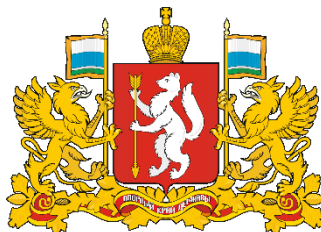


МИНИСТЕРСТВО ИНВЕСТИЦИЙ И РАЗВИТИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ



**Результаты
мониторинга состояния
и развития конкуренции
на товарных рынках
Свердловской области
по итогам 2023 года**

ЕКАТЕРИНБУРГ
2024 год

Мониторинг состояния и развития конкуренции на товарных рынках Свердловской области по итогам 2023 года проведен в соответствии с требованиями раздела VI Стандарта и приказом Минэкономразвития России от 11.03.2020 № 130 «Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации».

При проведении мониторинга использованы:

1) результаты опросов субъектов предпринимательской деятельности, а также потребителей товаров, работ и услуг, проведенных на официальном сайте Уполномоченного органа, отраслевыми исполнительными органами государственной власти Свердловской области и органами местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области;

2) информация, представленная профильными исполнительными органами государственной власти Свердловской области.

1. Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности

В рамках мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды в опросе принял участие 1902 субъект предпринимательской деятельности. Число респондентов, участвующих в опросах по каждому товарному рынку, представлено на рисунке 1.1.

Большая часть респондентов (9,2%) указали в качестве рынка осуществления деятельности рынки, не входящие в утвержденный региональный перечень товарных рынков для содействия развитию конкуренции.

Оставшиеся респонденты распределились следующим образом: большая часть респондентов (8%) осуществляют свою деятельность на рынке ритуальных услуг, 7,9% – на рынке общественного питания, 7% – на рынке парикмахерских и косметических услуг, 6,2% – на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, 3,3% – на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, 3% – на рынке социальных услуг, 2,9% – на рынке физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг), 2,8% – на рынке нефтепродуктов, 2,4% – на рынке услуг дополнительного образования детей и рынке туристских услуг, 2,3% – на рынке туристических услуг, 2,1% – на рынке легкой промышленности, рынке общего образования и рынке услуг дошкольного образования. Доля респондентов, функционирующих на других рынках, включенных в региональный перечень, составила менее 2%.



Рисунок 1.1. Распределение респондентов, участвующих в опросах субъектов предпринимательской деятельности, по товарным рынкам, единиц

По результатам опроса субъектов предпринимательской деятельности об уровне конкуренции в сферах, в которых они осуществляют свою деятельность, 36% респондентов отметили умеренный уровень конкуренции на своем товарном рынке (в 2022 году их доля составила 34%), высокий уровень конкуренции отметили 24% респондентов (в 2022 году – 27%) и 21% – очень высокий уровень конкуренции. По мнению 6% респондентов на рынке их присутствия конкуренция отсутствует (в 2022 году – 6%) и 5% отметили слабую конкуренцию на своем товарном рынке (рисунок 1.2.). Полученные результаты демонстрируют рост числа предпринимателей, которые отмечают умеренный уровень конкуренции, при этом снижается доля респондентов, отмечающих отсутствие конкуренции на своем товарном рынке.

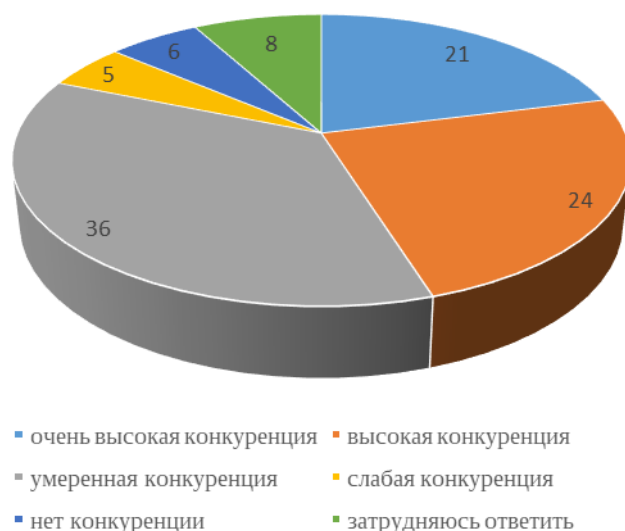


Рисунок 2.3.9. Распределение респондентов по оценке уровня конкуренции на рынке, процентов

В 2023 году очень высокий уровень конкуренции отмечен на рынках:

- 1) выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (55%);
- 2) услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (43%);
- 3) услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (40%);
- 4) парикмахерских и косметических услуг (36%);
- 5) разработки компьютерного программного обеспечения (30%).

В 2023 году высокий уровень конкуренции отмечен на рынках:

- 1) ритуальных услуг (90%);
- 2) разработки компьютерного программного обеспечения (67%);
- 3) производства машин и оборудования общего назначения (42%);
- 4) производства электрического оборудования (51%);
- 5) вылова водных биоресурсов (50%);
- 6) нефтепродуктов (48%);
- 7) народных художественных промыслов (45%).

В 2022 году высокий уровень конкуренции отмечался на рынках образования, промышленного производства, услуг для населения и бизнеса, пассажирских перевозок.

В 2023 году умеренный уровень конкуренции преобладает на следующих рынках:

- 1) переработки водных биоресурсов (100%);
- 2) производства машин и оборудования для сельского и лесного хозяйства (100%);
- 3) добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (100%);
- 4) теплоснабжения (производство тепловой энергии) (80%);
- 5) семеноводства (70%).

В 2022 году высокая доля респондентов, оценивающих уровень конкуренции как умеренный, приходилась на рынки племенного животноводства, а также услуг в сфере образования и культуры.

В 2023 году слабая конкуренция отмечена на рынках:

- 1) добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (100%);
- 2) поставки сжиженного газа в баллонах (50%);
- 3) в сфере культуры (45%);
- 4) производства автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов (40%);
- 5) общественного питания (40%);
- 6) среднего профессионального образования (40%).

Кроме того, в 2023 году, по мнению респондентов, реальная конкуренция отсутствовала на рынках лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, среднего профессионального образования; лесозаготовки.

Отсутствие конкуренции в 2022 году отмечалось на рынке теплоснабжения, социальных услуг, физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг).

Таким образом, по итогам мониторинга оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности можно сделать вывод, что в 2023 году, также как и в 2022 году высокий уровень конкуренции сохраняется на рынках промышленного производства, услуг для населения и бизнеса, пассажирских перевозок, низкий уровень конкуренции сохраняется на рынках добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, социальных услуг, общего образования (рисунок 1.3.).

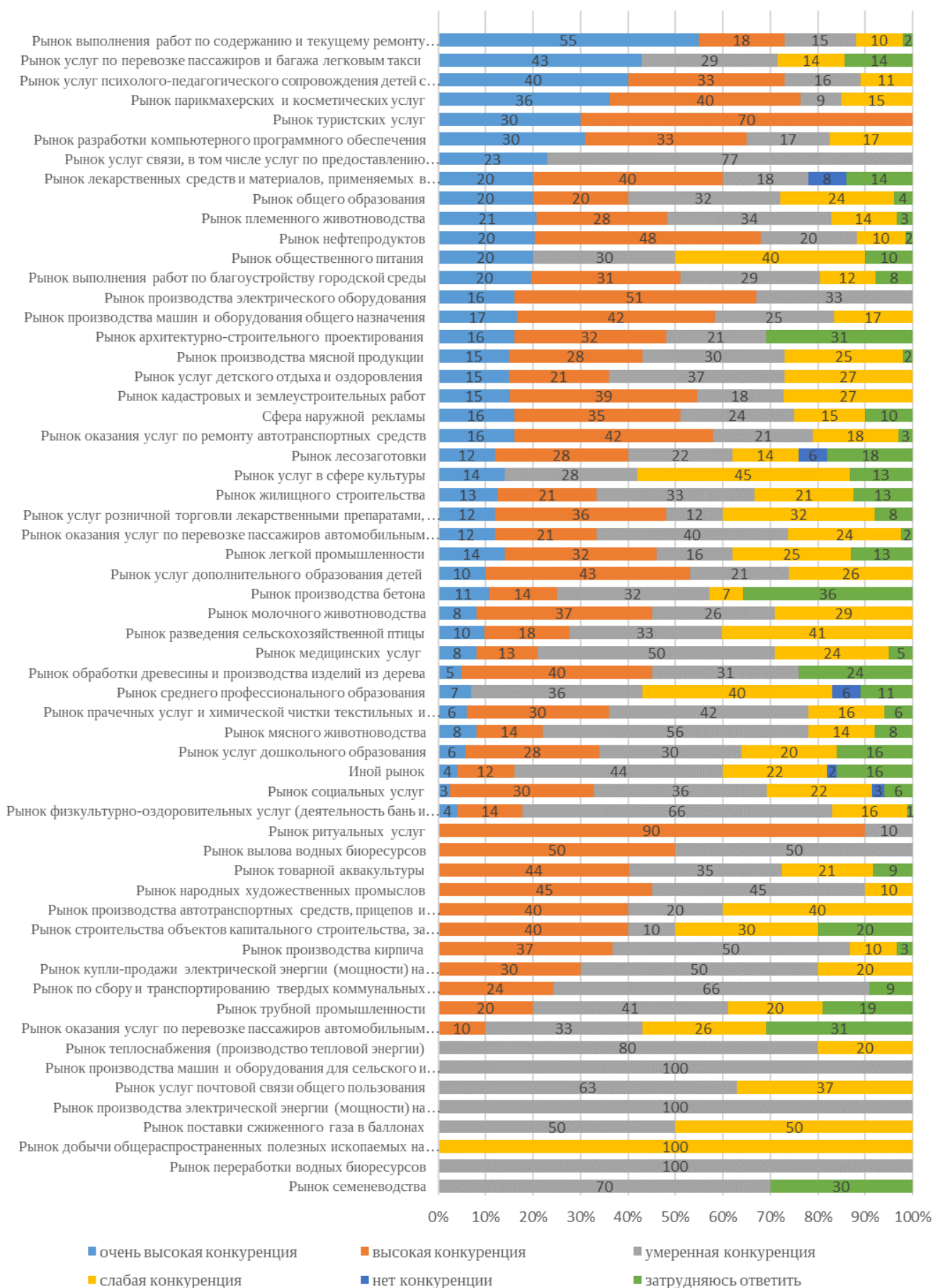


Рисунок 1.3. Распределение респондентов по оценке уровня конкуренции на товарных рынках, процентов

Оценка уровня конкуренции в зависимости от масштаба бизнеса представлена на рисунке 1.4. Очень высокий уровень конкуренции в наибольшей степени отметили респонденты, являющиеся средними предприятиями (28% от данной категории респондентов). Высокий уровень конкуренции характерен, по мнению респондентов, для около одной трети предприятий каждой группы. Умеренный уровень конкуренции в большей степени отмечен малыми и микропредприятиями (34% и 39% респондентов данных сегментов). Отсутствие реальной конкуренции отмечено, преимущественно, средними предприятиями (17% респондентов).

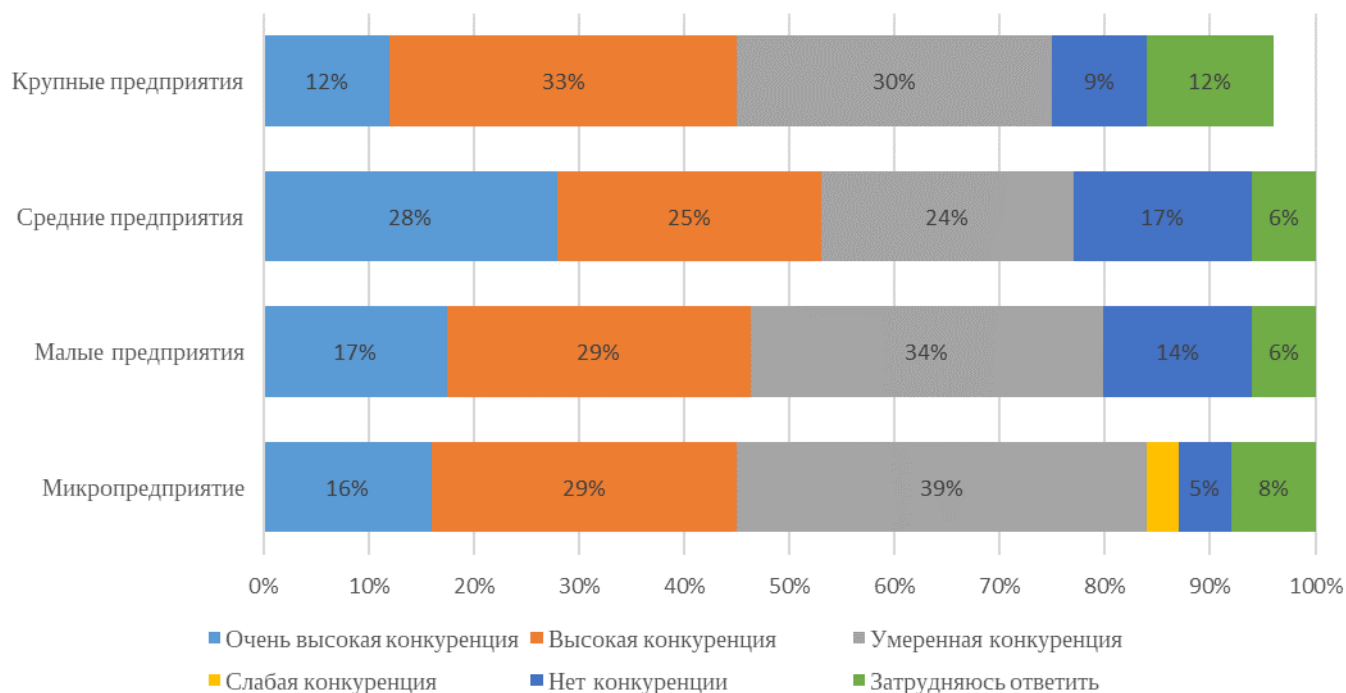


Рисунок 1.4 Оценка уровня конкуренции субъектами предпринимательской деятельности в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

Анализ изменения количества конкурентов по сегментам бизнеса за последние три года представлен на рисунке 1.5. Увеличение количества конкурентов на 1–3 конкурента, и более чем на 4 конкурента наблюдается у микропредприятий (25% и 17% соответственно). При этом большинство предпринимателей во всех сегментах (от 34% до 49% респондентов) отметили сохранение количества конкурентов на товарном рынке в 2023 году на уровне 2022 года. Сокращение числа конкурентов в большей степени отмечено в сегменте крупного бизнеса (13% респондентов).

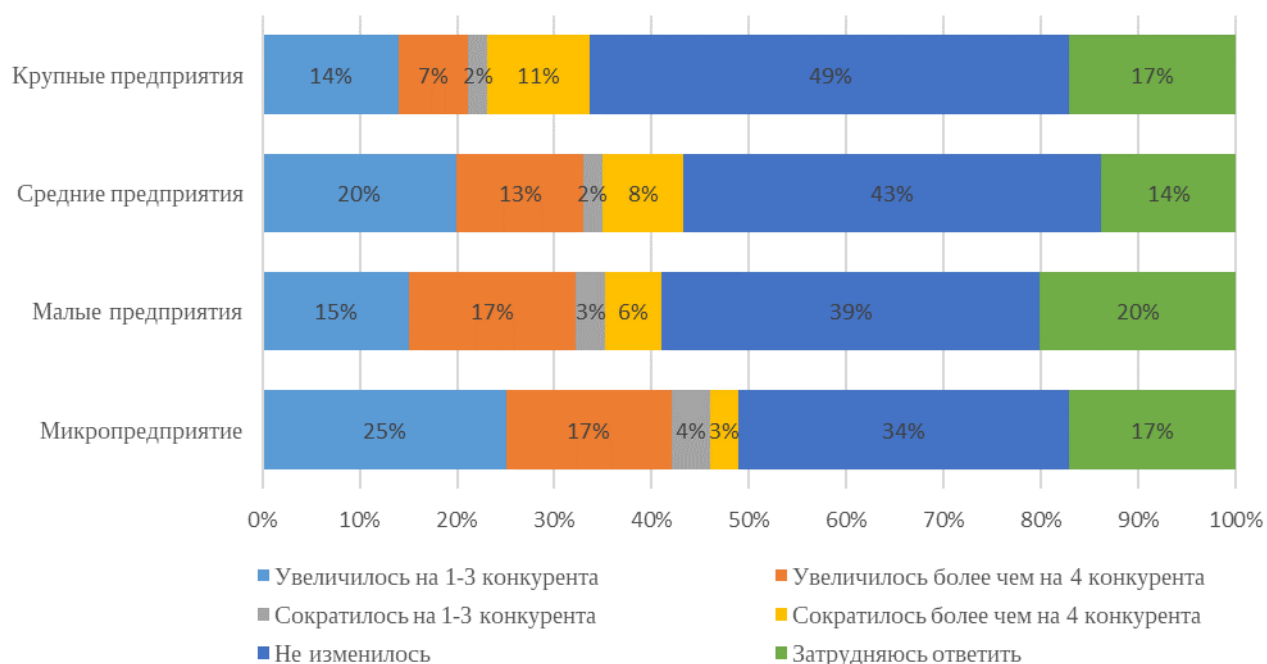


Рисунок 1.5. Анализ изменения количества конкурентов за последние три года в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

Оценка конкуренции между поставщиками приведена на рисунке 1.6. В целом во всех сегментах бизнеса отмечается удовлетворенность уровнем конкуренции. Наиболее удовлетворены уровнем конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) крупные предприятия и малые предприятия (88% и 84% респондентов выбрали ответ «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно»). Наибольшее число респондентов (21%), выбравших в качестве ответа «неудовлетворительно» и «скорее неудовлетворительно» зафиксировано среди средних предприятий.

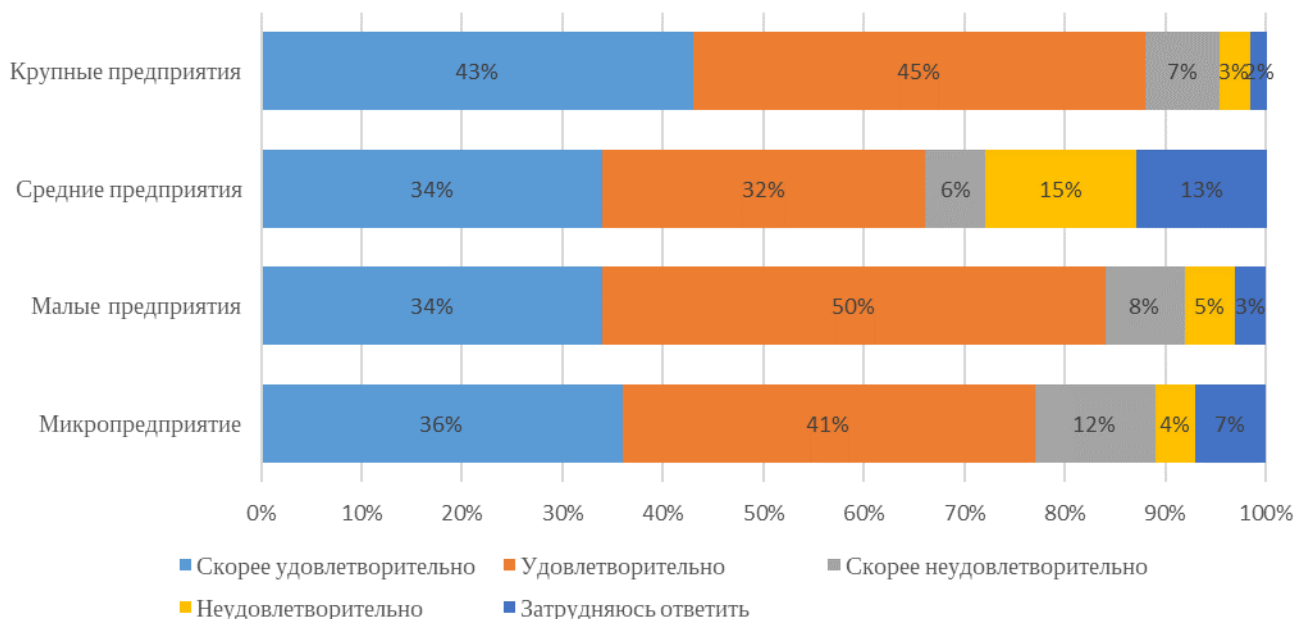


Рисунок 1.6. Оценка уровня конкуренции между поставщиками в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

Среди мер повышения конкурентоспособности, которые предпринимались организациями за последние 3 года (рисунок 1.7), большинство опрошенных отметили использование новых способов продвижения продукции (30%), обучение и переподготовку персонала (28% респондентов), приобретение технического оборудования (20% респондентов). При этом 11% предпринимателей никаких специальных действий не предпринимали.



Рисунок 1.7. Меры повышения конкурентоспособности, которые предпринимались за последние 3 года, процентов

По результатам мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности сформирован перечень наиболее существенных административных барьеров по масштабам бизнеса и по видам деятельности.

При проведении опроса выявлено, что большинство субъектов предпринимательской деятельности сталкиваются с административными барьерами при ведении предпринимательской деятельности. При этом превалирующим административным барьером считается нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, число таких респондентов в 2023 году составило 37%. Также в качестве основных административных барьеров субъекты предпринимательской деятельности указали высокие налоги (30%), сложность получения доступа к земельным участкам (10%), и сложность/затянутость процедуры получения лицензии (5%). При этом выросло число респондентов, указывающих на отсутствие административных барьеров (30%).

Годом ранее в качестве основных барьеров при ведении предпринимательской деятельности также отмечались высокие налоги и нестабильность российского законодательства.

Данные об оценке административных барьеров в зависимости от масштаба бизнеса представлены на рисунке 1.8.

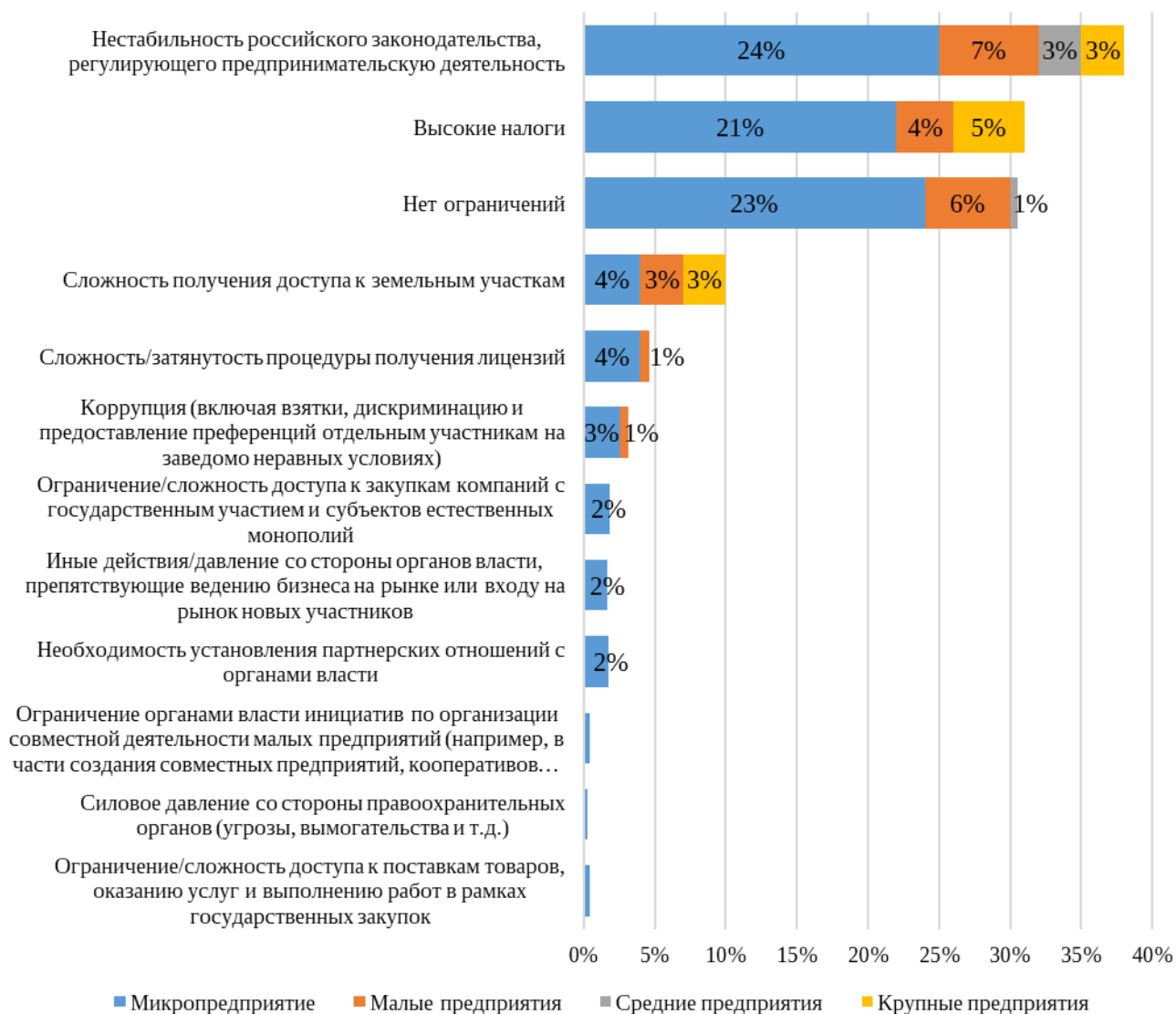


Рисунок 1.8. Административные барьеры в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

В разрезе сфер деятельности в качестве основных административных барьеров субъекты предпринимательской деятельности указывают:

- коррупцию (основная доля таких респондентов – 42% приходится на предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынке общественного питания, и 18% предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынке легкой промышленности);

- ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках государственных закупок (среди которых 22%

предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере наружной рекламы, а также на рынке молочного животноводства и легкой промышленности);

– ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов). Данный административный барьер отмечен предпринимателями на рынке туристских услуг (29% респондентов) и рынке среднего профессионального образования (24% респондентов);

– силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства) (22% предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынке общественного питания).

В ходе опроса участникам предоставлена возможность оценить, каким образом изменился уровень административных барьеров за последние 3 года.

Оценка изменения уровня административных барьеров по масштабам бизнеса приведена на рисунке 1.10.

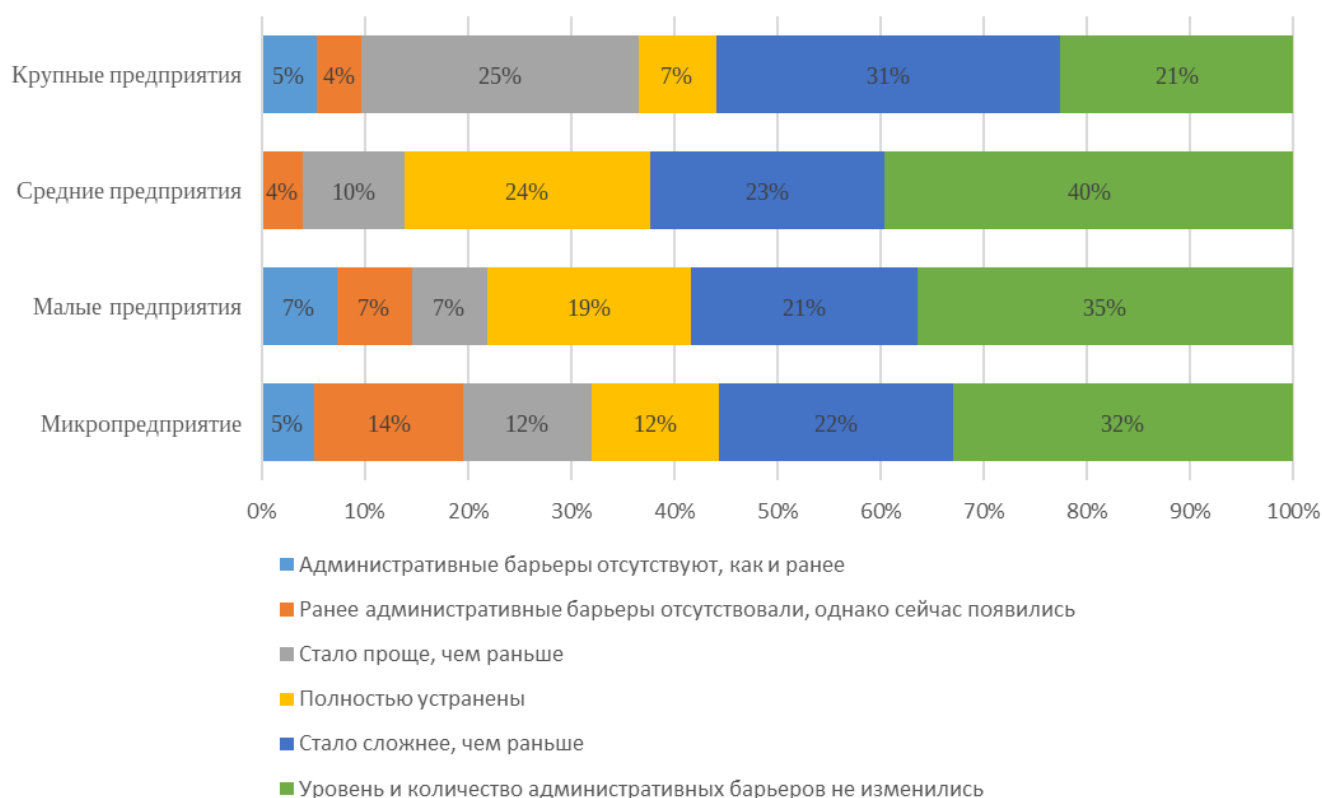


Рисунок 1.10. Оценка изменения уровня административных барьеров за последние три года по масштабам бизнеса, процентов

В 2023 году микропредприятия и малый бизнес в большинстве отмечают, что уровень и количество административных барьеров не изменились (32% и 35% респондентов), а также что стало сложнее, чем раньше (22% и 21% опрошенных). Субъекты предпринимательской деятельности, относящиеся к средним предприятиям (40%) считают, что уровень и количество административных барьеров не изменились. Большинство представителей крупного бизнеса (31%) указали, что стало сложнее, чем раньше.

В 2022 году также большинство респондентов отмечали, что уровень и количество административных барьеров не изменились.

В разрезе сфер деятельности предприниматели оценили уровень административных барьеров следующим образом:

1) уровень и количество административных барьеров не изменилось (так ответило подавляющее большинство предпринимателей на рынках среднего профессионального образования (59%), сферы наружной рекламы (49%), легкой промышленности (44%), производства машин и оборудования общего назначения (40%);

2) стало сложнее чем раньше (указали 54% предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынке общественного питания, 53% – рынке ритуальных услуг, 48% – рынке туристских услуг;

3) полностью устранены (так ответили 60% предпринимателей на рынке производства машин и оборудования для реализации сельскохозяйственной продукции, 45% – рынке услуг почтовой связи общего пользования).

Результаты опроса предпринимателей о преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке по масштабам бизнеса представлены на рисунке 1.11. Большинство респондентов затруднились с ответом. Вместе с тем значительная часть респондентов среди представителей малого и среднего бизнеса отметили отсутствие административных барьеров (26% – микропредприятия, 24% – малые предприятия, 31% – средние предприятия). Кроме того, малый бизнес (22% респондентов из числа микропредприятий, 21% – малые предприятия) указали, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат. К этому же ответу склонились 34% респондентов в группе крупного бизнеса.



Рисунок 1.11. Преодолимость административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

В разрезе сфер деятельности большинство предпринимателей отмечают, что административные барьеры отсутствуют либо преодолимы без существенных затрат.

Отсутствие административных барьеров отмечают 61% респондентов на рынке на рынке производства машин и оборудования для реализации сельскохозяйственной продукции, 42% – рынке услуг почтовой связи общего пользования.

Административные барьеры преодолимы без существенных затрат по мнению 61% субъектов предпринимательской деятельности на рынке культуры, 55% – рынке поставки сжиженного газа в баллонах, 52% – рынке разведения сельскохозяйственной птицы, 39% – рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Вместе с тем существует высокая доля респондентов, отметивших присутствие барьеров, преодолимых при осуществлении значительных затрат (48% – рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, 47% – рынке ритуальных услуг).

Мнение о том, что существуют непреодолимые административные барьеры, выразили 28% респондентов на рынке легкой промышленности и 20% – рынке общественного питания. На остальных рынках их число незначительно.

Эффективность деятельности органов власти в Свердловской области большая часть субъектов предпринимательской деятельности в рамках опроса, проведенного в 2023 году, оценили положительно, как и годом ранее. Наиболее высокая удовлетворенность отмечена в крупном бизнесе («удовлетворен» и «скорее удовлетворен» указали 74% респондентов), а также в малом бизнесе (75% респондентов). При этом более всего не удовлетворены деятельностью органов власти представители среднего бизнеса (13% респондентов) и микропредприятий (11% респондентов).

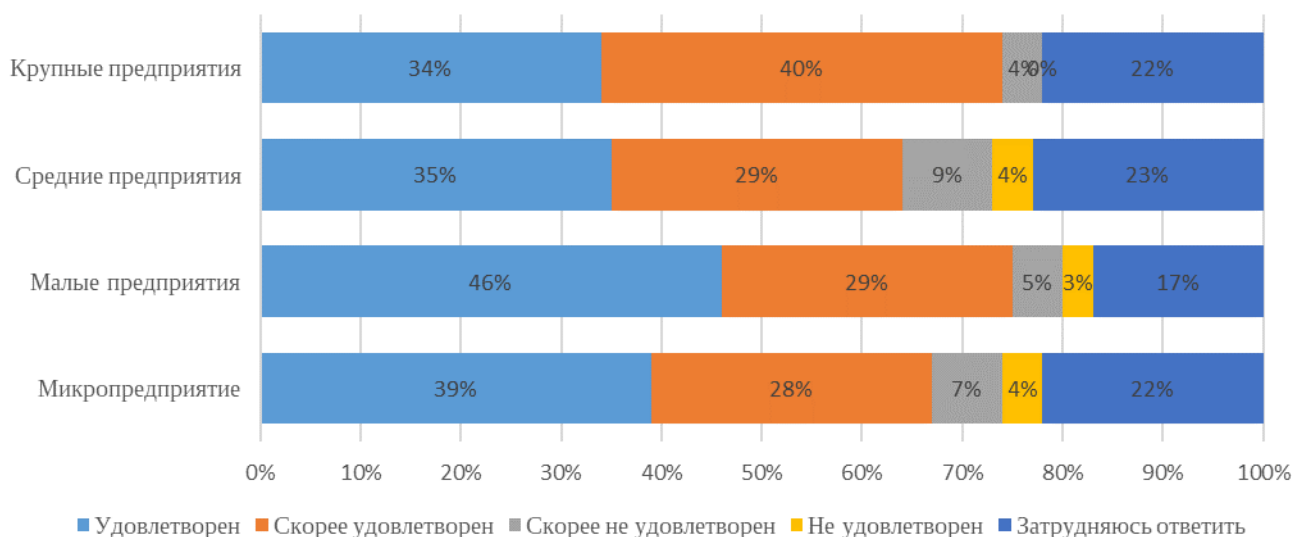


Рисунок 1.12. Оценка эффективности деятельности органов власти в зависимости от масштаба бизнеса, процентов

По сферам деятельности предпринимателей наибольшая удовлетворенность деятельностью органов власти наблюдается на следующих товарных рынках:

- рынок семеноводства (100% респондентов);
- разработки компьютерного программного обеспечения (88% респондентов);
- жилищного строительства (86%);
- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (82%);
- племенного животноводства (80%);
- медицинских услуг (76%);
- теплоснабжения (73%),
- производства кирпича (74%);
- молочного животноводства (72%);
- лесозаготовки (72%);
- оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (71%);
- физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг) (69%);
- среднего профессионального образования (68%);
- прачечных услуг и химической чистки текстильных и меховых изделий (68%);
- социальных услуг (67%);
- сферы наружной рекламы (64%);
- нефтепродуктов (63%);
- выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (63%);
- услуг дошкольного образования (62%).

Наибольшая неудовлетворенность деятельностью органов власти отмечается предпринимателями, осуществляющими деятельность на рынках:

- по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (41% респондентов);
- парикмахерских и косметических услуг (35%).

2. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках субъекта Российской Федерации и состоянием ценовой конкуренции

С целью определения удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Свердловской области и состоянием ценовой конкуренции проведен опрос 4244 потребителей товаров, работ и услуг. Из общего числа респондентов наибольшая доля приходится на работающее население – 89%. При этом возраст большей части участников опроса находится в диапазоне 35–44 лет (33%) и 45–54 лет (26%). Наибольшая доля опрошенных имеет среднее профессиональное образование (35%) и высшее образование (специалитет, магистратура) (33%). Также половина респондентов охарактеризовали свое материальное положение, указав, что им хватает на еду и одежду, но для покупки

импортного холодильника или стиральной машины-автомат, пришлось бы копить или брать в долг/кредит (52% из числа опрошенных).

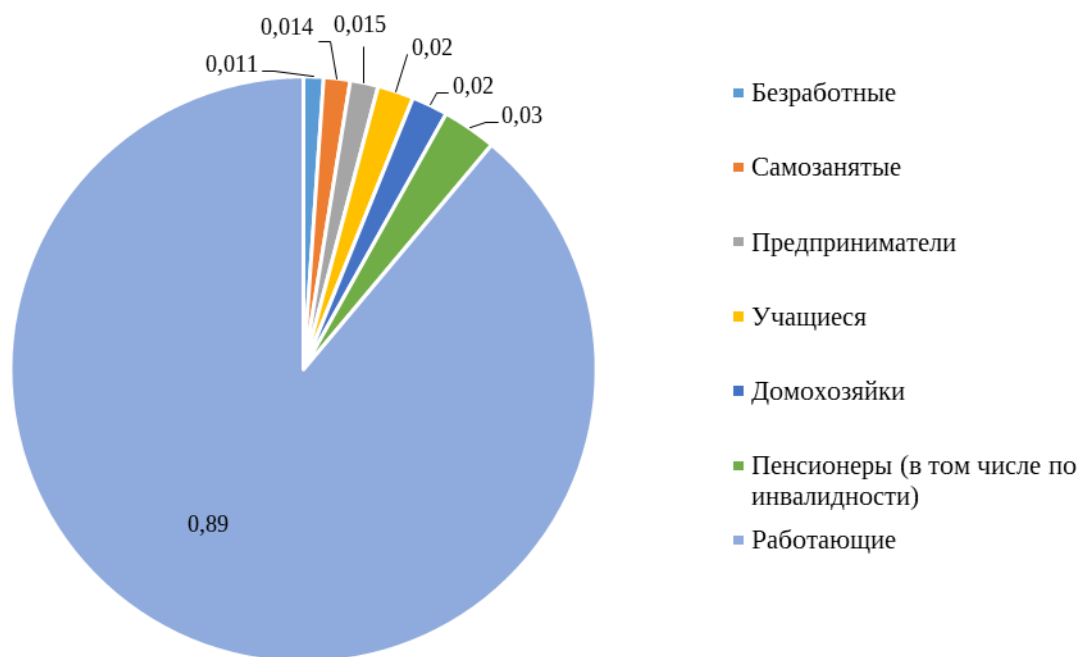


Рисунок 2.1. Распределение опрошенных потребителей по категориям, процентов

В ходе анкетирования потребителям было предложено оценить удовлетворенность количеством организаций, уровнем цен, качеством, возможностью выбора на 58 товарных рынках Свердловской области, а также динамику количества организаций на этих рынках за три года.

В категорию «удовлетворен» попали респонденты, ответившие «удовлетворен» и «скорее удовлетворен», в категорию «не удовлетворен» попали респонденты, ответившие «не удовлетворен» и «скорее не удовлетворен».

Ответы респондентов на вопрос об удовлетворенности уровнем цен с учетом их социального статуса распределились следующим образом.

В наибольшей степени удовлетворены уровнем цен:

1) безработные на рынках:

- услуг дополнительного образования (91%);
- услуг в сфере культуры (79%);
- услуг общего образования (77%);
- услуг детского отдыха и оздоровления (76%);
- общественного питания (65%);
- оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (55%);
- физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг) (52%);
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (49%).

2) домохозяйки на рынках:

- услуг дополнительного образования детей (80%);

- услуг общего образования (78%);
- услуг в сфере культуры (73%);
- услуг дошкольного образования (69%);
- парикмахерских и косметических услуг (66%);
- социальных услуг (57%);
- прачечных услуг и химической чистки текстильных и меховых изделий (55%);
- общественного питания (54%);
- психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (51%);

3) предприниматели на рынках:

- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (55%);
- сферы наружной рекламы (54%);

4) работающие на рынках:

- услуг дошкольного образования (62%);
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (60%)
- физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг) (54%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (51%);

5) самозанятые на рынках:

- услуг общего образования (76%);
- общественного питания (66%);
- парикмахерских и косметических услуг (58%);
- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (52%);

6) учащиеся на рынках:

- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (66%);
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (60%);
- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (55%);
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (51%).

Самыми неудовлетворенными с точки зрения оценки уровня цен среди социальных групп населения являются пенсионеры и предприниматели. Ими отмечены низкие оценки более чем на 45 рынках, при этом самыми неудовлетворительными с точки зрения уровня цен являются следующие рынки:

- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (88% предпринимателей и пенсионеров);
- рынок медицинских услуг (84% предпринимателей и 94% пенсионеров);

- рынок услуг почтовой связи общего пользования (78% предпринимателей и пенсионеров);

- рынок кадастровых и землеустроительных работ (77% предпринимателей и 56% пенсионеров);

- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (89% предпринимателей и 53% пенсионеров);

- рынок жилищного строительства (73% предпринимателей и 64% пенсионеров);

- рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (71% предпринимателей и 65% пенсионеров);

- рынок социальных услуг (83% предпринимателей и 57% пенсионеров);

- рынок ритуальных услуг (77% предпринимателей и 57% пенсионеров).

Среди других социальных групп низкую удовлетворенность уровнем цен отметили:

1) безработные на рынках:

- жилищного строительства (68%);

- выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (64%);

- услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (61%);

- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (56%);

- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (55%);

- легкой промышленности (54%);

- туристских услуг (53%);

- социальных услуг (52%);

- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (51%);

2) домохозяйки на рынках:

- выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (57%);

- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (55%);

- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (51%);

3) работающие – на рынке производства автотранспортных средств (63%);

4) самозанятые на рынках:

- сферы наружной рекламы (61%);

- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (54%);

5) учащиеся – на рынке общественного питания (58%).

Таким образом, самыми неудовлетворенными с точки зрения оценки уровня цен среди социальных групп населения являются пенсионеры и предприниматели. Наиболее негативные оценки уровня цен по всем группам населения получили рынок медицинских услуг, рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, рынок жилищного

строительства, рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, рынок услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси.

В наибольшей степени потребители удовлетворены уровнем цен на рынках услуг в сфере культуры, оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, парикмахерских и косметических услуг, услуг общего образования, услуг дошкольного образования, а также услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В 2022 году высокая удовлетворенность уровнем цен отмечалась в сфере услуг дошкольного и общего образования, в сфере культуры, низкая удовлетворенность – на рынке медицинских услуг и в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

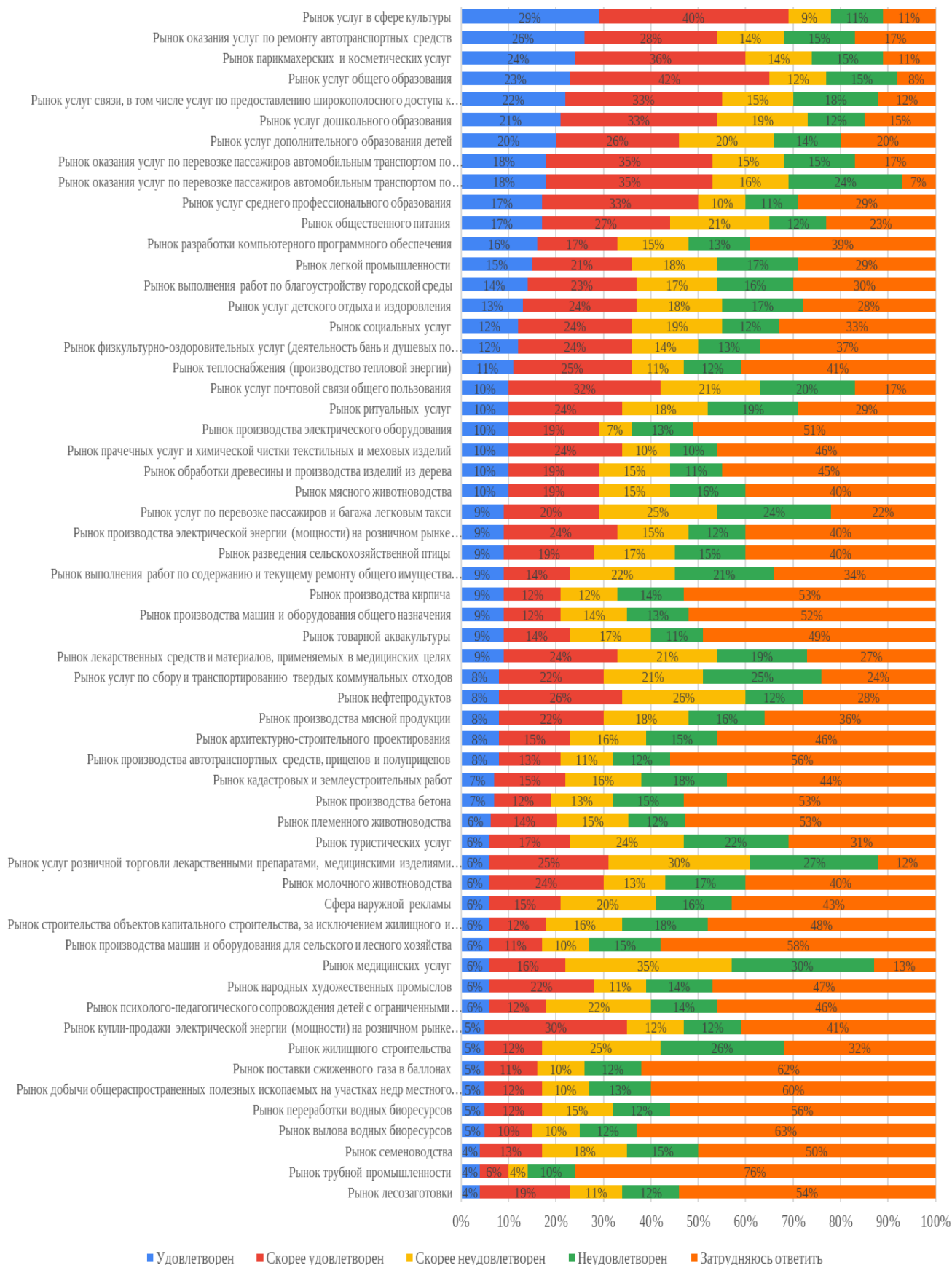


Рисунок 2.2. Удовлетворенность уровнем цен, процентов

Ответы респондентов на вопрос об удовлетворенности качеством товаров, работ и услуг с учетом их социального статуса распределились следующим образом.

В наибольшей степени удовлетворены качеством товаров, работ и услуг:

1) безработные на рынках:

- услуг дополнительного образования (86%);
- услуг в сфере культуры (75%);
- услуг общего образования (80%);
- услуг детского отдыха и оздоровления (72%);
- общественного питания (64%);
- оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (59%);
- физкультурно-оздоровительных услуг (деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг) (52%);
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (50%);

2) домохозяйки на рынках:

- выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (56%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (53%);
- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (54%);

3) работающие на рынках:

- услуг дошкольного образования (69%);
- парикмахерских и косметических услуг (64%);
- производства автотранспортных средств (64%);

4) самозанятые на рынках:

- услуг дошкольного образования (66%);
- парикмахерских и косметических услуг (63%);
- сферы наружной рекламы (59%);
- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (50%);

5) учащиеся на рынках:

- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и иными сопутствующими товарами (65%);
- прачечных услуг и химической чистки текстильных и меховых изделий (61%);
- услуг общего образования (54%);
- услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (54%);
- общественного питания (51%);
- теплоснабжения (51%).

Самыми неудовлетворенными качеством товаров работ и услуг среди социальных групп населения являются пенсионеры и предприниматели, ими отмечены низкие оценки удовлетворенности качеством более чем на 45 рынках. Наиболее неудовлетворительными с точки зрения качества являются:

1) у пенсионеров рынки:

- медицинских услуг (62%);
- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (63%);
- выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (55%);
- жилищного строительства (56%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (54%);
- физкультурно-оздоровительных услуг (53%);

2) у предпринимателей рынки:

- производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (81%);
- нефтепродуктов (79%);
- племенного животноводства (75%);
- выполнения работ по благоустройству городской среды (74%);
- психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (72%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (68%);
- сферы наружной рекламы (69%);
- психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (67%);
- жилищного строительства (62%).

Также недостаточно высокое качество отметили:

1) безработные на рынках:

- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (78%);
- социальных услуг (72%);
- производства мясной продукции (67%);
- производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (62%);
- услуг среднего профессионального образования (57%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (58%);
- жилищного строительства (56%);
- выполнения работ по благоустройству городской среды (54%);
- психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (52%);

2) домохозяйки – на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды (58%);

3) самозанятые и учащиеся – на рынке медицинских услуг (56% и 54% соответственно).

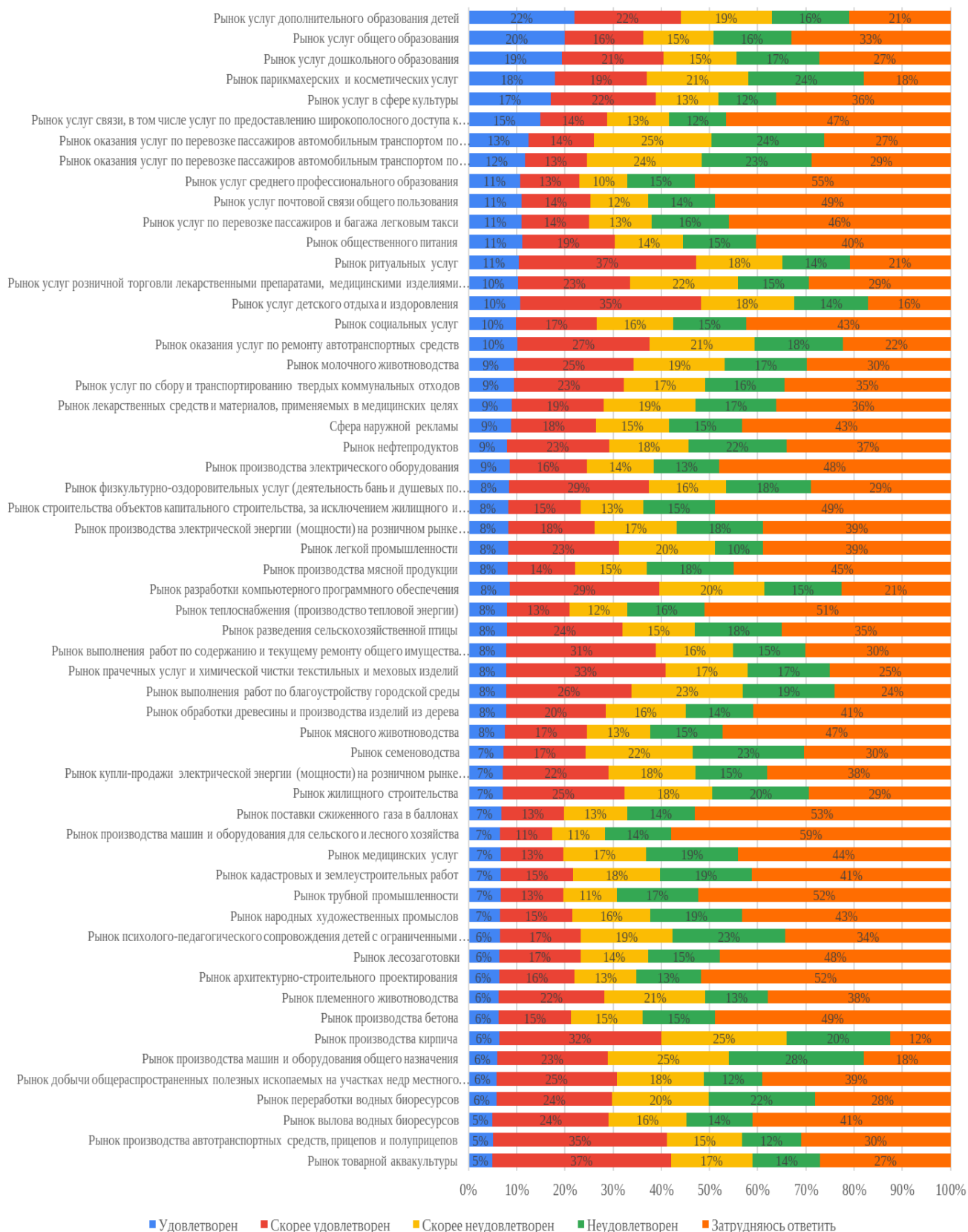


Рисунок 2.3. Удовлетворенность качеством товаров, процентов

Таким образом, достаточно высокая удовлетворенность качеством наблюдается среди домохозяек, высокая доля неудовлетворительных оценок зафиксирована среди пенсионеров и предпринимателей. Высокое качество всеми

группами населения отмечено на рынках услуг общего и дошкольного образования, дополнительного образования детей, парикмахерских и косметических услуги сфере культуры. Низкое качество отмечено на рынках услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным и межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, по благоустройству городской среды.

В 2022 году недостаточное качество отмечалось на рынках медицинских услуг и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме. Высокое качество было отмечено на рынке услуг дополнительного образования детей, услуг общего образования, услуг дошкольного образования, парикмахерских и косметических услуг, услуг в сфере культуры.

Результаты опроса об удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг возможностью выбора в разрезе социальных групп населения распределились следующим образом.

Одинаково высоко оценили возможность выбора безработные, домохозяйки, учащиеся, работающие и самозанятые на рынках:

- услуг дошкольного образования;
- услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и иными сопутствующими товарами;
- парикмахерских и косметических услуг;
- услуг общего образования;
- услуг в сфере культуры;
- услуг дополнительного образования детей;
- ритуальных услуг;
- молочного животноводства;
- услуг почтовой связи общего пользования;
- оказания услуг по ремонту автотранспортных средств;
- оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок;
- услуг среднего профессионального образования;
- общественного питания;
- услуг детского отдыха и оздоровления.

Большое количество отрицательных оценок в отношении возможности выбора практически по всем рынкам получено от пенсионеров и предпринимателей.

Неудовлетворенность возможностью выбора среди других групп населения оказалась умеренной и отмечена:

- 1) безработными – на рынке услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси;
- 2) работающими – на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды (59%);
- 3) самозанятыми – на рынке медицинских услуг (67%);
- 4) учащимися – на рынке физкультурно-оздоровительных услуг (51%).

В 2022 году неудовлетворенность возможностью выбора товаров, работ и услуг отмечалась потребителями на рынках медицинских услуг, услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов.

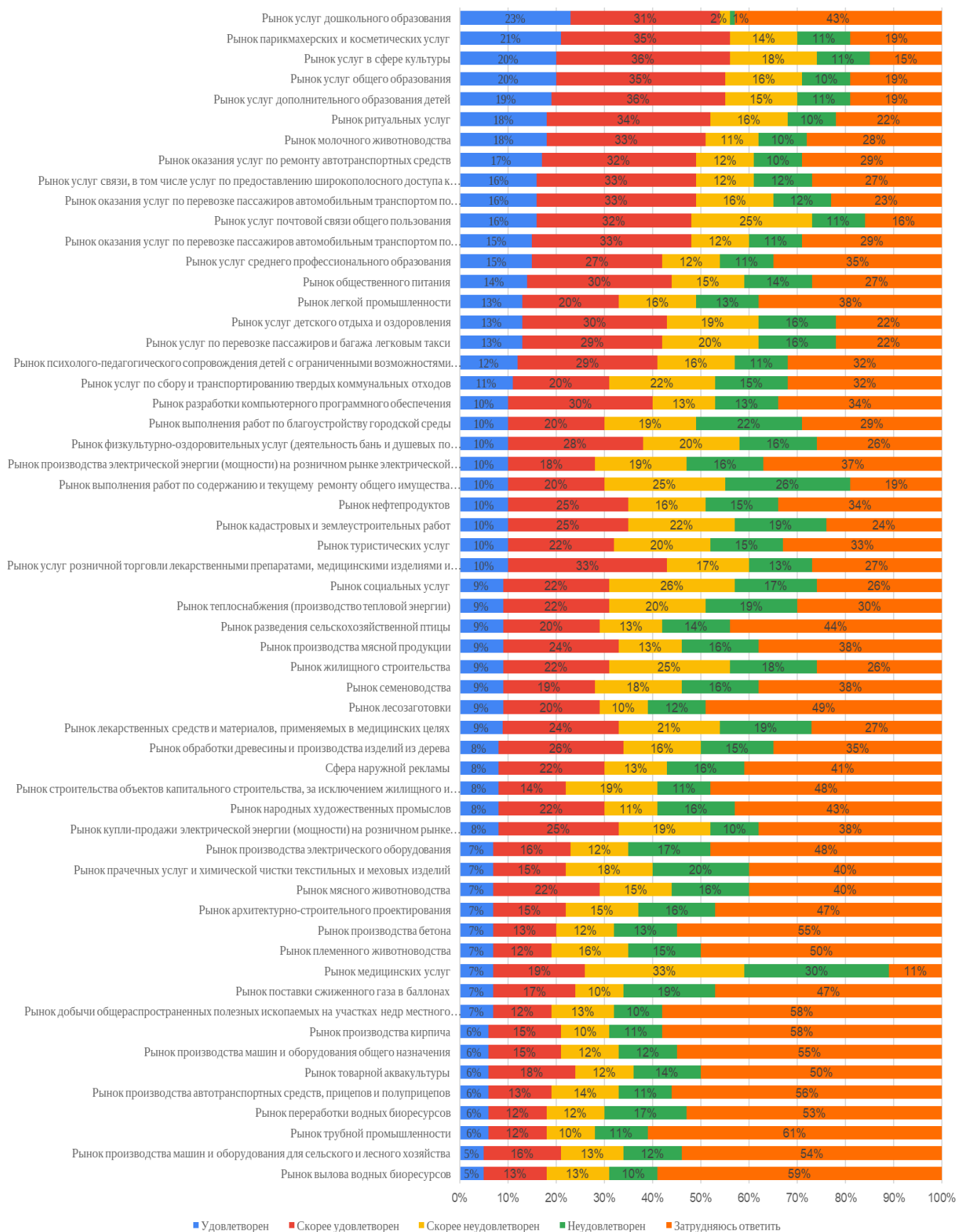


Рисунок 2.4. Удовлетворенность возможностью выбора, процентов