0 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось; 20,0 % респондентов оценивают, что снизилось, 13,3 % считают, что увеличилось и 16,7 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился, считают 40,0 % потребителей; 23,3% - не изменился; 16,7 % - снизился и 20,0 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 36,7 % респондентов, 26,7% считает, что снизилось; 10,0 % - увеличилось; 26,6 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 30,0 %, 20,0 % - снизилась; 6,7 % - увеличилась и 43,3 % - затруднились ответить на вопрос.

18. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Российской Федерации.

73,3 % считает, что рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Российской Федерации достаточным; 13,3 % считает, что его нет совсем, по 6,7 % - что рынок представлен малым количеством организаций и затруднились ответить на вопрос.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Российской Федерации удовлетворены 6,7 % потребителей, 33,3 % - скорее удовлетворены, 20,0 % респондентов скорее не удовлетворены, 23,3 % - не удовлетворены и 16,7 % - затруднились в оценке.

Качеством оказания услуг на данном рынке по 30,0 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, по 16,7 % - не удовлетворены и затруднились оценить качество, 6,6 % потребителей удовлетворены.

Возможностью выбора довольны 3,3 % респондентов, 30,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 33,3 % респондентов скорее не удовлетворены, 20,0 % - не удовлетворены, затруднились ответить 13,4 % респондентов.

56,6 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 16,7 % респондентов оценивают, что увеличилось, 6,7 % считают, что снизилось и 20,0 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 43,4 % потребителей; 20,0 % - не изменился; 3,3% - снизился и 33,3 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 46,7 % респондентов, 13,3 % считают, что увеличилось; 6,7 % - снизилось; 33,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 50,0 %, по 6,7 % - снизилась и увеличилась, 36,6 % затруднились ответить на вопрос.

19. Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств.

По 36,7 % считает рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств достаточным и что он представлен малым количеством организаций; 16,6 % - нет совсем, 10,0 % респондентов затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств удовлетворены 13,3% потребителей; 10,0 % - скорее удовлетворены, 36,7 % респондентов скорее не удовлетворены, 10,0 % - не удовлетворены и 30,0 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке 10,0 % потребителей удовлетворены, 20,0 % - скорее удовлетворены, 23,3 % - скорее не удовлетворены, 16,7 % - не удовлетворены, 30,0 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 10,0 % респондентов, 20,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 33,3 % респондентов скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены, затруднились в ответе 30,0 % респондентов.

56,6 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось;16,7 % респондентов оценивают, что увеличилось,6,7 % считают, что снизилось и 20,0 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 36,6 % потребителей; 26,7 % - не изменился; 6,7 % - снизился и 30,0 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 30,0 % респондентов, 23,3 % считают, что увеличилось, 10,0 % - снизилось, 36,7 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 30,0 %, 16,7 % - снизилась; 10,0 % - увеличилась и 43,3 % затруднились ответить на вопрос.

20. Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

60,0 % считает, что рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» достаточным, 26,6 % считает, что он представлен малым количеством организаций, по 6,7 % - нет совсем и затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке оказания услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» удовлетворены - 20,0% потребителей, 36,7 % - скорее удовлетворены, 26,6 % респондентов скорее не удовлетворены, 10,0 % - не удовлетворены и 6,7 % затруднились в оценке.

Качеством оказания услуг на данном рынке удовлетворены 16,7 % потребителей, 40,0 % - скорее удовлетворены, 26,7 % - скорее не удовлетворены, 6,6 % - не удовлетворены и 10,0 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны – 20,0 % респондентов, 36,7 % опрошенных скорее удовлетворены, 16,6 % респондентов скорее не удовлетворены 6,7 % - не удовлетворены, затруднились ответить 20,0 % респондентов.

53,3 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 13,3 % респондентов оценивают, что увеличилось, 6,7 % считают, что снизилось и 26,7 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 40,0 % потребителей; 30,0 % - не изменился; 16,7 % - снизился и 13,3 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 33,3 % респондентов, 26,7 % считают, что увеличилось, 23,3 % - снизилось, 16,7 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 43,3 %, 23,4 % - снизилась; 13,3 % - снизилась и 20,0 % - затруднились ответить на вопрос.

21. Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реноваций жилой застройки и индивидуального жилищного строительства).

По 23,3 % считает, что рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реноваций жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) представлен достаточным количеством организаций и нет совсем, 20,0 % малым количеством, 33,4 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке жилищного строительства (за исключением Московского фонда реноваций жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) - удовлетворены 30,0 % потребителей, 23,4 % респондентов скорее не удовлетворены, 3,3 % - не удовлетворены и 43,3 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 26,7 % потребителей, 3,3 % - скорее удовлетворены, 20,0 % - скорее не удовлетворены, 3,3 % - не удовлетворены и 46,7 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 20,0 % респондентов; 10,0 % - опрошенных скорее удовлетворены, 16,7 % респондентов скорее не удовлетворены; 3,3 % - не удовлетворены, затруднились ответить 50,0 % респондентов.

46,7 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 10,0 % респондентов оценивают, что снизилось; 6,7 % считают, что увеличилось и 36,6 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года по 20,0 % потребителей считают, что не изменился и увеличился, 10,0 % потребителей считают, что снизился и 50,0 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 20,0 % респондентов; 16,7 % считают, что снизилось; 10,0 % - увеличилось; 53,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 20,0 %, 13,3 % - увеличилась; 10,0 % - снизилась и 56,7 % - затруднились ответить на вопрос.

22. Рынок реализации сельскохозяйственной продукции.

33,3 % считает, что рынок реализации сельскохозяйственной продукции представлен малым количеством организаций; 20,0% - достаточно; 16,7 % считает, что их нет совсем и 30,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке реализации сельскохозяйственной продукции удовлетворены 13,3 % потребителей, 23,3% - скорее удовлетворены, 40,0 % респондентов скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены и 16,7% - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 13,3 % потребителей, 20,0 % - скорее удовлетворены, 30,0 % - скорее не удовлетворены, 13,3 % - не удовлетворены и 23,4 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 10,0 % респондентов, 20,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 33,3 % респондентов скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены, затруднились ответить 30,0 % респондентов.

36,7 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 20,0 % считают, что снизилось, 13,3 % - увеличилось и 30,0% - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился и снизился считают по 20,0 % потребителей; 16,7% - увеличился, 43,3 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 23,3 % респондентов, 10,0 % считают, что увеличилось, 6,7 % - снизилось, 60,0% - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 26,6 %, по 6,7% считают, что снизилась и увеличилась, 60,0 % - затруднились ответить на вопрос.

23. Рынок племенного животноводства.

40,0 % считает, что рынка племенного животноводства нет совсем, 33,3 % представлен малым количеством организаций, 3,3 % - достаточным и 23,4% - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке племенного животноводства удовлетворены 26,6 % потребителей, 10,0 % - скорее удовлетворены, по 16,7% - скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 30,0 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 26,7 % потребителей, 10,0 % - скорее удовлетворены, 16,7 % - скорее не удовлетворены, 13,3 % - не удовлетворены и 33,3 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 20,0% респондентов, 10,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 13,3 % респондентов скорее не удовлетворены, 20,0% - не удовлетворены, затруднились ответить 36,7 % респондентов.

26,7 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, снизилось; 23,3 % считают, что не изменилось, 3,3 % - увеличилось и 46,7 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года снизился считают 30,0 % потребителей, 20,0 % -не изменился, 10,0 % - увеличился и 40,0 % - затруднились ответить.

Качество услуг снизилось считают 23,3% респондентов, 16,7 % считают, что не изменилось; 10,0 % - увеличилось; 50,0 % - затруднились ответить.

Возможность выбора снизилась считают 20,0 %, 13,3 % - не изменилась, 66,7 % -затруднились ответить на вопрос.

24. Рынок семеноводства.

36,6 % считает, что рынка семеноводства нет совсем; 20,0% считает, что представлен достаточным количеством организаций, 16,7 % - малым количеством и 26,7 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке семеноводства удовлетворены 26,7 % потребителей, по 13,3 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 16,7 % - не удовлетворены и 30,0 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 26,7 % потребителей, 10,0 % - скорее удовлетворены, 13,8 % - скорее не удовлетворены, 20,0 % - не удовлетворены и 30,0 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 20,0 % респондентов, 6,7 % опрошенных скорее удовлетворены, 13,3 % респондентов скорее не удовлетворены, 20,0 % - не удовлетворены, затруднились в ответе 40,0 % респондентов.

По 30,0 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 26,7 % считают, что снизилось и 43,3 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился и снизился считают по 20,0 % потребителей, 13,3% - увеличился, 46,7% затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 23,3 % респондентов, 10,0 % считают, что снизилось, 3,3% - увеличилось, 63,4 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 20,0 %; 13,3 % - снизилась; 6,7 % - увеличилась и 60,0 % - затруднились ответить на вопрос.

25. Рынок вылова водных биоресурсов.

40,0 % считает, что рынка вылова водных биоресурсов нет совсем, 23,4 % считает, что представлен малым количеством организаций, 3,3 % - достаточным и 33,3% -затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке вылова водных биоресурсов удовлетворены 23,3 % потребителей; 10,0 % - скорее удовлетворены; 16,7 % респондентов скорее не удовлетворены; 6,7 % - не удовлетворены и 43,3 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 26,7 % потребителей, по 10,0 % - скорее удовлетворены, скорее не удовлетворены, не удовлетворены и 43,3% затруднились оценить качество.

Возможностью выбора по 16,7 % респондентов удовлетворены и скорее не удовлетворены, 6,6 % опрошенных скорее удовлетворены, 10,0 % респондентов не удовлетворены, затруднились ответить 50,0 % респондентов.

26,7 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, снизилось, 20,0 % считают, что не изменилось, 3,3 % - увеличилось и 50,0 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года снизился считают 26,7 % потребителей, 16,7 % -не изменился, 10,0 % - увеличился и 46,6 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 20,0 % респондентов, 16,7 % считают, что снизилось, 3,3 % - увеличилось, 60,0 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 23,3 %, 20,0 % - снизилась, 56,7 % -затруднились ответить на вопрос.

26. Рынок переработки водных биоресурсов.

40,0 % считает, что рынка переработки водных биоресурсов нет совсем, 23,4 % считает, что представлен малым количеством организаций, 3,3 % - достаточным и 33,3% - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке переработки водных биоресурсов удовлетворены 26,7 % потребителей, по 10,0 % - скорее удовлетворены, скорее не удовлетворены, не удовлетворены и 43,3% - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 23,3 % потребителей, 16,7 % - скорее не удовлетворены, по 6,7 % скорее удовлетворены и не удовлетворены, % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора по 16,7 % респондентов удовлетворены и скорее не удовлетворены, 13,3 % респондентов не удовлетворены, затруднились ответить 53,3 % респондентов.

По 20,0 % анкетируемых ответили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось и снизилось, 6,7 % считают, что увеличилось и 53,3 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года снизился считают 20,0 % потребителей, 13,3% -увеличился, 10,0 % - не изменился и 56,7 % - затруднились ответить.

Качество услуги снизилось считают 26,7 % респондентов, 13,3 % считают, что не изменилось, 60,0 % - затруднились ответить.

 Возможность выбора по 20,0 % считают, что не изменилась и снизилась, 60,0 % -затруднились ответить на вопрос.

27. Рынок товарной аквакультуры.

40,0 % считает, что рынка товарной аквакультуры нет совсем, 26,7% считает, что представлен малым количеством организаций и 33,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке товарной аквакультуры удовлетворены 30,0 % потребителей, 6,7 % скорее удовлетворены, 16,7 % респондентов скорее не удовлетворены и 46,6 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 30,0 % потребителей, 6,7% - скорее удовлетворены, 13,3 % - скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены и 43,3 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 23,4% респондентов, 20,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 3,3 % респондентов не удовлетворены, затруднились в ответе 53,3% респондентов.

По 20,0 % анкетируемых ответили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось и снизилось, 6,7 % считают, что увеличилось и 53,3 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года снизился считают 20,0 % потребителей, 13,3 % - увеличился, 10,0 % - не изменился и 56,7 % - затруднились ответить.

Качество услуги снизилось считают 26,7 % респондентов, 10,0 % считают, что не изменилось, 63,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора по 26,7 % считают, что снизилась, 10,0 % - не изменилась, 63,3 % - затруднились ответить на вопрос.

28. Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения.

36,7 % считает, что рынка добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, нет совсем, 30,0 % считает, что рынок представлен малым количеством организаций и 33,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения удовлетворены 20,0 % потребителей, 16,7 % респондентов скорее не удовлетворены, 10,0 % - скорее удовлетворены и 53,3 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены и скорее не удовлетворены по 20,0 % потребителей, по 6,7% скорее удовлетворены и не удовлетворены, 46,6 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 20,0 % респондентов, 23,3% опрошенных скорее не удовлетворены, 6,7 % респондентов не удовлетворены, затруднились ответить 50,0 % респондентов.

23,3 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 16,7 % считают, что снизилось и 60,0 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 20,0 % потребителей, 16,7 % - снизился, 6,7% - увеличился и 56,6 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось и снизилось считают по 16,7 % респондентов, 3,3% считают, что увеличилось, 63,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора снизилась считают 16,7 %, 13,3 % - не изменилась и 70,0 % - затруднились ответить на вопрос.

29. Рынок нефтепродуктов.

30,0 % считает, что рынка нефтепродуктов нет совсем, 26,7 % считает, что рынок представлен малым количеством организаций, 23,3 % респондентов достаточным количеством и 20,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке нефтепродуктов удовлетворены 23,3% потребителей, 10,0 % респондентов скорее удовлетворены, 36,7 % - скорее не удовлетворены и 30,0 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены и скорее не удовлетворены по 26,7 % потребителей, 13,3 % - скорее удовлетворены, 3,3 % - не удовлетворены и 30,0 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 26,7 % респондентов, 6,7 % опрошенных скорее удовлетворены, 20,0 % респондентов скорее не удовлетворены, не удовлетворены – 3,3 % потребителей и затруднились ответить 43,3% респондентов.

40,0 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 20,0 % считают, что снизилось, 16,7 % - увеличилось и 23,3 % затруднились ответить.

 Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 40,0 % потребителей, 20,0 % - снизился, 16,7 % - не изменился и 23,3% - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 36,7 % респондентов, 26,7 % считают, что снизилось, 3,3% - увеличилось, 33,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 46,7 %, 20,0 % - снизилась; 33,3% - затруднились ответить на вопрос.

30. Рынок легкой промышленности.

30,0 % считает, что рынка легкой промышленности нет совсем, 23,3 % считает, что рынок представлен достаточным количеством организаций, 13,4 % респондентов – малым количеством, 3,3 % - большим количеством организаций и 30,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке легкой промышленности удовлетворены 20,0 % потребителей; 10,0 % респондентов скорее удовлетворены, 26,7 % потребителей скорее не удовлетворены и 43,3 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 20,0 % потребителей, 3,3 % -скорее удовлетворены, 30,0 % - скорее не удовлетворены, 3,3 % - не удовлетворены и 43,4 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 20,0 % респондентов, 13,3 % опрошенных скорее удовлетворены, 16,7 % респондентов скорее не удовлетворены, затруднились ответить 50,0 % респондентов.

23,3 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, снизилось, 20,0 % считают, что не изменилось, 10,0 % считают, что увеличилось и 46,7 % - затруднились ответить.

 Уровень цен за последние 3 года снизился считают 20,0 % потребителей, по 13,3 % считают, что увеличился и не изменился, 53,4 % - затруднились ответить.

 Качество услуги не изменилось считают 23,4 % респондентов, 20,0 % потребителей считают, что снизилось, 3,3% считают, что увеличилось, 53,3% - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 26,7 % респондентов, 20,0 % - снизилась, 53,3% - затруднились ответить на вопрос.

31. Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева.

53,3 % опрошенных считают, что рынок обработки древесины и производства изделий из дерева, представлен достаточным количеством организаций, 23,4 % считают, что рынка нет совсем, 13,3 % - малым количеством организаций и 10,0 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева удовлетворены и скорее удовлетворены по 20,0 % потребителей, 23,4 % респондентов скорее не удовлетворены, 3,3 % потребителей не удовлетворены, 33,3 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 13,3 % потребителей, 16,7 % -скорее удовлетворены, 23,3 % - скорее не удовлетворены, не удовлетворены – 6,7 % респондентов и 40,0 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора довольны 13,4 % респондентов, по 23,3 % опрошенных скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, не удовлетворены – 6,7 %, затруднились ответить 33,3 % респондентов.

33,3 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 30,0 % считают, что увеличилось, 13,3% считают, что уменьшилось и 23,4 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 46,7 % потребителей, 23,3 % - не изменился, 3,3 % - снизился и 26,7 % затруднились ответить.

Качество услуги увеличилось и не изменилось считают по 26,7 % респондентов, 3,3 % потребителей считают, что снизилось, 43,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 26,7 % респондентов, 23,3 % - увеличилась, 3,3% - снизилась и 46,7 % затруднились ответить на вопрос.

32. Рынок производства кирпича.

36,7 % считает, что рынка производства кирпича нет совсем, 26,7 % считает, что рынок представлен малым количеством организаций, 3,3 % - достаточным количеством, 33,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке производства кирпича удовлетворены 20,0 % потребителей, 3,3 % респондентов скорее удовлетворены, 23,4 % потребителей - скорее не удовлетворены, 13,3% потребителей - не удовлетворены, 40,0% затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены - 16,7 % потребителей, 3,3 % - скорее удовлетворены, 26,7 % - скорее не удовлетворены, 6,7 % - не удовлетворены и 46,6 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены и скорее не удовлетворены по 16,7 % респондентов, по 6,7 % опрошенных скорее удовлетворены и не удовлетворены, затруднились в ответе 53,2 % респондентов.

23,3 анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 16,7 % считают, что снизилось, 3,3 % считают, что увеличилось и 60,0 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился и снизился считают по 16,7 % потребителей, 6,6 % - увеличился и 60,0 % затруднились ответить.

Качество услуги снизилось считают 20,0 % респондентов, 16,7 % потребителей считают, что не изменилось, 63,3 % - затруднились ответить.

Возможность выбора снизилась считают 20,0 % респондентов, 13,3 % - не изменилась и 66,7 % затруднились ответить на вопрос.

33. Рынок производства бетона.

43,3 % считает, что рынка производства бетона нет совсем, 16,7 % считает, что рынок представлен малым количеством организаций, 6,7 % респондентов считают, что достаточным количеством и 33,3 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке производства бетона удовлетворены 16,7 % потребителей, 13,3 % респондентов скорее удовлетворены, 20,0 % потребителей - скорее не удовлетворены, 3,3 % потребителей - не удовлетворены, 46,7 % затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 16,7 % потребителей, по 13,3 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены; 6,7 % респондентов - не удовлетворены и 50,0 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены и скорее не удовлетворены по 16,7 % респондентов, по 6,7 % опрошенных скорее удовлетворены и не удовлетворены, затруднились ответить 53,2 % респондентов.

 23,3 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 16,7 % считают, что уменьшилось, 3,3 % - увеличилось и 56,7 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 20,0 % потребителей, 16,7 % - снизился, 6,6 % - увеличился и 56,7 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 20,0 % респондентов, 23,3 % считают, что снизилось, 56,7 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась и снизилась считают по 20,0 % респондентов и 60,0 % затруднились ответить на вопрос.

На вопрос: «На какие товары, работы и (или) услуги, по Вашему мнению, цены в Тверской области выше по сравнению с другими регионами?» респонденты ответили:

по 16,7 % - лекарственные средства, продукты питания;

по 3,3% - ритуальные услуги, товары повседневного спроса, автотранспортные средства;

13,3 % - все товары и услуги;

40,0 % - затруднились ответить.

На вопрос: «Качество каких товары, работы и (или) услуг, по Вашему мнению, в Тверской области выше по сравнению с другими регионами?» респонденты ответили:

по 6,7 % - спортивных товаров, туристические услуги;

3,3 % - хлебобулочные изделия;

60,0 % - затруднились ответить.

**Удовлетворенность качеством товаров, работ и услуг, предоставляемых субъектами естественных монополий.**

 Как демонстрируют результаты опроса (таблица), больше всего положительных оценок получили услуги по газоснабжению, электроснабжению, телефонной связи, теплоснабжению, водоснабжению.

***Таблица. Оценка качества услуг субъектов естественных монополий в Лихославльском районе***

| Наименование услуг естественных монополий | Удовлетво-рительно | Скорее удовлетво-рительно | Скорее не удовлетво-рен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Водоснабжение, Водоотведение | 16,7 | 30,0 | 40,0 | 10,0 | 3,3 |
| Водоочистка | 10,0 | 13,3 | 30,0 | 33,4 | 13,3 |
| Газоснабжение | 53,4 | 30,0 | 13,3 | 0,0 | 3,3 |
| Электроснабжение | 43,3 | 30,0 | 16,7 | 6,7 | 3,3 |
| Теплоснабжение | 33,3 | 30,0 | 13,3 | 6,7 | 16,7 |
| Телефонная связь | 46,7 | 20,0 | 23,3 | 3,3 | 6,7 |

 Часть населения не удовлетворена (33,4 %) услугами водоотведения, (10,0 %) услугами водоснабжения.

 Большая часть населения скорее удовлетворена качеством товаров, работ и услуг, предоставляемых субъектами естественных монополий.



**С какими проблемами столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий.**

23,3 % респондентов столкнулись с навязыванием дополнительных услуг; 10,0 % потребителей столкнулись с проблемами с заменой приборов учета; по 6,7 % потребителей столкнулись с взимание дополнительной платы и с отказом в установке приборов учета; 40% - не сталкивались с подобными проблемами.

**Удовлетворенность качеством официальной информации.**

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, и деятельности по содействию развития конкуренции, размещаемой в открытом доступе, осуществлялась по трем параметрам - уровню доступности, уровню понятности и уровню получения информации.

Уровень доступности информации: 50% потребителей оценили скорее удовлетворительно, 23,3 % - удовлетворительно, 3,3 % - скорее неудовлетворительно, 23,3 % - затруднились ответить.

Уровень понятности информации: 43,4 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, 20,0 % - оценили удовлетворительно, 10,0 % - неудовлетворительно, 3,3 % - скорее неудовлетворительно и 23,3 % затруднились в ответе.

Уровень получения информации: 43,4 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, 20,0 % - оценили удовлетворительно, 10,0 % - скорее неудовлетворительно, 3,3 % - неудовлетворительно и 23,3 % затруднились в ответе.

 **Оценка полноты размещенной информации о состоянии конкурентной среды**

Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрение Стандарта в регионе: 33,3% потребителей оценили удовлетворительно; 20,0 % - скорее удовлетворительно и затруднились ответить 46,7 % респондентов.

Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе: 26,7 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, 20,0 % -удовлетворительно и затруднились ответить 53,3 % респондентов.

Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона: 46,7 % респондентов оценили удовлетворительно, 20,0 % - скорее удовлетворительно и затруднились ответить 33,3 % респондентов.

Обеспечение доступности «дорожной карты» региона: 36,7 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, 33,3 % - удовлетворительно и затруднились ответить 30,0 % респондентов.

Доступность информации о проведении обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона: удовлетворительно оценили 33,3 % потребителей, 30,0 % - скорее удовлетворительно, 3,4 % -неудовлетворительно и затруднились ответить 33,3 % респондентов.

Доступность информации проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе: удовлетворительно оценили 40,0 % потребителей, 23,3 % - скорее удовлетворительно и затруднились ответить 36,7 % респондентов.

 **Источники информации о состоянии конкурентной среды**

Больше всего по 60,0 % ответивших потребителей предпочитают пользоваться источниками информации «телевидение» и «официальной информацией, размещенной на сайте уполномоченного органа в сети «Интернет»; по 36,7 % используют «информацию, размещенную на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и «специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы»; 33,3 % потребителей предпочитают печатные средства массовой информации; 26,7 % - пользуются «официальной информацией, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъектах Российской Федерации»; по 23,3 % - «официальной информацией, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы» и «радио».

Больше всего 43,3 % потребителей доверяют печатным средствам массовой информации; 36,7 % доверяют источнику информации «телевидение»; по 16,7 % - «официальной информации, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы» и «радио»; по 10,0 % - «официальной информации, размещенной на сайте уполномоченного органа в сети «Интернет», «официальной информации, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъектах Российской Федерации», «информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; 6,7 % опрошенных доверяют информации, размещенной в «специальных блогах, порталах и прочих электронных ресурсах».

**Обращались ли вы в отчетном году в надзорные органы за защитой прав потребителей.**

90,0 % потребителей не обращались в надзорные органы, 6,7 % обращались, но не удалось отстоять свои права, 3,3 % обращались, частично удалось отстоять свои права.

**Результаты опроса населения в отношении доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг**

**I Социально-демографические характеристики**

В процессе сбора данных в отношении доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг были опрошено 50 респондентов Лихославльского муниципального округа Тверской области. 80 % опрощенных женщины и 20 % - мужчины.

Возрастная структура опрошенных представлена на рисунке. 38 % опрошенных в возрасте от 45-54 лет; 18 % - в возрасте от 35-44 лет; 16 % - от 18-24 лет; 14 % - от 55-64 лет; 8 % - от 25 – 34 лет; 6 % - 65 и старше.



По социальному статусу: 40 % респондентов - работают, 22 % - предприниматели, 14 % - пенсионеры, 12 % - студенты, 10 % - безработные и 2 % - домохозяйка (домохозяин).

36 % респондентов имеют среднее профессиональное образование; 34 % - высшее образование - специалитет, магистратура; 12 % опрошенных имеют среднее общее образование; по 8 % - основное общее образование и высшее образование - бакалавриат; 2 % - высшее образование-подготовка кадров высшей квалификации.

На вопрос «Есть ли у Вас дети?» 54 % - имеет 2 детей, 24 % - нет детей, 18 % имеют одного ребенка, 4 % имеют троих и более детей.

На вопрос о материальном положении семьи: 48 % опрошенных ответили «нам хватает на еду и одежду, но для покупки импортного холодильника или стиральной машины- автомат, нам пришлось бы копить или брать в долг/кредит»; 24 % ответили «в случае необходимости мы можем легко купить бытовую технику и без привлечения заемных средств, но автомобиль для нас- роскошь»; 14 % ответили «мы можем позволить себе очень многое, но в ближайшем будущем не смогли бы самостоятельно накопить даже на однокомнатную квартиру», 10 % - «у нас достаточно денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема»; по 2 % - « не хватает денег даже на еду» и «у нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы сможем купить квартиру или дом».

**II Востребованность финансовых услуг**

**2.1 Финансовые продукты**

У 8 % респондентов имеются сейчас банковские вклады; 6 % респондентов пользовались ими последние 12 месяцев; 86 % - не использовали их последние 12 месяцев.

По 2 % респондентов не имеют сейчас, но использовали за последние 12 месяцев займ в микрофинансовой организации, займ в кредитном потребительском кооперативе, в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, индивидуальный инвестиционный счет, инвестиционное страхование жизни, брокерский счет и вложение средств в паевой инвестиционный фонд.

По 98 % респондентов не пользовались за последние 12 месяцев займом в микрофинансовой организации, займом в кредитном потребительском кооперативе, в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, индивидуальный инвестиционный счет, инвестиционное страхование жизни, брокерский счет и вложение средств в паевой инвестиционный фонд.

**2.2 Причины отсутствия данных продуктов**

76 % респондентов ответили недостаточно свободных денег; 4 % - не доверяют финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства; по 2 % - ответили, что ставка слишком низкая, финансовые организации находятся слишком далеко и данными услугами уже пользуются другие члены семьи

**2.3 Каким финансовым продуктов пользовались**

Онлайн-кредит в банке имеют – 12 % респондентов; по 6 % - использовали иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом и кредитный лимит по кредитной карте.

По 4 % респондентов не имеют сейчас, но использовали за последние 12 месяцев онлайн-кредит в банке, иной кредит в банке и иной заем в кредитном потребительском кооперативе; по 2 % - использовали кредитного лимита по кредитной карте, онлайн-заем в микрофинансовой организации, иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-займом, онлайн-заем в кредитном потребительском кооперативе, онлайн-заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом, заем в ломбарде.

* 1. **Причины отсутствия финансовых продуктов.**

48 % респондентов высказались, что не любят кредиты/не хочу жить в долг; 20 % используют другие способы получить заем, нет необходимости в заемных средствах; 12 % ответили, что процентная ставка слишком высокая, 10 % - нет необходимости в заемных средствах, по 4 % - не доверяют финансовым организациям и не обладает навыками использования онлайн-сервисов, 2 % - не уверены в технической безопасности онлайн-сервисов.

**2.5 Какими платежными картами вы пользовались за последние 12 месяцев**

58 % опрошенных ответили, что пользуются зарплатной картой (банковской картой, предназначенная для выплаты сотруднику з/платы и других денежных начислений), а 4 % не имеют сейчас, но использовались за последние 12 месяцев; 18 % пользуются расчетной (дебетовой) картой для получения пенсий и иных социальных выплат, а 4 % не имеют сейчас, но использовались за последние 12 месяцев; 20 % - другой расчетной (дебетовой) картой, кроме зарплатной или для получения пенсий и иных социальных выплат, а 4 % не имеют сейчас, но использовались за последние 12 месяцев; 20 % пользуются кредитной картой, а 3 % не имеют сейчас, но использовались за последние 12 месяцев.

**2.6 Какими платежными картами вы не пользовались за последние12 месяцев**

Не пользовались за последние 12 месяцев: зарплатной картой (банковской картой, предназначенная для выплаты сотруднику з/платы и других денежных начислений) – 38 % опрошенных; 78 % - расчетной (дебетовой) картой для получения пенсий и иных социальных выплат; 76 % - другой расчетной (дебетовой) картой, кроме зарплатной или для получения пенсий и иных социальных выплат; 74 % - кредитной картой.

Причинами не использования финансового продукта: 8 % респондентов отметили недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте; по 4 % - отделение банков находятся слишком далеко и платежная карта есть у других членов семьи.

**2.7 Пользовались ли Вы за последние 12 месяцев текущим счетом**

62 % опрошенных ответили, что не пользовались последние 12 месяцев; 36 % имеется сейчас и 2 % - не имеет сейчас, но пользовался последние 12 месяцев.

**2.8 Пользовались ли Вы следующими типами дистанционного доступа к банковскому счету за последние 12 месяцев**

Пользовались: 70 % респондентов денежными переводами/платежами через мобильный банк с помощью специального приложения; 60 % - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью планшета или смартфона; 50 % - денежными переводами/платежами через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона с помощью отправки смс на короткий номер; 54% - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер).

Не пользовались: 50 % денежными переводыами/платежами через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона с помощью отправки смс на короткий номер; 46 % - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер); 40 % - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью планшета или смартфона (через веб-браузер на мобильном устройстве без использования специального приложения (программы) и без использования смс-команд (однако на номер телефона могут приходить подтверждающие коды); 30 % - денежными переводами/платежами через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета.

**2.9 Причины отсутствия этих видов дистанционного доступа**

14 % - не обладают навыками использования таких технологий; 6 % - нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона, по 2 % ответили, что отсутствует возможность интернет-подключения или качество интернета не позволяет получить дистанционный доступ к финансовым услугам и иное (используют наличные денежные средства).

**2.10 Какими из перечисленных страховых продуктов пользовались последние 12 месяцев**

Добровольное страхование жизни (на случай смерти, дожития; с условием периодических выплат и /или участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика; пенсионное страхование имеется у 8 % респондентов.

Другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование; добровольное имущественное страхование) имеется у 8 % респондентов

Другое обязательное страхование, кроме обязательного медицинского добровольного страхования жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата для медицинского применения, государственное страхование жизни и здоровья; ОСАГО имеется у 2 % респондентов.

Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев:

- другое обязательное страхование, кроме обязательного медицинского добровольного страхования жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата для медицинского применения, государственное страхование жизни и здоровья; ОСАГО - 4 % респондентов;

-другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование; добровольное имущественное страхование и Добровольное страхование жизни (на случай смерти, дожития; с условием периодических выплат и /или участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика; пенсионное страхование по 2 % респондентов.

Не пользовались ни одним из видов страховых продуктов последние 12 месяцев:

- Добровольное страхование жизни (на случай смерти, дожития; с условием периодических выплат и /или участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика; пенсионное страхование) и другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование; добровольное имущественное страхование) по 90 % респондентов;

-другое обязательное страхование, кроме обязательного медицинского добровольного страхования жизни и здоровья пациента, участвующего в клинических исследованиях лекарственного препарата для медицинского применения, государственное страхование жизни и здоровья; ОСАГО - 94 % респондентов.

**2.11 Не пользовались за последние 12 месяцев добровольным страхование по причинам**:

36 % - договор добровольного страхования есть у других членов семьи; по 24 % - стоимость страхового полиса слишком высокая и не видят смысла в страховании; 6 % - не доверяют страховым организациям; 4 % - из-за других невыгодных условий страхового договора.

**III Удовлетворенность финансовыми услугами и работой российских финансовых организаций.**

**3.1 Насколько удовлетворены работой/сервисом финансовых организаций**

Банками полностью не удовлетворены – 2 % респондентов; скорее не удовлетворены – 2 %; скорее удовлетворены – 58 %; полностью удовлетворены- 26 % и 12 % не сталкивались.

Микрофинансовыми организациями: 10 % -полностью не удовлетворены и 90 % - не сталкивались.

Кредитными потребительскими кооперативами 6 % - полностью не удовлетворены; 2 % - скорее удовлетворены; 46 % - не сталкивались.

Ломбардами 4 % - полностью не удовлетворены; 2 % - скорее не удовлетворены; 94 % - не сталкивались.

Субъектами страхового дела 8 % - полностью не удовлетворены; 2 % - скорее не удовлетворены; по 4 % - скорее удовлетворены и полностью удовлетворены и 82 % - не сталкивались.

Сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами по 2 % - полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и скорее удовлетворены, 94 % - не сталкивались.

Негосударственными пенсионными фондами по 4 % - полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и скорее удовлетворены, 88 % - не сталкивались.

Брокеры 4 % - полностью не удовлетворены, по 2 % - скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены, 92 % - не сталкивались.

**3.2 Насколько вы доверяете финансовым организациям**

Банками полностью не доверяю – 2 % респондентов; скорее не доверяю – 6 %; скорее доверяю – 74 %; полностью доверяю - 10 % и 8 % не сталкивались.

Микрофинансовыми организациями 10 % -полностью не доверяю, 6 % - скорее не доверяю и 84 % - не сталкивались.

Кредитными потребительскими кооперативами 2 % - полностью не доверяю; 8 % - скорее доверяю; 84 % - не сталкивались.

Ломбардами 2 % - полностью не доверяю; 6 % - скорее не доверяю; 92 % - не сталкивались.

Субъектами страхового дела 2 % - полностью не доверяю; 60 % - скорее не доверяю; 4 % - полностью доверяю и 88 % - не сталкивались.

Сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами по 2 % - полностью не доверяю, скорее не доверяю и скорее доверяю, 94 % - не сталкивались.

Негосударственными пенсионными фондами 4 % - полностью не доверяю, по 2 % -скорее не доверяю и полностью доверяю, 6 % - скорее доверяю, 88 % - не сталкивались.

Брокеры 4 % - полностью не доверяю, 2 % - полностью доверяю, 94 % - не сталкивались.

**3.3 Насколько Вы удовлетворены финансовыми продуктами при их оформлении**

1. Банки.

1.1.Кредиты: полностью не удовлетворены - 2 %; скорее не удовлетворены – 12 %; скорее удовлетворены – 30 %, полностью удовлетворены – 4 %, не сталкивались – 52 %.

1.2. Вклады: полностью не удовлетворены - 2 %; скорее не удовлетворены -10 %; скорее удовлетворены – 20 % , полностью удовлетворены – 22 %, не сталкивались - 46%.

1.3.Расчетные карты, включая зарплатные: скорее не удовлетворены – 4 %, скорее удовлетворены – 40 %; полностью удовлетворены – 36 % и не сталкивались – 20 %.

1.4.Кредитные карты: полностью не удовлетворены и скорее не удовлетворены по 4 %; скорее удовлетворены – 20 %; полностью удовлетворены – 12 %, не сталкивались - 60 %.

1.5.Переводы и платежи: скорее не удовлетворены – 2 %, скорее удовлетворены –

4 %, полностью удовлетворены – 52 %, не сталкивались – 22 %.

2. Микрофинансовые организации.

2.1.Займы в микрофинансовых организациях полностью не удовлетворены - 4 %; скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены по 2 %, не сталкивались – 92 %.

2.2.Размещение средств в форме договора займа полностью не удовлетворены - 4 %; скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены по 2 %, не сталкивались – 92 %.

3. Кредитные потребительские кооперативы.

3.1.Займы в кредитных кооперативах по 2 % полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены, не сталкивались - 94 %.

3.2.Размещение средств в форме договора займа в кредитных кооперативах по 2 % полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены, не сталкивались - 94 %.

4. Ломбарды.

4.Займы в ломбардах: не сталкивались по 2% полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и полностью удовлетворены, не сталкивались - 94 %.

5. Субъекты страхового дела.

5.1.Добровольное страхование жизни полностью удовлетворены – 6 %, не сталкивались – 94 %.

5.2.Другое добровольное страхование: скорее удовлетворены – 8 %; полностью удовлетворены – 4 %, не сталкивались – 88 %.

5.3.Обязательное медицинское страхование: полностью не удовлетворены - 2%; скорее удовлетворены и полностью удовлетворены по 24 %, не сталкивались – 50 %.

5.4.Другое обязательное страхование полностью не удовлетворены – 2 %; полностью удовлетворены – 6 %, не сталкивались - 92%.

6. Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы.

6.1.Займы в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 98 % .

6.2. Размещение средств в форме договора займа в сельскохозяйственных кредитных кооперативах полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 98 % .

7. Негосударственные пенсионные фонды.

7.1.Обязательное пенсионное страхование полностью не удовлетворены – 6 %, скорее удовлетворены – 4 %, полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 88 %.

7.2.Негосударственное пенсионное обеспечение полностью не удовлетворены, скорее удовлетворены и полностью удовлетворены по 2 %, не сталкивались – 94 %.

8. Брокеры.

8.1. Индивидуальные инвестиционные счета полностью удовлетворены - 2 %, не сталкивались – 98 %.

**3.4 Качество и количество финансовых услуг в населенном пункте**

- количество и удобство расположения банковских отделений: полностью не удовлетворены – 16 %; скорее не удовлетворены – 8 %; скорее удовлетворены – 48 %, полностью удовлетворены – 20 %, не сталкивались – 8 %;

- качеством дистанционного банковского обслуживания: полностью не удовлетворены – 8 %; скорее не удовлетворены – 2 %; скорее удовлетворены – 48 %, полностью удовлетворены – 30 %, не сталкивались – 12 %;

- имеющимся у Вас выбором различных банков для получения услуг: полностью не удовлетворены – 14 %; скорее не удовлетворены – 30 %; скорее удовлетворены – 4 %, полностью удовлетворены – 6 %, не сталкивались – 46 %;

- количество и удобство расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных кооперативов: полностью не удовлетворены – 8 %; полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 90 %;

- имеющимся у Вас выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных кооперативов для получения необходимых услуг: полностью не удовлетворены – 8 %; полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 90 %;

- количеством и удобством расположения субъектов страхового дела: скорее удовлетворены – 44 %, полностью удовлетворены – 2 %, не сталкивались – 54 %;

- имеющимся у Вас выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам страховых услуг: скорее не удовлетворены – 6 %; скорее удовлетворены – 20 %, полностью удовлетворены – 4 %, не сталкивались – 70 %;

- количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов: полностью не удовлетворены – 6 %; по 2 % - скорее не удовлетворены, скорее удовлетворены, полностью удовлетворены, не сталкивались – 88 %;

- имеющимся у Вас выбором различных негосударственных пенсионных фондов для получения услуг: полностью не удовлетворены – 6 %; по 2 % - скорее не удовлетворены, полностью удовлетворены, не сталкивались - 90%;

- количеством и удобством расположения брокеров: полностью не удовлетворены – 6 %; 2 % - полностью удовлетворены, не сталкивались – 92 %;

- имеющимся у Вас выбором различных брокеров для получения брокерских услуг: полностью не удовлетворены – 6 %; 2 % - полностью удовлетворены, не сталкивались – 92 %;

- качеством интернет-связи: по 6 % - полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены, скорее удовлетворены – 38 %, полностью удовлетворены – 30 %, не сталкивались – 20 %;

- качеством мобильной связи: полностью не удовлетворены – 6 %; скорее не удовлетворены – 2 %; скорее удовлетворены – 52 %, полностью удовлетворены – 30 %, не сталкивались – 10 %.

 **3.5 Характеристика каналов предоставления финансовых услуг**

**-** Касса в отделении банка: 34 % - доступно, 32 % - легко доступно, 16 % респондентов ответили практически не доступно; скорее доступно – 14 %; скорее не доступно - 4%.

36 % респондентов оценили доступ к данному каналу достаточно быстрый; 32 % - на доступ тратят много времени; 24 % - быстрый; по 4 % - скорее не много времени и скорее много времени.

- Банкомат или терминал в отделении банка: 38 % - легко доступно, 22 % респондентов ответили доступно, 20 % - практически не доступно, 16 % - скорее доступно, 4 % - скорее не доступно.

40 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 24 % - на доступ тратят много времени, 18 % - достаточно быстрый, 10 % - скорее не много времени, 8 % - скорее много времени.

- Банкомат или терминал вне отделения банка: 32 % - доступно, 26 % респондентов ответили легко доступно, 20 % - скорее доступно, 18 % - практически не доступно,4 % -скорее недоступно.

30 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 26 % - на доступ тратят много времени, 24 % - достаточно быстрый, 16 % - скорее не много времени; 4 % - скорее много времени.

- РОS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг): 36 % - легко доступно, 28 % респондентов ответили доступно, по 14 % - практически не доступно скорее доступно; 8 % - скорее не доступно.

38 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, по 22 % достаточно быстрый и на доступ тратят много времени, 10 % - скорее не много времени; 8 % - скорее много времени.

- Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг): 32 % - доступно, 24 % респондентов ответили легко доступно, по 20 % - практически не доступно и скорее доступно, 4 % - скорее не доступно.

40 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, по 22 % -достаточно быстро и на доступ тратят много времени, скорее немного времени – 10 %; скорее много времени - 6 %.

- Отделение почтовой связи: 52 % - легко доступно, 26 % - доступно, 16 % - скорее доступно, 6 % - скорее не доступно.

44 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 26 % -достаточно быстрый, 14 % - скорее не много времени, 10 % - скорее много времени,6 % - на доступ тратят много времени.