**ДОКЛАД**

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

**Лихославль**

**2022 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 2022 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 17 единиц субъектов предпринимательской деятельности Лихославльского муниципального округа, 25 потребителей товаров, работ и услуг и 42 человека 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 529 хозяйствующих субъектов (из них 75 – юридические лица и 454 индивидуальные предприниматели).

Малым бизнесом охвачены практически все сферы экономики округа. 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.

Структура числа малых и средних предприятий (включая микропредприятия) в 2021 году по основным видам деятельности выглядит следующим образом: «обрабатывающие производства» - 24%; «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов» – 21%; «строительство» – 11%; «деятельность по операциям с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – 8%; «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» - 7%; «обеспечение электрической энергией, газом и паром» - 4%; «транспортировка и хранение» - 3%; другие отрасли - 22%. (рис.1).

 Среднесписочная численность работников на малых (включая микропредприятия) в 2021 году составила 1,008 тыс. человек или 84,1% к прошлому году. Из общей среднесписочной численности работников наибольшее число занято в отрасли «промышленность» - 29%; «строительство» – 14%; «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов» – 13%; «обеспечение электрической энергией, газом, паром» - 8%; «деятельность по операциям с недвижимым имуществом аренда и предоставление услуг» – 7%; «транспортировка и хранение» - 4%; другие отрасли - 25%. (рис. 2).



Произошло снижение среднесписочной численности на малых предприятиях, образованных на базе КЭЛЗ.

За 2021 год малыми и средними предприятиями, включая микропредприятия округа произведено продукции на 2 218 млн. руб.

38 % объема произведенных товаров (услуг) приходится на долю отрасли «Обрабатывающие производства», «Строительство» - 22 %, «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» - 16 %, «Обеспечение электрической энергией, газом, паром» - 8 %; «Деятельность по операциям с недвижимом имуществом» - 5 %, «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 01.01.2022 года на территории округа зарегистрировано 454 индивидуальных предпринимателей.

В доминирующих отраслях «Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов», «Строительство» и «Обрабатывающие производства» и «Транспортировка и хранение» занято 73 % индивидуальных предпринимателей. Среди вышеперечисленных отраслей на «Оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» приходится 40 % общей численности предпринимателей, 17 % приходится на отрасль «Транспортировка и хранение», 8 % приходится на «Строительство», 8% - «Обрабатывающие производства», на отрасль «Деятельность по операциями с недвижимым имуществом» - 2 %, на отрасль «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» около 1 % и на другие отрасли - 24 % (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 2021 году - 3 человека. Сумма выплаты на каждого составила по 96,0 тыс. руб.

В группе «Совет предпринимателей Лихославльского муниципального округа» социальной сети «ВКонтакте» в 2021 году продолжилась информационная поддержка по вопросам ведения бизнеса, решения проблем, возникающих у предпринимателей.

Центр по развитию детей дошкольного возраста «Филиппок» получает имущественную поддержку, в виде безвозмездного пользования муниципальным имуществом (помещение).

Субъектам малого и среднего предпринимательства в 2021 году предоставлено в аренду 5 земельных участков (2 участка в г. Лихославль, 3 участка в сельской местности). В 2022 году предоставлено в аренду 7 земельных участков в сельской местности.

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

В процессе сбора данных о состоянии и развитии конкурентной среды были опрошены 17 представителей бизнеса, в том числе 10 юридических лиц и 7 индивидуальных предпринимателя. 82,4 % опрошенных субъектов предпринимательской деятельности осуществляют свою деятельность более 5 лет, 17,6 % - от года до 5 лет.

52,9 % опрошенных являются собственниками (совладельцами) бизнеса, 35,3 % - руководители высшего звена, по 5,9 % - руководителями среднего звена и не руководящими сотрудниками.

Большая часть опрошенных субъектов предпринимательской деятельности (64,7 %) представлена с численностью работающих до 15 человек; 17,6 % опрошенных имеют от 16 до 100 человек работников, 11,8 % - от 101 до 250 человек и 5,9 % - от 251 до 1000 человек.

По величине годового оборота бизнеса (дохода, полученного от предпринимательской деятельности) 76,4 % 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, по 11,8 % опрошенных к малым предприятиям и имеют доход от 121 млн. рублей до 800 млн. рублей и средним предприятиям и имеют доход от 801 млн. рублей до 2000 млн. рублей. То есть большинство респондентов осуществляли предпринимательскую деятельность, как микропредприятия.

47,1 % опрошенных осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, 35,2 % опрошенных производят конечную продукцию, 11,8 % - представляют сферу услуг и 5,9 % - производят компоненты для конечной продукции.

Опрос в сфере экономической деятельности показал, что 11,7 % занимаются продажей продуктов питания, 11,6 % - продажей продовольственных и непродовольственных товаров; по 5,9 % респондентов занимаются на рынке реализации сельскохозяйственной продукции; производством корпусной мебели; услугами общественного питания; производством кондитерских изделий; услугами по туризму; производством пластиковой тары; изготовлением радиаторов (отопителей); услугами стоматологии; строительством и ремонтом; производством светотехнической продукции; продажей автозапчастей, мотоциклов, электротоваров, одеждой по 55 % респондентов занимаются розничной торговлей изготовлением металлоконструкций.

Опрос респондентов о географических рынках для бизнеса показал, что основным рынком сбыта продукции (услуг) является для 52,9 % респондентов локальный рынок (рынок муниципального образования), для 17,6 % - рынок Тверской области, по 11,8 % - рынок нескольких субъектов Российской Федерации и рынок Российской Федерации, 5,9 % - рынок стран СНГ.

**Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды.**

29,5 % ответили, что за последние 3 года количество конкурентов не изменилось, по 17,6 % что количество конкурентов возросло на 1-3 конкурента и увеличилось конкурентов более чем на 4, 5,9 % считают, что количество конкурентов сократилось на 1-3 конкурента и 29,4 % - затруднились ответить.

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

41,2 % 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.

По 17,6 % 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).

11,8 % 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).

5,9 % респондентов указали, что для сохранения рыночной позиции им нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (нет конкуренции).

5,9 % 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.

29,4 % опрошенных отметили, что уровень доступности получения официальной информации о конкурентной среде их удовлетворяет, 52,9 % отметили, что уровень получения данной информации скорее удовлетворительный, 5,9 %- неудовлетворительной, 11,8 % опрошенных затруднились ответить.

41,1 % опрошенных отметили, что удовлетворены уровнем понятности получения официальной информации о конкурентной среде их удовлетворяет удовлетворены и 35 % скорее удовлетворены уровнем понятности информации, 10 % опрошенных затруднились ответить.

17,6 % респондентов удовлетворены уровнем получения информации о конкурентной среде, 58,9 % - скорее удовлетворены и 23,5 % 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 округе: скорее удовлетворительно - 23,5 %, удовлетворительно - 11,8 %, скорее неудовлетворительно и неудовлетворительно по 5,9 % и 52,9 % - затруднились ответить.

Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе оценен: скорее удовлетворительно – 41,2 %, по 11,8 % удовлетворительно и неудовлетворительно и 35,2 % - затруднились ответить.

Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона 47,1 % оценили скорее удовлетворительно, 11,8 % - удовлетворительно, 5,9 % - неудовлетворительно и 35,2 % - затруднились ответить.

Обеспечение доступности «дорожной карты» региона оценен: 47,1 % - скорее удовлетворительно, 11,8 % - удовлетворительно, 5,9 % - неудовлетворительно и 35,2 % - затруднились ответить.

Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона 23,5 % оценили скорее удовлетворительно, 11,8 % - удовлетворительно, 5,9 % - неудовлетворительно, 58,8 % - затруднились ответить.

Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе 64,7 % оценили скорее удовлетворительно; 5,9 % - неудовлетворительно, 29,4% - 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: 64,7 % предпочитают пользоваться информацией размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», 35,3 % - источником информации «телевидение», 29,4 % - официальной информацией, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации. По 17,6 % пользуются официальной информацией, размещенной на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" и печатными средствами массовой информации. 11,8 % - пользуются специальными блогами, порталами и прочими электронными ресурсами. 5,9 % предпочитают пользоваться информацией, полученной по радио.

По 17,6 % доверяют официальной информации, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и информации, размещенной на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". По 11,8 % доверяют официальной информации, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации; информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и печатным средствам массовой информации. По 5,9 % - доверяют телевидению и специальным блогам, порталам и прочими электронным ресурсам.

**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 – 47,1 % (отметили 4 и более поставщиков), 29,4 % - удовлетворительно (указали на большое число поставщиков), 17,6 % - скорее неудовлетворительно (отметили 2-3 поставщика) и 5,9 % опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

На вопрос удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), где 2-3 поставщика 5,9 % респондентов отметили скорее не удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), где 4 и более поставщика 35,2 % отметили что они скорее удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками, где большое число поставщиков 11,8 % респондентов отметили удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) и 47,1 % 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.

52,9 % опрошенных отметили, что нет ограничений, 41,2 % - высокие налоги, 35,3 % указали на нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, 11,8 % - сложность / затянутость процедуры получения лицензий, 5,9 % - сложность получения доступа к земельным участкам.



На вопрос насколько преодолимы административные барьеры 41,2 % - затруднились ответить, 29,4 % респондентов ответили, что административные барьеры отсутствуют, 23,5 % респондентов ответили, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, 5,9 % - что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат.

Оценивая динамику административных барьеров, 17,6 % респондентов считают, что уровень и количество административных барьеров не изменились, по 11,8 % - административные барьеры отсутствуют, как и ранее и бизнесу стало сложнее, чем раньше, преодолевать административные барьеры, 5,9 % - бизнесу стало проще, чем раньше, преодолевать административные барьеры, 52,9 % -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, 5 % опрошенных указали на ухудшение сложности процедур подключения услуг по водоочистке, газоснабжению, электроснабжению и телефонной связи, 5 % на улучшение сложности процедур подключения услуг.

Анализ оценки мнений респондентов показал, что качество услуг субъектов естественных монополий не изменилось (81 % опрошенных), 11 % опрошенных указали на ухудшение качества по водоснабжению, водоочистке, электроснабжению и теплоснабжению, 8 % - на улучшение качества всех услуг.

По уровню цен на услуги субъектов естественных монополий 85 % респондентов указали на увеличение цен и 15 % ответили, что цены не изменились.

47,2 % опрошенных не сталкивались ни с какими проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий, по 3 % респондентов столкнулись с взиманием дополнительной платы, с навязыванием дополнительных услуг и затруднились ответить.

При опросе 64,7 % респондентов не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса; 17,6 % - затруднились ответить; 11,8 % - сталкивались с ценовой дискриминацией, 5,9 % - продажа товара только в определенном ассортименте, продаже в нагрузку, разные условия поставки.

**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» (47,1 % опрошенных), 35,2 % респондентов выпускают конечную продукцию, 11,8 % - работают в сфере услуг, 5,9 % - компоненты для производства конечной продукции.

Основным рынком сбыта продукции (услуг) в 52,9 % 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 (41,2 % опрошенных),
* нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (35,3 %),
* сложность/затянутость процедуры получения лицензий (11,8 %).
* Сложность получения доступа к земельным участкам (5,9 %).

При этом, 29,4 % респондентов отметили, что не сталкивались с административными барьерами. Кроме того, 76,4 % опрошенных скорее удовлетворительно охарактеризовали деятельность власти на основном для бизнеса рынке; 5,9 % - удовлетворительно.

Уровень оценки бизнеса качества 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 25 потребителей товаров, работ и услуг Лихославльского муниципального округа Тверской области. 80 % опрошенных женщины и 20 % - мужчины.

Возрастная структура опрошенных представлена на рисунке. 32 % - респондентов в возрасте от 45 до 54 лет; по 28 % - от 35 до 44 лет и от 55 до 64 лет; по 4 % респондентов в возрасте от 18 до 24 лет, в возрасте от 25 до 34 лет и в возрасте 65 лет и старше.



По социальному статусу 56 % опрошенных работает, 16 % пенсионеры, 12 % домохозяйки, 8 % безработные граждане, по 4 % студенты и самозанятые.

52 % опрошенных имеют среднее профессиональное образование, 20 % высшее образование - специалист, магистратура, по 12 % среднее общее образование и высшее образование – бакалавриат, 4 % высшее образование - подготовка кадров высшей квалификации.

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

1. Рынок дошкольных услуг.

Большинство (80,0%) потребителей считают, что рынок дошкольных услуг в округе развит достаточно, 16 % - развит мало, 4 % - избыточно.

При этом уровнем цен на услуги дошкольного образования 36 % потребителей скорее удовлетворены, 24 % - удовлетворены, 20 % - скорее не удовлетворены, 16 % - не удовлетворены, 4 % - затруднились ответить.

Качеством предоставляемых услуг 36 % опрошенных удовлетворены, 24 % - скорее удовлетворены, по 16 % - скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 8 % - затруднились ответить.

Возможностью выбора дошкольных услуг скорее удовлетворены 52 % потребителей, по 16 % - удовлетворены и затруднились ответить.

Оценивая изменения рынка дошкольных услуг в течение последних 3 лет, 60 % респондентов считают, что количество организаций, оказывающих данные услуги не изменилось, 20 % - увеличилось и 20 % не смогли оценить изменения.

48 % респондентов считают, что уровень цен не изменился, 28 % - увеличился, 8 % - снизился, 16 % - затруднились ответить.

Качество предоставляемых услуг за последние три года не изменилось считают 44 % респондентов, 28 % опрошенных, что качество услуг увеличилось, 20 % затруднились ответить, 8 % - снизилось.

Возможность выбора дошкольных услуг не изменилась считают 60 % респондентов, 20 % - увеличилась, 16 % - затруднились ответить, снизилась – 4 %.

2. Рынок услуг общего образования.

Большинство респондентов (88 %) считает, что рынок услуг общего образования достаточен, 8 % ответивших считает, что количество организаций, предоставляющих данную услугу, мало, 4 % - избыточно.

Уровнем цен на услуги общего образования 33,4 % потребителей скорее удовлетворены; 28 % потребителей – удовлетворены, 20 % - скорее не удовлетворены уровнем цен, 12 % потребителей не удовлетворены, 8 % - затруднились ответить.

Качеством предоставляемых услуг 40 % скорее удовлетворены, по 20 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 12 % - не удовлетворены, 8 % - затруднились ответить.

Возможность выбора 52 % ответивших оценили скорее удовлетворительно; 20 % -скорее не удовлетворительно; 12 % оценили не удовлетворительно; по 8 % - удовлетворительно и затруднились ответить.

При этом 80 % потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги общего образования за последние 3 года не изменилось, 20 % - затруднились ответить, 4 % ответили, что количество организаций увеличилось.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 84 % потребителей, 12 % - затруднились ответить, 4 % - считают, что увеличился.

Качество услуги не изменилось считают 48 % респондентов, 32 % считают, что качество услуги улучшилось, 12 % - затруднились ответить, 8 % считают, что качество услуги снизилось.

Возможность выбора не изменилась считают 80 %, 12 % - затруднились ответить на вопрос, по 4 % - считают, что снизилась и увеличилась.

3. Рынок услуг среднего профессионального образования.

Большинство респондентов (84 %) считает, что рынка услуг среднего профессионального образования мало, 12 % ответивших считают, что достаточно, 4 % -затруднились ответить.

Уровнем цен на услуги среднего профессионального образования 52 % опрошенных потребителей скорее удовлетворены, по 20 % - скорее не удовлетворены и затруднились ответить, по 4 % - удовлетворены и не удовлетворены.

На вопрос про качество предоставляемых услуг по 28 % потребителей скорее удовлетворены, скорее не удовлетворены и затруднились ответить, 12 % опрошенных качеством не удовлетворены; 4 % - удовлетворены.

На вопрос про возможность выбора 48 % потребителей скорее не удовлетворены, 24 % - скорее удовлетворены, 20 % - затруднились ответить, 8 % ответивших удовлетворены.

При этом 76 % потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги среднего профессионального образования за последние 3 года не изменилось, 16 % - затруднились ответить, по 4 % - ответили, что количество организаций снизилось и увеличилось.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 84 % потребителей, по 8 % затруднились ответить и считают, что увеличились.

На вопрос про качество услуги 84 % опрошенных считают, что не изменилось, 12 % - затруднились ответить, 4 % - увеличилось.

Возможность выбора не изменилась считают 80 % потребителей, 12 % - затруднились ответить на вопрос, по 4 % - ответили, что снизилась и увеличилась.

.

4. Рынок услуг дополнительного образования детей.

68 % опрошенных считает, что таких услуг достаточно, 24 % опрошенных ответили, что количество организаций, оказывающих такие услуги мало, по 4 % считает, что их нет совсем и много.

На вопрос про уровень цен на данные услуги 56 % ответили, что скорее удовлетворены уровнем, 20 % - не удовлетворены; по 12 % - удовлетворены, скорее не удовлетворены и затруднились ответить.

На вопрос про качество услуги 40 % опрошенных скорее удовлетворены, 20 % - не удовлетворены, 16 % - затруднились в ответе, по 12 % потребителей удовлетворены и скорее не удовлетворены.

Возможностью выбора данного вида услуг 36 % - скорее удовлетворены, 20 % - затруднились в ответе, по 16 % - удовлетворены и скорее не удовлетворены, 12 % - не удовлетворены.

При этом большинство (72%) опрошенных считают, что количество организаций, предоставляющих данные услуги за последние 3 года не изменилось, 20 % - затруднились ответить, 8 % опрошенных считают, что увеличилось.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 44 % потребителей, по 24 % - затруднились ответить и считают, что не изменился, 8 % потребителей считают, что снизился.

Качество услуги улучшилось считают 40 % опрошенных, 32 % - что не изменилось, 24 % респондентов затруднились ответить, 4 % - снизилось.

Возможность выбора не изменилась считают 48 % респондентов, 28 % - затруднились ответить на вопрос, 20 % считают, что увеличилась, 4 % - что снизилась.

5. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления.

Большинство респондентов (60 %) считает, что рынок услуг детского отдыха и оздоровления развит достаточно, 36 % - мало, 4 % респондентов ответили, что таких организаций нет совсем.

На вопрос про уровень цен на данные услуги 48 % скорее удовлетворены, 24 % - скорее не удовлетворены, 16 % - не удовлетворены, 8 % - затруднились ответить, 4 % - удовлетворены уровнем цен.

На вопрос про качество предоставляемых услуг 40 % потребителей скорее удовлетворены, 24 % - скорее не удовлетворены, по 12 % опрошенных качеством удовлетворены, не удовлетворены и затруднились ответить.

На вопрос про возможность выбора 32 % ответивших скорее удовлетворены возможностью выбора, 28 % - скорее не удовлетворены, 16 % - затруднились ответить на этот вопрос, по 12 % ответивших удовлетворены возможностью выбора и не удовлетворены.

При этом 72 % потребителей считает, что количество организаций, предоставляемых услуги детского отдыха и оздоровления за последние 3 года не изменилось, 24 % - затруднились ответить, 4 % ответили, что количество организаций увеличилось.

На вопрос про уровень цен на данную услугу за последние 3 года 40 % потребителей считают, что не изменился, 36 % - затруднились ответить, 16 % - увеличился и 8 % - снизился.

На вопрос про качество услуги 56 % опрошенных считают, что возможность выбора не изменилась, 24 % - затруднились ответить, 16 % считают, что увеличилось, 4 % - снизилось.

На вопрос про возможность выбора услуги 64 % считают, что возможность выбора не изменилась, 24 % опрошенных затруднились ответить, 8 % опрошенных считают, что увеличилась и 4 % - снизилась.

6. Рынок медицинских услуг.

Большая часть опрошенных (56 %) считает, что количество организаций, оказывающих медицинские услуги достаточно, 40 % считает, что мало, 4 % - что нет совсем.

Уровнем цен на медицинские услуги скорее удовлетворены 52 % потребителей, 20 % - скорее не удовлетворены, 12 % - не удовлетворены, по 8 % - удовлетворены и затруднились ответить.

Качеством медицинских услуг 56 % опрошенных скорее удовлетворены, 16 % - не удовлетворены, 12 % - скорее не удовлетворены, по 8 % - удовлетворены и затруднились ответить.

На вопрос про возможность выбора 56 % опрошенных скорее удовлетворены, 16 % - не удовлетворены, 12 % - затруднились ответить, по 8 % - удовлетворены и скорее не удовлетворены.

32 % ответивших считают количество учреждений, оказывающих данные услуги за 3 года увеличилось, 28 % - не изменилось, 24 % - снизилось, 16 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 56 % потребителей, 24 % - считают, что увеличился, 12 % считают, что снизился, 8 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 60 % респондентов, 20 % считают, что снизилось, 16 % - улучшилось, 4 % - затруднились ответить.

Возможность выбора услуги не изменилась считают 48 % опрошенных, 36 % - считают, что увеличилась, 12 % - что снизилась, 4 % - затруднились ответить.

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

Подавляющее большинство опрошенных 88 % считают, что рынок розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами достаточно развит, 8 % считают, что организаций много, 4 % - мало.

Уровнем цен в розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 40 % респондентов скорее удовлетворены уровнем цен, по 20 % - удовлетворены и затруднились ответить, 12 % - не удовлетворены, 8 % - скорее не удовлетворены.

Качество услуг розничной торговли лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами оценили скорее удовлетворительно и не удовлетворительно по 28 % респондентов, 20 % - затруднились ответить, 16 % - удовлетворительно, 8 % - скорее не удовлетворительно.

Возможностью выбора в розничной торговле лекарственными препаратами медицинскими изделиями и сопутствующими товарами скорее удовлетворены 32 % покупателей, 28 % - удовлетворены, затруднились ответить на данный вопрос 20 % опрошенных, остались не удовлетворены 16 % опрошенных, 4 % - скорее не удовлетворены.

64 % ответивших считают, что количество предприятий розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами за последние 3 года увеличилось, 36 % - считают, что не изменилось.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 56 % потребителей, по 20 % -не изменился и затруднились ответить на данный вопрос, 4 % - снизился.

Качество услуги не изменилось считают 44 % респондентов, 40 % - считают, что увеличилось, 16 % - затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 48 % опрошенных, 28 % - считают, что не изменилась, 16 % - затруднились ответить на вопрос, 8 % - снизилось.

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

32 % опрошенных считает, что организаций, оказывающих подобные услуги в нашем округе мало, 24 % - нет совсем, 44 % - затруднились ответить на вопрос.

Уровень цен на данные услуги по 12 % отметили удовлетворительным и скорее не удовлетворительным, 8 % - скорее удовлетворительным, 68 % - затруднились ответить на вопрос.

Качеством услуг скорее не удовлетворены 16 % опрошенных, 12 % - удовлетворены, 8 % - скорее удовлетворены, 64 % - затруднились ответить.

Возможностью выбора 16 % опрошенных скорее не удовлетворены, 12 % - удовлетворены, 8 % - скорее удовлетворены, 64 % опрошенных затруднились в оценке.

24 % опрошенных считает, что за последние 3 года количество организаций не изменилось, 4 % - снизилось , 72 % - затруднились в оценке.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 28 % потребителей, 8 % - снизился, 4 % - увеличился и 60 % затруднились ответить на данный вопрос.

Качество услуги не изменилось считают 28 % потребителей, 8 % - снизилось, 4 % - увеличилось и 60 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 28 % потребителей, 8 % - снизилась, 4 % - увеличилась и 60 % - затруднились ответить на вопрос.

9. Рынок социальных услуг.

40 % опрошенных считает, что рынок социальных услуг достаточно развит, 32 % - мало, 8 % - что его нет совсем, 16 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на социальные услуги по 20,0 % опрошенных скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 8 % - не удовлетворены, 4 % - удовлетворены, 48 % опрошенных затруднились оценить данный показатель.

Качество социальных услуг оценили скорее не удовлетворительно 36 % респондентов, 8 % - оценили неудовлетворительно, по 4 % респондентов оценили удовлетворительно и скорее удовлетворительно, 48 % опрошенных затруднились оценить качество социальных услуг.

Возможностью выбора социальных услуг не удовлетворены 32 % потребителей, по 8 % - скорее удовлетворены и не удовлетворены, 4 % респондентов удовлетворены, затруднились ответить на данный вопрос 48 % респондентов.

60 % анкетированных отметили, что за последние 3 года рынок социальных услуг не изменился, по 4 % оценивают снижение и увеличение услуг, 32 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 36 % потребителей, 12 % считают, что уровень увеличился, 52 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 44 % респондентов, 12 % - качество услуги улучшилось и 44 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 36 %, 16 % - увеличилась, 48 % - затруднились ответить на вопрос.

10. Рынок ритуальных услуг.

56 % опрошенных считает, что таких услуг достаточно, по 12 % опрошенных ответили, что количество организаций, оказывающих такие услуги много, одновременно мало и затруднились ответить на вопрос, 8 % считают, что нет совсем.

Уровнем цен на данные услуги скорее удовлетворены 44 % потребителей, 20 % -скорее не удовлетворены, 8 % - не удовлетворены, 4 % - удовлетворены и 20 % - затруднились в ответе.

Качеством данного вида услуг скорее удовлетворены 32 %, скорее не удовлетворены 24 % потребителей, 20 %, - удовлетворены, затруднились ответить 24 % опрошенных.

Возможностью выбора данного вида услуг скорее удовлетворены 32 % опрошенных, по 24 % - удовлетворены, скорее не удовлетворены и затруднились ответить.

При этом большинство опрошенных 60 % считают, что количество организаций, предоставляющих данные услуги за последние 3 года не изменилось, 12 % считают, что увеличилось, 28 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 56 % потребителей, 20 % - не изменился, 24 - % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 68 % респондентов, 8 % считают, что улучшилось, 24 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 68 %, 8 % - увеличилась, 24 % - затруднились ответить.

11. Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии).

56 % опрошенных считает, что количество организаций в данной сфере услуг достаточно, 12 % опрошенным кажется, что мало услуг, 4 % - нет совсем, 28 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на данную услугу скорее не удовлетворены 40 % потребителей, скорее удовлетворены – 28 %, 16 % - скорее не удовлетворены, 4 % - удовлетворены, 12 % затруднились в оценке.

Качеством услуг рынка теплоснабжения скорее не удовлетворены 36 % ответивших, скорее удовлетворены 32 %, 12 % - не удовлетворены, 8 % - удовлетворены, 12 % - затруднились ответить.

Возможностью выбора 36 % скорее не удовлетворены, 20 % - скорее удовлетворены, 8 % - не удовлетворены, 4 % - удовлетворены, 32 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 48 % ответивших считают, что за 3 последних года количество организаций в данной сфере не изменилось, по 8 %, что увеличилось и снизилось, 36 % респондентов затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года считают, что не изменился 40 %, увеличился считают 36 % потребителей, снизился – 4 % и 20 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 72 % респондентов, по 4 % считают, что снизилось и увеличилось, 20 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 64 %, 8 % - увеличилась, снизилась - 4 %, 24 % затруднились ответить на вопрос.

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

32 % опрошенных считают количество организаций на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме достаточным, 20 % - мало, 16 % - их нет совсем, 32 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на данном рынке скорее не удовлетворены 36 % потребителей, скорее удовлетворены – 32 %, удовлетворены – 4 %, 28 % не смогли оценить уровень.

Качеством услуг на данном рынке скорее не удовлетворены - 32 % ответивших, скорее удовлетворены - 28 %, не удовлетворены - 12 %, удовлетворены - 4 % и затруднились ответить 24 % опрошенных.

Возможностью выбора скорее не удовлетворено 32 % опрошенных, 16 % респондентов скорее удовлетворены, 8 % - не удовлетворены, 4 % - удовлетворены, 40 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 44 % ответивших считают, что за 3 последних года, количество организаций в данной сфере не изменилось, по 8 % - снизилось и увеличилось и 40 % респондентов затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года считают, что увеличился 44 % потребителей, 40 % - не изменилось, 16 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 72 % респондентов, по 4 % считают, что снизилось и увеличилось, 20 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 64 %, по 4 % - снизилась и увеличилась, 28 % - затруднились ответить на вопрос.

13. Рынок поставки сжиженного газа в баллонах.

56 % опрошенных считает, что количество организаций в сфере достаточно, 4 % опрошенных кажется, что нет совсем, 40 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на данную услугу скорее не удовлетворены 36 % потребителей, 20 % - удовлетворены, 12 % потребителей не удовлетворены, 32 % затруднились в оценке.

Качеством поставки сжиженного газа в баллонах скорее удовлетворены 40 % ответивших, скорее не удовлетворены - 20%, не удовлетворены - 8 %, затруднились ответить 32 % опрошенных.

Возможностью выбора в данной сфере скорее удовлетворено - 48 % опрошенных, 16 % респондентов скорее не удовлетворены, 8 % - не удовлетворены, 28 % не смогли оценить возможность выбора.

При этом 64 % ответивших считают, что за 3 последних года количество организаций не изменилось, 16 %, что увеличилось и 20,0 % респондентов затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 48 % потребителей, 28 % - не изменился, 24 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 72 % респондентов, 4 % считают, что увеличилось, 24% - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 72 % респондентов, 4 % считают, что увеличилась, 24 % - затруднились ответить.

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

32 % опрошенных считает, что рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии представлен достаточным количеством организаций, 12% считает их мало, 4 % - нет совсем, 52 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на электрическую энергию скорее не удовлетворены 28 % потребителей, скорее удовлетворены - 24 %, удовлетворены 8 % опрошенных, 4 % - не удовлетворены, 36 % - затруднились ответить.

40 % опрошенных скорее не удовлетворены качеством предоставляемой услуги, 28 % - скорее удовлетворены, по 4 % - удовлетворены и не удовлетворены, 24 % - затруднились ответить.

Возможность выбора оценили скорее не удовлетворены 28 % респондентов, 20,0 % считает его скорее удовлетворительным, 8 % - удовлетворены возможностью выбора, 4 % - не удовлетворены и 40 % - затруднились ответить.

Наибольшая часть 48 % опрошенных считает, что за последние три года количество организаций, оказывающих куплю-продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии не изменилось, 4 % - увеличилось и 48 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 56 % потребителей, по 20 % - увеличился и затруднились ответить, 4 % - снизился.

Качество услуги не изменилось считают 72 % респондентов, 8 % считают, что снизилось, 20 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 72 % респондентов, 8 % считают, что снизилась, 20 % - затруднились ответить.

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

20 % 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, 8 % считает, что нет совсем, 4 % оценили, что их мало, 68 % - 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 28 % потребителей, скорее удовлетворены - 16 %, 4 % - не удовлетворены, 52 % - затруднились ответить.

28 % опрошенных скорее удовлетворены качеством предоставляемой услуги, 24 % - скорее не удовлетворены, 4 % - не удовлетворены, 44 % - затруднились ответить.

Возможностью выбора оценили скорее не удовлетворены 20 % респондентов, 8 % считает его скорее удовлетворительным, 4 % - не удовлетворены и 68 % - затруднились ответить.

Наибольшая часть 40,0 % 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, 4 % - увеличилось, 56 % - затруднились в ответе.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 52 % потребителей, 16 % - увеличился и затруднились ответить 32 %.

Качество услуги не изменилось считают 68 % респондентов, 32 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 68 %, 32 % - затруднились ответить на вопрос.

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

48 % опрошенных считает рынок достаточным, 32 % считает, что он представлен малым количеством организаций, 4 % считает рынок избыточным, 16 % респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок скорее удовлетворены 56 % потребителей, 12 % - не удовлетворены, 8 % респондентов скорее не удовлетворены, 4 % - удовлетворены и 20,0 % - затруднились в оценке.

Качеством услуг на данном рынке скорее удовлетворены 36 % потребителей, по 16 % - удовлетворены и скорее не удовлетворены, 12 % - не удовлетворены, 20 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены и скорее удовлетворены по 20 % респондентов, 16 % опрошенных скорее не удовлетворены, 4 % респондентов не удовлетворены и затруднились ответить 36,0 % респондентов.

76 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 16 % респондентов считают, что увеличилось, 8 % - снизилось.

Уровень цен за последние 3 года считают, что увеличился 36 % потребителей, 28 % - не изменился, 4 % - снизился и 32 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 52 % респондентов, 12 % считают, что увеличилось, 8 % - снизилось, 28 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 56 %, по 8 % - увеличилась и снизилась, 28 % - затруднились ответить на вопрос.

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

56 % считает рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок достаточным, 36 % считает, что он представлен малым количеством организаций, по 4 % респондентов отметили отсутствие данного рынка и одновременно избыточное количество организаций.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок скорее не удовлетворены 40 % потребителей, 32 % - скорее удовлетворены, 20 % респондентов не удовлетворены, 8 % - затруднились в оценке.

Качеством оказания услуг на данном рынке скорее удовлетворены 52 % потребителей, 24 % - не удовлетворены, 12 % - скорее не удовлетворены, 4 % - удовлетворены и 8 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора по 24 % респондентов скорее удовлетворены и не удовлетворены, по 8 % опрошенных удовлетворены и скорее не удовлетворены, 36 % респондентов затруднились ответить.

76 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 16 % респондентов считают, что увеличилось, 8 % - снизилось.

Уровень цен за последние 3 года считают, что увеличился 56 % потребителей, 32 % - не изменился, 4 % - снизился и 8 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 72 % респондентов, 12% считает, что снизилось, 4 % - увеличилось, 12 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 76 %, 12 % - снизилась, 4 % - увеличилась и 8 % - затруднились ответить на вопрос.

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

72 % считает, что рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Российской Федерации достаточным, по 8 % считает, что его нет совсем, рынок представлен малым количеством организаций и затруднились ответить на вопрос, 4 % - что рынок представлен избыточным количеством организаций.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Российской Федерации по 24 % скорее не удовлетворены, не удовлетворены и затруднились в оценке, 20 % респондентов скорее удовлетворены, 8 % - удовлетворены.

Качеством оказания услуг на данном рынке 28 % - скорее не удовлетворены, по 24 % - скорее удовлетворены и не удовлетворены, 20 % - затруднились оценить качество, 4 % - потребителей удовлетворены.

Возможностью выбора скорее не удовлетворены, 20 % респондентов не удовлетворены, 16 % опрошенных скорее удовлетворены, 8 % респондентов удовлетворены, затруднились ответить 24 % респондентов.

64 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 16 % респондентов оценивают, что увеличилось, 8 % считают, что снизилось и 12 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 44 % потребителей, 32 % - не изменился, 8 % - снизился и 16 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 64 % респондентов, 16 % считают, что снизилось, 4 % - увеличилось, 16 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 64 %, 16 % - снизилась, 20 % - затруднились ответить на вопрос.

19. Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств.

72 % считает рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств достаточным, 12 % - что он представлен малым количеством организаций, 4 % - избыточным, 12 % респондентов затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств скорее удовлетворены 44 % потребителей, 24 % - скорее не удовлетворены, 16 % респондентов не удовлетворены, по 8 % - удовлетворены и затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке 48 % потребителей скорее удовлетворены, 20 % - не удовлетворены, 16 % - скорее не удовлетворены, 4 % - удовлетворены, 12 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее удовлетворены 52 % респондентов, по 20 % опрошенных скорее не удовлетворены и не удовлетворены, по 4 % - удовлетворены и затруднились в ответе.

По 44 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось и увеличилось, 12 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 60 % потребителей, 12 % - не изменился, 4 % - снизился и 24 % - затруднились ответить.

Качество услуги 40 % считают, что увеличилось, не изменилось считают 32 % респондентов, 4 % - снизилось, 24 % - затруднились ответить.

Возможность выбора 48 % считают, что увеличилась, 24 % - не изменилась, 4 % считают, что снизилась и 24 % - затруднились ответить на вопрос.

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

68 % считает, что рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» достаточным, 24 % считает, что он представлен малым количеством организаций, по 4 % - 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» скорее не удовлетворены 32 % потребителей, 24 % - не удовлетворены, 12 % респондентов скорее удовлетворены, 4 % - удовлетворены и 28 % - затруднились в оценке.

Качеством оказания услуг на данном рынке скорее не удовлетворены и не удовлетворены по 28 % потребителей, 24 % - скорее удовлетворены, 4 % - удовлетворены и 16 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора по 28 % респондентов скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 24 % опрошенных скорее удовлетворены, 4 % - удовлетворены, затруднились ответить 16 % респондентов.

44 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 40 % респондентов оценивают, что увеличилось, по 8 % считают, что снизилось и затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 56 % потребителей, 16 % - не изменился, 4 % - снизился и 24 % затруднились ответить.

Качество услуги 36 % считают, что увеличилось, 28 % - не изменилось, 8 % респондентов, что снизилось, 28 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 36 %, 32 % - увеличилась, 4 % - снизилась и 28 % - затруднились ответить на вопрос.

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

36 % считает, что рынка жилищного строительства (за исключением Московского фонда реноваций жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) нет совсем, по 8 % - что рынок представлен достаточным количеством организаций и малым, 48 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке жилищного строительства (за исключением Московского фонда реноваций жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) скорее не удовлетворены 28 % потребителей, по 4 % респондентов удовлетворены и скорее удовлетворены, 56 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее не удовлетворены 32 % респондентов, 12 % - опрошенных удовлетворены, 56 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее не удовлетворены 28 % респондентов, по 8 % - опрошенных удовлетворены, скорее удовлетворены, не удовлетворены, затруднились ответить 48 % респондентов.

12 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, по 8 % респондентов оценивают, что снизилось и увеличилось, 72 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года 28 % потребителей считают, что не изменился, по 8 % - снизился и увеличился, 56 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 28 % респондентов, 16 % считают, что снизилось, 56 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 28 %, 8 % - снизилась, 4 % - увеличилась, 60 % - затруднились ответить на вопрос.

22. Рынок реализации сельскохозяйственной продукции.

28 % считает, что рынок реализации сельскохозяйственной продукции представлен достаточным количеством организаций, 24 % - малым количеством, 8 % считает, что их нет совсем и 40 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке реализации сельскохозяйственной продукции скорее удовлетворены 36 % потребителей, 24 % - скорее не удовлетворены, по 12 % респондентов удовлетворены и не удовлетворены, 16 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены по 28 % потребителей, 16 % - удовлетворены, 12 % - не удовлетворены и 16 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее не удовлетворены 24 % респондентов, 20,0 % опрошенных скорее удовлетворены, 16 % респондентов удовлетворены, 12 % - не удовлетворены, затруднились ответить 28 % респондентов.

56 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 12 % считают, что увеличилось, 8 % -снизилось, 24 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 76 %, 12 % - увеличился, снизился считают 4 % потребителей, 8 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 76 % респондентов, 8 % считают, что увеличилось, 4 % - снизилось, 12 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 68 %, 12 % считают, что снизилась, 4 % - увеличилась, 16 % - затруднились ответить на вопрос.

23. Рынок племенного животноводства.

68 % считает, что рынка племенного животноводства нет совсем, 32 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке племенного животноводства удовлетворены 20 % потребителей, по 8 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 4 % - не удовлетворены, 60,0 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 24 % потребителей, по 8 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, 60,0 % - затруднились в оценке.

Возможностью выбора довольны 20 % респондентов, по 8 % - скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены, затруднились ответить 64 % респондентов.

24 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, по 4 % - снизилось и увеличилось, 68 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 20 %, снизился - 4 % потребителей, 76 % - затруднились ответить.

Качество услуг увеличилось считают 16 %, считают, что не изменилось – 8 %, снизилось считают 4 % респондентов, 72 % - затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 16 %, 12 % - не изменилась, 4 % - снизилась, 68 % - затруднились ответить на вопрос.

24. Рынок семеноводства.

16 % считает, что рынка семеноводства нет совсем, 4 % считает, что представлен достаточным количеством организаций, 32 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке семеноводства скорее удовлетворены 16 % потребителей, 12 % - удовлетворены, 8 % - скорее не удовлетворены, 4 % - не удовлетворены и 60 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены 16 % потребителей, 12 % - удовлетворены, 8 % - скорее не удовлетворены, 4 % - не удовлетворены и 60 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены и скорее удовлетворены по 16 % респондентов, по 4 % опрошенных скорее не удовлетворены и не удовлетворены, затруднились в ответе 60 % респондентов.

24 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок не изменилось, 24 % считают, что снизилось и 72 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 28 % опрошенных, 8 % - снизился, 4 % - считают, что не изменился и 60 % - затруднились ответить.

Качество услуги увеличилось считают 24 % потребителей, по 8 % - не изменилось и снизилось, 60 % - затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 24 % потребителей, по 8 % - не изменилась и снизилась, 60 % - затруднились ответить.

25. Рынок вылова водных биоресурсов.

52 % считает, что рынка вылова водных биоресурсов нет совсем, 4 % считает, что представлен малым количеством организаций и 44 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке вылова водных биоресурсов удовлетворены и скорее не удовлетворены по 16 % потребителей, 4 % - скорее удовлетворены и 64 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены и скорее не удовлетворены по 16 % потребителей, 4 % - скорее удовлетворены и 64 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора 16 % респондентов удовлетворены, 12 % - скорее не удовлетворены, 8 % опрошенных скорее удовлетворены, затруднились ответить 64 % респондентов.

20 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 8 % считают, что снизилось, 4 % - увеличилось и 68 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 16 % потребителей, 12 % -увеличился, 8 % - снизился и 64 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 24 % респондентов, 8 % считают, что снизилось, 4 % - увеличилось, 64 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 16 %, 12 % - снизилась, 8 % -увеличилась, 64 % - затруднились ответить на вопрос.

26. Рынок переработки водных биоресурсов.

56 % считает, что рынка переработки водных биоресурсов нет совсем и 44 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке переработки водных биоресурсов скорее не удовлетворены 16 % потребителей, удовлетворены – 12 %, 4 % - скорее удовлетворены и 68 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены 16 % потребителей, 12 % - скорее не удовлетворены, 8 % - скорее удовлетворены, 64 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора 16 % респондентов удовлетворены, 12 % - скорее удовлетворены, 8 % респондентов скорее не удовлетворены, затруднились ответить 64 % респондентов.

20 % анкетируемых ответили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 8 % считают, что снизилось и 72 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 20 % опрошенных, по 8 % - считают снизился и увеличился и 64 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 20 % респондентов, 12 % считают, что снизилось, 4 % - увеличилось, 64 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 16 %, 12 % - снизилась, 8 % -увеличилась, 64 % - затруднились ответить на вопрос.

27. Рынок товарной аквакультуры.

56 % считает, что рынка товарной аквакультуры нет совсем и 44 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке товарной аквакультуры удовлетворены, скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены по 12 % потребителей, 64 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке удовлетворены, скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены по 12 % потребителей, 64 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее удовлетворены 16 % респондентов, затруднились в ответе 64 % респондентов.

20 % анкетируемых ответили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 8 % считают, что снизилось и 73 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 20 % потребителей, 8 % - и снизился, 4 % - увеличился и 68 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 24 % респондентов, 8 % считают, что снизилось, 4 % - увеличилось, 64 % - затруднились ответить.

Возможность выбора 20 % считают, что не изменилась, по 8 % - снизилась и увеличилась, 64 % - затруднились ответить на вопрос.

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

56 % считает, что рынка добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, нет совсем, 4 % считает, что рынок представлен избыточным количеством организаций и 40 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения скорее удовлетворены 16 % потребителей, 12 % респондентов удовлетворены и 72 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены 16 % потребителей, 12 % респондентов удовлетворены и 72 % - затруднились в оценке.

Возможностью выбора удовлетворены и скорее удовлетворены по 12 % респондентов, 4 % опрошенных скорее не удовлетворены, затруднились ответить 72 % респондентов.

16 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 4 % считают, что снизилось и 80,0 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 20 % потребителей, 8 % - считают, что снизился, 4 % - не изменился и 68 % - затруднились ответить.

Качество услуги увеличилось считают 20 % потребителей, 8 % - считают, что снизилось, 4 % - не изменилось и 68 % - затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 16 % потребителей, 12 % - считают, что снизилась, 4 % - не изменилась и 68 % - затруднились ответить на вопрос.

29. Рынок нефтепродуктов.

24 % считает, что рынка нефтепродуктов достаточным количеством организаций, 12 % считает, что рынка нет совсем, 8 % - представлен малым количеством, 56 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке нефтепродуктов скорее удовлетворены 28 % потребителей, 12 % респондентов удовлетворены, 8 % - скорее не удовлетворены, 4 % - не удовлетворены, 48 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены 16 % потребителей, по 12 % респондентов удовлетворены, скорее не удовлетворены и не удовлетворены, 48 % - затруднились в оценке.

Возможностью выбора скорее удовлетворены 24 % респондентов, по 12 % опрошенных удовлетворены, скорее не удовлетворены и не удовлетворены, затруднились ответить 40 % респондентов.

32 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, по 4 % считают, что снизилось и увеличилось, 60 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 24 %, увеличился считают 20 % потребителей, 8 % - снизился, 48 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 44 % респондентов, 8 % считают, что снизилось, 48 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 40 %, 8 % - снизилась, 52 % - затруднились ответить на вопрос.

30. Рынок легкой промышленности.

28 % считает, что рынка легкой промышленности нет совсем, 23,3 % считает, что рынок представлен достаточным количеством организаций, 24 % респондентов – малым количеством, 12 % - достаточным количеством организаций и 36 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке легкой промышленности скорее не удовлетворены 16 % потребителей, по 12 % респондентов удовлетворены, скорее удовлетворены и не удовлетворены и 48 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее не удовлетворены 28 % потребителей, 12 % респондентов скорее удовлетворены, 8 % потребителей удовлетворены, 4 % - не удовлетворены и 48 % - затруднились в оценке.

Возможностью выбора скорее не удовлетворены 20 % респондентов, 12 % опрошенных удовлетворены, по 8 % респондентов скорее удовлетворены и не удовлетворены, затруднились ответить 52 % респондентов.

48 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, по 4 % - снизилось и увеличилось, 44 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 40 % потребителей, по 8 % считают, что снизился и увеличился, 44 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 40 % респондентов, 12 % считают, что снизилось, 48 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 40 %, 12 % - снизилась, 48 % - затруднились ответить на вопрос.

31. Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева.

56 % опрошенных считают, что рынок обработки древесины и производства изделий из дерева, представлен достаточным количеством организаций, 20 % - малым количеством организаций, 4 % - избыточным количеством и 20 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева скорее удовлетворены 32 % потребителей, 20 % респондентов не удовлетворены, 12 % потребителей скорее не удовлетворены, 36 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены 40 % потребителей, 24 % - скорее не удовлетворены, 16 % - не удовлетворены, 20 % затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее удовлетворены 40 % потребителей, 24 % - скорее не удовлетворены, 20 % - не удовлетворены, 16 % затруднились оценить качество.

40 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, 32 % считают, что увеличилось, 8 % считают, что уменьшилось и 20 % затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года увеличился считают 40 % потребителей, 24 % - не изменился, 8 % - снизился и 28 % - затруднились ответить.

Качество услуги увеличилось считают 36 % респондентов, 28 % - не изменилось, 8 % потребителей считают, что снизилось, 28 % - затруднились ответить.

Возможность выбора увеличилась считают 36 %, 28 % - не изменилась, 8% - снизилась и 28 % - затруднились ответить на вопрос.

32. Рынок производства кирпича.

60 % считает, что рынка производства кирпича нет совсем, 4 % считает, что рынок представлен достаточным количеством организаций, 36 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке производства кирпича скорее не удовлетворены 20,0 % потребителей, 8 % респондентов скорее удовлетворены, 4 % потребителей - не удовлетворены, 64 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее не удовлетворены - 20 % потребителей, 8 % - скорее удовлетворены, 4 % - не удовлетворены, 68 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора скорее не удовлетворены - 20 % потребителей, 8 % - скорее удовлетворены, 4 % - не удовлетворены, 68 % - затруднились ответить на вопрос.

20 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, по 4 % считают, что снизилось и увеличилось, 72 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился и снизился считают по 8 % потребителей и 84 % затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось и снизилось считают по 8 % потребителей, и 84 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась и снизилась считают по 8 % потребителей и 84 % - затруднились ответить.

33. Рынок производства бетона.

52 % считает, что рынка производства бетона нет совсем, 8 % респондентов считают, что рынок представлен достаточным количеством организаций, 4 % считает, малым количеством организаций, 36 % - затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке производства бетона скорее не удовлетворены 12 % потребителей, 8 % респондентов скорее удовлетворены, 4 % потребителей - не удовлетворены, 76 % - затруднились в оценке.

Качеством товаров на данном рынке скорее удовлетворены 12 % потребителей, 8 % - скорее не удовлетворены, 4 % респондентов - не удовлетворены и 76 % - затруднились оценить качество.

Возможностью выбора удовлетворены 12 % потребителей, скорее удовлетворены - 8 %, 4 % опрошенных скорее не удовлетворены, затруднились ответить 76 % респондентов.

20 % анкетируемых отметили, что за последние три года количество организаций, представляющих данный рынок, не изменилось, по 4 % считают, что уменьшилось и увеличилось, 72 % - затруднились ответить.

Уровень цен за последние 3 года не изменился считают 4 % потребителей, 8 % - снизился и 88 % - затруднились ответить.

Качество услуги не изменилось считают 4 % респондентов, 8 % считают, что снизилось, 88 % - затруднились ответить.

Возможность выбора не изменилась считают 4 %, снизилась - 8 % респондентов и 88 % - 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 4 % - лекарственные средства, электроэнергия, услуги по образованию;

8% - продукты питания;

12 % - коммунальные услуги;

68 % - 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 4 % - лекарственные средства, хлебобулочные изделия, услуги ЖКХ, продукты питания;

по 8 % - овощи, мясная продукция;

68 % - 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 муниципальном округе***

| Наименование услуг естественных монополий | Удовлетво-рительно | Скорее удовлетво-  рительно | Скорее не удовлетво-  рен | Не удовлетворен | Затрудняюсь ответить |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Водоснабжение, Водоотведение | 16,0 | 64,0 | 12,0 | 4,0 | 4,0 |
| Водоочистка | 4,0 | 24,0 | 16,0 | 12,0 | 44,0 |
| Газоснабжение | 48,0 | 44,0 | 4,0 |  | 4,0 |
| Электроснабжение | 32,0 | 60,0 | 4,0 |  | 4,0 |
| Теплоснабжение | 24,0 | 32,0 | 4,0 |  | 40,0 |
| Телефонная связь | 36,0 | 28,0 | 12,0 | 4,0 | 20,0 |

Часть населения скорее не удовлетворена (16 %) услугами водоочистки.

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



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

24 % респондентов столкнулись с навязыванием дополнительных услуг; 12 % потребителей столкнулись с проблемами с заменой приборов учета; 8 % потребителей столкнулись с взимание дополнительной платы; 52 % - 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: 32 % потребителей оценили удовлетворительно, 28 % - скорее удовлетворительно, 4 % - неудовлетворительно, 36 % - затруднились ответить.

Уровень понятности информации: по 28 % потребителей оценили удовлетворительно и скорее удовлетворительно, 4 % - оценили неудовлетворительно и 40 % затруднились в ответе.

Уровень получения информации: по 28 % потребителей оценили удовлетворительно и скорее удовлетворительно, 4 % - оценили неудовлетворительно и 40 % затруднились в ответе.

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

Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрение Стандарта в регионе: 40% потребителей оценили скорее удовлетворительно; 8 % - удовлетворительно и затруднились ответить 52 % респондентов.

Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе: 40 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, 8 % -удовлетворительно, 4 % - скорее неудовлетворительно и затруднились ответить 48 % респондентов.

Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона: 40 % респондентов оценили скорее удовлетворительно, по 8 % - удовлетворительно и скорее неудовлетворительно, 4 % - неудовлетворительно и затруднились ответить 40 % респондентов.

Обеспечение доступности «дорожной карты» региона: 36 % потребителей оценили скорее удовлетворительно, по 8 % - удовлетворительно и неудовлетворительно, 4 % - скорее неудовлетворительно, затруднились ответить 44 % респондентов.

Доступность информации о проведении обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона: скорее удовлетворительно оценили 28 % потребителей, 12 % - удовлетворительно, 8 % - скорее неудовлетворительно,4 % - неудовлетворительно и затруднились ответить 48 % респондентов.

Доступность информации проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе: скорее удовлетворительно оценили 44 % потребителей, по 8 % - удовлетворительно и скорее неудовлетворительно, 4 % - неудовлетворительно, затруднились ответить 36 % респондентов.

**Источники информации о состоянии конкурентной среды**

Больше всего 68 % ответивших потребителей предпочитают печатные средства массовой информации; 64 % - «телевидение»; 60 % предпочитают пользоваться официальной информацией, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; 40 % - информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; 36 % - специальными блогами, порталами и прочими электронными ресурсами; по 28 % - официальной информацией, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации и «радио»; 24 % -

официальной информацией, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы.

Больше всего 44 % потребителей доверяют официальной информации, размещенной на сайте Федеральной антимонопольной службы; по 24 % - официальной информации, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и источнику информации «телевидение»; по 20 % - информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также доверяют печатным средствам массовой информации; 16 % - официальной информации, размещенной на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации; 12 % - специальным блогам, порталам и прочим электронным ресурсам; 8 % - «радио».

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

100 % потребителей не обращались в надзорные органы.

**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 42 респондента Лихославльского муниципального округа Тверской области. 71,4 % опрощенных женщины и 28,6 % - мужчины.

Возрастная структура опрошенных представлена на рисунке. 33,3 % опрошенных в возрасте от 45-54 лет; 23,8 % - в возрасте от 35-44 лет; 21,4 % - от 55-64 лет; 11,9 % - от 25 – 34 лет; по 4,8 % - от 18-24 лет и 65 и старше.



По социальному статусу: 71,3 % респондентов - работают, 7,1 % - пенсионеры, по 4,8 % - студенты, домохозяйки (домохозяин), самозанятые, предприниматели, 2,4 % - безработные.

40,5 % респондентов имеют среднее профессиональное образование; 33,3 % - высшее образование - специалитет, магистратура; 11,9 % опрошенных имеют высшее образование – бакалавриат; 9,5 % - среднее общее образование; по 2,4 % - основное общее образование и высшее образование-подготовка кадров высшей квалификации.

На вопрос «Есть ли у Вас дети?» 33,3 % имеет 2 детей, 31 % имеют одного ребенка, 21,4 % - нет детей, 14,3 % имеют троих и более детей.

На вопрос о материальном положении семьи: 40,5 % 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»; 26,2 % ответили «в случае необходимости мы можем легко купить бытовую технику и без привлечения заемных средств, но автомобиль для нас- роскошь»; 23,8 % ответили «у нас достаточно денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема», 9,5 % ответили «мы можем позволить себе очень многое, но в ближайшем будущем не смогли бы самостоятельно накопить даже на однокомнатную квартиру».

**II Востребованность финансовых услуг**

**2.1. Финансовые продукты**

У 28,6 % респондентов имеются сейчас банковские вклады; 9,5 % респондентов пользовались ими последние 12 месяцев; 61,9 % - не использовали их последние 12 месяцев.

100 % респондентов не использовали за последние 12 месяцев займ в микрофинансовой организации.

Займ в кредитном потребительском кооперативе имеется сейчас у 2,4 % опрошенных, пользовались за последние 12 месяцев – 2,4 %, 95,2 % - не использовали за последние 12 месяцев.

Договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе имеется сейчас у 2,4 % опрошенных, 97,6 % - не использовали за последние 12 месяцев.

Индивидуальный инвестиционный счет по 2,4 % респондентов имеется сейчас и использовали за последние 12 месяцев, 95,2 %- не использовали за последние 12 месяцев.

Инвестиционное страхование жизни 2,4 % опрошенных имеют сейчас, 97,6 % - не использовали за последние 12 месяцев.

Брокерский счет по 2,4 % респондентов имеется сейчас и использовали за последние 12 месяцев, 95,2 %- не использовали за последние 12 месяцев

Вложение средств в паевой инвестиционный фонд 2,4 % опрошенных имеют сейчас, 97,6 % - не использовали за последние 12 месяцев.

**2.2. Причины отсутствия данных продуктов**

42,9 % респондентов ответили недостаточно свободных денег; по 7,1 % - не доверяют финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства и данными услугами уже пользуются другие члены семьи; 4,8 % - ответили, что ставка слишком низкая, 2,4 % - ответили, что используют другие способы размещения свободных денежных средств (недвижимость, покупка украшений, антиквариата).

**2.3. Каким финансовым продуктов пользовались**

26,2 % респондентов использовали иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом, 19,0 % - использовали кредитный лимит по кредитной карте, 11,9 % - онлайн-кредит в банке.

По 2,4 % респондентов не имеют сейчас, но использовали за последние 12 месяцев онлайн-кредит в банке, использовали кредитного лимита по кредитной карте.

**2.4. Причины отсутствия финансовых продуктов.**

33,3 % респондентов высказались, что не любят кредиты/не хочу жить в долг; 16,7 % - нет необходимости в заемных средствах, 14,3 % ответили, что процентная ставка слишком высокая, 2,4 % - используют другие способы получить заем.

**2.5. Какими платежными картами вы пользовались**

**за последние 12 месяцев**

73,8 % опрошенных ответили, что пользуются зарплатной картой (банковской картой, предназначенная для выплаты сотруднику заработной платы и других денежных начислений); 14,3 % пользуются расчетной (дебетовой) картой для получения пенсий и иных социальных выплат; 21,4 % - другой расчетной (дебетовой) картой, кроме зарплатной или для получения пенсий и иных социальных выплат; 35,7 % пользуются кредитной картой, а 2,4 % 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**

71,4 % опрошенных ответили, что не пользовались последние 12 месяцев текущим счетом; 16,7 % - имеется сейчас и 11,9 % - 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: 73,8 % респондентов денежными переводами/платежами через мобильный банк с помощью специального приложения; по 61,9 % - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер) и денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью планшета или смартфона; 47,6 % - денежными переводами/платежами через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона с помощью отправки смс на короткий номер.

Не пользовались: 52,4 % - денежными переводыами/платежами через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона с помощью отправки смс на короткий номер; по 38,1 % - денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер) и денежными переводами/платежами через интернет-банк с помощью планшета или смартфона; 26,2 % - денежными переводами/платежами через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета.

**2.9. Причины отсутствия этих видов дистанционного доступа**

4,8 % - не обладают навыками использования таких технологий; 2,4 % - нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона.

**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 4,8 % респондентов.

Другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование; добровольное имущественное страхование) имеется у 14,3 % 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) 95,2 % респондентов;

- другое добровольное страхование, кроме страхования жизни (добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, медицинское страхование; добровольное имущественное страхование) 85,7 % 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 - 100 % респондентов.

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

33,3 % - не видят смысла в страховании, 26,2 % - стоимость страхового полиса слишком высокая, по 9,5 % - договор добровольного страхования есть у других членов семьи и из-за других невыгодных условий страхового договора; 4,8 % - не доверяют страховым организациям.

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

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

Банками полностью скорее удовлетворены – 54,8 %, полностью удовлетворены – 21,5 %, 9,5 % - не сталкивались, по 7,1 % - не удовлетворены и скорее не удовлетворены.

Микрофинансовыми организациями: 81,0 % - не сталкивались, 11,8 % - полностью не удовлетворены, 4,8 % - скорее не удовлетворены и 2,4 % - полностью удовлетворены. Кредитными потребительскими кооперативами 95,2 % - не сталкивался, по 2,4 % - скорее не удовлетворены и скорее удовлетворены.

Ломбардами 4,8 % - скорее не удовлетворены; 95,2% - не сталкивались.

Субъектами страхового дела 19,0 % - скорее удовлетворены, 11,9 % - полностью удовлетворены, по 2,4 % - скорее не удовлетворены и полностью не удовлетворены и 64,3 % - не сталкивались.

С сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами 100 % опрошенных не сталкивались.

Негосударственными пенсионными фондами 9,5 % - скорее удовлетворены, 4,8 % -скорее не удовлетворены, 85,7 % - не сталкивались.

С брокерами 100 % респондентов не сталкивались.

**3.2. Насколько вы доверяете финансовым организациям**

Банками полностью не доверяю – 2,4 % респондентов; скорее не доверяю – 21,4 %; скорее доверяю – 59,5 %; полностью доверяю – 11,9 % и 4,8 % не сталкивались.

Микрофинансовыми организациями полностью не доверяю – 11,9 % респондентов; скорее не доверяю – 7,1 %; скорее доверяю – 2,4 %; полностью доверяю – 2,4 % и 76,2 % не сталкивались.

Кредитными потребительскими кооперативами полностью не доверяю – 4,8 % респондентов; скорее не доверяю – 4,8 %; скорее доверяю – 2,4 %; 88,0 % не сталкивались.

Ломбардами полностью не доверяю – 4,8 % респондентов; скорее не доверяю – 7,1 %; скорее доверяю – 2,4 %; 85,7 % не сталкивались.

Субъектами страхового дела полностью не доверяю – 4,8 % респондентов; скорее не доверяю – 4,8 %; скорее доверяю – 21,4 %; полностью доверяю – 14,3 % и 54,7 % не сталкивались.

Сельскохозяйственными кредитными потребительскими кооперативами полностью не доверяю – 4,8 % респондентов; скорее не доверяю – 4,8 %; скорее доверяю – 2,4 % и 88,0 % не сталкивались.

Негосударственными пенсионными фондами полностью не доверяю – 7,1 % респондентов; скорее не доверяю – 4,8 %; скорее доверяю – 9,5 %; полностью доверяю – 2,4 % и 76,2 % не сталкивались.

Брокеры полностью не доверяю – 4,8 % респондентов; скорее не доверяю – 4,8 %; скорее доверяю – 2,4 % и 88,0 % не сталкивались.

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

1. Банки.

1.1.Кредиты: полностью не удовлетворены – 11,9 %; скорее не удовлетворены – 21,4 %; скорее удовлетворены – 38,1 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 26,2 %.

1.2.Вклады: полностью не удовлетворены – 7,1 %; скорее не удовлетворены – 19,0 %; скорее удовлетворены – 26,2 %, полностью удовлетворены – 14,3 %, не сталкивались – 33,4 %.

1.3.Расчетные карты, включая зарплатные: полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 59,4 %, полностью удовлетворены – 16,7 %, не сталкивались – 16,7 %.

1.4.Кредитные карты: полностью не удовлетворены – 11,9 %; скорее не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 38,1 %, полностью удовлетворены – 7,1 %, не сталкивались – 38,1 %.

1.5.Переводы и платежи: полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 57,1 %, полностью удовлетворены – 38,1 %.

2. Микрофинансовые организации.

2.1.Займы в микрофинансовых организациях полностью не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 90,4 %.

2.2.Размещение средств в форме договора займа полностью не удовлетворены - 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 % и 95,2 % не сталкивались.

3. Кредитные потребительские кооперативы.

3.1.Займы в кредитных кооперативах полностью не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 4,8 %, не сталкивались – 90,4 %.

3.2.Размещение средств в форме договора займа в кредитных кооперативах полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 95,2 %.

4. Ломбарды.

4.Займы в ломбардах: полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 95,2 %.

5. Субъекты страхового дела.

5.1.Добровольное страхование жизни полностью не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 9,5 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 83,3 %.

5.2.Другое добровольное страхование: полностью не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 4,8 %, полностью удовлетворены – 4,8 %, не сталкивались – 85,6 %.

5.3.Обязательное медицинское страхование: полностью не удовлетворены – 4,8 %; скорее не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 45,2 %, полностью удовлетворены – 21,4 %, не сталкивались – 23,8 %.

5.4.Другое обязательное страхование полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 19,0 %, полностью удовлетворены – 7,2 %, не сталкивались – 69,0 %.

6. Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы.

6.1.Займы в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 не сталкивались – 95,2 %.

6.2.Размещение средств в форме договора займа в сельскохозяйственных кредитных кооперативах полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 95,2 %.

7. Негосударственные пенсионные фонды.

7.1.Обязательное пенсионное страхование полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 11,9 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 78,5 %.

7.2.Негосударственное пенсионное обеспечение полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 7,1 не сталкивались – 88,1 %.

8. Брокеры.

8.1. Индивидуальные инвестиционные счета полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 95,2 %.

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

- количество и удобство расположения банковских отделений: полностью не удовлетворены – 11,9 %; скорее не удовлетворены – 9,5 %; скорее удовлетворены – 59,5 %, полностью удовлетворены – 7,2 %, не сталкивались – 11,9 %;

- качеством дистанционного банковского обслуживания: полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 7,1 %; скорее удовлетворены – 54,8 %, полностью удовлетворены – 19,0 %, не сталкивались – 16,7 %;

- имеющимся у Вас выбором различных банков для получения услуг: полностью не удовлетворены – 11,9 %; скорее не удовлетворены – 33,4 %; скорее удовлетворены – 21,4 %, полностью удовлетворены – 11,9 %, не сталкивались – 21,4 %;

- количество и удобство расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных кооперативов: по 2,4% полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены, скорее удовлетворены и полностью удовлетворены; не сталкивались – 90,4 %;

- имеющимся у Вас выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных кооперативов для получения необходимых услуг: по 2,4 % - скорее не удовлетворены, скорее удовлетворены и полностью удовлетворены; не сталкивались – 92,8 %;

- количеством и удобством расположения субъектов страхового дела: скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 42,8 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 52,4 %;

- имеющимся у Вас выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам страховых услуг: полностью не удовлетворены – 2,4 %; скорее не удовлетворены – 19,0 %; скорее удовлетворены – 26,2 %, полностью удовлетворены – 4,8 %, не сталкивались – 47,6 %;

- количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов: скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 4,8 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 90,4 %;

- имеющимся у Вас выбором различных негосударственных пенсионных фондов для получения услуг: скорее не удовлетворены – 4,8 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, полностью удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 90,4 %;

- количеством и удобством расположения брокеров: скорее не удовлетворены – 2,4 %; скорее удовлетворены – 2,4 %, не сталкивались – 95,2 %;

- имеющимся у Вас выбором различных брокеров для получения брокерских услуг: по 2,4 % - полностью не удовлетворены, скорее не удовлетворены и скорее удовлетворены, не сталкивались – 92,8 %;

- качеством интернет-связи: полностью не удовлетворены – 11,9 %; скорее не удовлетворены – 21,4 %; скорее удовлетворены – 47,6 %, полностью удовлетворены – 11,9 %, не сталкивались – 7,2 %;

- качеством мобильной связи: полностью не удовлетворены – 9,5 %; скорее не удовлетворены – 19,1 %; скорее удовлетворены – 50,0 %, полностью удовлетворены – 11,9 %, не сталкивались – 9,5 %.

**3.5. Характеристика каналов предоставления финансовых услуг**

**-** Касса в отделении банка: 45,2 % респондентов оценили доступ к данному каналу легко доступно, 28,6 % - практически не доступно, 16,7 % - доступно; 7,1 % - скорее доступно; 2,4 % - скорее не доступно.

50,0 % респондентов оценили доступ к данному каналу быстрый; 23,9 % - на доступ тратят много времени; 11,9 % - достаточно быстрый; по 7,1 % - скорее не много времени и скорее много времени.

- Банкомат или терминал в отделении банка: 47,6 % респондентов оценили доступ к данному каналу легко доступно, 28,6 % - практически не доступно, 11,9 % - доступно; 7,1 % - скорее не доступно; 4,8 % - скорее доступно.

57,3 % респондентов оценили доступ к данному каналу быстрый; 19,0 % - на доступ тратят много времени; 9,5 % - скорее много времени; по 7,1 % - достаточно быстрый и скорее не много времени.

- Банкомат или терминал вне отделения банка: 45,2 % респондентов оценили доступ к данному каналу легко доступно, 28,7 % - практически не доступно, 11,9 % - доступно; по 7,1 % - скорее не доступно и скорее доступно.

52,5 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 19,0 % - достаточно быстрый, по 9,5 % тратят скорее не много времени, скорее много времени и много времени.

- РОS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг): 45,2 % - легко доступно, 23,9 % респондентов ответили доступно, 14,3 % - практически не доступно, 9,5 % - скорее не доступно; 7,1 % - скорее доступно.

50 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 23,8 % на доступ тратят много времени, 14,3 % - скорее много времени, 7,1 % - скорее не много времени; 4,8 % -достаточно быстрый.

- Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг): 45,2 % - легко доступно, 31,0 % респондентов ответили доступно, 14,3 % - практически не доступно, 7,1 % - скорее не доступно; 2,4 % - скорее доступно.

59,6 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 16,7 % - на доступ тратят много времени, 9,5 % - скорее много времени, по 7,1 % - достаточно быстро и скорее немного времени.

- Отделение почтовой связи: 61,9 % - легко доступно, по 11,9 % - скорее .доступно и скорее не доступно, 9,5 % - доступно.

54,8 % респондентов оценили доступ к данному каналу, как быстрый, 19,0 % -достаточно быстрый, 14,3 % - на доступ тратят много времени, 7,1 % - скорее много времени, 4,8 % - скорее не много времени.