



**МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ И
РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ
СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И
УСЛУГ МУНИЦИПАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД МАЙКОП»
ПО АНКЕТЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

2020 ГОД

СО Д Е Р Ж А Н И Е

Методологические основы проведения мониторинга	4
1. Социально-демографические характеристики респондентов	4
2. Удовлетворенность качеством и ценами товаров и услуг	7
2.1. Удовлетворенность количеством организаций, предоставляющих товары и услуги, а также характеристиками товаров и услуг на рынках муниципального образования «Город Майкоп»	7
2.1.1. Рынок услуг дошкольного образования	7
2.1.2. Рынок услуг общего образования	9
2.1.3. Рынок услуг среднего профессионального образования	11
2.1.4. Рынок услуг дополнительного образования детей	14
2.1.5. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	16
2.1.6. Рынок медицинских услуг	18
2.1.7. Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	20
2.1.8. Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	22
2.1.9. Рынок социальных услуг	25
2.1.10. Рынок ритуальных услуг	27
2.1.11. Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	29
2.1.12. Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	31
2.1.13. Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	33
2.1.14. Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	36
2.1.15. Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	38
2.1.16. Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	40
2.1.17. Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	42
2.1.18. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	44
2.1.19. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	47

2.1.20. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	49
2.1.21. Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	51
2.1.22. Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	53
2.1.23. Рынок жилищного строительства	56
2.1.24. Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	58
2.1.25. Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	60
2.1.26. Рынок архитектурно-строительного проектирования	62
2.1.27. Рынок кадастровых и землеустроительных работ	63
2.1.28. Рынок реализации сельскохозяйственной продукции	65
2.1.29. Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	67
2.1.30. Рынок племенного животноводства	69
2.1.31. Рынок семеноводства	71
2.1.32. Рынок вылова водных биоресурсов	73
2.1.33. Рынок переработки водных биоресурсов	75
2.1.34. Рынок товарной аквакультуры	77
2.1.35. Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	78
2.1.36. Рынок нефтепродуктов	80
2.1.37. Рынок легкой промышленности	82
2.1.38. Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	84
2.1.39. Рынок производства кирпича	86
2.1.40. Рынок производства бетона	88
2.1.41. Рынок наружной рекламы	90
2.2. Товары и услуги, на которые, по мнению респондентов, цены в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России	92
2.3. Товары и услуги, качество которых, по мнению респондентов, в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России	93
3. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды в муниципальном образовании «Город Майкоп»	95
3.1. Оценка населением изменения количества организаций, предоставляющих товары и услуги в муниципальном образовании «Город Майкоп» в течение последних трех лет	95
3.2. Оценка качества услуг субъектов естественных монополий	99
3.3. Оценка цены на услуги субъектов естественных монополий	102
3.4. Оценка характеристики товаров и услуг на рынках муниципального образования «Город Майкоп»	105

3.5. Проблемы, с которыми сталкивались потребители, при взаимодействии с субъектами естественных монополий	146
3.6. Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея, размещаемой в открытом доступе	146
3.7. Оценка респондентами, полноты размещаемой Министерством экономического развития и торговли Республики Адыгея и Администрацией муниципального образования «Город Майкоп» информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея и деятельности по содействию развитию конкуренции	148
3.8. Источники информации, которыми предпочитают пользоваться и доверяют больше всего потребители, для получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея	150
3.9. Обращение потребителей товаров и услуг за защитой своих прав в надзорные органы	151
3.10. Мнение потребителей относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Республике Адыгея	152
4. Оценка доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг	153
4.1. Оценка доступности базового набора финансовых услуг (сбережения, кредиты, денежные переводы (платежи) страхование, лизинг)	153
4.2. Оценка периодичности пользования финансовыми услугами организаций	154
4.3. Оценка возможности пользования финансовыми услугами дистанционно (с помощью персонального компьютера или мобильных устройств)	155
4.4. Удовлетворенность потребителей деятельностью финансовых организаций	155
4.5. Оценка потребителями собственных знаний и навыков в сфере финансовых продуктов и услуг	156
4.6. Оценка барьеров, с которыми потребители сталкивались при использовании финансовых услуг	157

Методологические основы проведения мониторинга

В соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р, которым утвержден стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, в период с 15 ноября 2020 года по 15 декабря 2020 года, проведен опрос мнения потребителей товаров и услуг на муниципальных рынках. Мониторинг включает в себя:

- мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта Российской Федерации и состоянием ценовой конкуренции;

- мониторинг удовлетворенности потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями;

- мониторинг доступности и удовлетворенности потребителей деятельностью в сфере финансовых услуг.

Целью ежегодного мониторинга является организация и проведение анализа текущего состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг муниципального образования «Город Майкоп».

1. Социально-демографические характеристики респондентов

На современном рынке потребители являются определяющим фактором финансового успеха организации. Так как именно потребитель выбирает, какой товар купить или, чьими услугами воспользоваться. Поэтому для своевременного и полного удовлетворения требований потребителей, принятия эффективных управленческих решений необходимо проводить мониторинг удовлетворенности потребителей качеством и ценами на товары и услуги.

В опросе приняли участие 1075 потребителей товаров и услуг муниципального образования «Город Майкоп». Из общего числа опрошенных лиц женщины составили 53 %, мужчины - 47 %.

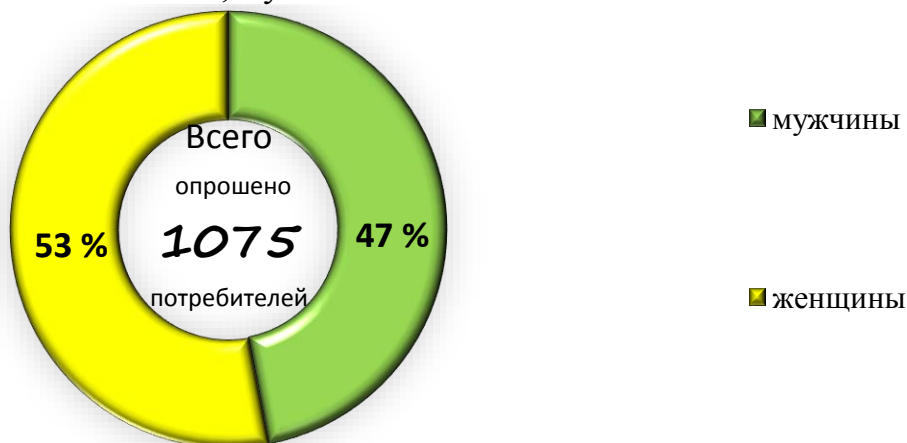


Рис. 1. Соотношение женщин и мужчин, принявших участие в анкетировании

Возрастной состав респондентов:

- от 18 лет до 24 лет – 6 %;
- от 25 лет до 34 лет – 21 %;
- от 35 лет до 44 лет – 31 %;
- от 45 лет до 54 лет – 24 %;
- от 55 лет до 64 лет – 15 %;
- от 65 лет и старше – 3 %.

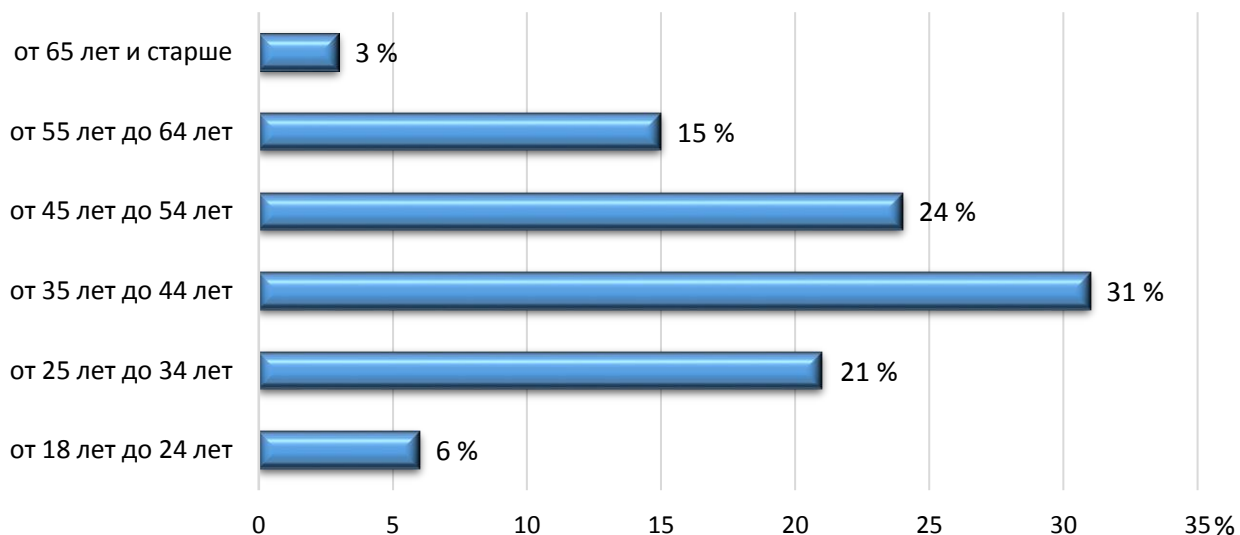


Рис. 2. Возрастной состав респондентов

По социальному статусу респонденты распределились следующим образом:

- работающих – 67 %;
- предпринимателей – 13 %;
- самозанятых – 9 %;
- студентов / учащихся – 5 %;
- пенсионеров – 5 %;
- неработающих – 1 %.

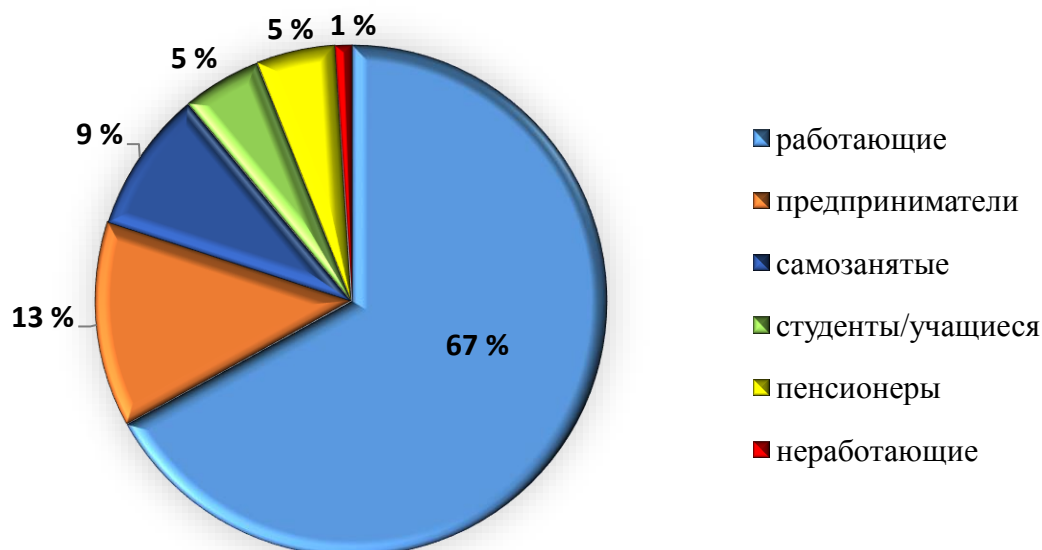


Рис. 3. Социальный статус респондентов

Преимущественно, в проводимом опросе, приняли участие работающие граждане.

По уровню образования: большинство респондентов, а именно 54 % опрошенных, имеют высшее образование (бакалавриат, магистратура, специалитет); среднее профессиональное образование - 22 % опрошенных; среднее общее образование - 14 % опрошенных; основное общее образование - 10 % опрошенных.

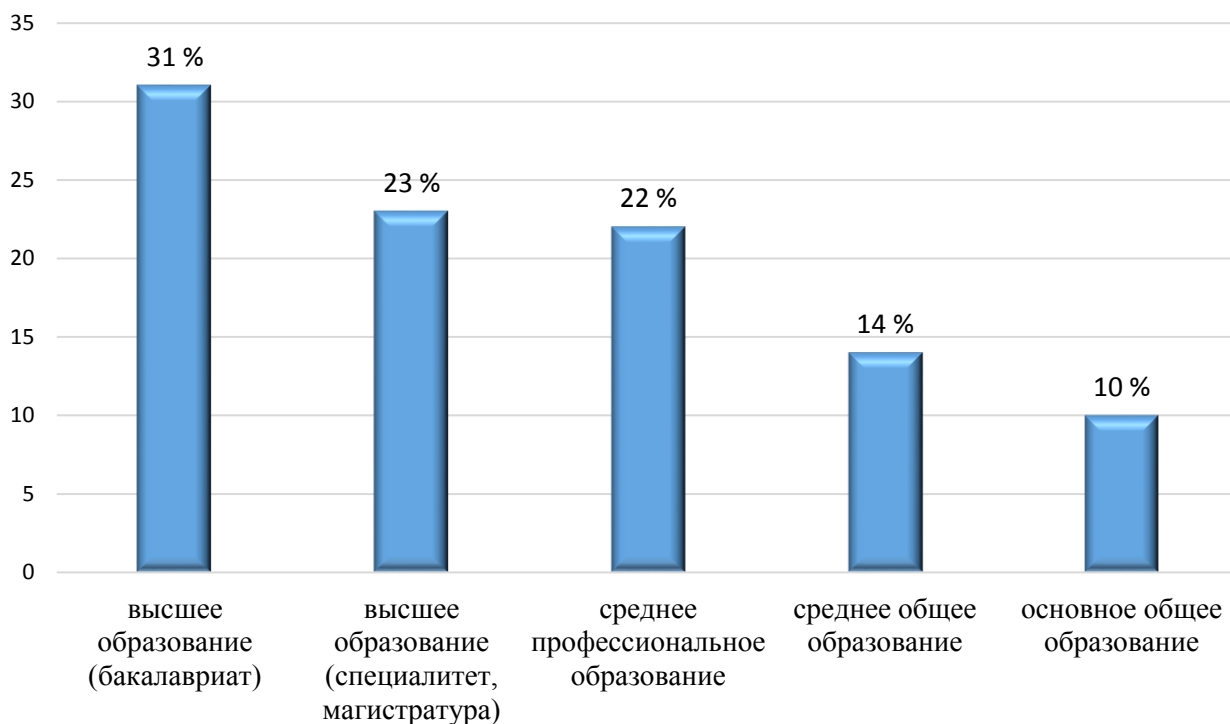


Рис. 4. Соотношение опрошенных респондентов по уровню образования

По уровню среднемесячного дохода на одного члена семьи:

- до 15 тыс. рублей - 57 %;
- от 15 до 25 тыс. рублей - 31 %;
- от 25 до 40 тыс. рублей - 12 %.

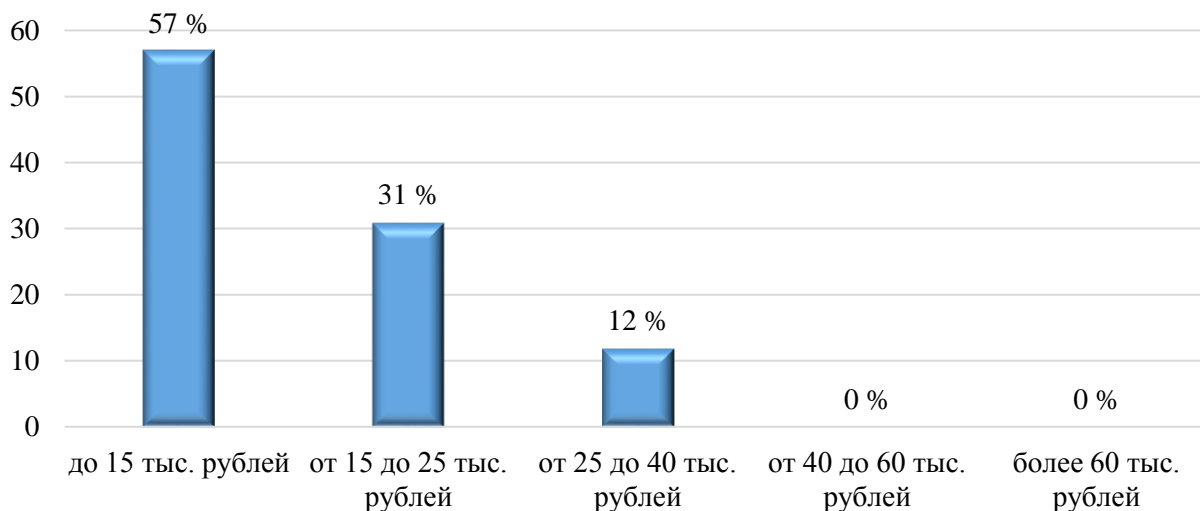


Рис. 5. Соотношение опрошенных респондентов по уровню среднемесячного дохода на одного члена семьи

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи до 15 тыс. рублей (57 % от общего числа респондентов).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что преимущественно в опросе приняли участие работающие женщины с высшим образованием, со средним месячным доходом на одного члена семьи до 15 тыс. рублей.

2. Удовлетворенность качеством и ценами товаров и услуг

2.1. Удовлетворенность количеством организаций, предоставляющих товары и услуги, а также характеристиками товаров и услуг на рынках муниципального образования «Город Майкоп»

В целях определения удовлетворенности потребителей качеством и ценами товаров, работ, услуг респондентам предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Город Майкоп», а также респондентам предложили оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на данных рынках.

2.1.1. Рынок услуг дошкольного образования

Дошкольное образование - процесс, направленный на обеспечение разностороннего развития ребенка дошкольного возраста в соответствии с его задатками, наклонностями, способностями, индивидуальными, психическими и физическими особенностями, а также на формирование у ребенка дошкольного возраста нравственных норм, приобретение им жизненного социального опыта.

Система дошкольного образования муниципального образования «Город Майкоп» по состоянию на 31.12.2020 года представлена 43 муниципальными дошкольными образовательными учреждениями, реализующими основную программу дошкольного образования. Кроме того, при муниципальном бюджетном общеобразовательном учреждении «Средняя школа - Детский сад № 18» с 01.07.2020 создано 6 дошкольных групп, реализующих программу дошкольного образования. Численность детей, воспитываемых в дошкольных образовательных организациях, составляет 9 439 человек.

По состоянию на 31.12.2020 в муниципальном образовании «Город Майкоп» получали дошкольное образование в дошкольных образовательных организациях города 7 459 детей в возрасте от 3 до 7 лет, что составляет 91 % от общей численности детей данного возраста.

По состоянию на 31.12.2020 дошкольное образование в дошкольных образовательных организациях города получали 1 875 детей в возрасте от 1,5 до 3 лет, что составляет 71 % от общей численности детей данного возраста.

Таблица 1

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке дошкольного образования (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг дошкольного образования	75	18	7

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 75 %, считают, что организаций, предоставляющих услуги на рынке дошкольного образования, достаточно, 18 % от общего числа опрошенных считают, что услуг дошкольного образования мало, при этом 7 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке дошкольного образования нет совсем.

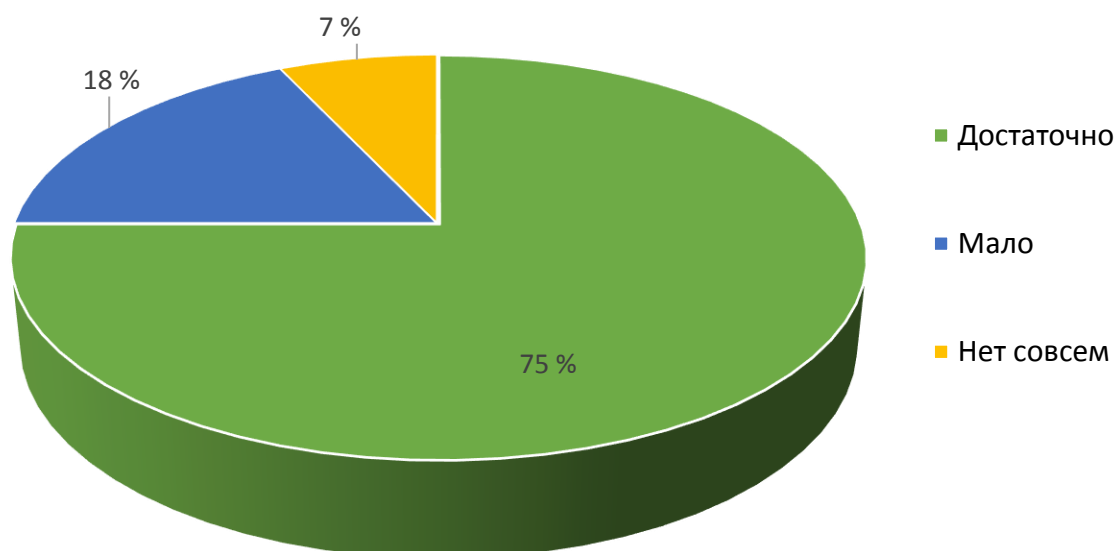


Рис. 6. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке дошкольного образования

Таблица 2

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке дошкольного образования (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
61	33	6	54	33	13	54	24	22

На рынке услуг дошкольного образования 61 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке дошкольного образования удовлетворены по 54 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 33 % и 24 % опрошенных соответственно.

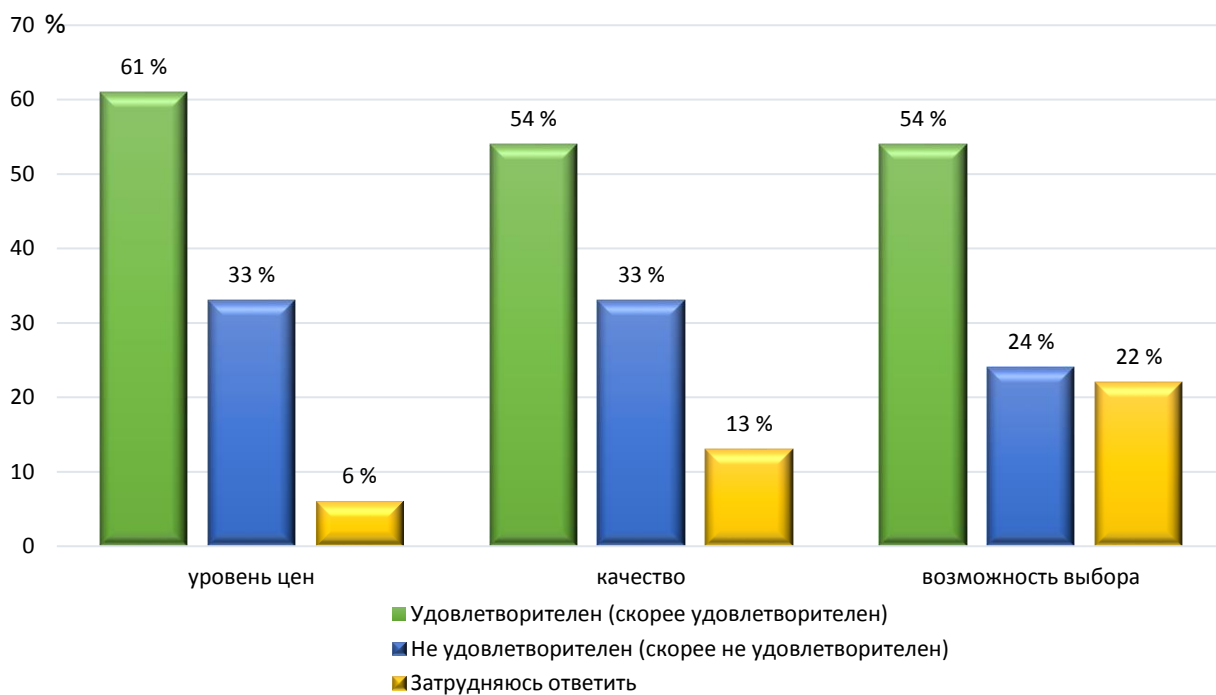


Рис. 7. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке дошкольного образования

В целом, на рынке дошкольного образования муниципального образования «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками такими, как цена, качество, возможность выбора.

2.1.2. Рынок услуг общего образования

Деятельность муниципального образования «Город Майкоп» в сфере образования в 2020 году осуществлялась в соответствии со стратегией государственной политики в области образования, направленной на обеспечение гарантий получения доступного, качественного общего образования в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта на основе внедрения современных инновационных образовательных технологий.

В муниципальном образовании «Город Майкоп» в 2020 году функционировало 28 образовательных организаций, реализующих основные общеобразовательные программы: 2 начальных, 4 основных, 14 средних общеобразовательных школ; 1 школа - детский сад; 2 гимназии; 4 лицея; 1

специальная (коррекционная) общеобразовательная школа для детей с ограниченными возможностями здоровья.

Таблица 3

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги общего образования (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг общего образования	76	17	7

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 76 %, считают, что организаций, предоставляющих услуги на рынке общего образования, достаточно, 17 % от общего числа опрошенных считают, что услуг общего образования мало, при этом 7 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке общего образования нет совсем.

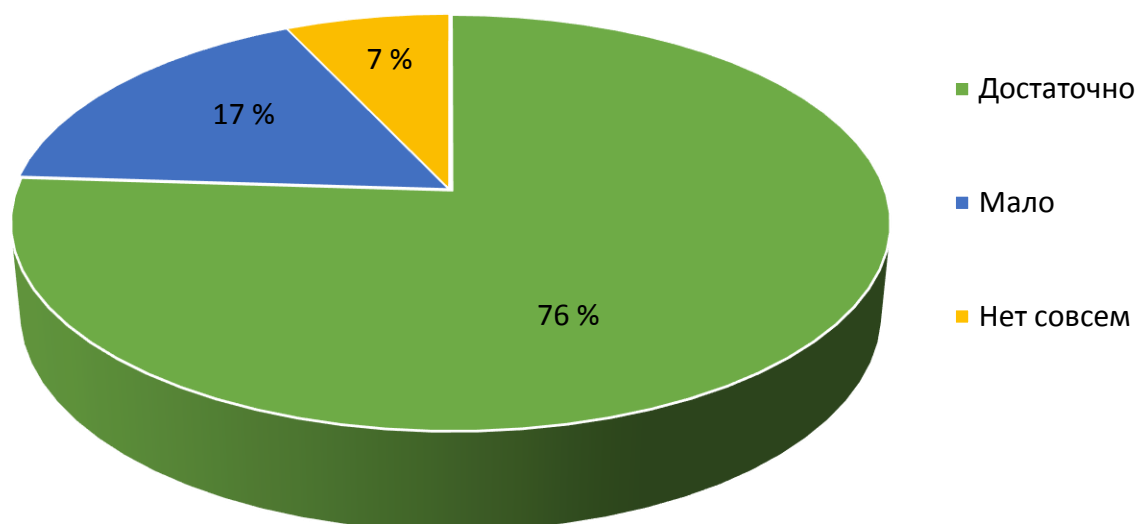


Рис. 8. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке общего образования

Таблица 4

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке общего образования (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
56	37	7	48	31	21	50	25	25

На рынке услуг общего образования 56 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке общего образования удовлетворены, соответственно, 48 % и 50 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 31 % и 25 % опрошенных.



Рис. 9. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке общего образования

В целом, на рынке общего образования муниципального образования «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками (цена, качество, возможность выбора).

2.1.3. Рынок услуг среднего профессионального образования

Среднее профессиональное образование направлено на решение задач интеллектуального, культурного и профессионального развития человека и имеет целью подготовку квалифицированных рабочих или служащих и специалистов среднего звена по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, а также удовлетворение потребностей личности в углублении и расширении образования.

В муниципальном образовании «Город Майкоп» в 2020 году функционировало 7 организаций среднего профессионального образования:

1. Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Адыгея «Адыгейский педагогический колледж им. Х. Андрухаева».
2. Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Адыгея «Майкопский индустриальный техникум».

3. Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Адыгея «Майкопский политехнический техникум».

4. Государственная бюджетная профессиональная образовательная организация Республики Адыгея «Адыгейский республиканский колледж искусств им. У.Х. Тхабисимова».

5. Государственная бюджетная профессиональная образовательная организация Республики Адыгея «Майкопский медицинский колледж».

6. Политехнический колледж ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет».

7. Майкопский государственный гуманитарно-технический колледж ФГБОУ ВПО «Адыгейский государственный университет».

Таблица 5

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги среднего профессионального образования
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг среднего профессионального образования	61	31	8

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 61 %, считают, что организаций, предоставляющих услуги на рынке среднего профессионального образования достаточно, при этом 31 % от общего числа опрошенных считают, что услуг среднего профессионального образования мало, а также 8 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке среднего профессионального образования нет совсем.

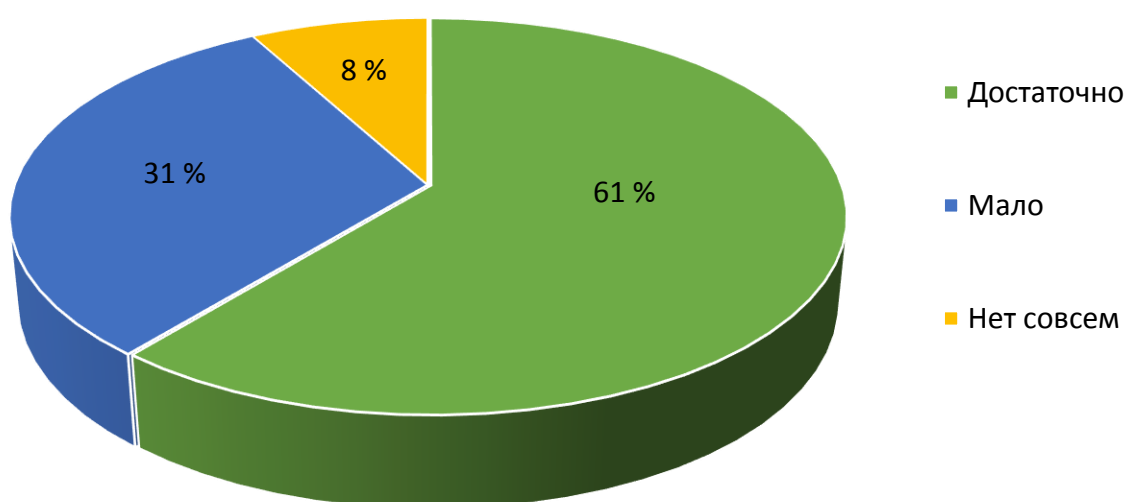


Рис. 10. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке среднего профессионального образования

Таблица 6

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке среднего профессионального образования
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
58	37	5	50	33	17	49	29	22

На рынке услуг среднего профессионального образования 58 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке среднего профессионального образования удовлетворены, соответственно, 50 % и 49 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 33 % и 29 % опрошенных соответственно.

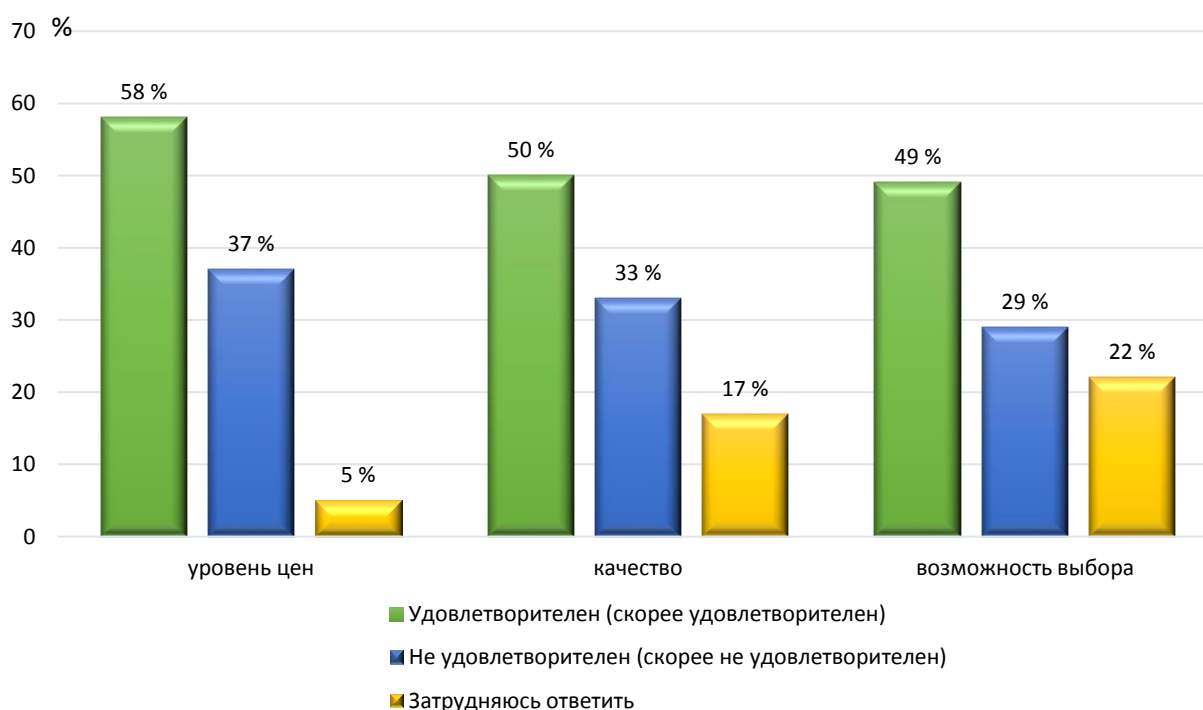


Рис. 11. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке среднего профессионального образования

В целом, на рынке среднего профессионального образования муниципального образования «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительным уровнем цен и надлежащего качества.

2.1.4. Рынок услуг дополнительного образования детей

Дополнительное образование детей в муниципальном образовании «Город Майкоп» направлено на формирование и развитие творческих способностей, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном, физическом совершенствовании, а также организацию их свободного времени.

Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» установлен целевой показатель «увеличение числа детей в возрасте от 5 до 18 лет, обучающихся по дополнительным образовательным программам в общей численности детей этого возраста до 70 % - 75 %, из которых 50 % должны обучаться за счёт бюджетных ассигнований».

По состоянию на 31.12.2020 года доля детей в возрасте от 5 до 18 лет, обучающихся по дополнительным образовательным программам в муниципальном образовании «Город Майкоп» составляет 70,3 %.

Таблица 7

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке дополнительного образования детей
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг дополнительного образования детей	55	31	14

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 55 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке дополнительного образования детей, достаточно, 31 % от общего числа опрошенных считают, что услуг дополнительного образования детей мало, при этом 14 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке дополнительного образования детей нет совсем.

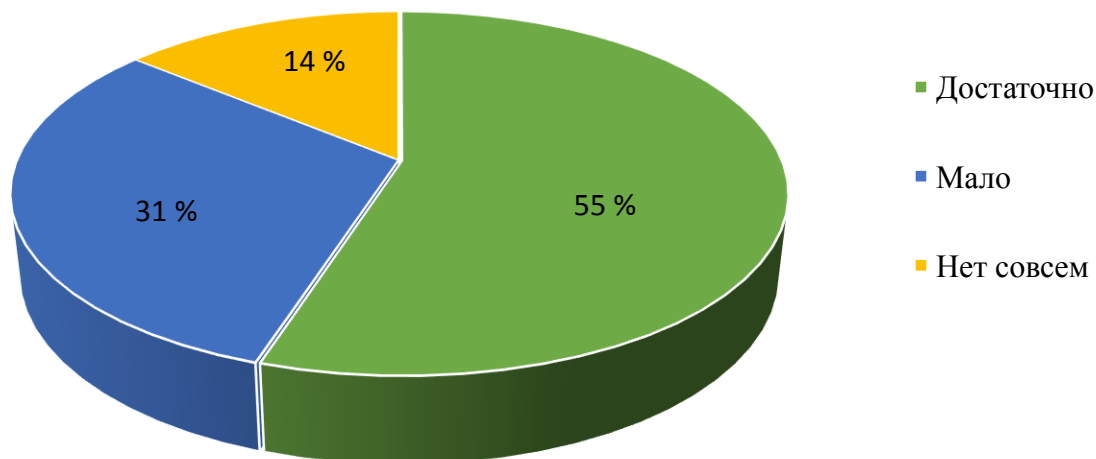


Рис. 12. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке дополнительного образования детей

Таблица 8

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке дополнительного образования детей
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
59	34	7	52	30	18	51	24	25

На рынке услуг дополнительного образования детей удовлетворены ценами 59 % от общего числа респондентов, при этом 34 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке дополнительного образования детей удовлетворены, соответственно, 52 % и 51 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 30 % и 24 % опрошенных.

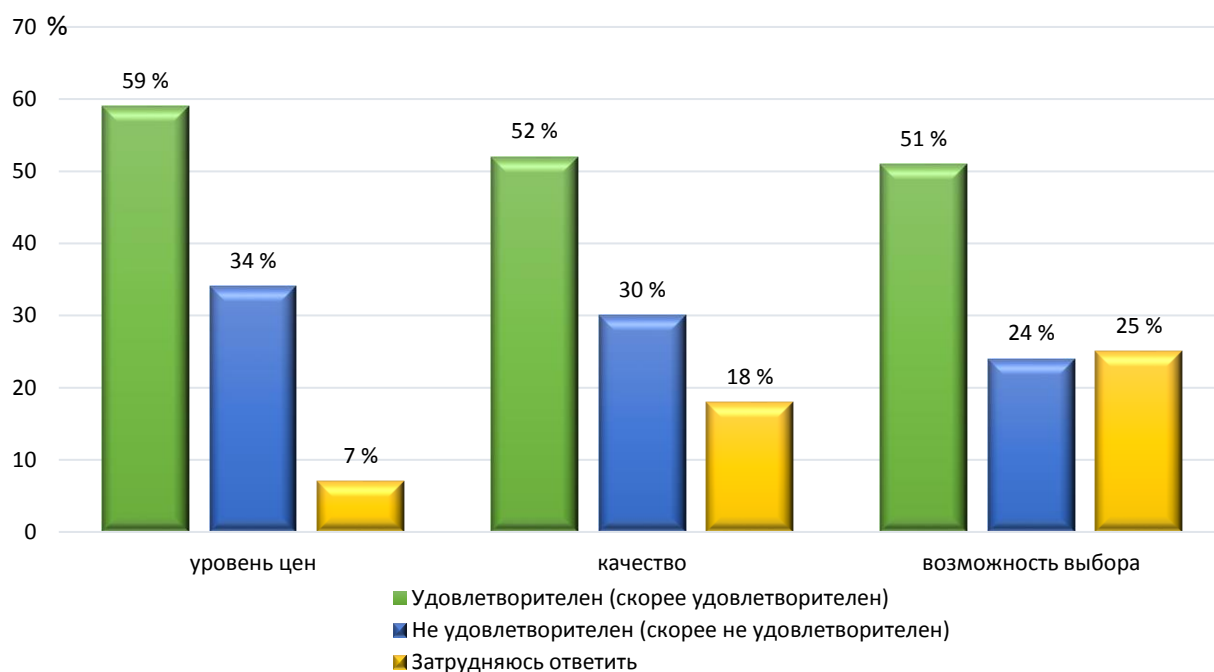


Рис. 13. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке дополнительного образования детей

В целом, на рынке дополнительного образования детей в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительным уровнем цен и надлежащего качества.

2.1.5. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

Отдых, оздоровление и занятость детей в муниципальном образовании «Город Майкоп» реализуется через организацию лагерей с дневным пребыванием на базе общеобразовательных организаций и центра социального обслуживания населения, лагерей труда и отдыха, организованные формы отдыха (походы, экспедиции детские площадки и др.).

Во исполнение Приказа Министерства образования и науки Республики Адыгея от 25.06.2020 № 825 «Об отмене проведения летней оздоровительной кампании Республики Адыгея в 2020 году, в части детских оздоровительных лагерей с дневным пребыванием детей, организуемых на базе общеобразовательных организаций», в муниципальном образовании «Город Майкоп» не было организации детского отдыха и оздоровления.

Таблица 9

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке детского отдыха и оздоровления
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	40	47	13

Результаты проведенного анкетирования показали, что большая часть опрошенных респондентов, а именно 47 %, отметили, что действующих организаций, оказывающих услуги на рынке детского отдыха и оздоровления, мало, при этом 40 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке детского отдыха и оздоровления достаточно, а 13 % опрошенных, считают, что данных организаций для оказания услуг на рынке детского отдыха и оздоровления нет совсем.

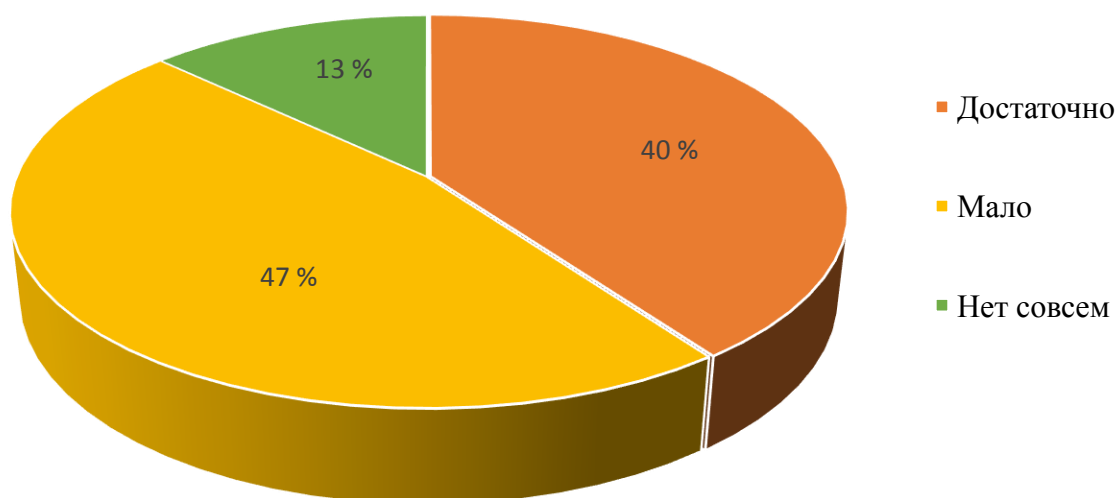


Рис. 14. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке детского отдыха и оздоровления

Таблица 10

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке детского отдыха и оздоровления
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
51	43	6	47	37	16	43	38	19

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления удовлетворены ценами 51 % от общего числа респондентов, при этом 43 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке детского отдыха и оздоровления удовлетворены, соответственно, 47 % и 43 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 37 % и 38 % опрошенных.

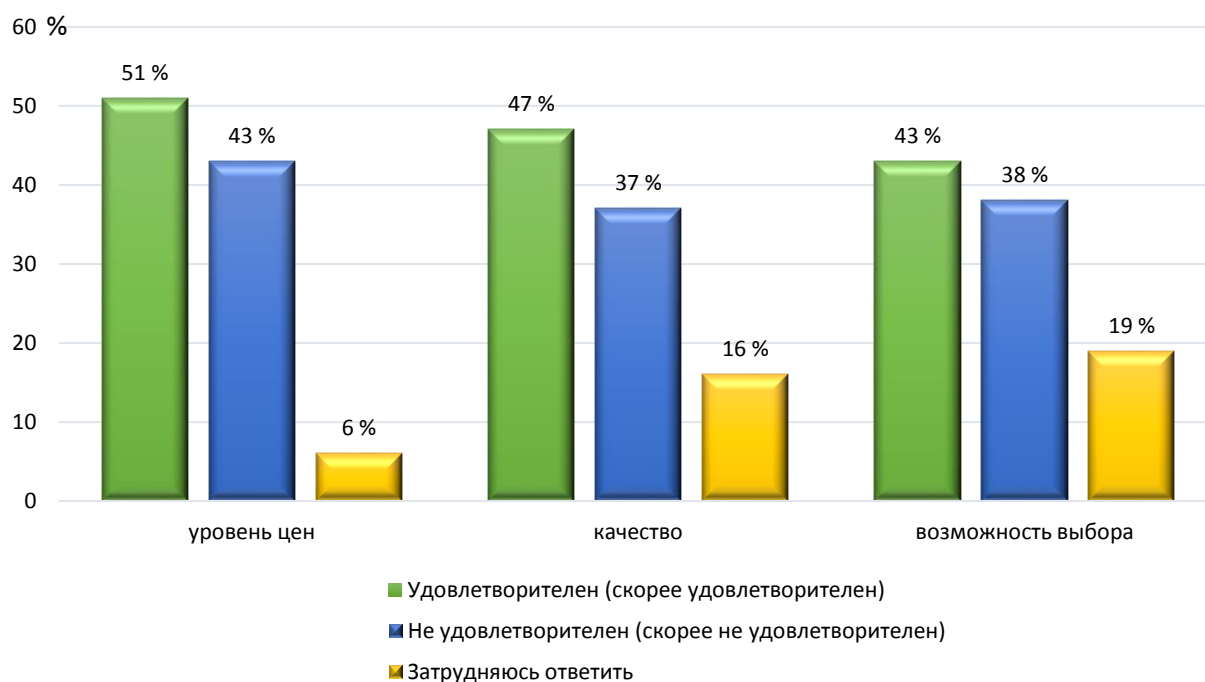


Рис. 15. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке детского отдыха и оздоровления

В целом, на рынке детского оздоровления и отдыха в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается недостаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.6. Рынок медицинских услуг

Рынок медицинских товаров и услуг - это рынок, предоставляющий медицинские товары и услуги для сохранения и улучшения здоровья населения. Он дает возможность получать и оказывать медицинские услуги соответствующего уровня и качества. Рынок медицинских услуг на сегодняшний день активно развивается. Ежегодно платная медицина охватывает все новые сегменты рынка медицины, открываются новые специализированные и многопрофильные клиники, кабинеты.

Таблица 11

Оценка потребителями количества организаций на рынке медицинских услуг (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок медицинских услуг	44	39	17

По оценкам потребителей, 44 % опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 39 % опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке мало, при этом 17 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, оказывающих медицинские услуги нет совсем.

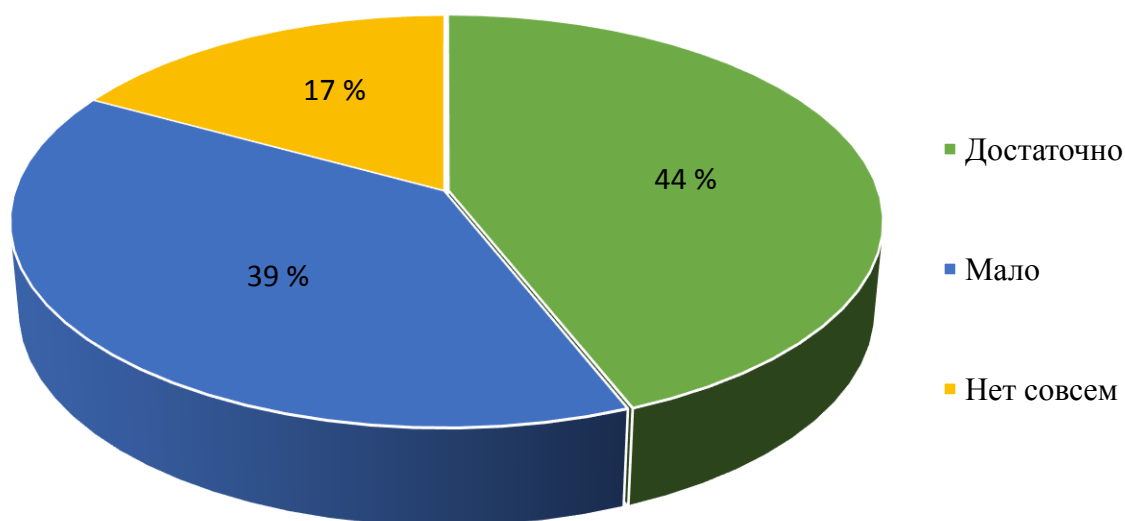


Рис. 16. Обеспеченность организациями на рынке медицинских услуг (по мнению потребителей)

В настоящее время все большее значение для пациентов приобретают такие факторы, как сервис, профессионализм врачей и персонала, гарантии обслуживания, дополнительные услуги. На основании этих факторов потребители и оценивали удовлетворенность медицинских услуг.

Таблица 12

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке медицинских услуг (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
51	39	10	45	34	21	41	33	26

На рынке медицинских услуг значительная часть респондентов удовлетворена ценами на предоставляемые медицинские услуги (51 % от общего числа опрошенных), при этом 39 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке медицинских услуг удовлетворены, соответственно, 45 % и 41 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 34 % и 33 % опрошенных.

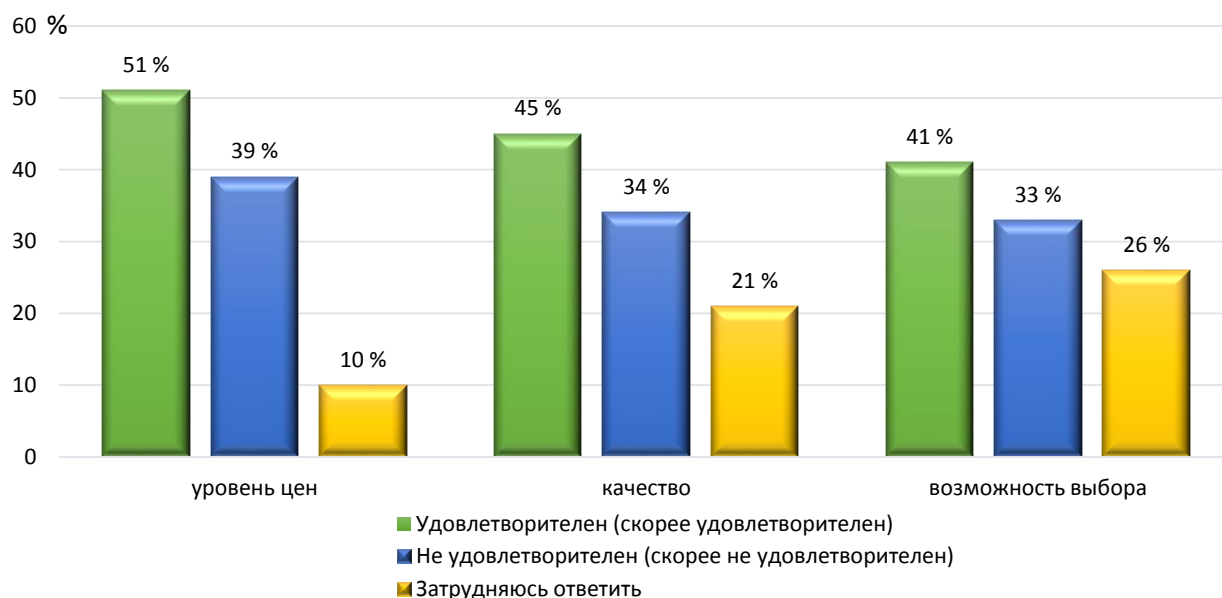


Рис. 17. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке медицинских услуг

В целом, на рынке медицинских услуг муниципального образования «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих медицинские услуги, с удовлетворительным уровнем цен на предоставляемые услуги, а также качеством и возможностью выбора услуг.

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

На территории муниципального образования «Город Майкоп» на 31.12.2020 функционирует 93 частных объекта по реализации лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и сопутствующих препаратов, что составляет 97 % к общему количеству аптечных организаций. Продавцами на рынке выступают аптечные учреждения и хозяйствующие субъекты всех форм собственности, имеющие лицензию на осуществление фармацевтической деятельности и осуществляющие розничную реализацию лекарственных средств.

Таблица 13

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	68	22	10

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 68 %, считают, что организаций, предоставляющих услуги на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, достаточно, однако 22 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на данном рынке мало, но при этом 10 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, нет совсем.

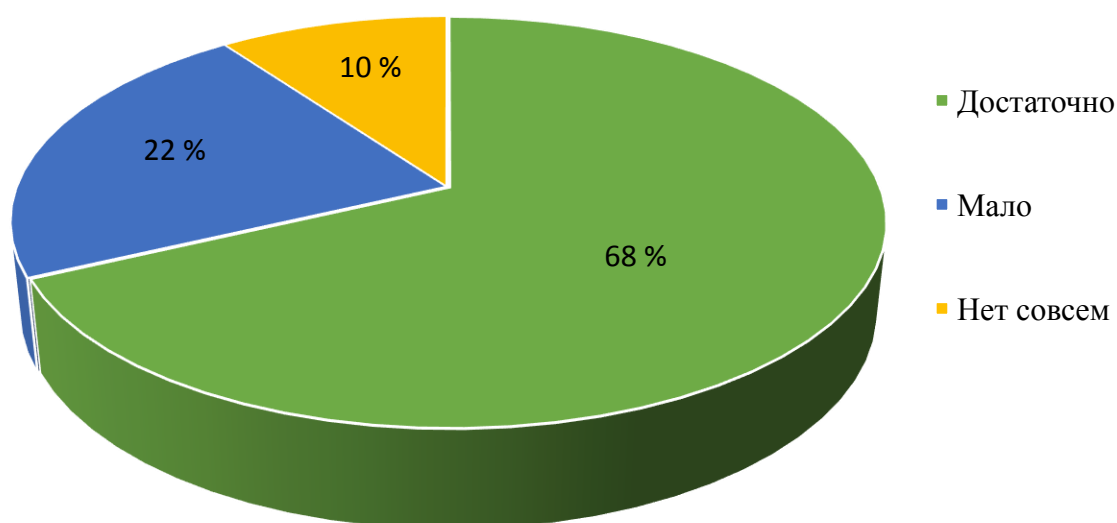


Рис. 18. Обеспеченность организациями на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами

Таблица 14

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
57	38	5	47	35	18	46	32	22

На рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 57 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, но при этом 38 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами удовлетворены, соответственно, 47 % и 46 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 35 % и 32 % опрошенных.



Рис. 19. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами

В целом, на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками оказываемых услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.8. Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

Согласно статьи 42 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (далее – Закон об образовании), психолого-педагогическая помощь оказывается детям, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Она включает в себя:

- психолого-педагогическое консультирование обучающихся, их родителей (законных представителей) и педагогических работников;
- коррекционно-развивающие и компенсирующие занятия с обучающимися;
- помощь обучающимся в профориентации, получении профессии и социальной адаптации.

Психолого-педагогическое сопровождение - это система профессиональной деятельности, направленная на создание социально-психологических условий для успешного воспитания, обучения и развития ребёнка на каждом возрастном этапе.

Психолого-педагогическое сопровождение реализуется как составная часть двух основных форм обучения детей с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), предусмотренных Законом об образовании:

- инклюзивное образование - обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей;
- адаптированная образовательная программа - образовательная программа, адаптированная для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

В 30 дошкольных образовательных организациях муниципального образования «Город Майкоп» создана безбарьерная среда, где обучаются и социализируются 460 детей в возрасте от 4 до 8 лет с ограниченными возможностями здоровья.

Коррекцию развития детей по адаптированным образовательным программам обеспечивают:

- 31 группа компенсирующего вида;
- 7 логопунктов;
- 1 группа кратковременного пребывания детей;
- 1 лекотека.

В рамках инклюзивного образования 20 детей с ОВЗ получают психологическую и коррекционную помощь общеразвивающей направленности.

В семи общеобразовательных организациях муниципального образования «Город Майкоп» создана безбарьерная среда и имеется

специальное оборудование для коррекционного образовательного процесса. В 2020 году, в этих общеобразовательных организациях, обучались 787 детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов.

Общеобразовательные организации укомплектованы педагогическими кадрами, прошедшими специализированную подготовку для работы с детьми с ОВЗ и детьми-инвалидами.

В 28 школах работают следующие специалисты:

- 21 социальный педагог;
- 13 учителей-логопедов;
- 34 педагог-психолог.

Психолого-педагогическая помощь оказывается во всех общеобразовательных организациях, в том числе с привлечением специалистов (7 педагогов-психологов) муниципального бюджетного образовательного учреждения для детей, нуждающихся в психолого-педагогической и медико-санитарной помощи Центр диагностики и консультирования.

Таблица 15

Оценка потребителями количества организаций на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	49	40	11

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья достаточно организаций, оказывающих данные услуги, такой ответ дали 49 % от общего числа опрошенных, а 40 % опрошенных считают, что количества организаций, работающих на данном рынке в муниципальном образовании «Город Майкоп», мало, при этом 11 % респондентов ответили, что организаций, оказывающих услуги на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, нет совсем.

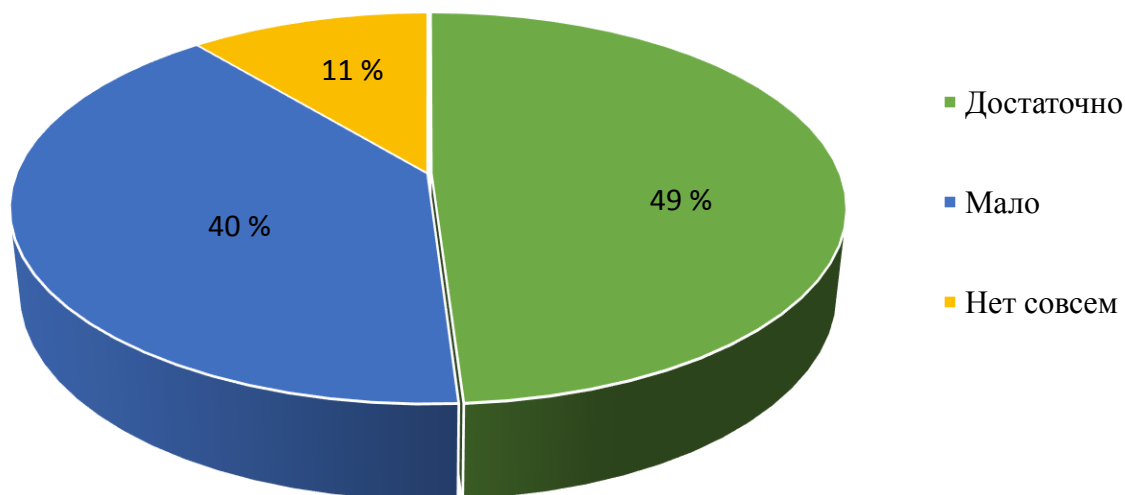


Рис. 20. Обеспеченность организациями на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (по мнению потребителей)

Таблица 16

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
55	36	9	49	31	20	44	31	25

На рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья 55 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 36 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья удовлетворены, соответственно, 49 % и 44 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – по 31 % опрошенных.

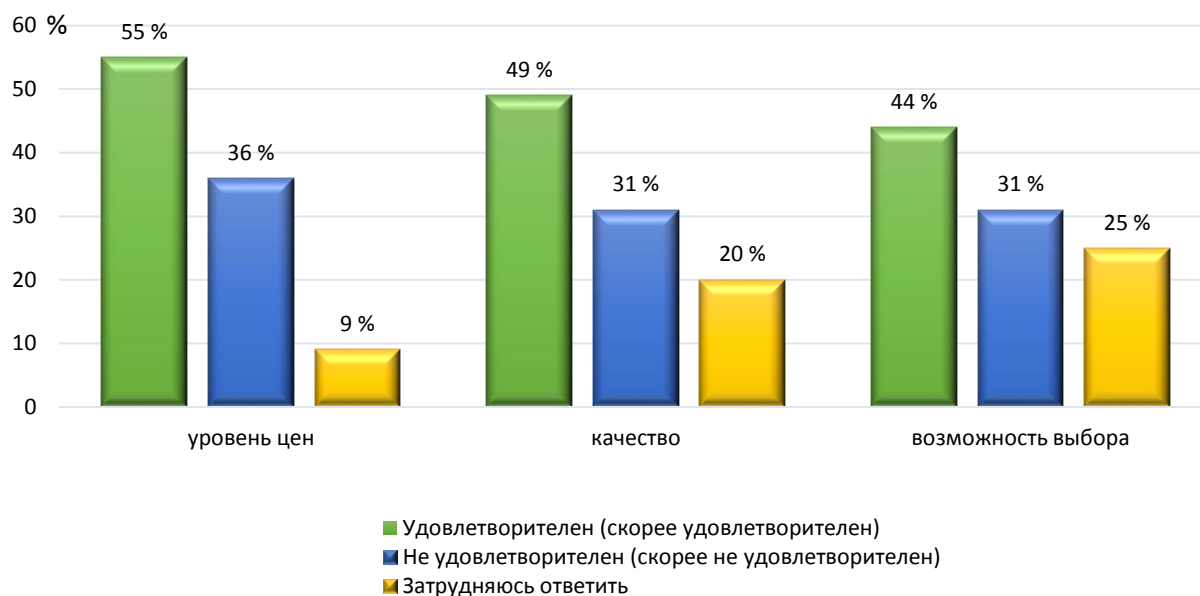


Рис. 21. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

В целом, на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, по оценкам респондентов, наблюдается достаточно организаций, оказывающих услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.9. Рынок социальных услуг

В муниципальном образовании «Город Майкоп» развита сеть государственных учреждений по предоставлению услуг социального обслуживания населения. Система социального обслуживания населения за последние годы формировалась как государственная, так как именно государственные учреждения выступают в роли основного поставщика социальных услуг.

В Республике Адыгея был создан веб-портал «Реестр поставщиков социальных услуг», предназначенный для ведения реестра поставщиков социальных услуг в Республике Адыгея.

Согласно реестра поставщиков социальных услуг в муниципальном образовании «Город Майкоп» функционирует 3 государственных бюджетных учреждения, 2 благотворительных фонда и 1 некоммерческая организация социального обслуживания населения.

Таблица 17

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих социальные услуги (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок социальных услуг	55	35	10

Потребители охарактеризовали рынок социальных услуг следующим образом: 55 % опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 35 % опрошенных считают, что мало, при этом 10 % респондентов считают, что организаций, оказывающих социальные услуги, нет совсем.

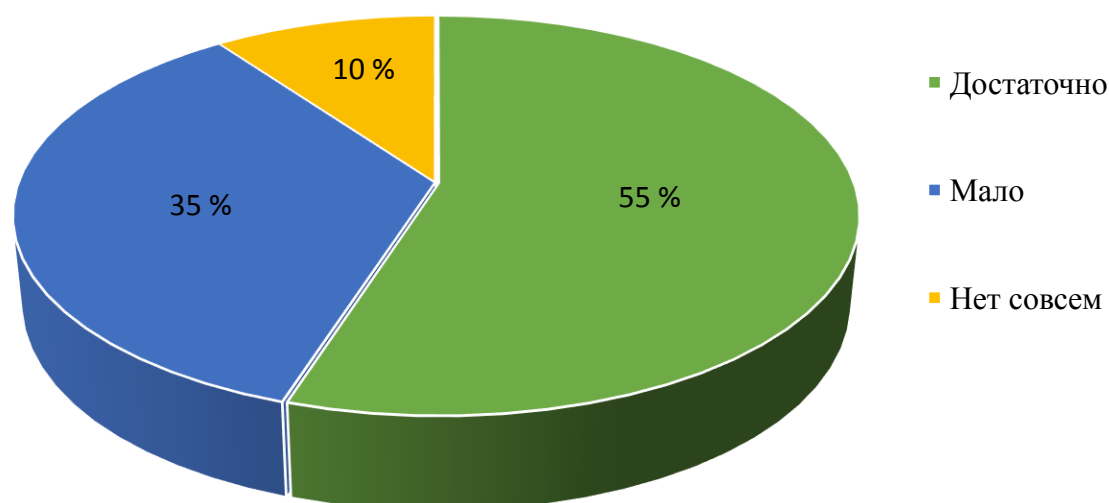


Рис. 22. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги в сфере социальных услуг

Таблица 18

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке социальных услуг (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
56	36	8	52	29	19	47	28	25

Большая часть потребителей удовлетворена основными характеристиками рынка в сфере социальных услуг. Так, уровнем цен удовлетворены 56 % от общего числа респондентов, при этом 36 %

респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке в сфере социальных услуг удовлетворены, соответственно, 52 % и 47 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 29 % и 28 % опрошенных.



Рис. 23. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке социальных услуг

В целом, на рынке социальных услуг в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками оказываемых услуг.

2.1.10. Рынок ритуальных услуг

В соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации органов местного самоуправления» организация ритуальных услуг и содержание мест захоронения относится к вопросам местного значения. В рамках оказания муниципальной услуги «Выдача разрешения на захоронение (регистрация захоронения)», предоставляемой МКУ «Благоустройство» муниципального образования «Город Майкоп», в соответствии с постановлением Администрации муниципального образования «Город Майкоп» от 27.12.2012 года № 1129 «Об утверждении Административного регламента предоставления Муниципальным казенным учреждением «Благоустройство муниципального образования «Город Майкоп» муниципальной услуги «Выдача разрешения на захоронение (регистрация захоронения)», предоставляется услуга по выдаче разрешения на захоронение и определение места захоронения.

Таблица 19

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих ритуальные услуги (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок ритуальных услуг	73	17	10

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 73 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке ритуальных услуг, достаточно, а 17 % опрошенных, считают, что данных организаций мало, при этом 10 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке ритуальных услуг, нет совсем.

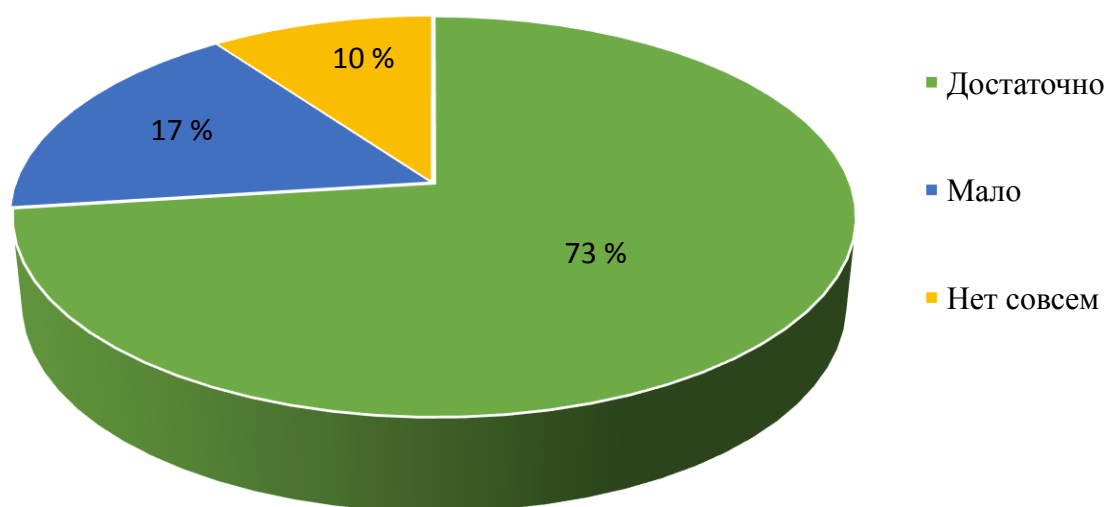


Рис. 24. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке ритуальных услуг

Таблица 20

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке ритуальных услуг (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
58	32	10	52	24	24	51	22	27

На рынке ритуальных услуг 58 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 32 % респондентов не удовлетворены

ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке ритуальных услуг удовлетворены, соответственно, 52 % и 51 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 24 % и 22 % опрошенных.

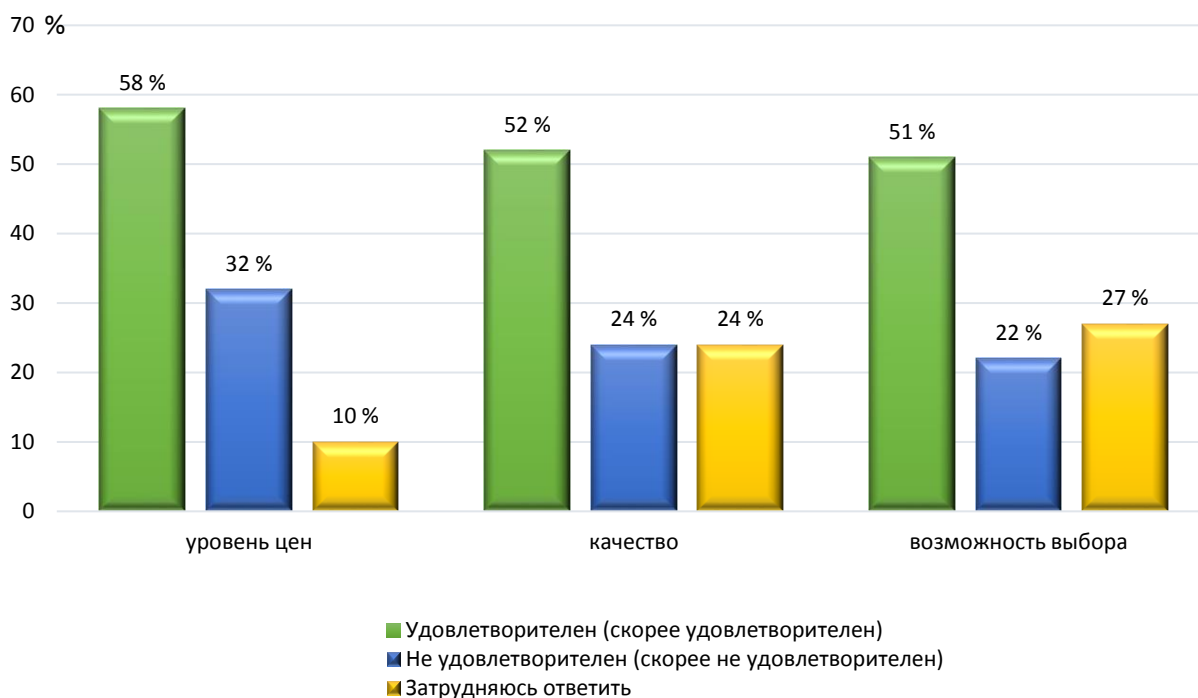


Рис. 25. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг в сфере ритуальных услуг

В целом, на рынке ритуальных услуг в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками оказываемых услуг.

2.1.11. Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)

В качестве рынка тепловой энергии рассматривается система централизованного теплоснабжения. На территории муниципального образования «Город Майкоп» тепловую энергию потребителям реализует Филиал АО «АТЭК» «Майкопские тепловые сети».

Таблица 21

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии)
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	65	18	17

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 65 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии), достаточно, 18 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на данном рынке, мало, при этом 17 % от общего числа опрошенных считают, что услуг на рынке ритуальных услуг, нет совсем.

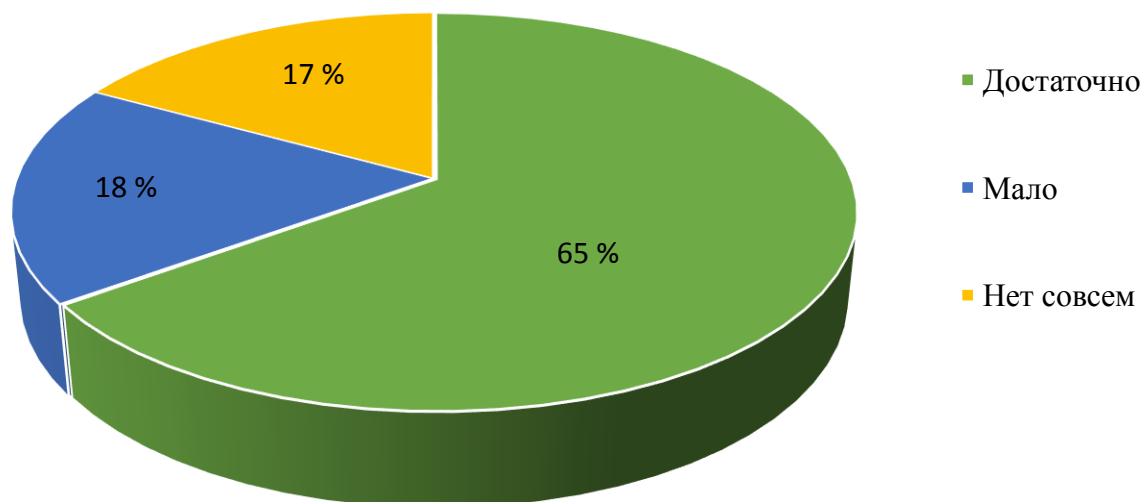


Рис. 26. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги в сфере теплоснабжения (производство тепловой энергии)

Таблица 22

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии)
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
57	37	6	54	28	18	49	26	25

На рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии) 57 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии) удовлетворены, соответственно, 54 % и 49 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 28 % и 26 % опрошенных.

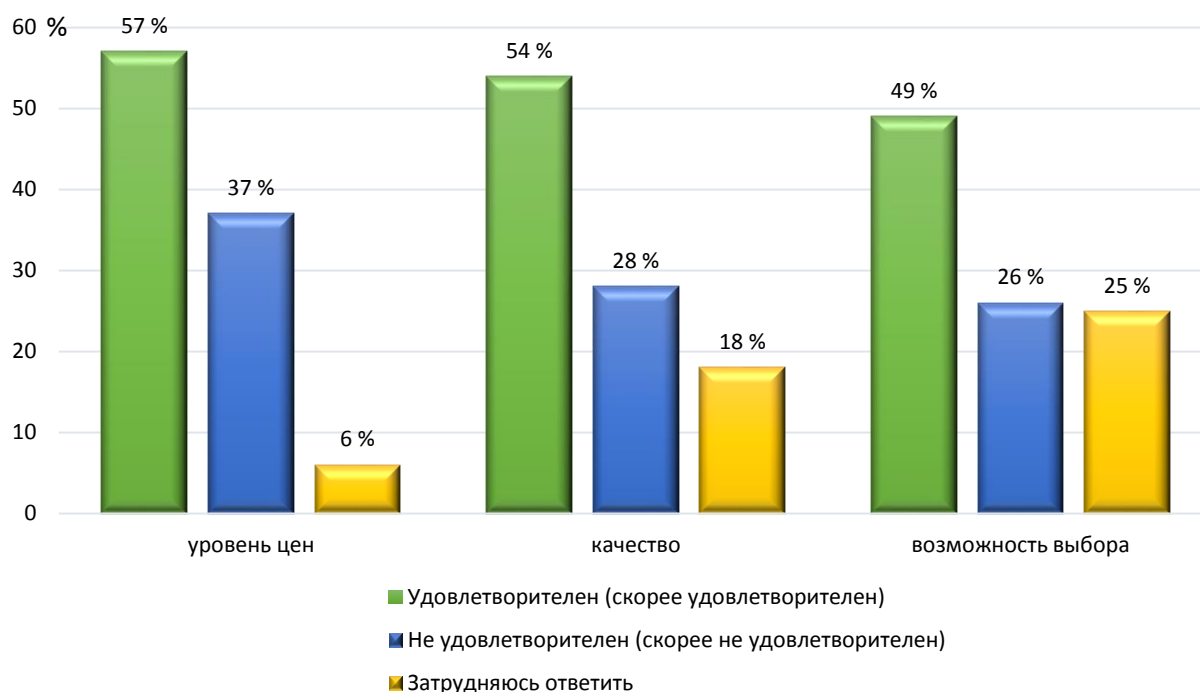


Рис. 27. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг в сфере теплоснабжения (производство тепловой энергии)

В целом, на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии), по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.12. Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов

В муниципальном образовании «Город Майкоп» уделяют большое внимание чистоте города. Так, в рамках концепции «Бережливого правительства» реализуется программа по отдельному сбору мусора, в Майкопе установлены контейнеры для отдельного сбора мусора, что способствует улучшению экологической обстановки. Основная цель таких проектов – повысить экологическую культуру горожан путем внедрения системы отдельного сбора мусора и опасных отходов с их последующей утилизацией для вторичного использования.

Также в муниципальном образовании «Город Майкоп» регулярно проводятся акции чистоты:

- субботники, в которых задействованы трудовые коллективы, представители общественности, молодежь;
- экологические акции по приему опасных отходов у населения.

Для своевременного выявления и ликвидации свалок, регулярно проводят рейды по общественным территориям, зеленым зонам, набережным, лесополосам, а также другим местам общего пользования.

В области обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами на территории муниципального образования «Город Майкоп» в 2020 году функционировали 2 организации - ООО «Экоцентр» и ООО «Транссервис».

Таблица 23

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	63	27	10

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 63 %, считают, что организаций, предоставляющих услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, достаточно, а 27 % от общего числа опрошенных считают, что мало, при этом 10 % от общего числа опрошенных считают, что услуг, на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, нет совсем.

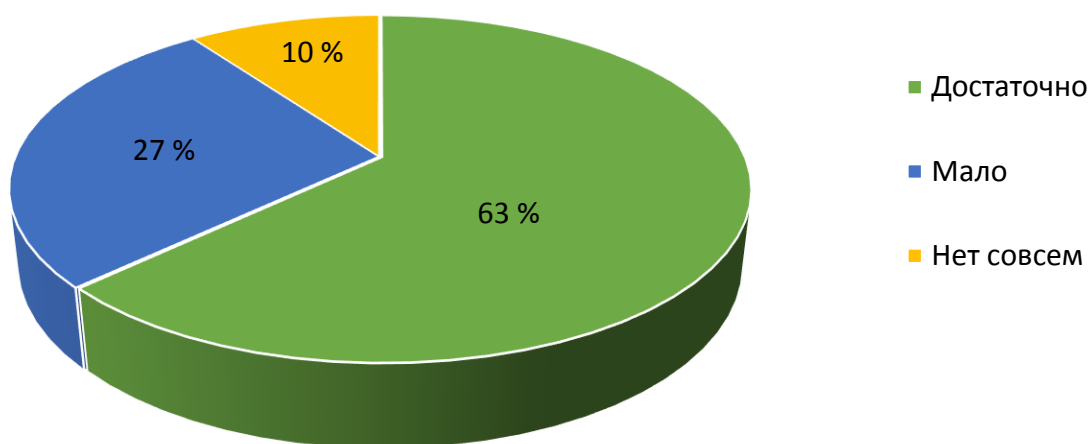


Рис. 28. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов

Таблица 24

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
58	37	5	51	32	17	43	30	27

На рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 58 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов удовлетворены, соответственно, 51 % и 43 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 32 % и 30 % опрошенных.

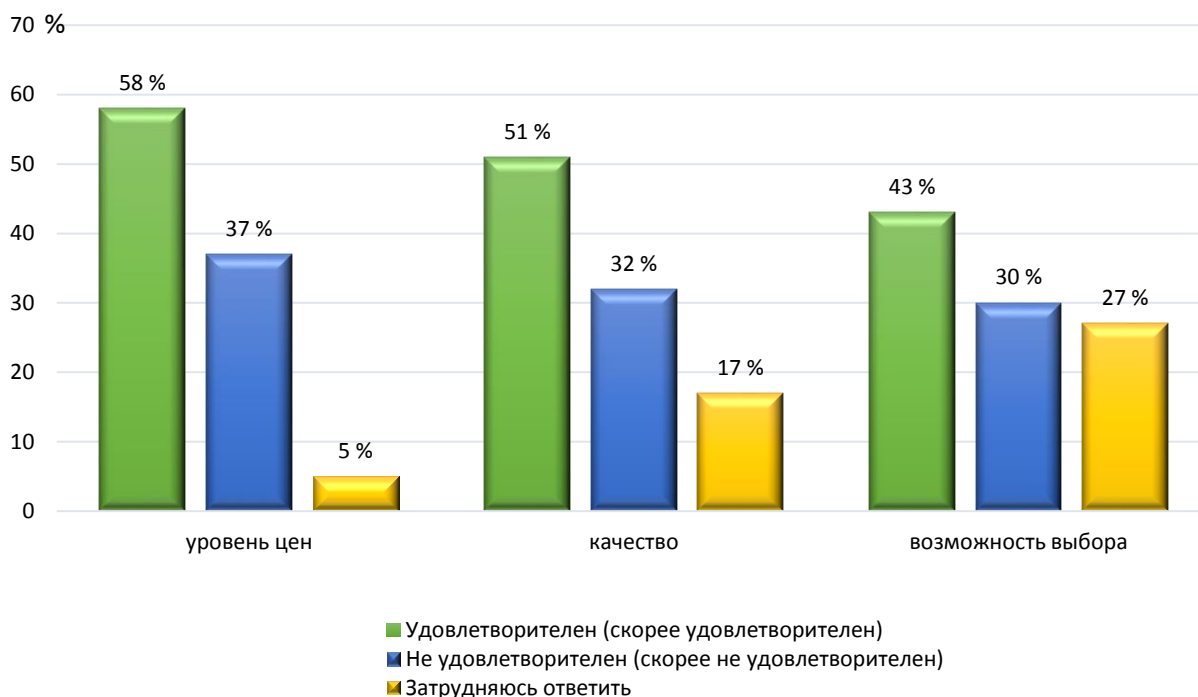


Рис. 29. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов

В целом, на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.13. Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды

Формирование современной комфортной городской среды – это комплекс мероприятий, направленных на создание условий для обеспечения комфортных, безопасных и доступных условий проживания населения муниципального образования «Город Майкоп».

В муниципальном образовании «Город Майкоп», в рамках реализации приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» в 2020 году реализовывалась муниципальная программа «Формирование современной городской среды в муниципальном образовании «Город

Майкоп» на 2018-2024 годы», которая включала в себя следующие основные мероприятия:

- благоустройство дворовых территорий многоквартирных домов на территории муниципального образования «Город Майкоп»;
- проведение мероприятий по благоустройству общественных территорий муниципального образования «Город Майкоп».

В 2020 году на территории муниципального образования «Город Майкоп» благоустроено 23 дворовые территории, объединяющие 33 многоквартирных дома, и 2 общественные территории.

Таблица 25

Оценка потребителями количества организаций, выполняющих работы по благоустройству городской среды (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	65	20	15

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 65 %, считают, что организаций, предоставляющих выполнение работ по благоустройству городской среды, достаточно, а 20 % от общего числа опрошенных считают, что организаций на рассматриваемом рынке мало, при этом 15 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, предоставляющих выполнение работ по благоустройству городской среды, нет совсем.

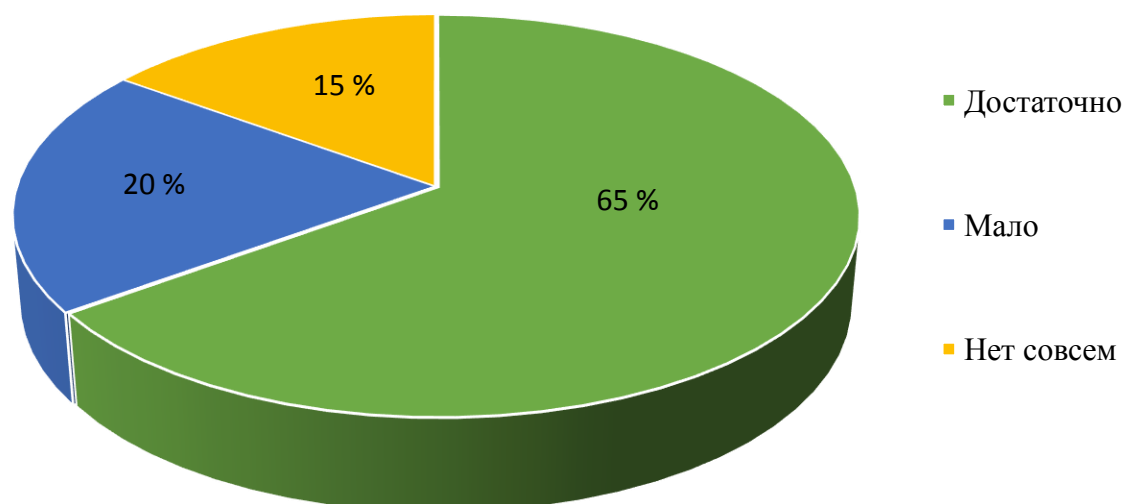


Рис. 30. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги выполнения работ по благоустройству городской среды

Таблица 26

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
59	33	8	50	32	18	47	27	26

На рынке выполнения работ по благоустройству городской среды 59 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды удовлетворены, соответственно, 50 % и 47 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 32 % и 27 % опрошенных.

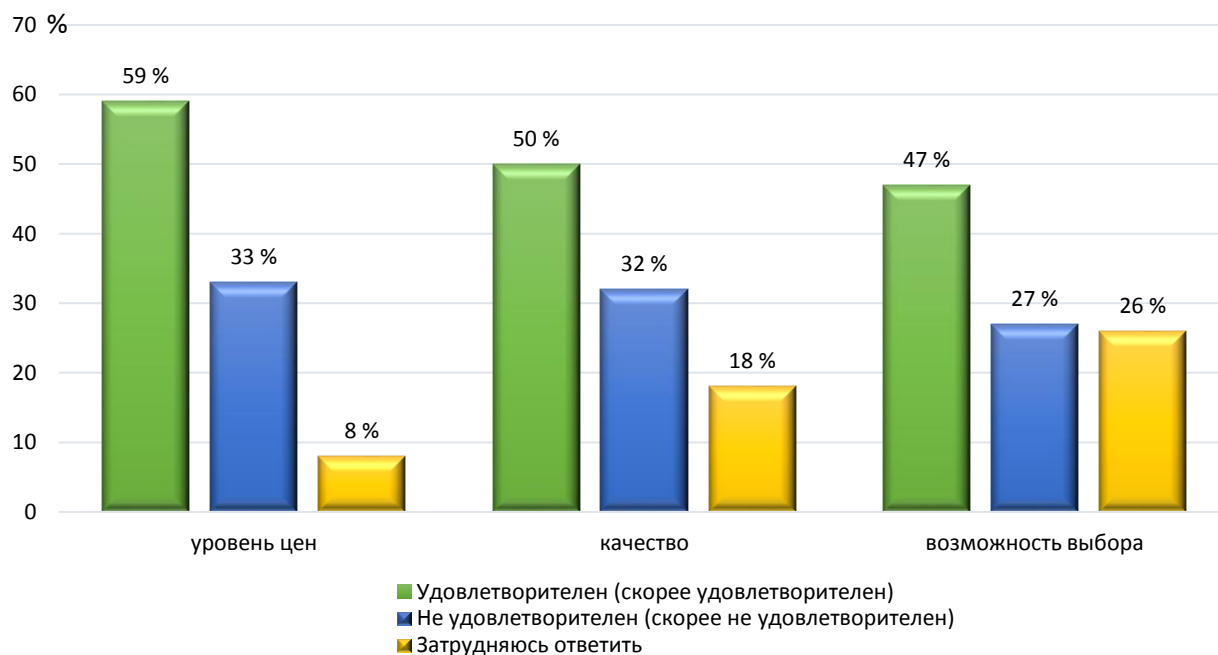


Рис. 31. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды

В целом, на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

В муниципальном образовании «Город Майкоп» выполнение работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме осуществляется организациями частных форм собственности.

Таблица 27

Оценка потребителями количества организаций, выполняющих работы по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	55	26	19

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 55 %, считают, что организаций, предоставляющих выполнение работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, достаточно, а 26 % от общего числа опрошенных считают, что мало, при этом 19 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, предоставляющих выполнение работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, нет совсем.

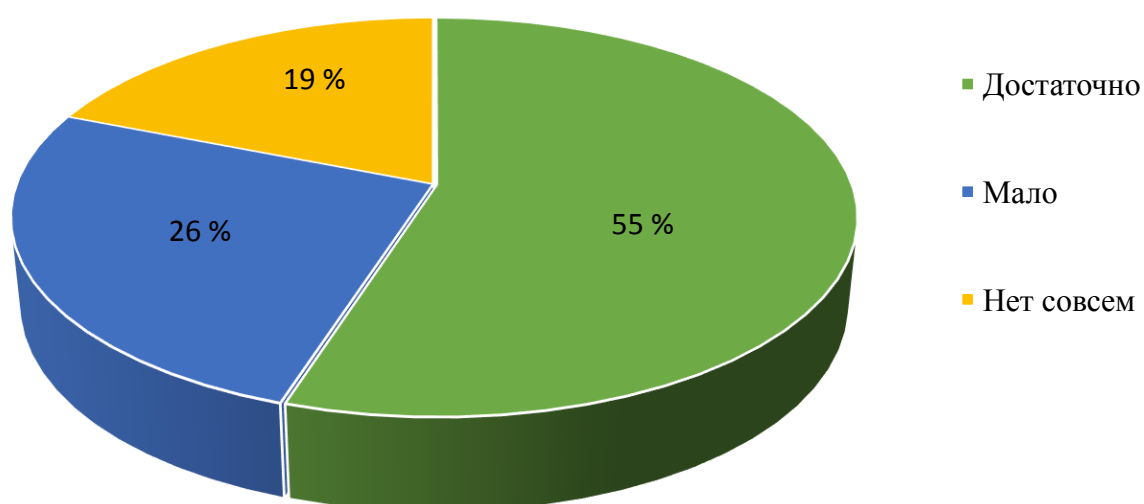


Рис. 32. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме

Таблица 28

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
56	34	10	46	33	21	42	30	28

На рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме 56 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 34 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме удовлетворены, соответственно, 46 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 33 % и 30 % опрошенных.

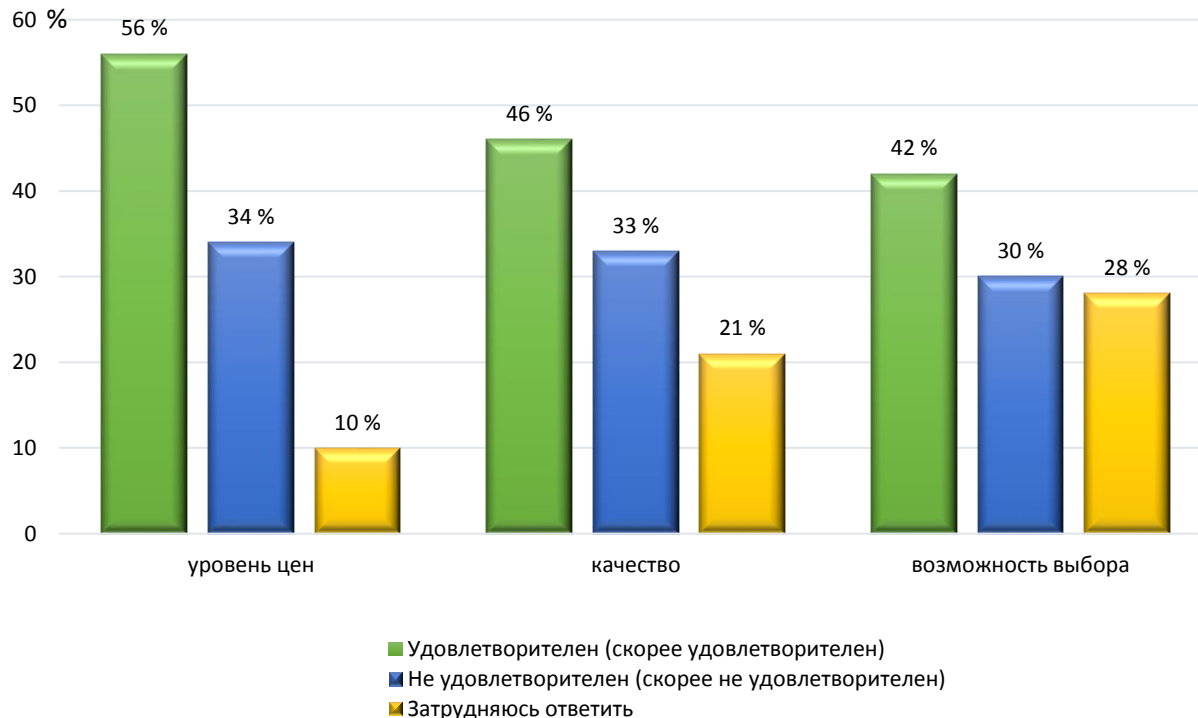


Рис. 33. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме

В целом, на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками цены и качества предоставляемых услуг.

2.1.15. Рынок поставки сжиженного газа в баллонах

В муниципальном образовании «Город Майкоп» реализация сжиженного газа в баллонах осуществляется по регулируемой розничной цене населению, проживающему в необеспеченных природным (сетевым) газом населенных пунктах.

Таблица 29

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих поставку сжиженного газа в баллонах (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	54	21	25

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 54 %, считают, что организаций, осуществляющих поставку сжиженного газа в баллонах, достаточно, а 21 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 25 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих поставку сжиженного газа в баллонах, нет совсем.

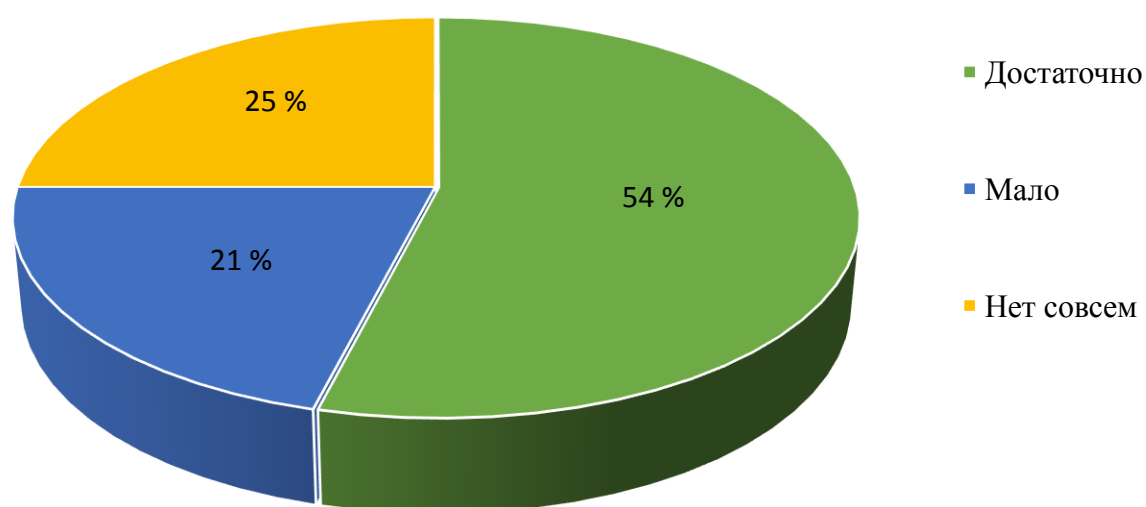


Рис. 34. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по поставке сжиженного газа в баллонах

Таблица 30

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке поставки сжиженного газа в баллонах (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
55	34	11	49	29	22	45	25	30

На рынке поставки сжиженного газа в баллонах 55 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 34 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке поставки сжиженного газа в баллонах удовлетворены, соответственно, 49 % и 45 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 29 % и 25 % опрошенных.

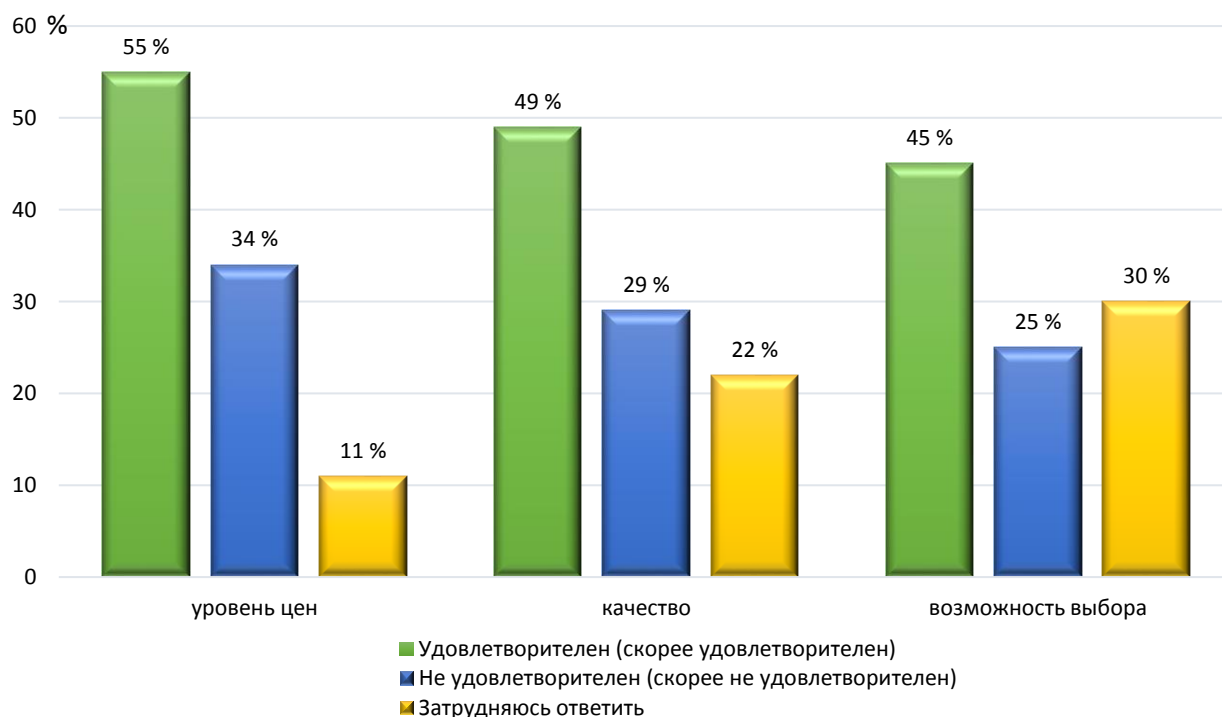


Рис. 35. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке поставки сжиженного газа в баллонах

В целом, на рынке поставки сжиженного газа в баллонах, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

В муниципальном образовании «Город Майкоп» розничную куплю-продажу электроэнергетики (мощности) осуществляет ПАО «ТНС энерго Кубань».

Таблица 31

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих куплю-продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	67	19	14

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 67 %, считают, что организаций, осуществляющих куплю-продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), достаточно, а 19 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 14 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих куплю-продажу электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), нет совсем.

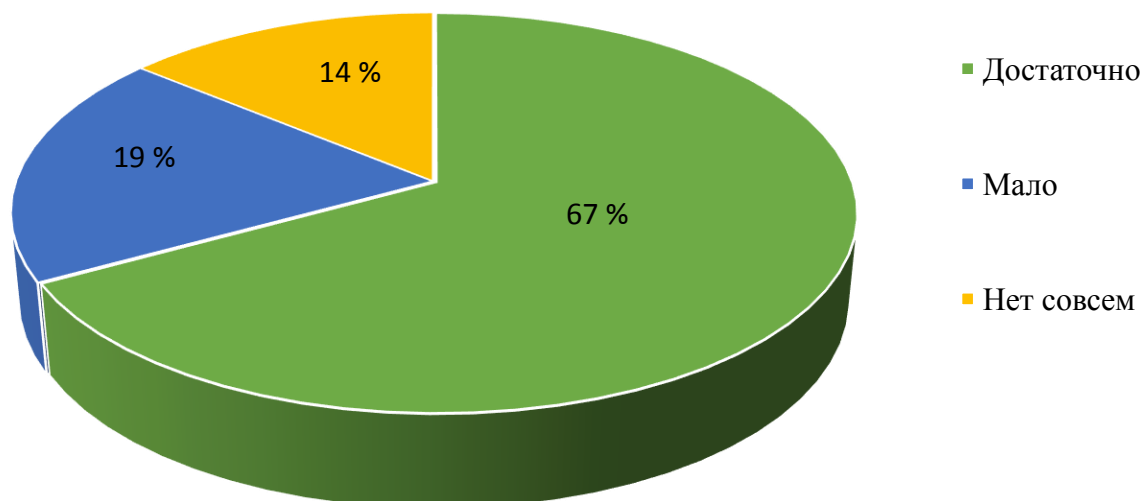


Рис. 36. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)

Таблица 32

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
56	35	9	46	32	22	42	29	29

На рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) 56 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 35 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) удовлетворены, соответственно, 46 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 32 % и 29 % опрошенных.

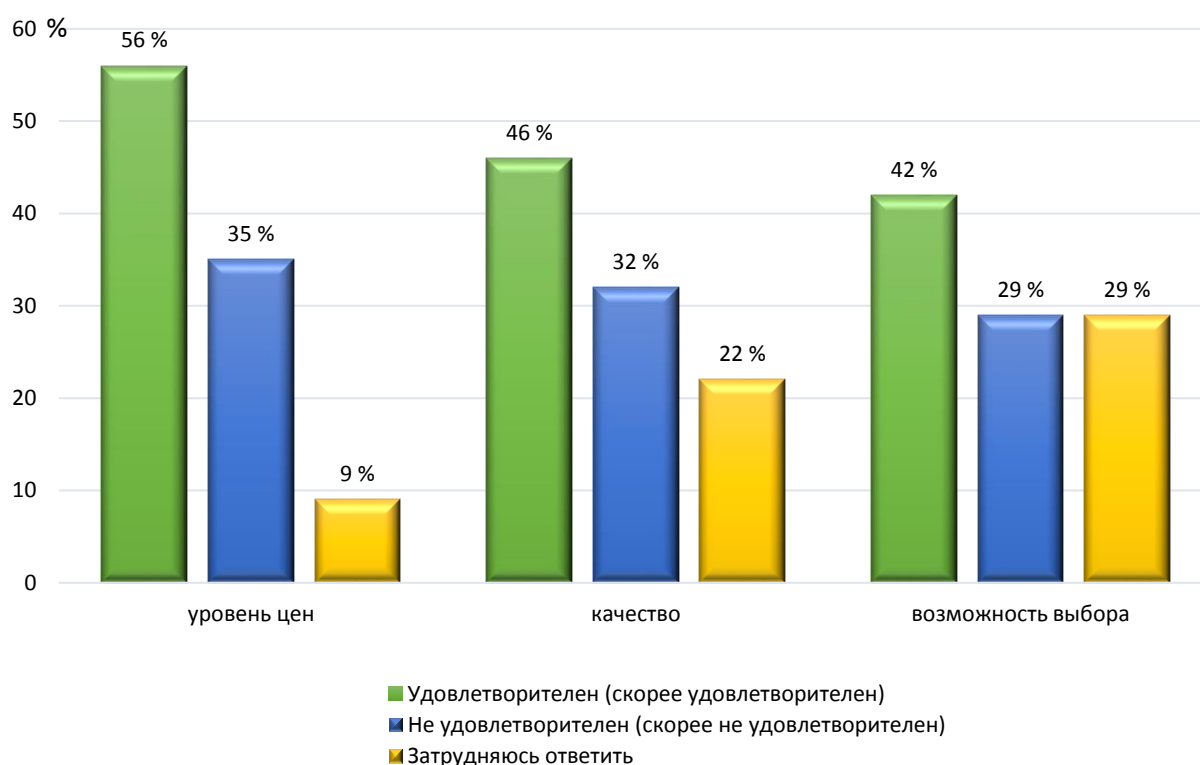


Рис. 37. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)

В целом, на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

Розничные рынки электрической энергии - это сфера обращения электрической энергии в рамках Единой энергетической системы в границах единого экономического пространства Российской Федерации с участием производителей, покупателей электрической энергии (мощности) и иных лиц, которые не являются субъектами оптового рынка электрической энергии (мощности).

В муниципальном образовании «Город Майкоп» передачу электроэнергии (мощности) на розничном рынке осуществляют ООО «Майкопская ТЭЦ», «Адыгейские электрические сети» филиал ПАО «Кубаньэнерго».

Таблица 33

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих производство электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	66	23	11

Потребители услуг охарактеризовали рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, следующим образом: 66 % опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 23 % опрошенных считают, что услуг на рассматриваемом рынке мало, при этом 11 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих производство электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, нет совсем.

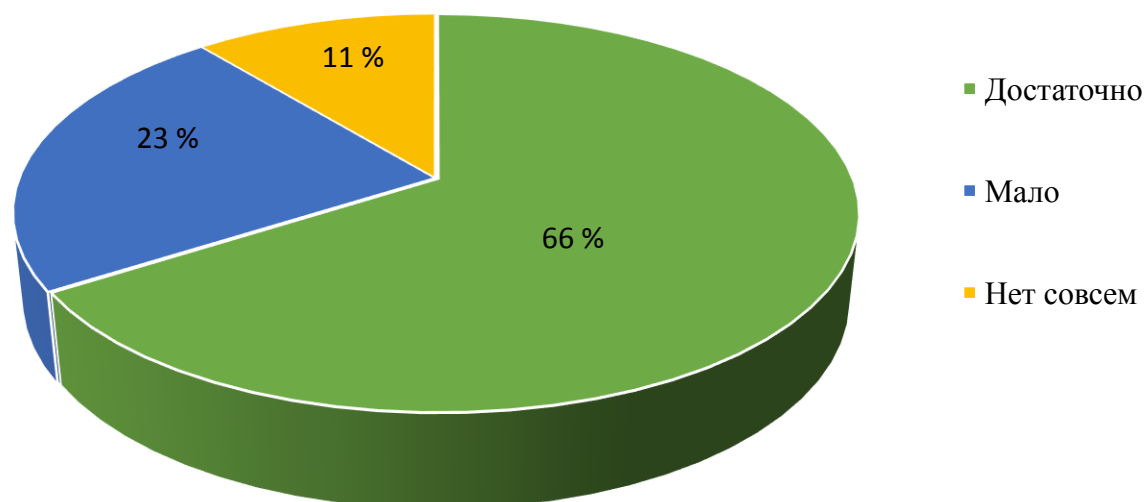


Рис. 38. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации

Таблица 34

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
56	34	10	48	31	21	44	28	28

На рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации 56 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 34 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, удовлетворены, соответственно, 48 % и 44 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 31 % и 28 % опрошенных.



Рис. 39. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками услуг на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации

В целом, на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

За 2020 год общее число пассажиров, перевезенных общественным транспортом в муниципальном образовании «Город Майкоп», составило 4 480 163 пассажиров, из них:

- 57,8 % перевозок осуществляет муниципальное унитарное предприятие «Майкопское троллейбусное управление»;
- 42,2 % приходится на транспортные предприятия, осуществляющие перевозку пассажиров автобусами малой, средней и большой вместимости.

Общая протяженность маршрутной сети муниципального образования «Город Майкоп» - более 130 км.

Маршрутная сеть муниципального образования «Город Майкоп» состоит из:

- 9 троллейбусных маршрутов, общей протяженностью 50,1 км, контактные линии которых охватывают большинство районов города;
- 27 автобусных маршрутов, которые обслуживаются автобусами, относящимися к категории малой вместимости (310 единиц).

Все сельские населённые пункты, входящие в состав муниципального образования «Город Майкоп», обеспечены регулярным автобусным сообщением, что позволяет сельскому населению пользоваться всеми видами услуг, которые можно получить в городе Майкопе.

Тариф на разовый проезд в общественном транспорте по г. Майкопу в 2020 году составлял: в троллейбусах – 15 рублей, в автобусах (ПАЗ) на городских пассажирских маршрутах – 20 рублей, после 19.00 часов – 23 рубля, в автобусном сообщении на базе «Газель» - 20 рублей, после 19.00 – 23 рубля. Для социально незащищённых категорий граждан применяются льготные проездные билеты, использование которых предусмотрено на городском электрическом транспорте и в автобусах категории МЗ (ПАЗ).

Таблица 35

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	63	30	7

Потребители охарактеризовали рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок следующим образом: 63 % опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 30 % опрошенных считают, что организаций, оказывающих услуги на данном рынке мало, при этом 7 % от общего числа опрошенных считают, что услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, нет совсем.

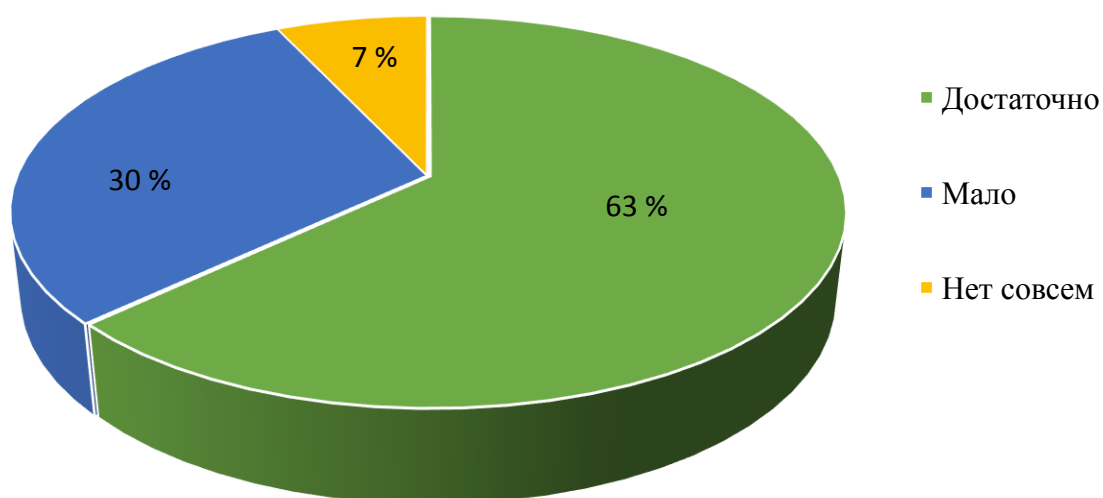


Рис. 40. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок

Таблица 36

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
61	37	2	52	31	17	46	29	25

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок 61 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок удовлетворены, соответственно, 52 % и 46 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 31 % и 29 % опрошенных.

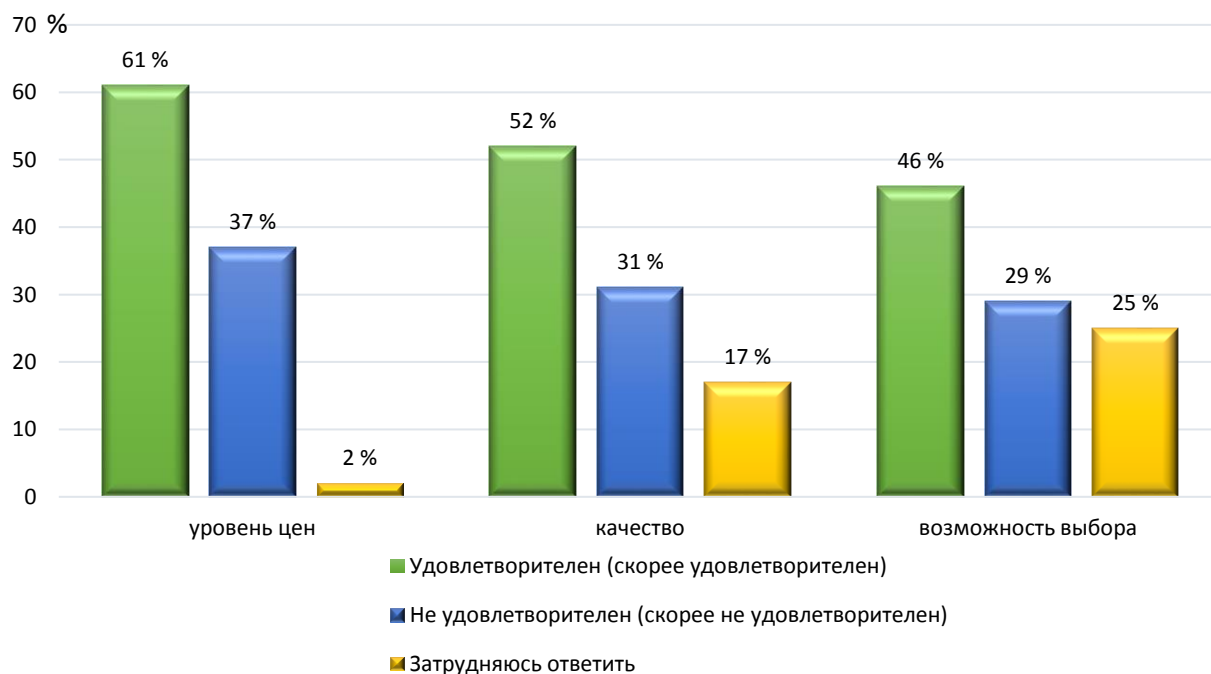


Рис. 41. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок

В целом, на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

Межмуниципальный маршрут регулярных перевозок - маршрут регулярных перевозок в границах не менее двух муниципальных районов одного субъекта Российской Федерации, не менее двух городских округов одного субъекта Российской Федерации или не менее одного муниципального района и не менее одного городского округа одного субъекта Российской Федерации.

Согласно реестра межмуниципальных маршрутов регулярных перевозок, размещенного на сайте Министерства строительства, транспорта, жилищно-коммунального и дорожного хозяйства Республики Адыгея, в 2020 году перевозка осуществлялась по 59 межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок.

Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок осуществляется организациями частных форм собственности.

Таблица 37

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	61	27	12

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 61 %, считают, что организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, достаточно, а 27 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 12 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, нет совсем.

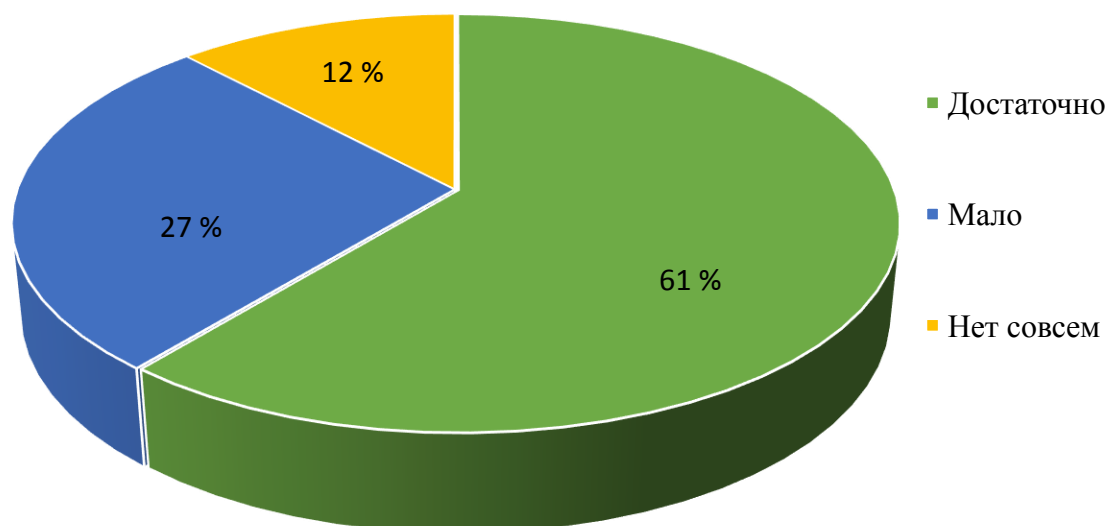


Рис. 42. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок

Таблица 38

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
61	35	4	51	31	18	45	28	27

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок 61 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 35 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок удовлетворены, соответственно, 51 % и 45 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 31 % и 28 % опрошенных.



Рис. 43. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок

В целом, на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.20. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси

Услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории муниципального образования «Город Майкоп» осуществляется организациями частных форм собственности.

Таблица 39

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	68	24	8

Потребители охарактеризовали рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси следующим образом: 68 % опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 24 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 8 % респондентов считают, что организаций, оказывающих услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, нет совсем.

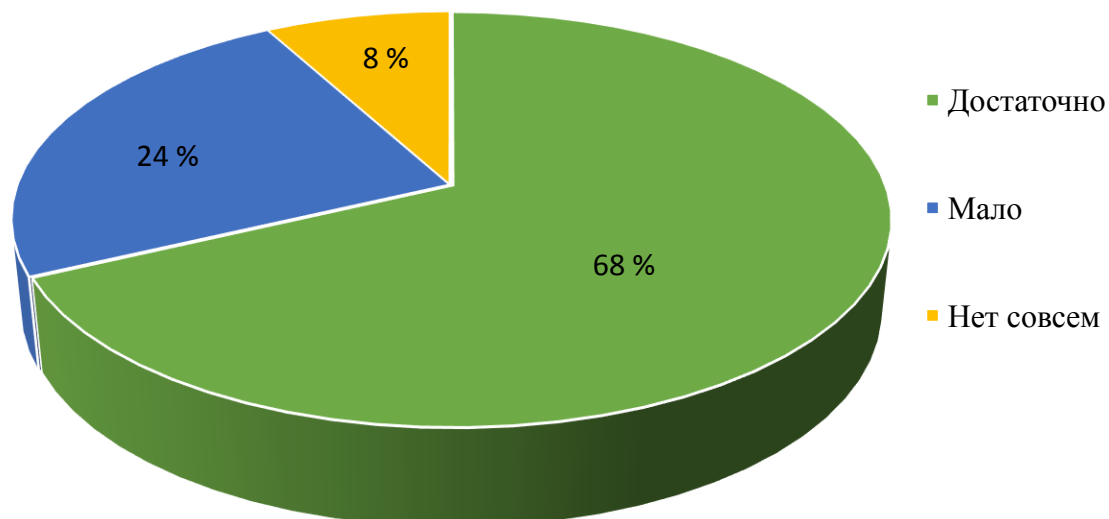


Рис. 44. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси

Таблица 40

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
58	37	5	51	31	18	45	31	24

Большая часть потребителей удовлетворена основными характеристиками рынка оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси. Так уровнем цен удовлетворены 58 % от общего числа респондентов, при этом 37 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси удовлетворены, соответственно, 51 % и 45 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – по 31 % опрошенных каждой категории.



Рис. 45. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси

В целом, на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками оказываемых услуг.

2.1.21. Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств

Услуги по ремонту автотранспортных средств на территории муниципального образования «Город Майкоп» осуществляется организациями частных форм собственности.

Таблица 41

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги по ремонту автотранспортных средств (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	69	16	15

Потребители охарактеризовали рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств следующим образом: 69 % опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 16 % опрошенных считают, что услуг на рассматриваемом рынке мало, но при этом 15 % респондентов считают, что организаций, оказывающих услуги по ремонту автотранспортных средств, нет совсем.

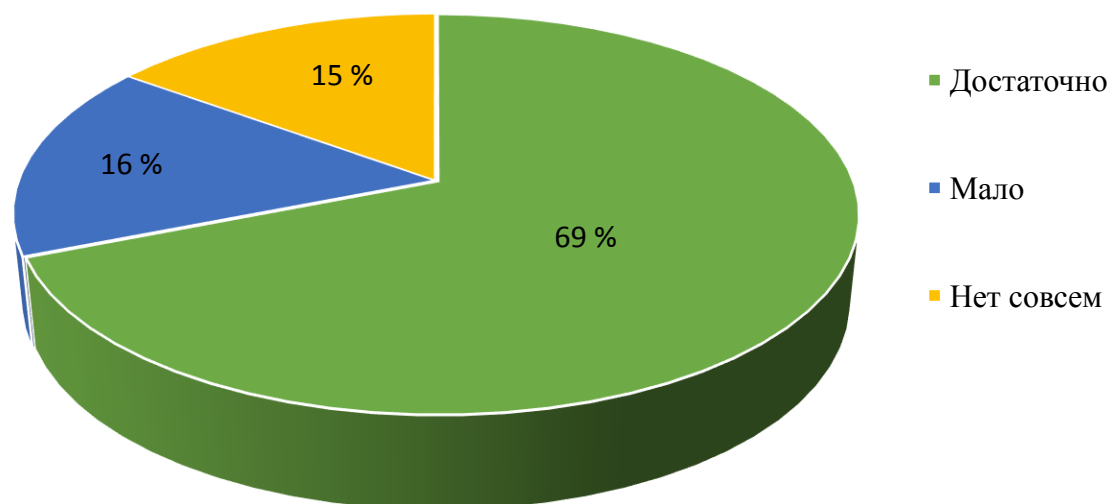


Рис. 46. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги по ремонту автотранспортных средств

Таблица 42

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг на рынке по ремонту автотранспортных средств (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
59	32	9	49	29	22	47	24	29

На рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств удовлетворены ценами 59 % от общего числа респондентов, при этом 32 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств удовлетворены, соответственно, по 49 % и 47 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 29 % и 24 % опрошенных.

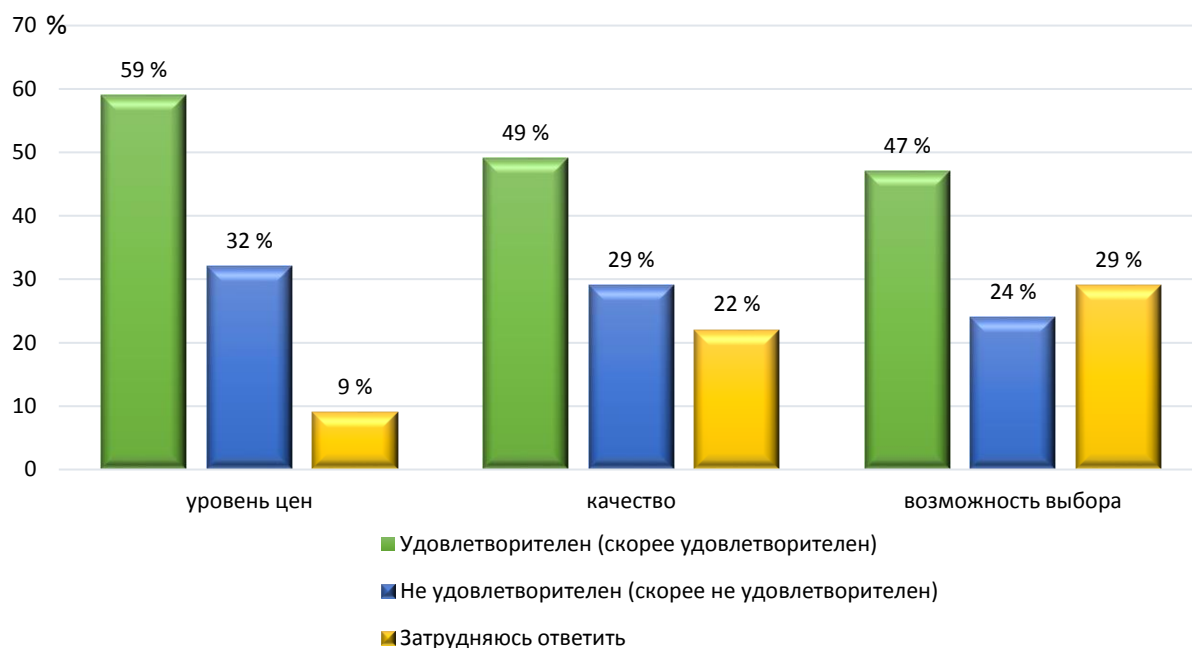


Рис. 47. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке по ремонту автотранспортных средств

По оценкам респондентов, на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

На территории муниципального образования «Город Майкоп» присутствуют следующие операторы связи, предоставляющие услуги широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- ПАО «Ростелеком»;
- ООО «Медиагранд»;
- ООО «Оргтехсервис»;
- ООО «Стройтелеком - Юг».

Вышеуказанные операторы предоставляют услуги широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории муниципального образования «Город Майкоп», на конкурентной основе.

Таблица 43

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги связи, в том числе услуги по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	70	22	8

Потребители охарактеризовали рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» следующим образом: 70 % опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, 22 % опрошенных считают, что услуг на рассматриваемом рынке мало, при этом 8 % респондентов считают, что организаций, оказывающих услуги по ремонту автотранспортных средств, нет совсем.

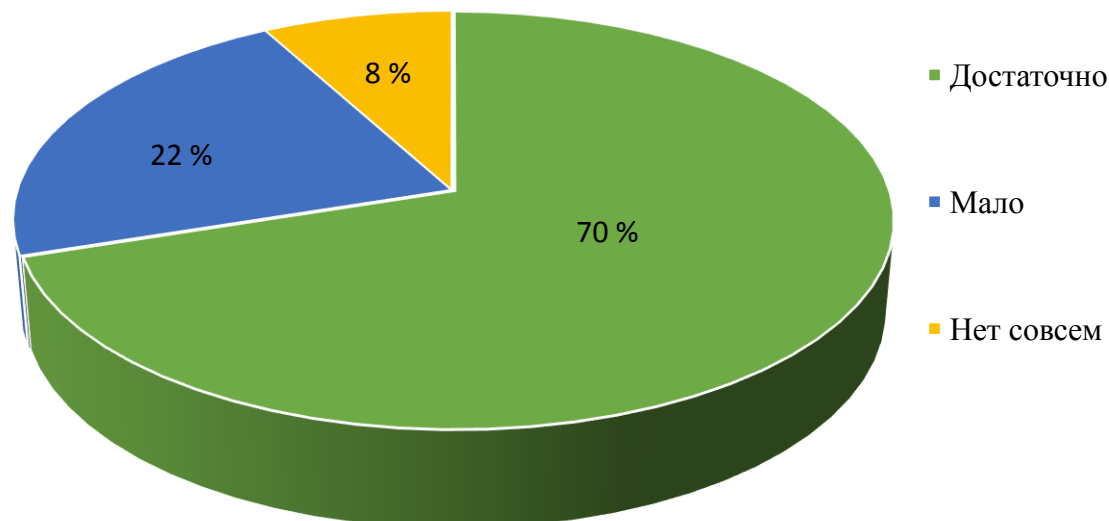


Рис. 48. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги связи, в том числе услуги по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 44

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
58	35	7	48	34	18	46	26	28

На рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» удовлетворены ценами 58 % от общего числа респондентов, при этом 35 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» удовлетворены, соответственно, 48 % и 46 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 34 % и 26 % опрошенных.



Рис. 49. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

По оценкам респондентов, на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.23. Рынок жилищного строительства

Основной целью жилищной политики в муниципальном образовании «Город Майкоп» является обеспечение социальных гарантий в области жилищных прав граждан, предоставление социальных выплат гражданам, нуждающимся в улучшении жилищных условий в рамках действующих муниципальных программ, выполнение переданных государственных полномочий по обеспечению жильем отдельных категорий граждан.

Таблица 45

Оценка потребителями количества организаций на рынке жилищного строительства (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок жилищного строительства	51	24	25

Потребители охарактеризовали рынок производства строительных материалов следующим образом: 51 % опрошенных считают, что на данном рынке работает достаточно организаций, 24 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, а 25 % опрошенных высказали свое мнение, что таких организаций нет совсем.

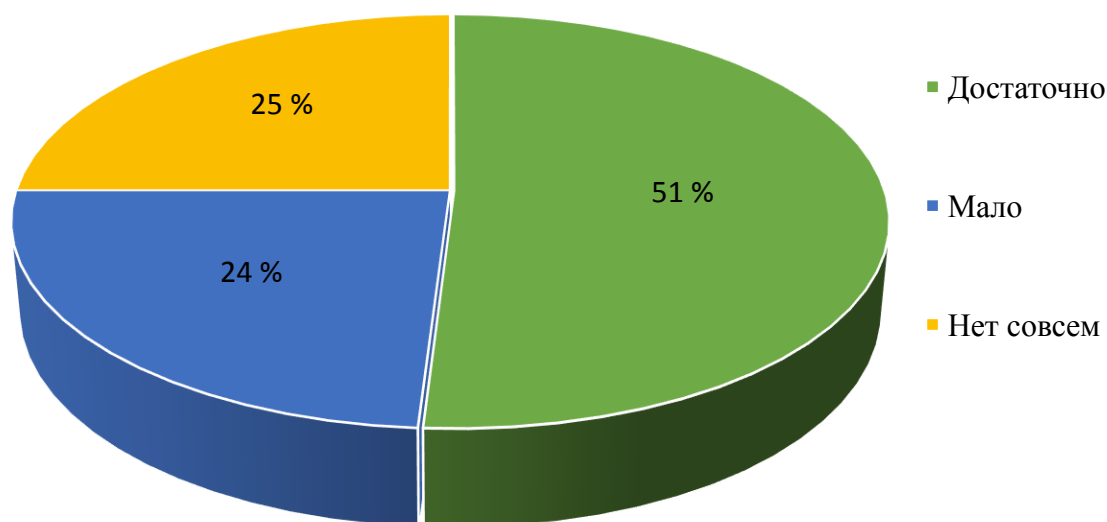


Рис. 50. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке жилищного строительства

Таблица 46

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке жилищного строительства (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
58	35	7	46	34	20	40	32	28

На рынке жилищного строительства удовлетворены ценами 58 % от общего числа респондентов, при этом 35 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке жилищного строительства удовлетворены, соответственно, 46 % и 40 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 34 % и 32 % опрошенных.



Рис. 51. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке жилищного строительства

На рынке жилищного строительства в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.24. Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства

Услуги по строительству объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, на территории муниципального образования «Город Майкоп» осуществляется организациями частных форм собственности.

Таблица 47

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	60	22	18

Потребители охарактеризовали рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, следующим образом: 60 % респондентов считают, что организаций, оказывающих услуги на данном рынке достаточно, 22 % опрошенных считают, что на данном рынке мало организаций, при этом 18 % от общего числа опрошенных считают, что организаций на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства нет совсем.

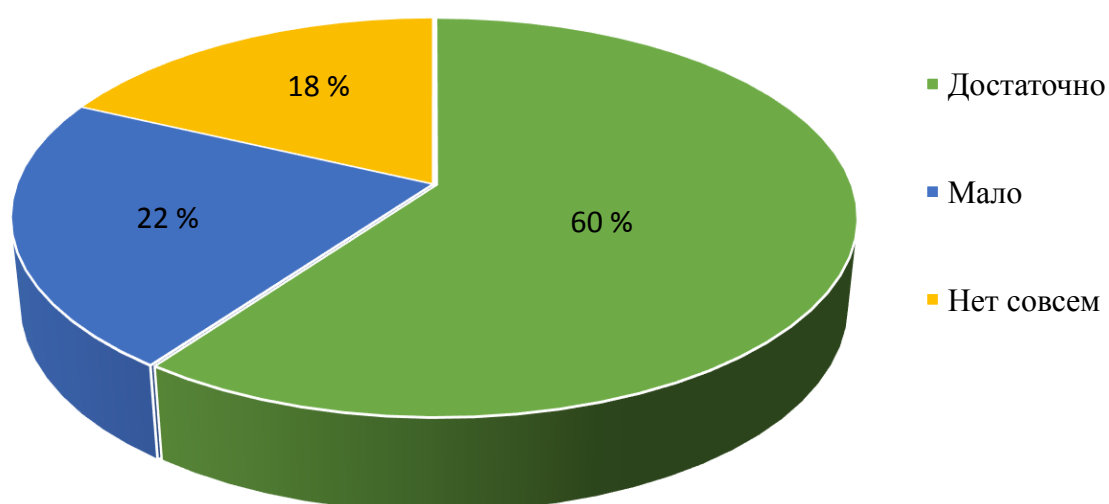


Рис. 52. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства

Таблица 48

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
55	33	12	46	28	26	44	23	33

На рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, удовлетворены ценами 55 % от общего числа респондентов, а 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, удовлетворены, соответственно, 46 % и 44 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 28 % и 23 % опрошенных.



Рис. 53. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства

В целом, на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, в муниципальном образовании «Город Майкоп», по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.25. Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)

Под рынком дорожного строительства понимают экономическую среду, на которой в результате конкуренции между экономическими агентами через механизм спроса и предложения устанавливается определенный объем работ на строительство, реконструкцию, капитальный ремонт, ремонт, содержание автомобильных дорог и оценивается стоимость данных работ.

Таблица 49

Оценка потребителями количества организаций на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования)
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	53	29	18

Результаты проведенного анкетирования показали, что 53 % считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования), достаточно, а 29 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 18 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования), нет совсем.

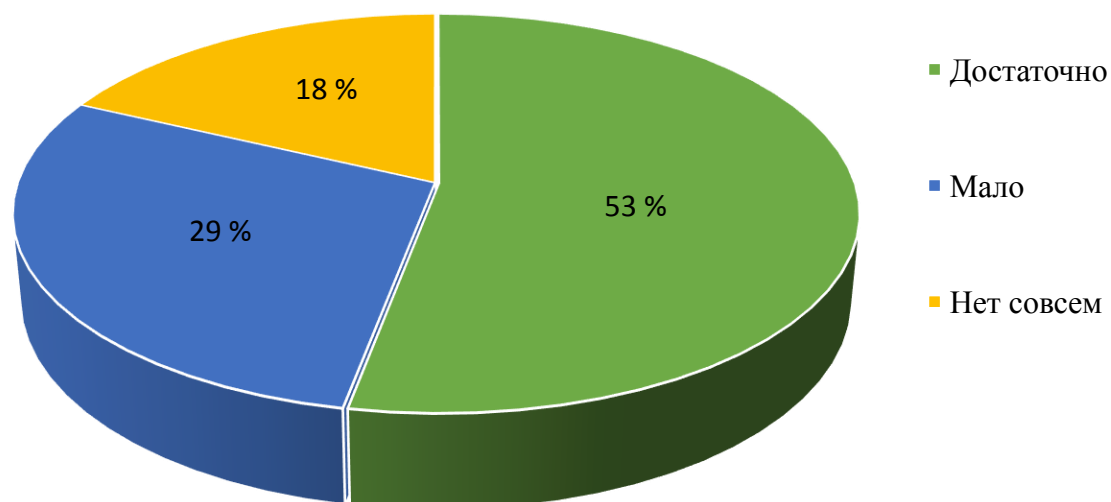


Рис. 54. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования)

Таблица 50

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования)
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
53	33	14	45	27	28	42	24	34

На рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) 53 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) удовлетворены, соответственно, 45 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 27 % и 24 % опрошенных.

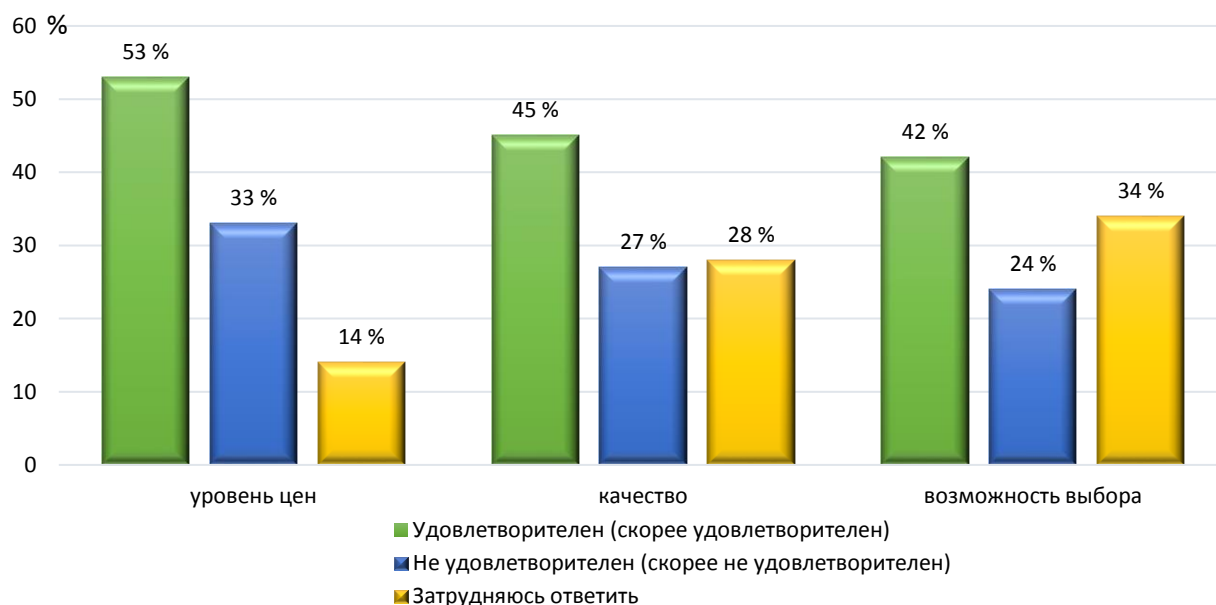


Рис. 55. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования)

По оценкам респондентов, на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования), наблюдается достаточное количество организаций с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.26. Рынок архитектурно-строительного проектирования

Архитектурно-строительное проектирование – это комплекс проектных работ необходимых для капитального строительства, капитального ремонта или реконструкции здания или сооружения.

Таблица 51

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке архитектурно-строительного проектирования
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок архитектурно-строительного проектирования	58	17	25

Потребители охарактеризовали рынок архитектурно-строительного проектирования следующим образом: 58 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на данном рынке достаточно, 17 % опрошенных, считают, что организаций мало, при этом 25 % от общего числа опрошенных считают, что организаций на рынке архитектурно-строительного проектирования, нет совсем.

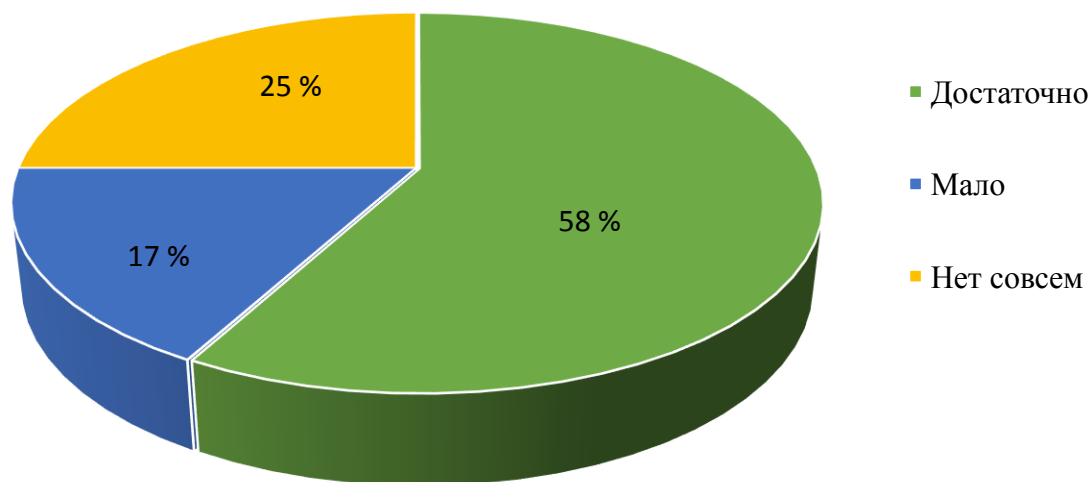


Рис. 56. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке архитектурно-строительного проектирования

Таблица 52

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке архитектурно - строительного проектирования
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
57	29	14	46	27	27	42	24	34

На рынке архитектурно - строительного проектирования удовлетворены ценами 57 % от общего числа респондентов, а 29 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке архитектурно-строительного проектирования удовлетворены, соответственно, 46 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 27 % и 24 % опрошенных.

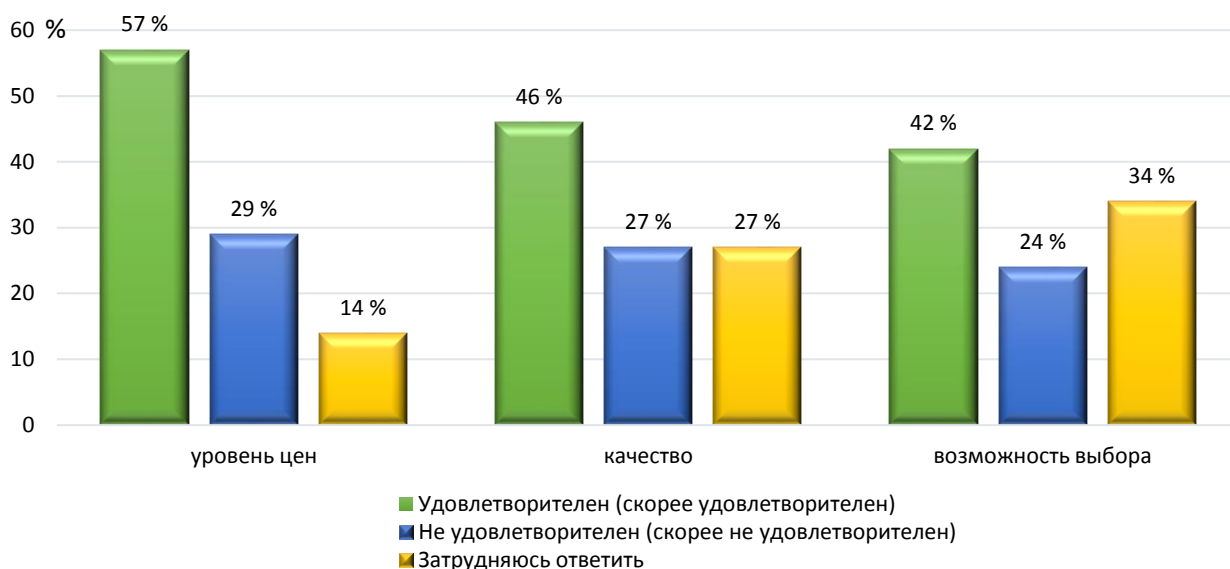


Рис. 57. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке архитектурно - строительного проектирования

В целом, по оценкам респондентов, на рынке архитектурно-строительного проектирования в муниципальном образовании «Город Майкоп», наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками услуг.

2.1.27. Рынок кадастровых и землеустроительных работ

На рынке в сфере кадастровых и землеустроительных работ осуществляют деятельность кадастровые инженеры, зарегистрированные как индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в обществах с ограниченной ответственностью, а также в филиале Федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральная кадастровая палата Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии».

Таблица 53

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке кадастровых и землеустроительных работ (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	60	28	12

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 60 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке кадастровых и землеустроительных работ, достаточно, а 28 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 12 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, оказывающих услуги на рынке кадастровых и землеустроительных работ, нет совсем.

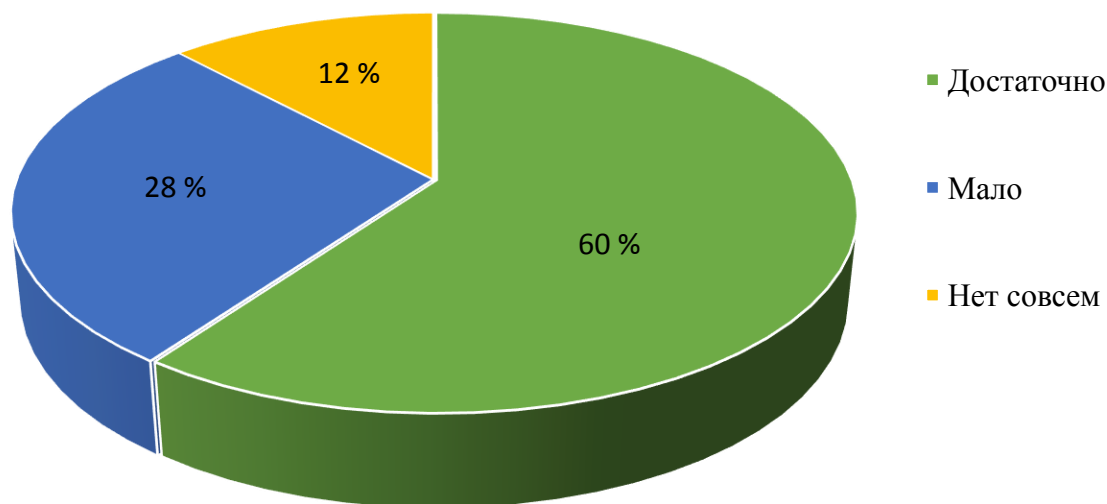


Рис. 58. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке кадастровых и землеустроительных работ

Таблица 54

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке кадастровых и землеустроительных работ (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
56	32	12	46	29	25	42	27	31

На рынке кадастровых и землеустроительных работ 56 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 32 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке кадастровых и землеустроительных работ удовлетворены, соответственно, 46 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 29 % и 27 % опрошенных.



Рис. 59. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке кадастровых и землеустроительных работ

В целом, на рынке кадастровых и землеустроительных работ, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.28. Рынок реализации сельскохозяйственной продукции

Площадь сельскохозяйственных угодий на территории муниципального образования «Город Майкоп» занимает 12 860 га, в том числе пашни 11 355 га. Производством продукции растениеводства занимаются 7 сельскохозяйственных предприятий, которые обрабатывают 2 605 га пашни и 24 крестьянско-фермерских хозяйства, у которых в обработке 5 606 га.

Таблица 55

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих реализацию сельскохозяйственной продукции
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок реализации сельскохозяйственной продукции	57	22	21

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 57 %, считают, что организаций, осуществляющих реализацию сельскохозяйственной продукции, достаточно, а 22 % опрошенных, считают, что данных организаций мало, при этом 21 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих реализацию сельскохозяйственной продукции, нет совсем.

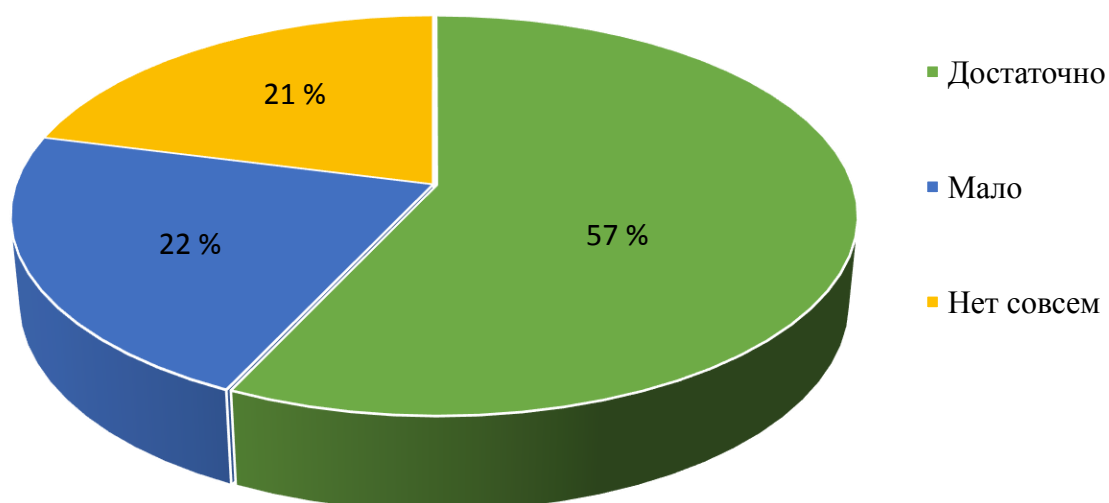


Рис. 60. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке сельскохозяйственной продукции

Таблица 56

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке сельскохозяйственной продукции
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
55	34	11	46	30	24	39	29	32

На рынке сельскохозяйственной продукции 55 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 34 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке сельскохозяйственной продукции удовлетворены, соответственно, 46 % и 39 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 30 % и 29 % опрошенных.

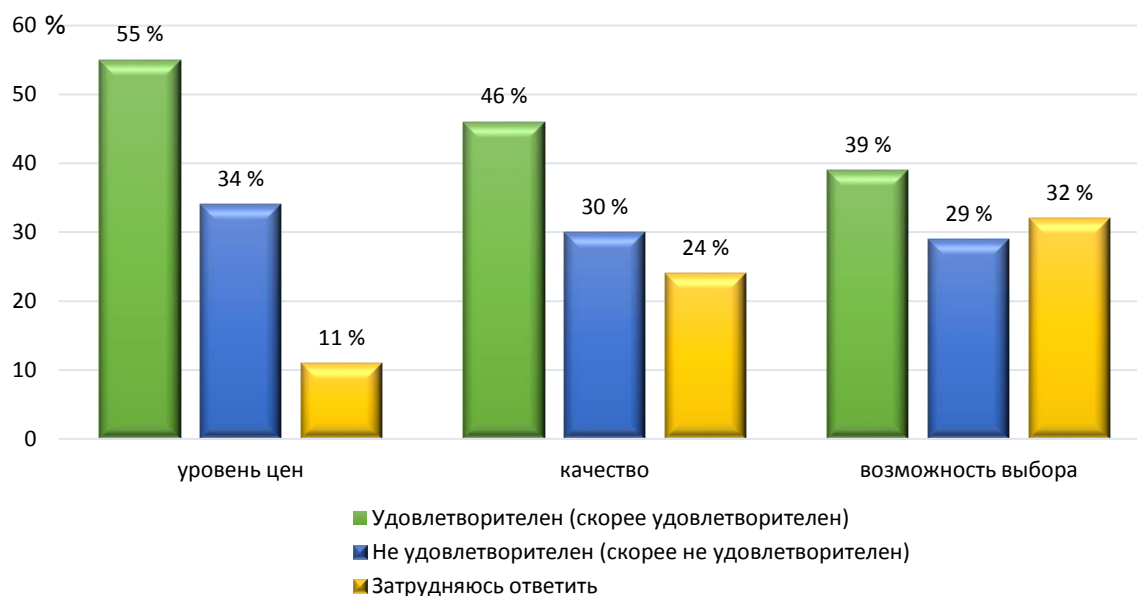


Рис. 61. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке сельскохозяйственной продукции

По оценкам респондентов, на рынке реализации сельскохозяйственной продукции наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.29. Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов

Ветеринарные сопроводительные документы оформляются в целях обеспечения ветеринарно-санитарной безопасности подконтрольной продукции и животных, подлежащих ветеринарному контролю (надзору), подтверждения ветеринарного благополучия территорий мест производства подконтрольных товаров по заразным болезням животных, в том числе болезням, общим для человека и животных, и обеспечения прослеживаемости подконтрольных товаров при перемещении их по территории Российской Федерации.

Таблица 57

Оценка потребителями количества организаций, оказывающих услуги на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	59	25	16

Потребители охарактеризовали рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов следующим образом: 59 %, считают, что организаций, оказывающих услуги на данном рынке достаточно, 25 % опрошенных, считают, что на данном рынке мало организаций, при этом 16 % от общего числа опрошенных считают, что организаций на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов, нет совсем.

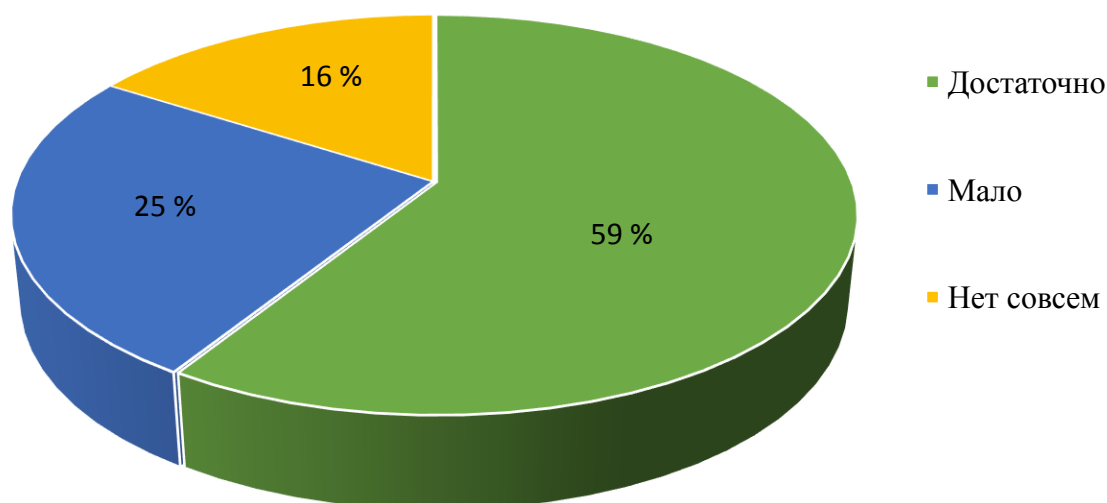


Рис. 62. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов

Таблица 58

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
54	29	17	43	29	28	39	24	37

На рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов удовлетворены ценами 54 % от общего числа респондентов, а 29 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов удовлетворены, соответственно, 43 % и 39 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора – 29 % и 24 % опрошенных.



Рис. 63. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов

В целом, по оценкам респондентов, на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов в муниципальном образовании «Город Майкоп», наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг с удовлетворительными основными характеристиками оказываемых услуг.

2.1.30. Рынок племенного животноводства

В хозяйствах всех категорий муниципального образования «Город Майкоп» насчитывается 1 394 головы крупного рогатого скота, в том числе коров 685 головы. Поголовье свиней составляет 50 голов, овец и коз 2 697 голов. Поголовье птицы составляет 121,3 тыс. голов.

В соответствии с рекомендациями Управления Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору по Краснодарскому краю и Республике Адыгея в полном объеме проведены мероприятия по предупреждению распространения на территории муниципального образования «Город Майкоп» африканской чумы свиней и нодулярного дерматита крупного рогатого скота.

Таблица 59

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих деятельность на рынке племенного животноводства
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок племенного животноводства	48	28	24

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 48 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке племенного животноводства, достаточно, а 28 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций, мало, при этом 24 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке племенного животноводства, нет совсем.

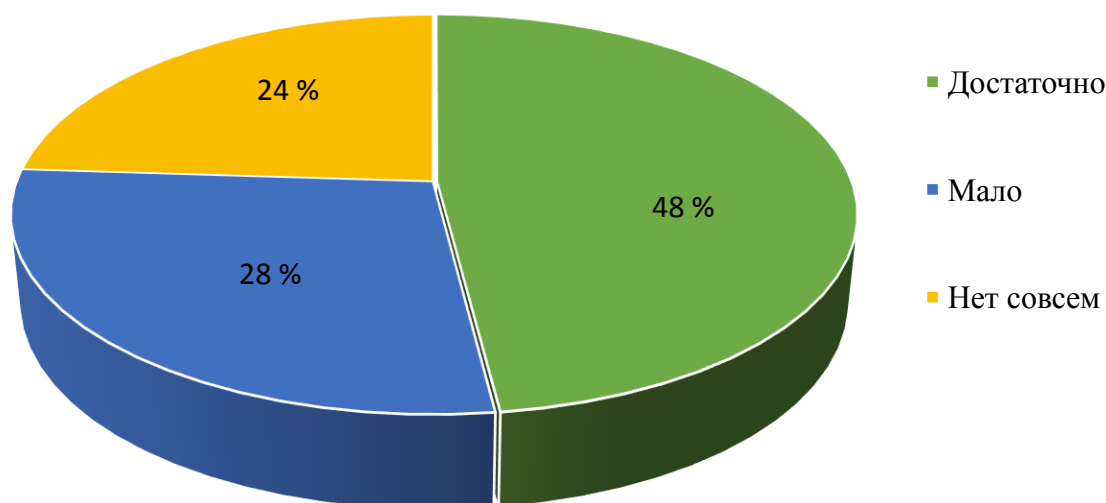


Рис. 64. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке племенного животноводства

Таблица 60

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке племенного животноводства (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
52	29	19	46	23	31	41	23	36

На рынке племенного животноводства 52 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 29 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке племенного животноводства удовлетворены, соответственно, 46 % и 41 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - по 23 % опрошенных. Однако, следует отметить, что 36 % опрошенных затруднились при оценке возможности выбора на рынке племенного животноводства.

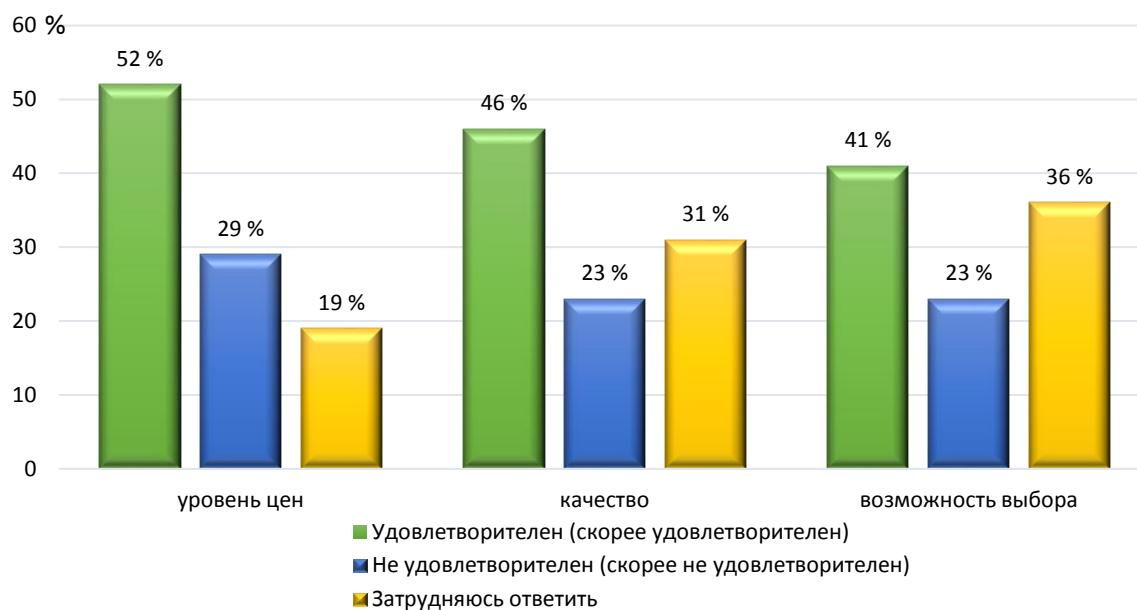


Рис. 65. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке племенного животноводства

В целом, на рынке племенного животноводства, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.31. Рынок семеноводства

Семеноводство отрасль растениеводства, занимающаяся массовым размножением семян районированных сортов для осуществления сортосмены и сортообновления. При производстве сортовых семян принимаются меры, обеспечивающие сохранение их чистосортности, биологических и урожайных качеств. Семеноводство ведется организациями частных форм собственности.

Таблица 61

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих деятельность на рынке семеноводства (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок семеноводства	51	25	24

Потребители охарактеризовали рынок семеноводства следующим образом: 51 % опрошенных считают, что организаций на рассматриваемом рынке достаточно, 25 % опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на данном рынке мало, но при этом 24 % респондентов считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке семеноводства, нет совсем.

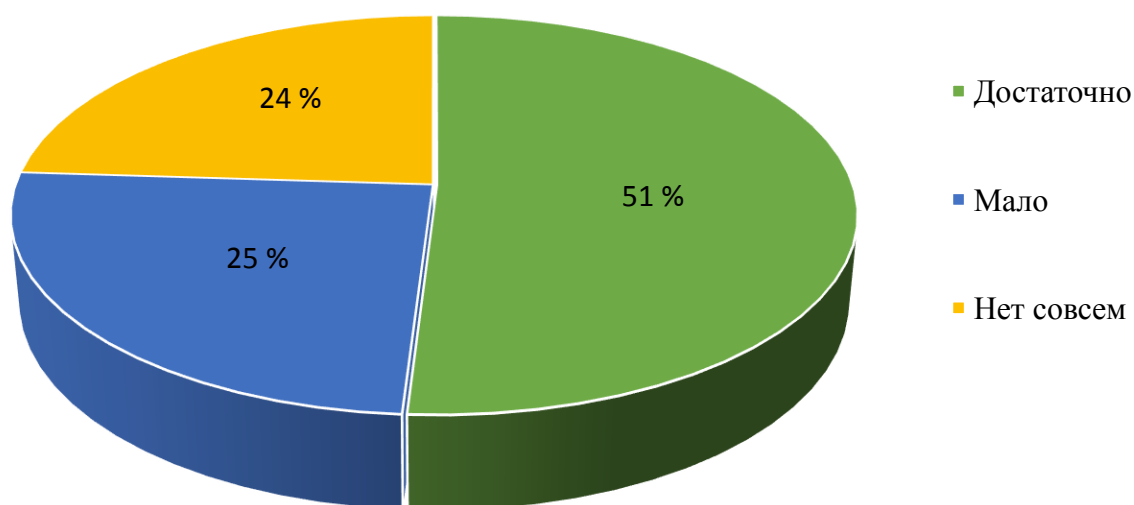


Рис. 66. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке семеноводства

Таблица 62

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке семеноводства (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
52	30	18	45	24	31	40	22	38

На рынке семеноводства удовлетворены ценами 52 % от общего числа респондентов, при этом 30 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке семеноводства удовлетворены, соответственно, 45% и 40 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 24 % и 22 % опрошенных. Следует отметить, что 38 % опрошенных затруднились при оценке возможности выбора на рынке семеноводства.

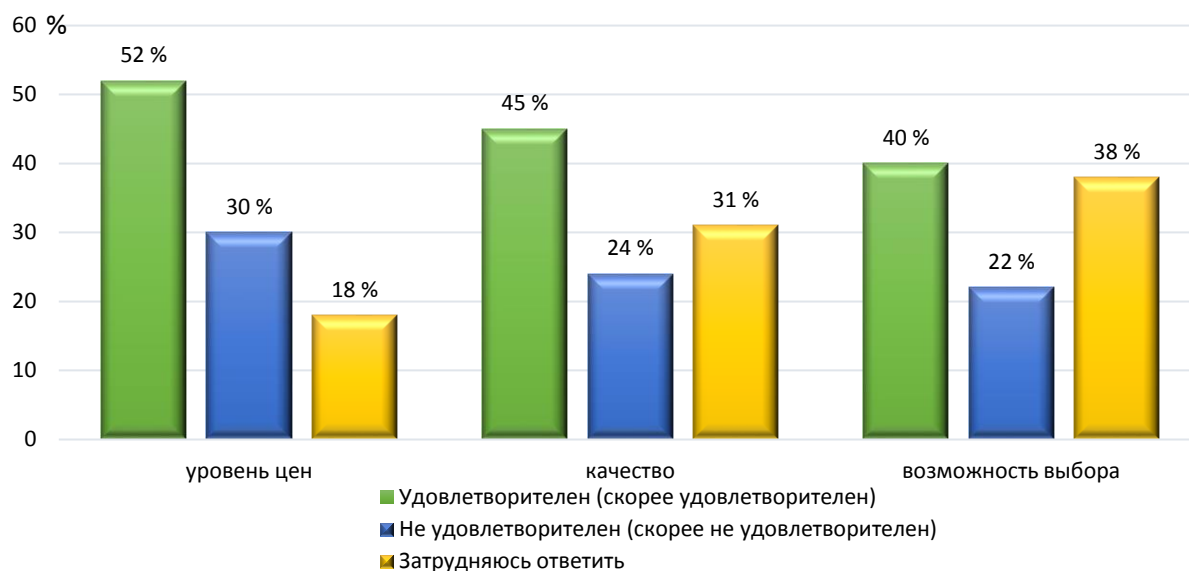


Рис. 67. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке семеноводства

По оценкам респондентов, на рынке семеноводства, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.32. Рынок вылова водных биоресурсов

Рыболовство – это деятельность по добыче (вылову) водных биоресурсов, а также по приемке, обработке, перегрузке, транспортировке, хранению и выгрузке уловов водных биоресурсов.

Таблица 63

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих деятельность на рынке вылова водных биоресурсов (в % от общего числа)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок вылова водных биоресурсов	39	26	35

Большая часть респондентов, а именно 39 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке вылова водных биоресурсов, достаточно, а 26 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций мало, при этом 35 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке вылова водных биоресурсов, нет совсем.

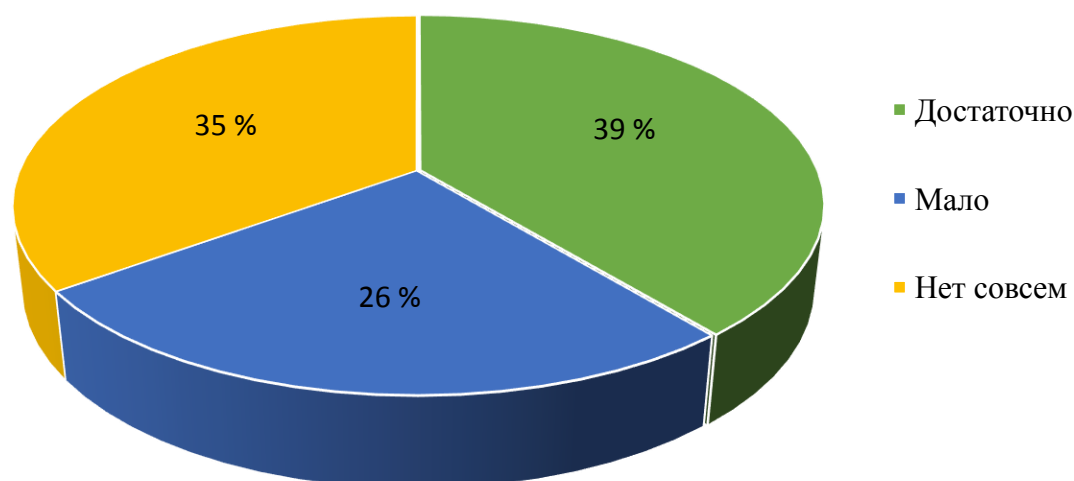


Рис. 68. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке вылова водных биоресурсов

Таблица 64

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке вылова водных биоресурсов (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
51	30	19	45	25	30	41	24	35

На рынке вылова водных биоресурсов 51 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 30 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке вылова водных биоресурсов удовлетворены, соответственно, 45 % и 41 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 25 % и 24 % опрошенных.

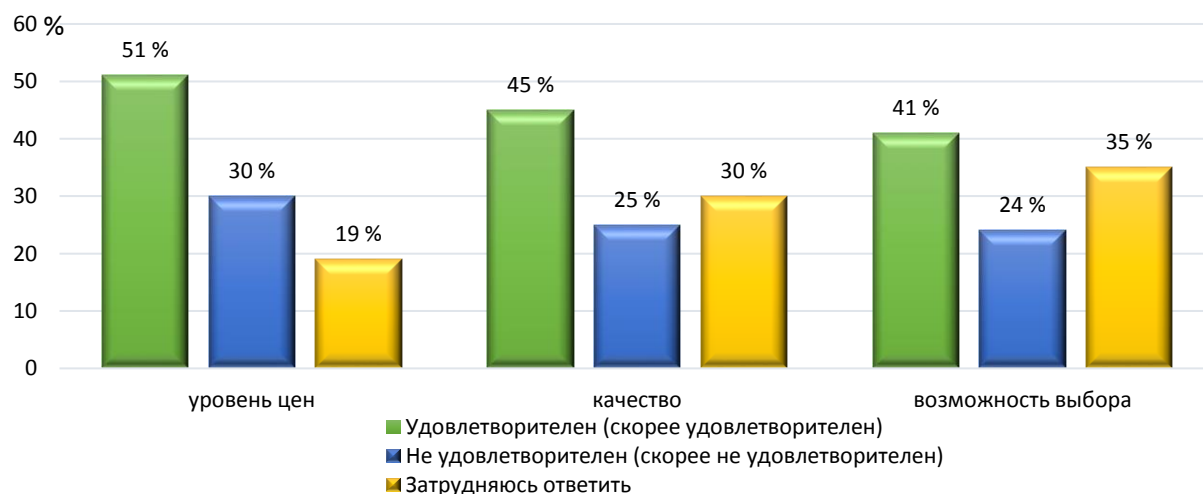


Рис. 69. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке вылова водных биоресурсов

По оценкам респондентов, на рынке вылова водных биоресурсов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.33. Рынок переработки водных биоресурсов

Включение рынка переработки водных биоресурсов в перечень приоритетных рынков связано с тем, что переработка водных биоресурсов должна рационально и в полной мере реализовать возможности сырья, т.е. извлекать как можно больше компонентов, расширять ассортимент для большего удовлетворения спроса потребителей.

Таблица 65

Оценка потребителями количества организаций, осуществляющих деятельность на рынке переработки водных биоресурсов
(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок переработки водных биоресурсов	44	26	30

Большинство опрошенных, а именно 44 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке переработки водных биоресурсов, достаточно, а 26 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций, мало, при этом 30 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке переработки водных биоресурсов, нет совсем.

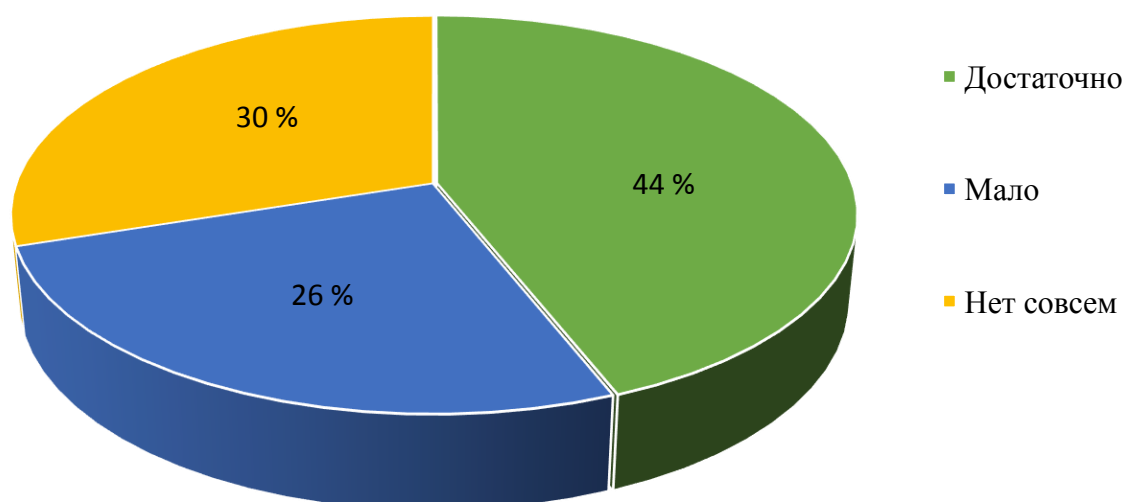


Рис. 70. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке переработки водных биоресурсов

Таблица 66

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке переработки водных биоресурсов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
48	33	19	44	27	29	39	24	37

На рынке переработки водных биоресурсов 48 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке переработки водных биоресурсов удовлетворены, соответственно, 44 % и 39 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора - 27 % и 24 % опрошенных.

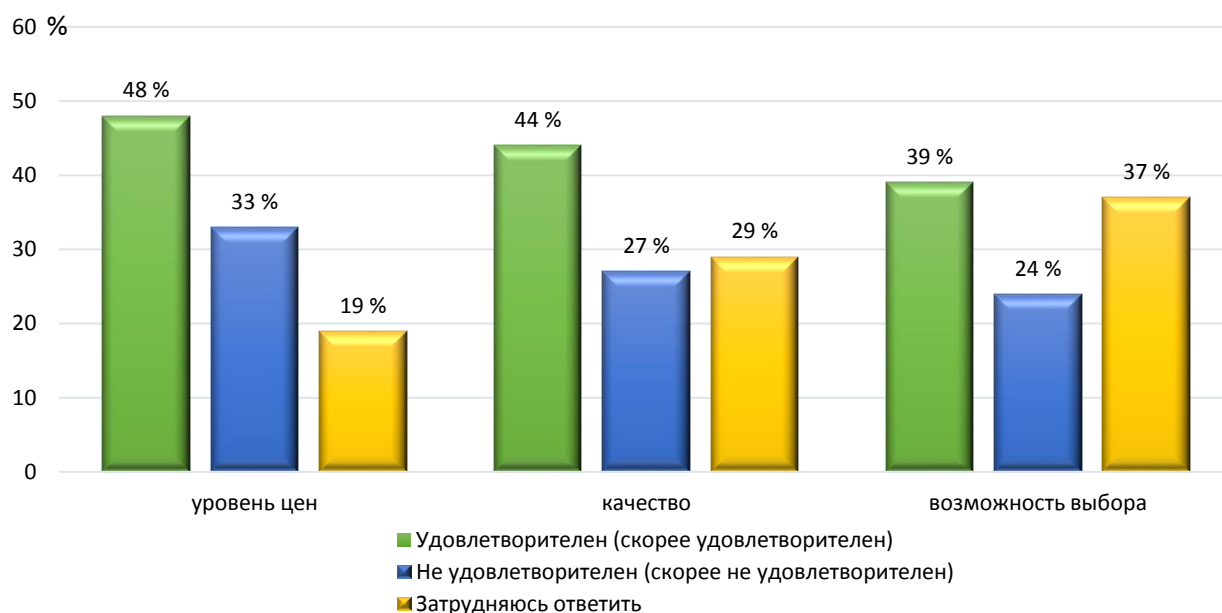


Рис. 71. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке переработки водных биоресурсов

По оценкам респондентов, на рынке переработки водных биоресурсов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на рынке переработки водных биоресурсов с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.34. Рынок товарной аквакультуры

В связи с сокращением запасов водных биоресурсов в водах мирового океана, все больше развивается выращивание водных биоресурсов в искусственных условиях (аквакультура). Причем преобладает выращивание ценных пород рыб и морепродуктов (осетровые, лососевые, ракообразные, моллюски). Рыбоводство — деятельность, связанная с разведением (выращиванием) рыбы, которая является составной частью аквакультуры.

Таблица 67

Оценка потребителями количества организаций на рынке товарной аквакультуры (в % от общего числа)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок товарной аквакультуры	47	24	29

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 47 %, считают, что организаций на рынке товарной аквакультуры, достаточно, а 24 % опрошенных, считают, что данных организаций мало, при этом 29 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, на рынке товарной аквакультуры, нет совсем.

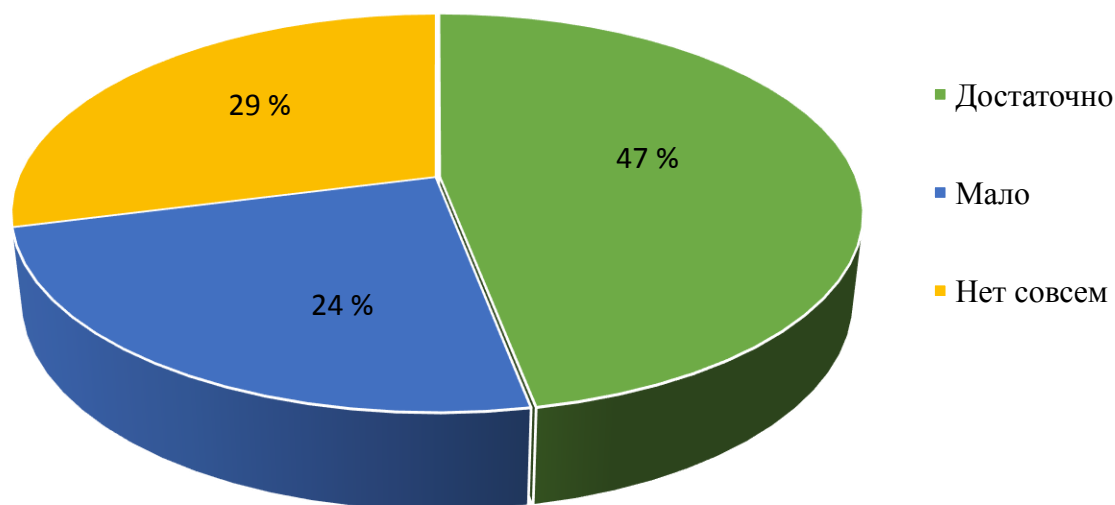


Рис. 72. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке товарной аквакультуры

Таблица 68

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке товарной аквакультуры (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
49	33	18	44	25	31	49	24	27

При проведении анкетирования 49 % от общего числа респондентов ответили, что удовлетворены уровнем цен на рынке товарной аквакультуры, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке товарной аквакультуры удовлетворены, соответственно, 44 % и 49 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 25 % и 24 % опрошенных соответственно.

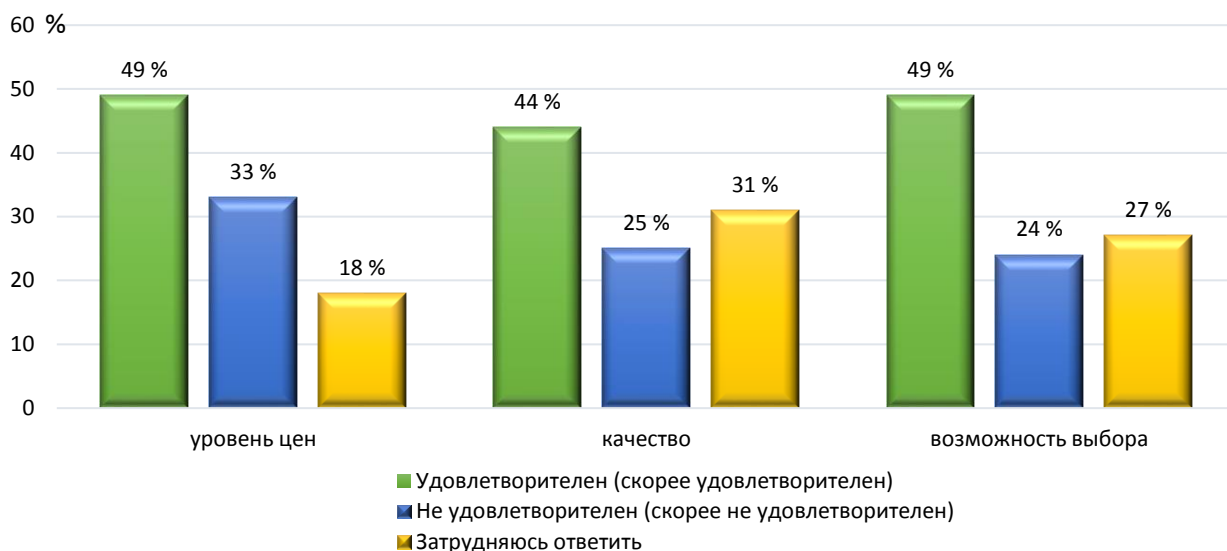


Рис. 73. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке товарной аквакультуры

В целом, на рынке товарной аквакультуры, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, оказывающих услуги на анализируемом рынке с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

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

Недра муниципального образования «Город Майкоп» содержат довольно широкий спектр общераспространенных полезных ископаемых: строительный песок, песчано-гравийная смесь, гравий, щебень строительный. Добыча общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения ведется организациями частных форм собственности.

Таблица 69

Оценка потребителями количества организаций на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	48	20	32

Большая часть респондентов, а именно 48 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, достаточно, а 20 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций, мало, при этом 32 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, нет совсем.

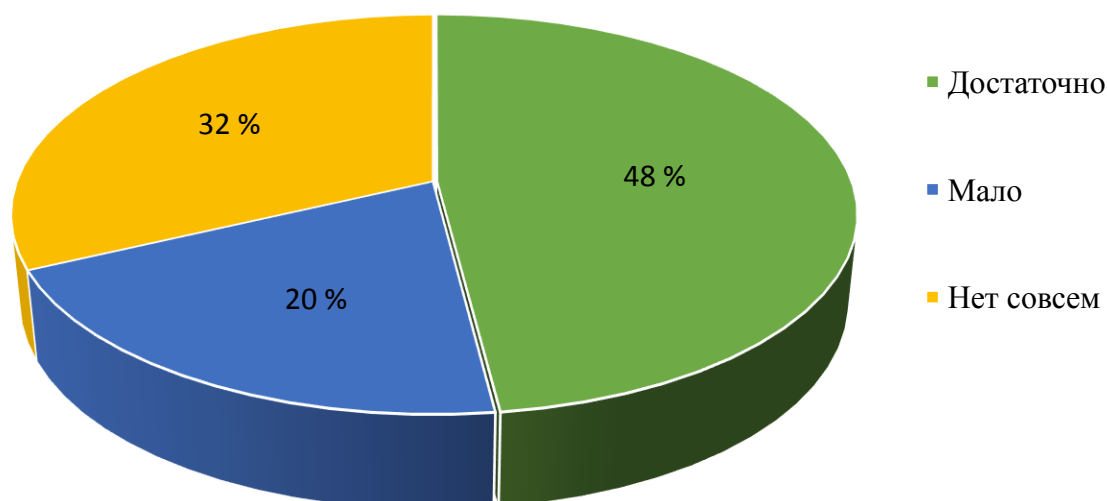


Рис. 74. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения

Таблица 70

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
48	31	21	44	25	31	40	23	37

На рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения 48 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, а 31 % респондентов не удовлетворены уровнем цен на указанном рынке. Удовлетворены качеством и возможностью выбора на данном рынке, соответственно, 44 % и 40 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 25% и 23 % опрошенных соответственно.

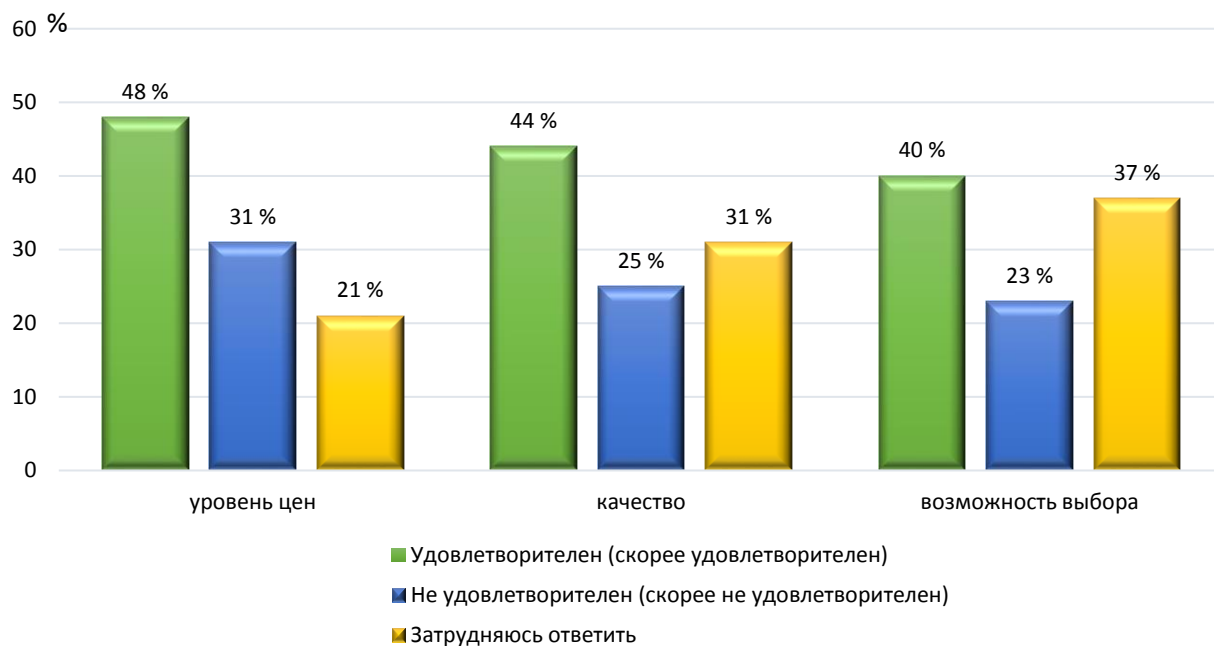


Рис. 75. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения

По оценкам респондентов, на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, наблюдается достаточное количество организаций удовлетворительными основными характеристиками.

2.1.36. Рынок нефтепродуктов

Рынок нефтепродуктов в муниципальном образовании «Город Майкоп» представлен хозяйствующими субъектами частной формы собственности.

Таблица 71

Оценка потребителями количества организаций на рынке нефтепродуктов (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок нефтепродуктов	45	25	30

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 45 %, считают, что организаций на рынке нефтепродуктов, достаточно, а 25 % опрошенных, считают, что данных организаций мало, при этом 30 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, на рынке нефтепродуктов, нет совсем.

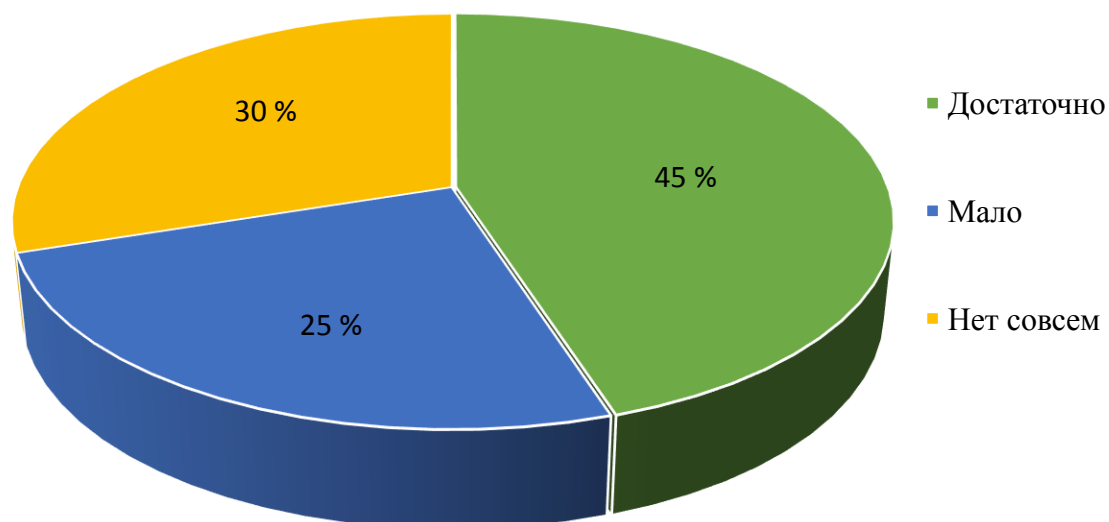


Рис. 76. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке нефтепродуктов

Таблица 72

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке нефтепродуктов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
51	33	16	44	28	28	41	24	35

При проведении анкетирования 51 % от общего числа опрошенных отметили, что удовлетворены уровнем цен на рынке нефтепродуктов, но при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке нефтепродуктов удовлетворены, соответственно, 44 % и 41 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 28 % и 24 % опрошенных.

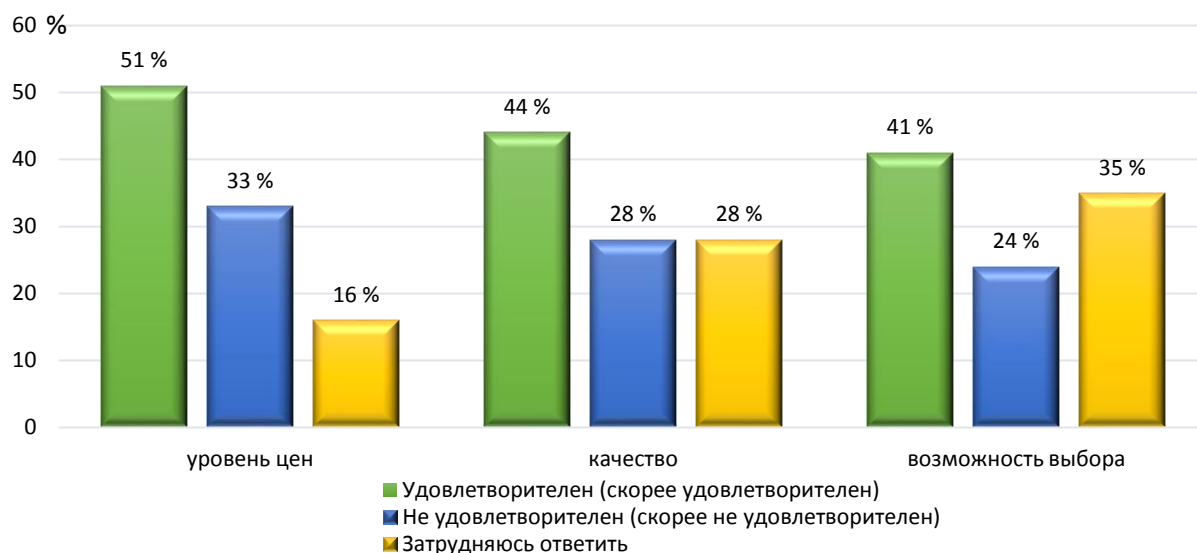


Рис. 77. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке нефтепродуктов

В целом, на рынке нефтепродуктов, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций, с удовлетворительными основными характеристиками.

2.1.37. Рынок легкой промышленности

Легкая промышленность – отрасль экономики, которая включает в себя предприятия по изготовлению тканей, швейное производство, а также производство кожи и изделий из нее. Эти три основные отрасли легкой промышленности, которые в свою очередь разделяются на более мелкие подотрасли.

Таблица 73

Оценка потребителями количества организаций на рынке легкой промышленности (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок легкой промышленности	50	28	22

Большая часть респондентов, а именно 50 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке легкой промышленности, достаточно, а 28 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций, мало, при этом 22 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке легкой промышленности, нет совсем.

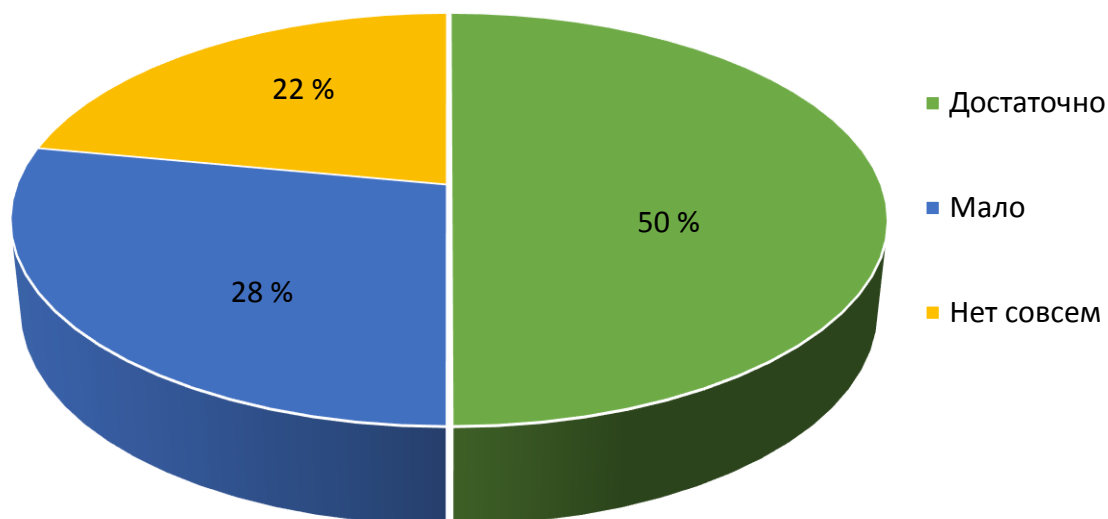


Рис. 78. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке легкой промышленности

Таблица 74

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке легкой промышленности
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
54	30	16	44	29	27	42	25	33

Большая часть респондентов (54 %), удовлетворены уровнем цен на рынке легкой промышленности, при этом 30 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке легкой промышленности удовлетворены, соответственно, 44 % и 42 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 29 % и 25 % опрошенных.

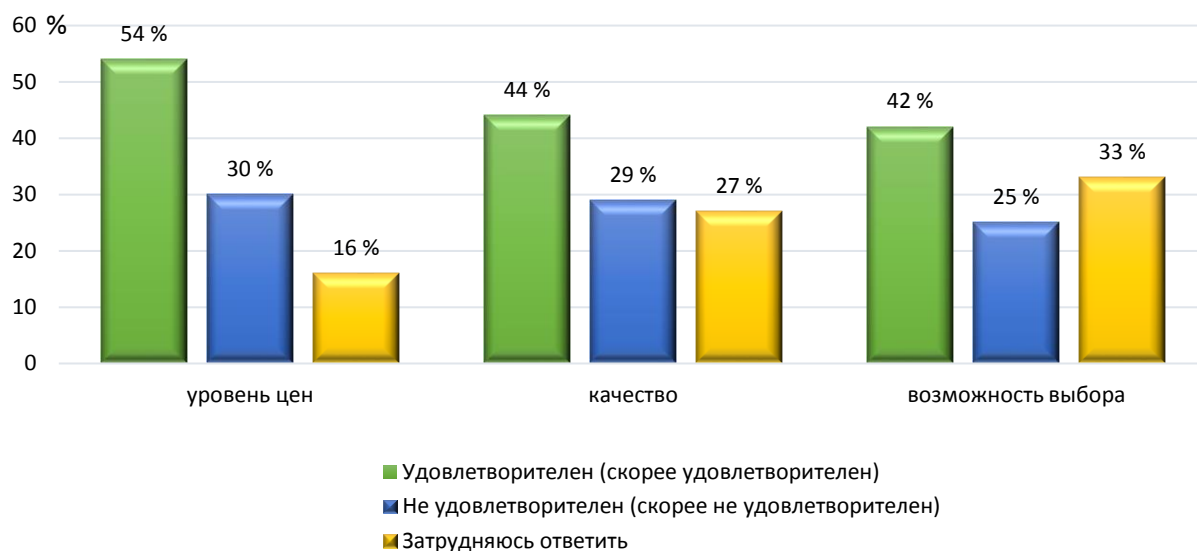


Рис. 79. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке легкой промышленности

По оценкам потребителей, на рынке легкой промышленности наблюдается достаточное количество организаций с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.38. Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева

Лесопромышленный комплекс включает в себя лесозаготовительное, деревообрабатывающее, целлюлозно-бумажное и лесохимическое производства.

Таблица 75

Оценка потребителями количества организаций на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	55	28	17

Результаты проведенного анкетирования показали, что 55 % опрошенных считают, что организаций на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева, достаточно, а 28 % опрошенных считают, что на данном рынке работает мало организаций, при этом 17 % от общего числа опрошенных считают, что организаций на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева, нет совсем.

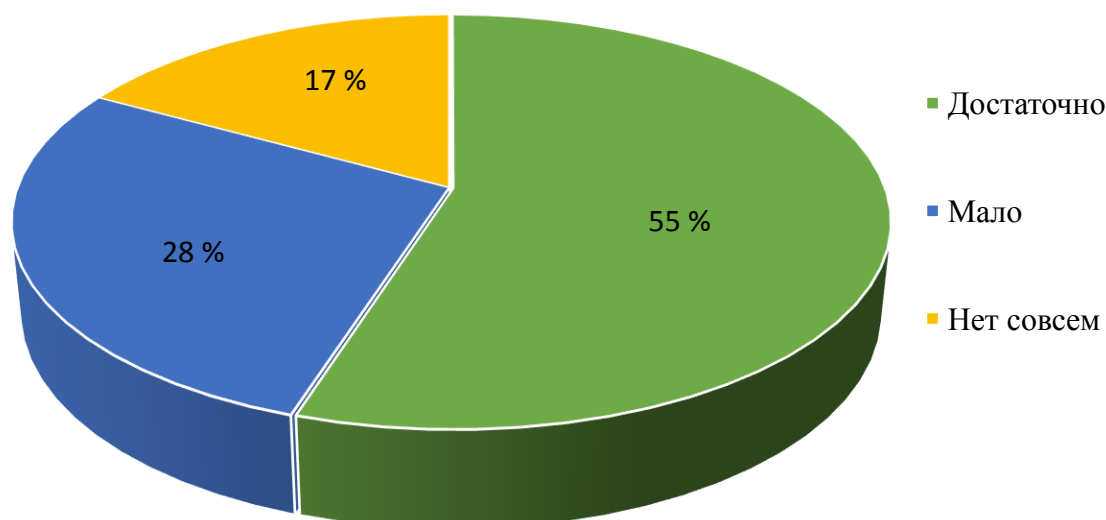


Рис. 80. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева

Таблица 76

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворителен (скорее удовлетворителен)	Не удовлетворителен (скорее не удовлетворителен)	Затрудняюсь ответить
45	32	23	48	27	25	39	30	31

На рынке обработки древесины и производства изделий из дерева 45 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 32 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева удовлетворены, соответственно, 48 % и 39 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 27 % и 30 % опрошенных.

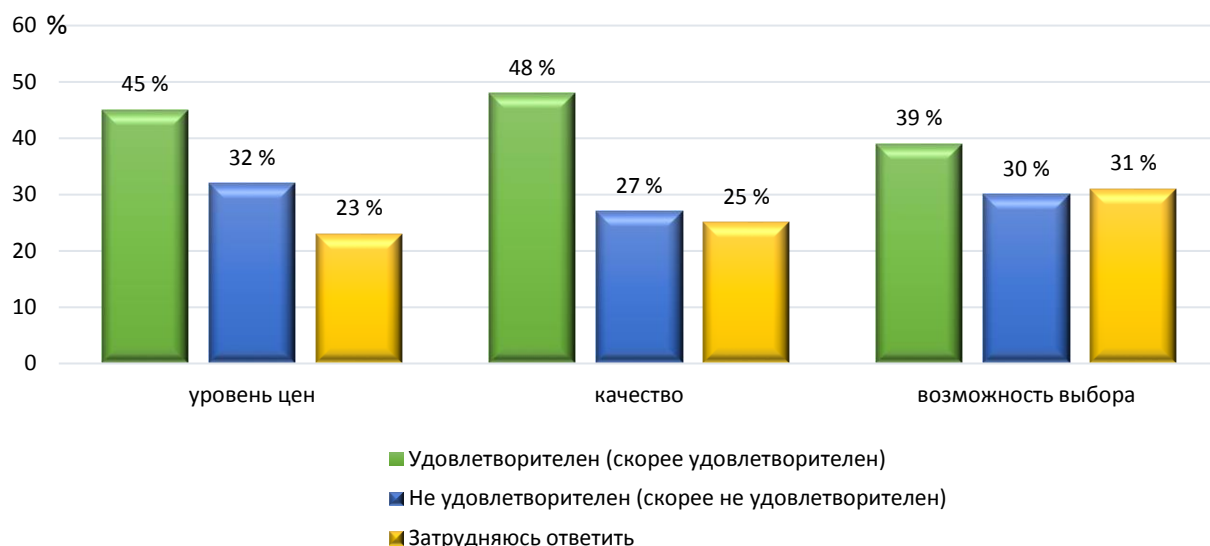


Рис. 81. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева

В целом, на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество организаций с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.1.39. Рынок производства кирпича

Основными потребителями кирпича являются строительные организации, осуществляющие жилищно-гражданское, промышленно-гражданское и иные виды строительства, оптовые фирмы, а также население, использующее глиняный (керамический) кирпич для индивидуального строительства.

Большинство специализированных кирпичных предприятий – это предприятия малой производственной мощности, использующие местное сырье, и, как правило, имеющие в своем распоряжении рынок сбыта своей продукции в радиусе 50 – 250 км от фирмы.

Таблица 77

Оценка потребителями количества организаций на рынке производства кирпича (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок производства кирпича	50	28	22

Более половины опрошенных, а именно 50 % считают, что количество организаций на рынке производства кирпича, достаточно, 28 % опрошенных считают, что организаций на рассматриваемом рынке, мало, но при этом 22 % опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке производства кирпича, нет совсем.

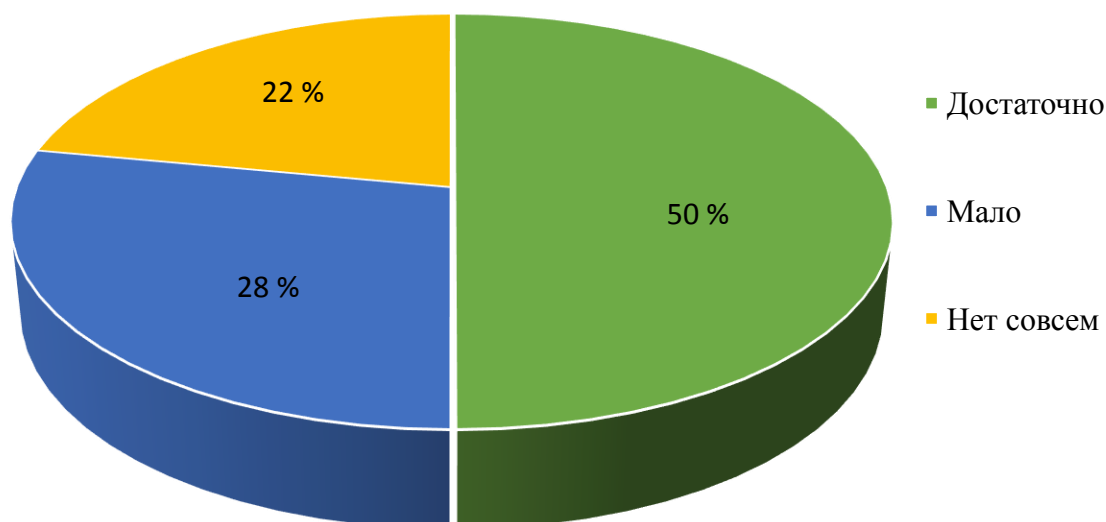


Рис. 82. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке производства кирпича

Таблица 78

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке производства кирпича
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
57	27	16	49	23	28	45	22	33

Большинство респондентов (57 % от общего числа опрошенных) удовлетворены ценами на рынке производства кирпича, при этом 27 % респондентов не удовлетворены уровнем цен на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке производства кирпича удовлетворены 49 % и 45 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 23 % и 22 % опрошенных.

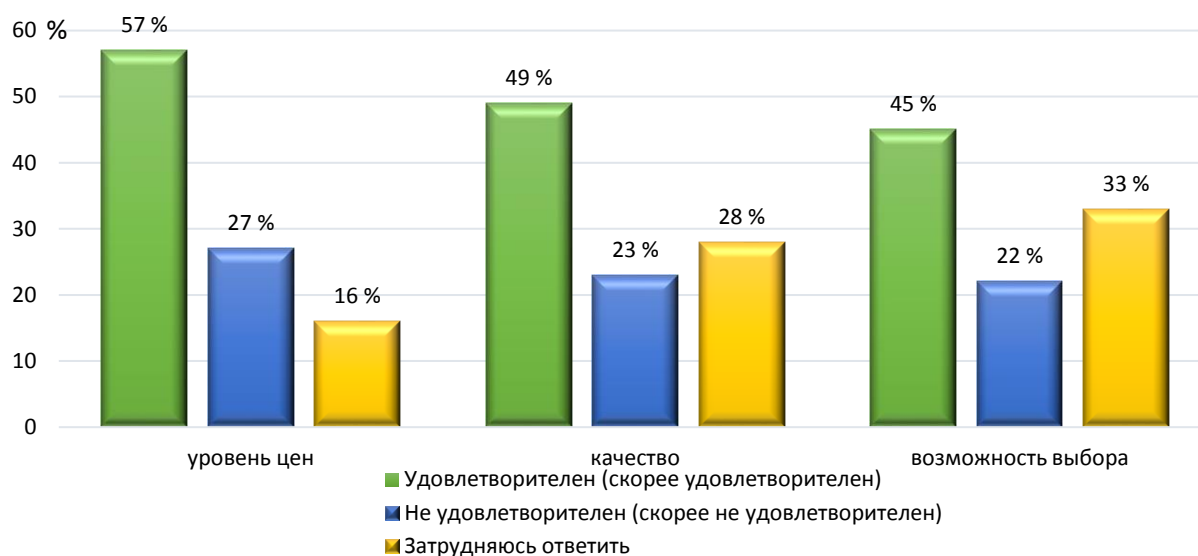


Рис. 83. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке производства кирпича

По оценкам респондентов, на рынке производства кирпича, наблюдается достаточное количество организаций, с удовлетворительными характеристиками цены, качества и выбора.

2.1.40. Рынок производства бетона

Производителями товарного бетона являются бетонные заводы и строительные фирмы. Рынок производства бетона в муниципальном образовании «Город Майкоп» представлен хозяйствующими субъектами частной формы собственности.

Таблица 79

Оценка потребителями количества организаций на рынке производства бетона (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок производства бетона	55	26	19

Результаты проведенного анкетирования показали, что большинство опрошенных, а именно 55 %, считают, что организаций на рынке производства бетона, достаточно, а 26 % опрошенных, считают, что данных организаций, мало, при этом 19 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, на рынке производства бетона, нет совсем.

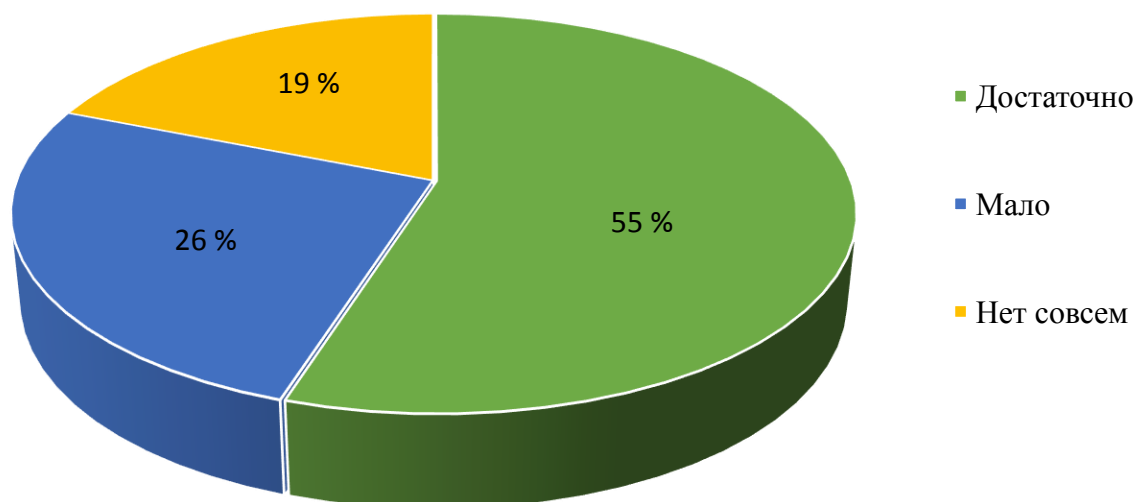


Рис. 84. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке производства бетона

Таблица 80

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке производства бетона
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
53	27	20	49	25	26	46	23	31

На рынке производства бетона 53 % от общего числа респондентов удовлетворены уровнем цен, при этом 27 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке производства бетона удовлетворены, соответственно, 49 % и 46 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 25 % и 23 % опрошенных.

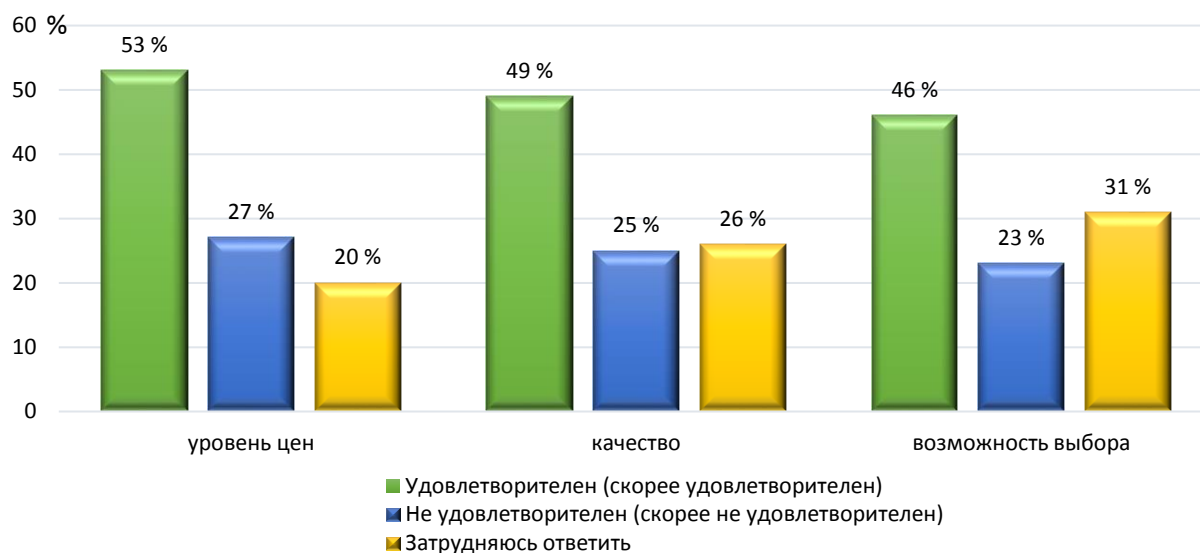


Рис. 85. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке производства бетона

По оценкам потребителей, на рынке производства бетона наблюдается достаточное количество организаций с удовлетворительными характеристиками цены, качества и выбора.

2.1.41. Рынок наружной рекламы

Деятельность в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования «Город Майкоп» осуществляют хозяйствующие субъекты частной формы собственности.

Таблица 81

Оценка потребителями количества организаций на рынке наружной рекламы (в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Достаточно	Мало	Нет совсем
Рынок наружной рекламы	55	20	25

Большая часть респондентов, а именно 55 %, считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке наружной рекламы, достаточно, а 20 % от общего числа опрошенных считают, что данных организаций, мало, при этом 25 % от общего числа опрошенных считают, что организаций, осуществляющих деятельность на рынке наружной рекламы, нет совсем.

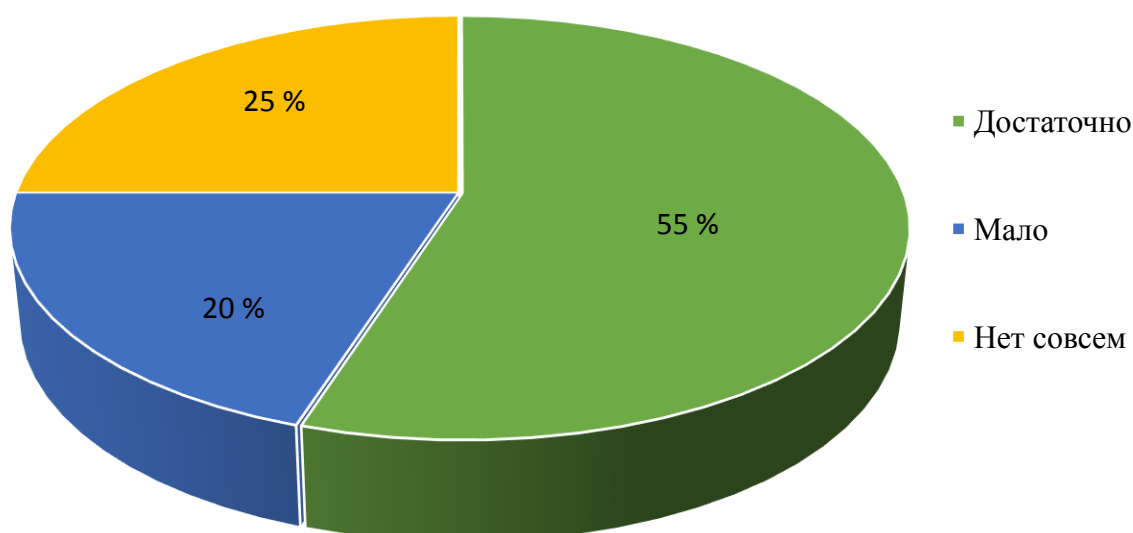


Рис. 86. Обеспеченность организациями, по мнению потребителей, оказывающими услуги на рынке наружной рекламы

Таблица 82

Удовлетворенность потребителей основными характеристиками на рынке наружной рекламы
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить	Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
48	33	19	47	26	27	43	27	30

Большая часть опрошенных (48 % от общего числа респондентов) удовлетворены уровнем цен на рынке наружной рекламы, при этом 33 % респондентов не удовлетворены ценовой ситуацией на указанном рынке. Качеством и возможностью выбора на рынке наружной рекламы удовлетворены, соответственно, 47 % и 43 % от общего числа респондентов, при этом не удовлетворены качеством и возможностью выбора 26 % и 27 % опрошенных.

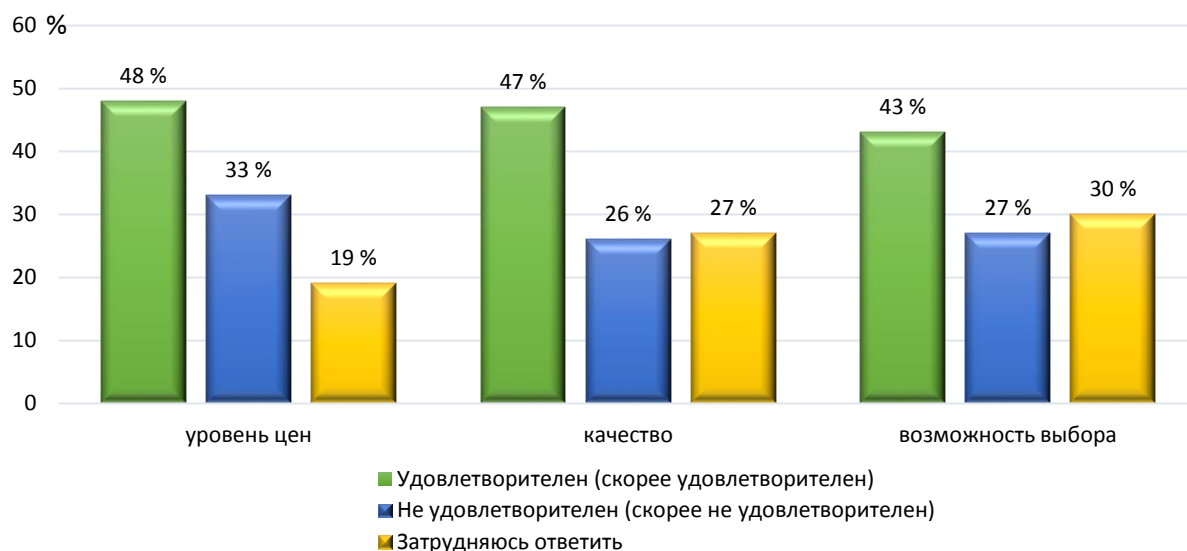


Рис. 87. Степень удовлетворенности потребителей основными характеристиками на рынке наружной рекламы

В целом, по оценкам респондентов, на рынке наружной рекламы наблюдается достаточное количество организаций, с удовлетворительными характеристиками услуг (цена, качество, возможность выбора).

2.2. Товары и услуги, на которые, по мнению респондентов, цены в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России

Потребители, принимавшие участие в опросе, указали следующие товары и услуги, на которые, по их мнению, цены в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России (таблица 83).

Таблица 83

Товары и услуги, на которые, по мнению респондентов, цены в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России
(в % от общего числа респондентов)

Наименование товара или услуги	Мнение респондентов, %
Мясо и мясные товары	51
Бензин автомобильный	49
Жилищно-коммунальные услуги	48
Одежда и белье	47
Медикаменты	39
Молоко и молочные товары	38
Флодоовощные товары	38
Медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги	36
Яйца и яичные товары	32
Строительные материалы	30
Бытовые услуги	30
Электротовары и другие бытовые приборы	28

Масла пищевые растительные	27
Кофе	26
Крахмал, сахар, мед и кондитерские товары	26
Косметическая продукция	26
Транспортные услуги	26
Услуги банков	26
Ткани	25
Хлеб и хлебобулочные изделия	24
Услуги связи	24
Телерадиотовары	24
Услуги правового характера	23
Крупы и крупяные изделия	23
Услуги в системе образования	23
Чай черный \ зеленый	22
Макаронные изделия	21
Мука	21
Туристические услуги и услуги средств размещения для временного проживания туристов	20
Химические средства очистки и дезинфекции	20
Социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам государственными и муниципальными учреждениями социального обслуживания	18
Услуги физической культуры и спорта	18
Услуги учреждений культуры	17
Услуги торговли и общественного питания, услуги рынков	16
Соль поваренная пищевая	10
Газоснабжение	1
Электроснабжение	1

Результаты проведенного анкетирования показали, что по мнению респондентов, наиболее высокую цену по сравнению с другими регионами имеет мясо и мясные товары, бензин автомобильный и услуги ЖКХ.

2.3. Товары и услуги, качество которых, по мнению респондентов, в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России

Потребители, принимавшие участие в опросе, указали следующие товары и услуги, на которые, по их мнению, в Республике Адыгея качество выше по сравнению с другими регионами России (таблица 84).

Таблица 84

Товары и услуги, качество которых, по мнению респондентов, в Республике Адыгея выше по сравнению с другими регионами России
(в % от общего числа респондентов)

Наименование товара или услуги	Мнение респондентов, %
Молоко и молочные товары	45
Мясо и мясные товары	41
Флодоовощные товары	34
Хлеб и хлебобулочные изделия	32
Яйца и яичные товары	28
Масла пищевые растительные	28
Рыба и рыбные товары	25
Мука	20
Услуги в системе образования	16
Крахмал, сахар, мед и кондитерские товары	15
Чай черный \ зеленый	15
Жилищно-коммунальные услуги	15
Кофе	13
Строительные материалы	13
Химические средства очистки и дезинфекции	13
Крупы и крупяные изделия	12
Одежда и белье	12
Услуги связи	12
Обувь кожаная, текстильная и комбинированная	11
Медикаменты	11
Макаронные изделия	10
Косметическая продукция	10
Бензин автомобильный	9
Электротовары и другие бытовые приборы	9
Ткани	8
Услуги банков	8
Бытовые услуги	7
Транспортные услуги	7
Услуги учреждений культуры	7
Услуги физической культуры и спорта	7
Услуги правового характера	7
Соль поваренная пищевая	6
Телерадиотовары	6
Услуги торговли и общественного питания, услуги рынков	6
Медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги	5
Социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам государственными и муниципальными учреждениями социального обслуживания	5

Туристические услуги и услуги средств размещения для временного проживания туристов	3
---	---

Результаты проведенного анкетирования показали, что по мнению респондентов, наиболее качественной продукцией по сравнению с другими регионами являются молоко и молочные товары, мясо и мясные товары, плодоовощные товары.

3. Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды в муниципальном образовании «Город Майкоп»

3.1. Оценка населением изменения количества организаций, предоставляющих товары и услуги в муниципальном образовании «Город Майкоп» в течение последних трех лет

В ходе опроса, потребителям было предложено ответить на вопрос: «Как, по Вашему мнению, изменилось количество субъектов, предоставляющих товары и услуги на следующих рынках в вашем муниципальном районе (городском округе) в течение последних 3 лет». Результаты опроса жителей муниципального образования «Город Майкоп» представлены в таблице 85.

Таблица 85

Оценка населением изменения количества субъектов, предоставляющих товары и услуги в муниципальном образовании «Город Майкоп» в течение последних трех лет (в % от общего числа респондентов)

№	Наименование рынков	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
1.	Рынок услуг дошкольного образования	10	48	22	20
2.	Рынок услуг общего образования	11	48	19	22
3.	Рынок услуг среднего профессионального образования	10	49	18	23
4.	Рынок услуг дополнительного образования детей	13	45	20	22
5.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	14	52	17	17
6.	Рынок медицинских услуг	9	41	26	24
7.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	10	45	21	24

8.	Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	9	46	18	27
9.	Рынок социальных услуг	12	43	18	27
10.	Рынок ритуальных услуг	9	44	21	26
11.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	10	48	16	26
12.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	13	49	15	23
13.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	9	46	19	26
14.	Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	13	43	19	25
15.	Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	10	45	17	28
16.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	11	42	18	29
17.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	10	43	18	29
18.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	11	42	23	24
19.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным	12	43	19	26

	маршрутам регулярных перевозок				
20.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	15	42	20	23
21.	Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	12	44	20	24
22.	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	10	42	22	26
23.	Рынок жилищного строительства	17	44	18	21
24.	Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	10	44	18	28
25.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	9	45	19	27
26.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	9	48	14	29
27.	Рынок кадастровых и землеустроительных работ	10	46	15	29
28.	Рынок реализации сельскохозяйственной продукции	11	45	18	26
29.	Рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов	10	43	15	32
30.	Рынок племенного животноводства	16	42	12	30
31.	Рынок семеноводства	8	43	15	34
32.	Рынок вылова водных биоресурсов	10	46	14	30
33.	Рынок переработки водных биоресурсов	8	45	15	32
34.	Рынок товарной аквакультуры	9	44	16	31

35.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	8	44	16	32
36.	Рынок нефтепродуктов	6	42	17	35
37.	Рынок легкой промышленности	13	45	12	30
38.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	12	43	17	28
39.	Рынок производства кирпича	9	46	15	30
40.	Рынок производства бетона	8	44	16	32
41.	Рынок наружной рекламы	7	45	19	29

Таким образом, результаты опроса показали, что большая часть респондентов считает, что количество субъектов, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального образования «Город Майкоп» в течение последних 3 лет не изменилось:

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 52 %;
- рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 49 %;
- рынок услуг среднего профессионального образования – 49 %;
- рынок услуг дошкольного образования – 48 %;
- рынок услуг общего образования – 48 %;
- рынок архитектурно-строительного проектирования – 48 %;
- рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) - 48 %;
- рынок производства кирпича – 46 %;
- рынок кадастровых и землеустроительных работ – 46 %;
- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 46 %;
- рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья – 46 %;
- рынок вылова водных биоресурсов – 46 %;
- рынок легкой промышленности - 45 %;
- рынок переработки водных биоресурсов – 45 %;
- рынок реализации сельскохозяйственной продукции – 45 %;
- рынок поставки сжиженного газа в баллонах – 45 %;
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 45 %;
- рынок услуг дополнительного образования детей – 45 %;
- рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) - 45 %;
- рынок наружной рекламы – 45 %;
- рынок жилищного строительства – 44 %;

- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств - 44 %;
- рынок ритуальных услуг - 44 %;
- рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства – 44 %;
- рынок товарной аквакультуры - 44 %;
- рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения – 44 %;
- рынок производства бетона – 44 %;
- рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации - 43 %;
- рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме – 43 %;
- рынок социальных услуг – 43 %;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок – 43 %;
- рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов – 43 %;
- рынок семеноводства – 43 %;
- рынок обработки древесины и производства изделий из дерева- 43 %;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 42 %;
- рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) – 42 %;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации – 42 %;
- рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - 42 %;
- рынок племенного животноводства – 42 %;
- рынок нефтепродуктов – 42 %;
- рынок медицинских услуг – 41 %.

3.2. Оценка качества услуг субъектов естественных монополий

Удовлетворенность потребителей услугами естественных монополий оценивалась по качеству предоставляемых услуг.

Таблица 86

Удовлетворенность потребителей качеством услуг по водоснабжению, водоотведению (в % от общего числа респондентов)

Качество услуг по водоснабжению, водоотведению		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
68	28	4

Потребители, при оценке услуг субъектов естественных монополий, высоко оценили качество услуг сферы водоснабжения и водоотведения: 68 % респондентов удовлетворены качеством услуг, 28 % не удовлетворены, 4 % затруднились ответить.

Таблица 87

Удовлетворенность потребителей качеством услуг по водоочистке
(в % от общего числа респондентов)

Качество услуг по водоочистке		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
62	33	5

Мнения потребителей по качеству водоочистки разделились следующим образом: 62 % опрошенных удовлетворены качеством данной услуги, в то же время 33 % не удовлетворены качеством предоставляемой услуги, при этом 5 % затруднились оценить качество услуг водоочистки.

Таблица 88

Удовлетворенность потребителей качеством услуг газоснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Качество услуг газоснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
67	28	5

Значительная часть респондентов (67 % от общего числа опрошенных) удовлетворены услугами газоснабжения, при этом 28 % не удовлетворены услугами газоснабжения, а 5 % опрошенных затруднились оценить качество данных услуг.

Таблица 89

Удовлетворенность потребителей качеством услуг электроснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Качество услуг электроснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
64	29	7

Потребители услуг электроснабжения высоко оценили качество предоставляемых услуг. Так, 64 % от общего числа опрошенных удовлетворены качеством услуг, а 29 % опрошенных оказались не удовлетворены качеством данных услуг, при этом 7 % респондентов затруднились оценить качество услуг электроснабжения.

Таблица 90

Удовлетворенность потребителей качеством услуг теплоснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Качество услуг теплоснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
68	29	3

Услугами теплоснабжения удовлетворены 68 % от общего числа опрошенных, при этом 29 % не удовлетворены услугами теплоснабжения, затруднились ответить 3 % от общего числа опрошенных.

Таблица 91

Удовлетворенность потребителей качеством услуг электросвязи
(телефонной связи) (в % от общего числа респондентов)

Качество услуг электросвязи (телефонной связи)		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
64	30	6

Услугами электросвязи (телефонной связи) удовлетворены 64 % от общего числа опрошенных, при этом 30 % не удовлетворены данными услугами связи, затруднились оценить качество услуг электросвязи (телефонной связи) 6 % от общего числа респондентов.

Таблица 92

Удовлетворенность потребителей качеством услуги почтовой связи
(в % от общего числа респондентов)

Качество услуги почтовой связи		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
63	27	10

Значительная часть респондентов (63 %), удовлетворены услугами почтовой связи, лишь 27 % ответили, что не удовлетворены данными услугами, при этом 10 % опрошенных затруднились оценить качество услуг почтовой связи.

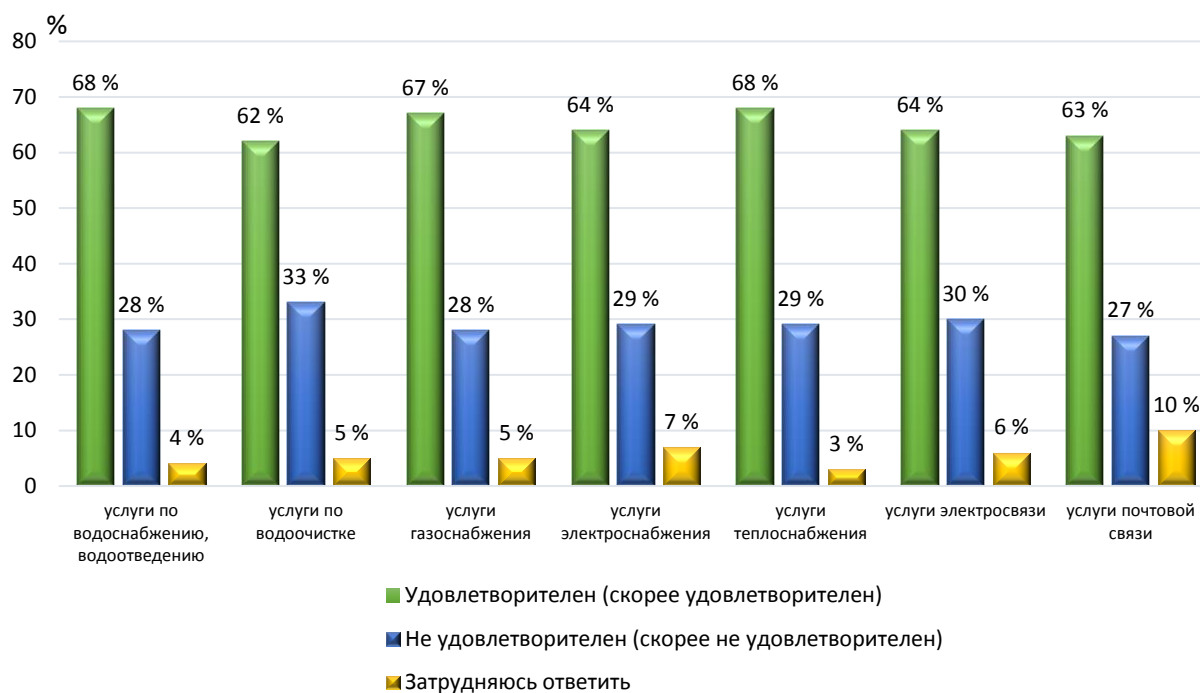


Рис. 88. Степень удовлетворенности потребителей качеством услуг субъектов естественных монополий

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что респонденты удовлетворены качеством услуг субъектов естественных монополий.

3.3. Оценка цены на услуги субъектов естественных монополий

Удовлетворенность потребителей услугами естественных монополий оценивалась по цене предоставляемых услуг.

Таблица 93

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги водоснабжения, водоотведения (в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги водоснабжения, водоотведения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
55	37	8

Мнения потребителей по цене водоснабжения и водоотведения разделились следующим образом: 55 % опрошенных удовлетворены или скорее удовлетворены ценами на данные услуги, в то же время 37 % опрошенных не удовлетворены и скорее не удовлетворены ценами на услуги водоснабжения и водоотведения, 8 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 94

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги по водоочистке
(в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги водоочистке		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
48	41	11

Ценами на услуги водоочистки удовлетворены или скорее удовлетворены 48 % от общего числа опрошенных; при этом 41 % не удовлетворены и скорее не удовлетворены ценами на данные услуги, а 11 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 95

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги газоснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги газоснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
51	36	13

Респонденты оценили цены на услуги газоснабжения следующим образом: 51 % удовлетворены или скорее удовлетворены ценами на газоснабжение, не удовлетворены и скорее не удовлетворены – 36 % от общего числа опрошенных, при этом 13 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 96

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги электроснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги электроснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
59	33	8

Ценами на услуги электроснабжения удовлетворены или скорее удовлетворены 59 % от общего числа опрошенных; при этом 33 % не удовлетворены или скорее не удовлетворены ценами на услуги электроснабжения и 8 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 97

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги теплоснабжения
(в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги теплоснабжения		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
55	41	4

Потребители оценили цены на услуги теплоснабжения следующим образом: 55 % удовлетворены или скорее удовлетворены услугами теплоснабжения, не удовлетворены и скорее не удовлетворены – 41 % от общего числа опрошенных; при этом 4 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 98

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги электросвязи (телефонной связи) (в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги электросвязи (телефонной связи)		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
50	42	8

Ценами электросвязи (телефонной связи) удовлетворены и скорее удовлетворены – 50 % от общего числа опрошенных; при этом 42 % не удовлетворены или скорее не удовлетворены услугами телефонной связи и 8 % опрошенных затруднились ответить.

Таблица 99

Удовлетворенность потребителей ценами на услуги почтовой связи (в % от общего числа респондентов)

Цена на услуги почтовой связи		
Удовлетворен (скорее удовлетворен)	Не удовлетворен (скорее не удовлетворен)	Затрудняюсь ответить
49	36	15

Большинство опрошенных, а именно 49 %, заявили, что удовлетворены и скорее удовлетворены ценами на услуги почтовой связи, 36 % опрошенных ответили, что не удовлетворены или скорее не удовлетворены ценами на данные услуги, при этом 15 % опрошенных затруднились ответить.



Рис. 89. Степень удовлетворенности потребителей ценой на услуги субъектов естественных монополий

Таким образом, результаты опроса показали, что большинство респондентов удовлетворены или скорее удовлетворены ценами на услуги субъектов естественных монополий.

3.4. Оценка характеристики товаров и услуг на рынках муниципального образования «Город Майкоп»

В ходе опроса, потребителям было предложено ответить на вопрос: «Как изменились характеристики товаров и услуг на рынках муниципального образования «Город Майкоп»?». Результаты опроса жителей муниципального образования «Город Майкоп» показали следующее.

Таблица 100

Характеристика товаров и услуг на рынке дошкольного образования
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
12	44	44	10	30	60	9	33	58

На рынке услуг дошкольного образования 44 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 12 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке дошкольного образования увеличены, так считают, соответственно, 30 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 9 % опрошенных. При этом большая часть опрошенных считает, что цена, качество и возможность выбора на рынке услуг дошкольного образования не изменились - 44 %, 60 % и 58 % соответственно от общего числа респондентов.

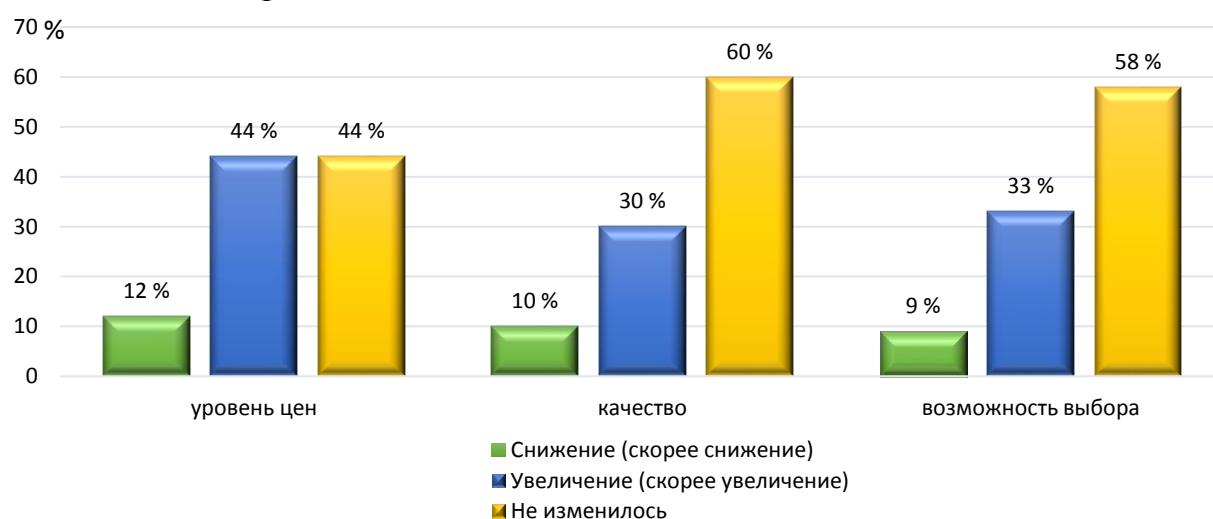


Рис. 90. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке дошкольного образования

В целом, результаты опроса показали, что на рынке услуг дошкольного образования, по оценкам большей части респондентов, (цена, качество и возможность выбора) не изменилось.

Таблица 101

Характеристика товаров и услуг на рынке общего образования
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
11	46	43	9	35	56	9	31	60

На рынке услуг общего образования 46 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 11 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке общего образования увеличены, так считают, соответственно, 35 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 9 % опрошенных. При этом большая часть опрошенных считает, что цена, качество и возможность выбора на рынке услуг общего образования не изменились - 43 %, 56 % и 60 % соответственно от общего числа респондентов.

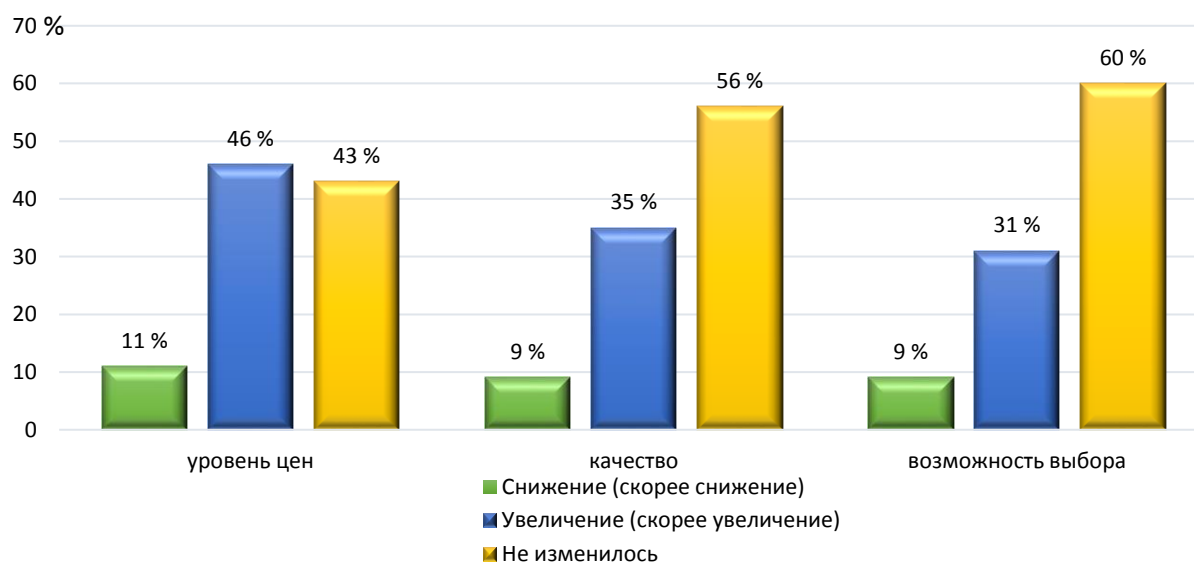


Рис. 91. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке общего образования

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке услуг общего образования наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 102

Характеристика товаров и услуг на рынке среднего профессионального образования (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
8	45	47	10	36	54	6	31	63

На рынке услуг среднего профессионального образования 45 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 8 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке среднего профессионального образования увеличены, так считают, соответственно, 36 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 6 % опрошенных. При этом большая часть опрошенных считает, что цена, качество и возможность выбора на рынке услуг среднего профессионального образования не изменились - 47 %, 54 % и 63 % соответственно от общего числа респондентов.

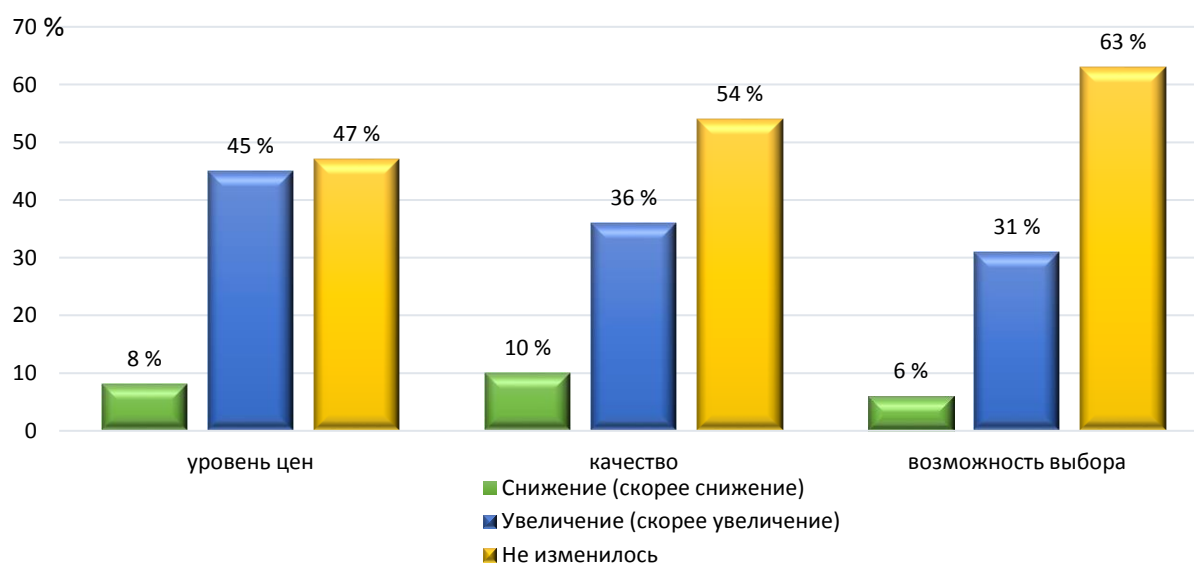


Рис. 92. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке среднего профессионального образования

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке услуг среднего профессионального образования, по оценкам большей части респондентов, (цена, качество, возможность выбора) не изменилось.

Таблица 103

Характеристика товаров и услуг на рынке дополнительного образования детей (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
11	49	40	11	32	57	8	30	62

На рынке услуг дополнительного образования детей 49 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 11 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке дополнительного образования увеличены, так считают, соответственно, 32 % и 30 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 8 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке услуг дополнительного образования не изменились, так считают, соответственно, 40 %, 57 % и 62 % от общего числа респондентов.

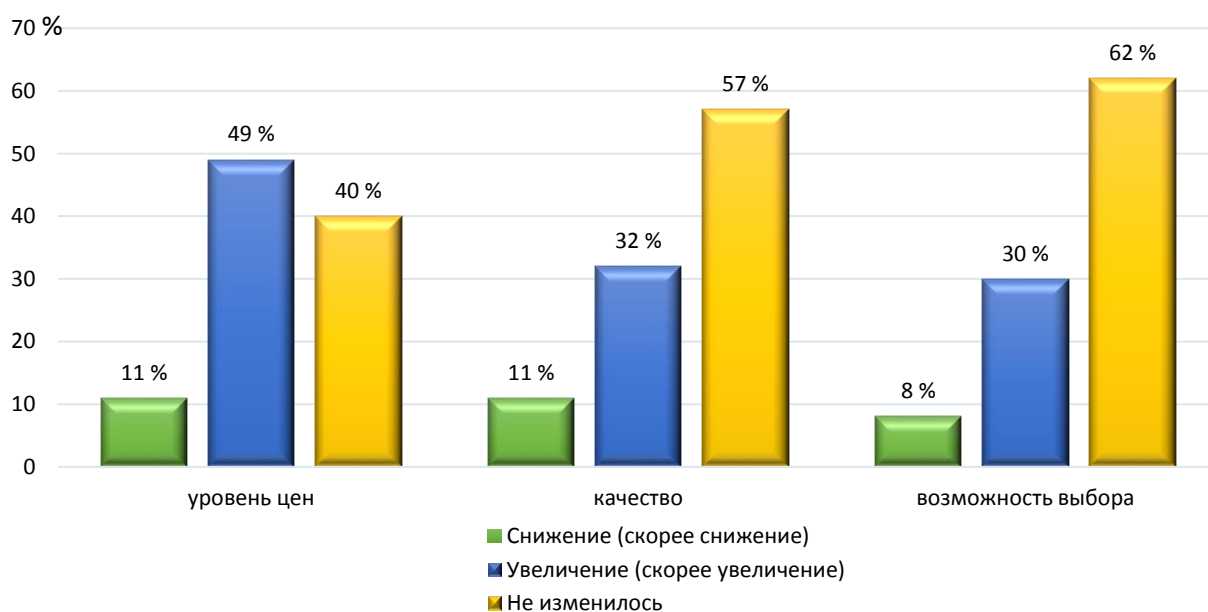


Рис. 93. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке среднего профессионального образования

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке услуг дополнительного образования детей, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению потребителей (качество, возможность выбора) не изменилось.

Таблица 104

Характеристика товаров и услуг на рынке детского отдыха и оздоровления
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
14	45	41	13	33	54	9	27	64

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления 45 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке детского отдыха и оздоровления увеличены, так считают, соответственно, 33 % и 27 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 13 % и 9 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке услуг детского отдыха и оздоровления не изменились, так считают, соответственно, 41 %, 54 % и 64 % от общего числа респондентов.

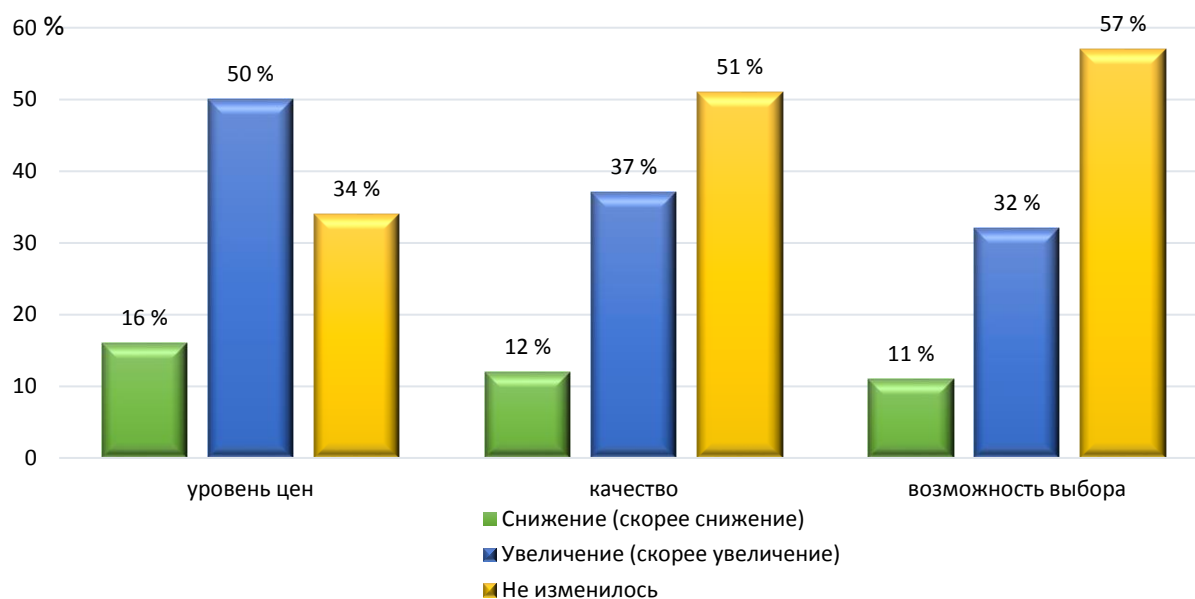


Рис. 94. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке детского отдыха и оздоровления

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке услуг детского отдыха и оздоровления детей, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 105

Характеристика товаров и услуг на рынке медицинских услуг
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
13	54	33	11	37	52	12	31	57

На рынке медицинских услуг 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке медицинских услуг увеличены, так считают, соответственно, 37 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 12 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке медицинских услуг не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 52 % и 57 % от общего числа респондентов.

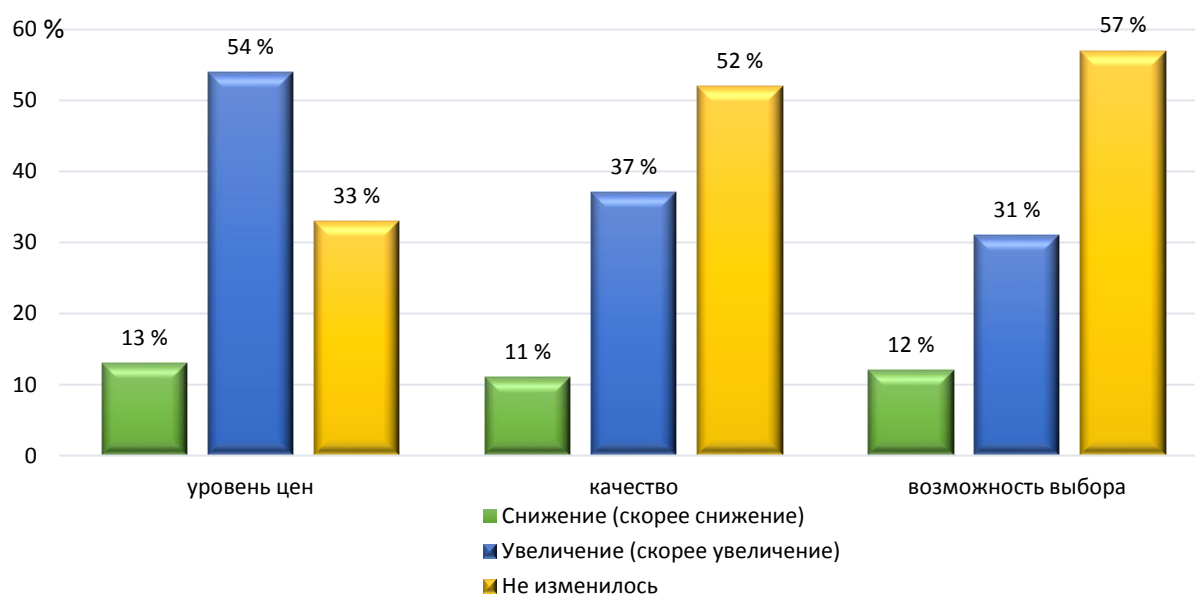


Рис. 95. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке детского отдыха и оздоровления

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке медицинских услуг муниципального образования «Город Майкоп», наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 106

Характеристика товаров и услуг на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
17	52	31	15	39	46	11	34	55

На рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 17 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами увеличены, так считают, соответственно, 39 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 15 % и 11 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 31 %, 46 % и 55 % от общего числа респондентов.

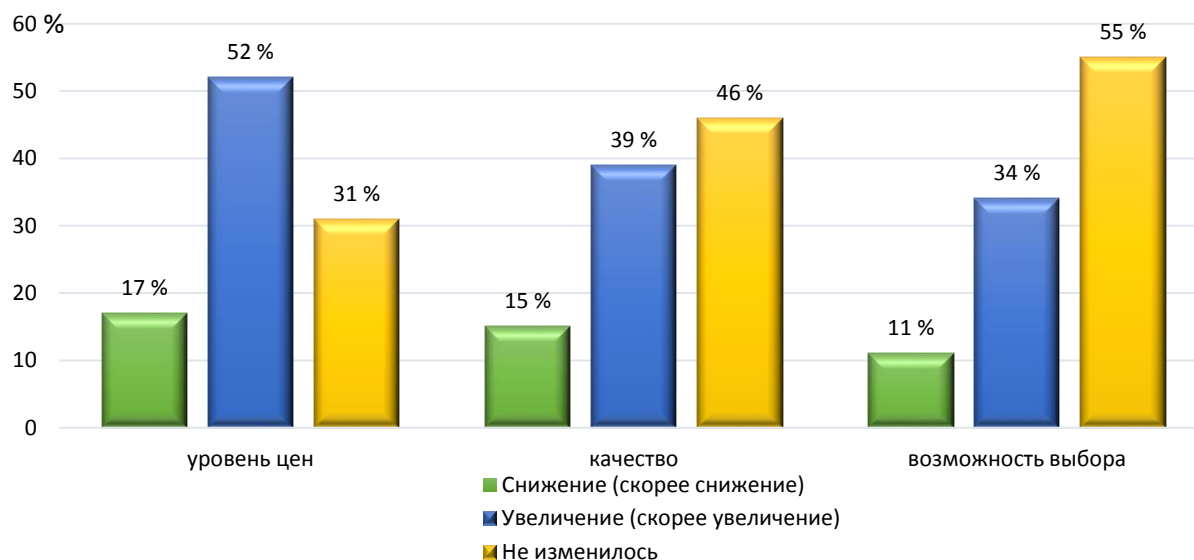


Рис. 95. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 107

Характеристика товаров и услуг на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	46	39	11	37	52	9	32	59

На рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья 46 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 32 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 9 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья не изменились, так считают, соответственно, 39 %, 52 % и 59 % от общего числа респондентов.

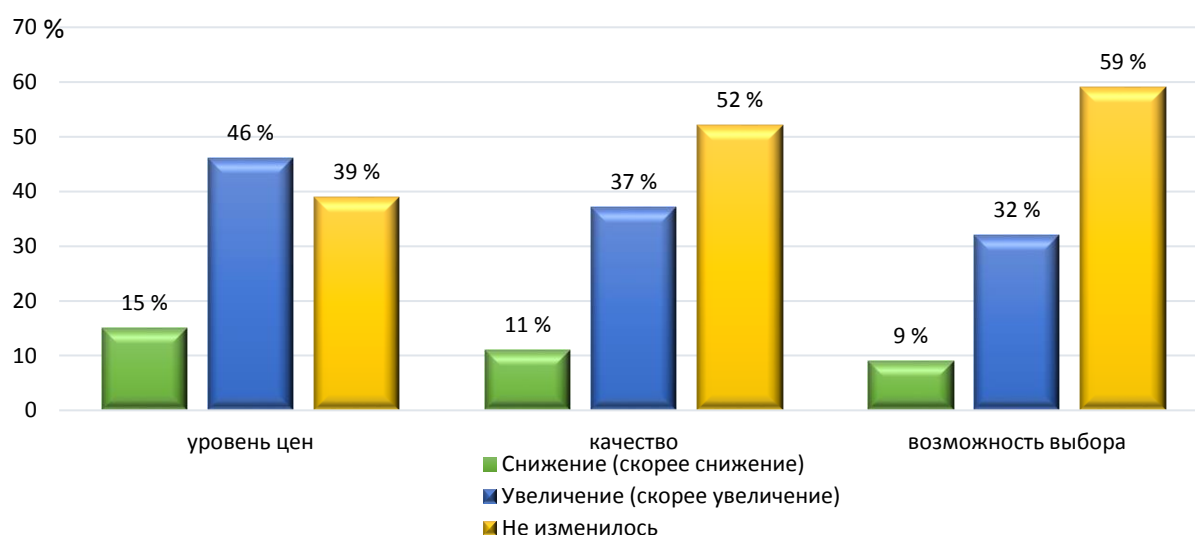


Рис. 96. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 108

**Характеристика товаров и услуг на рынке социальных услуг
(в % от общего числа респондентов)**

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
12	52	36	11	44	45	11	31	58

На рынке социальных услуг 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 12 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке социальных услуг увеличилось, так считают, соответственно, 44 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 11 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке социальных услуг не изменились, так считают, соответственно, 36 %, 45 % и 58 % от общего числа респондентов.

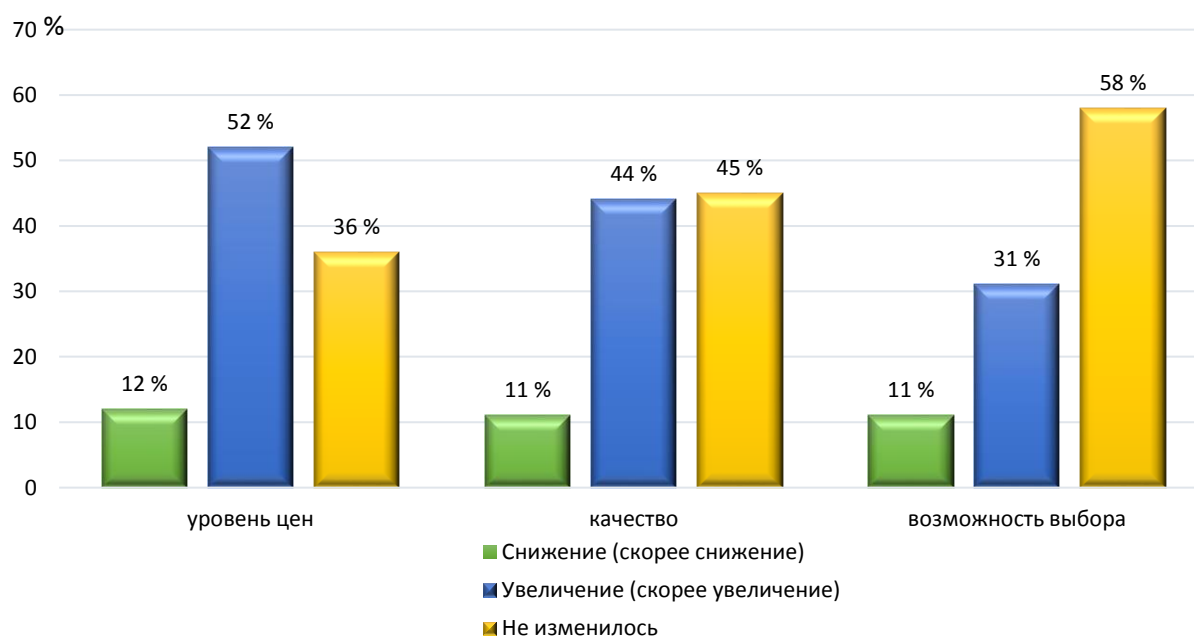


Рис. 97. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке социальных услуг

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке социальных услуг, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 109

Характеристика товаров и услуг на рынке ритуальных услуг
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
14	48	38	10	35	55	7	32	61

На рынке ритуальных услуг 48 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, при этом 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке ритуальных услуг увеличилось, так считают, соответственно, 35 % и 32 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 7 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке ритуальных услуг не изменились, так считают, соответственно, 38 %, 55 % и 61 % от общего числа респондентов.

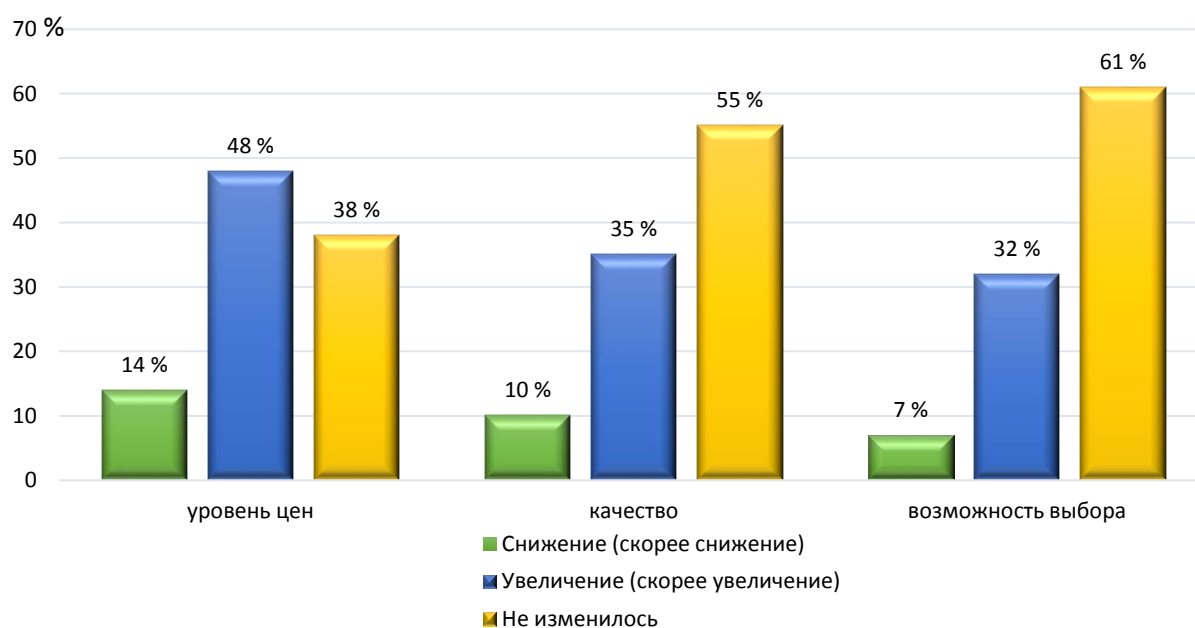


Рис. 98. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке ритуальных услуг

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке ритуальных услуг, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 110

**Характеристика товаров и услуг на рынке теплоснабжения
(производство тепловой энергии)
(в % от общего числа респондентов)**

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
14	50	36	10	36	54	9	32	59

На рынке теплоснабжения 50 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке теплоснабжения увеличилось, так считают, соответственно, 36 % и 32 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают - 10 % и 9 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке теплоснабжения не изменились, так считают, соответственно, 36 %, 54 % и 59 % от общего числа респондентов.

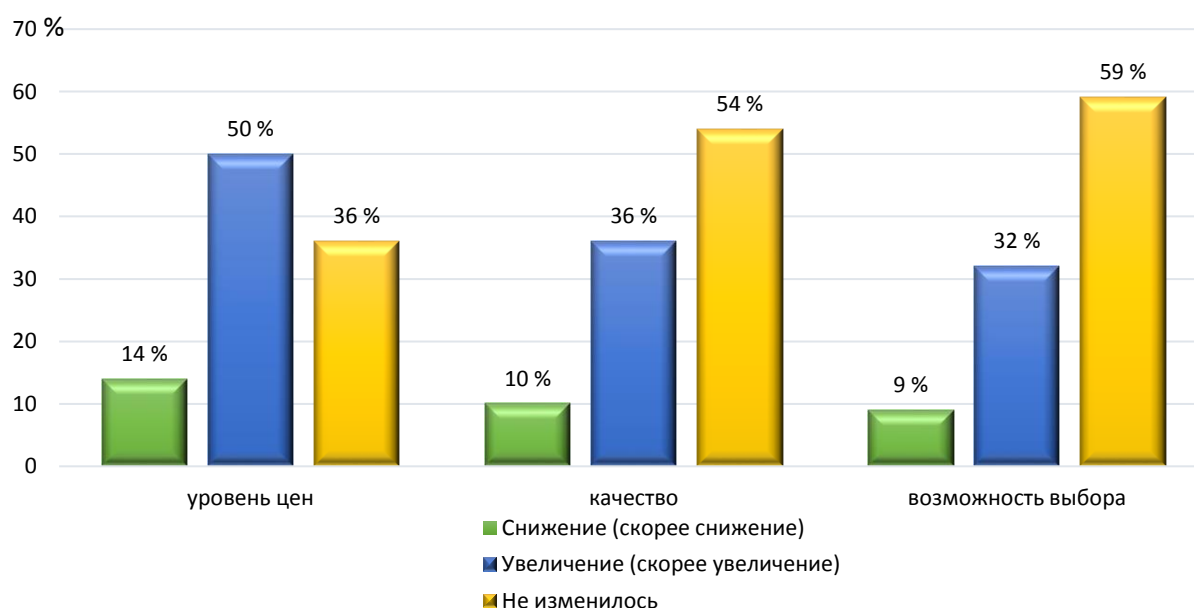


Рис. 99. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке теплоснабжения (производство тепловой энергии)

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке теплоснабжения, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 111

Характеристика товаров и услуг на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
13	51	36	8	39	53	9	33	58

На рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 51 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов увеличилось, так считают, соответственно, 39 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 8 % и 9 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов не изменились, так считают, соответственно, 36 %, 53 % и 58 % от общего числа респондентов.

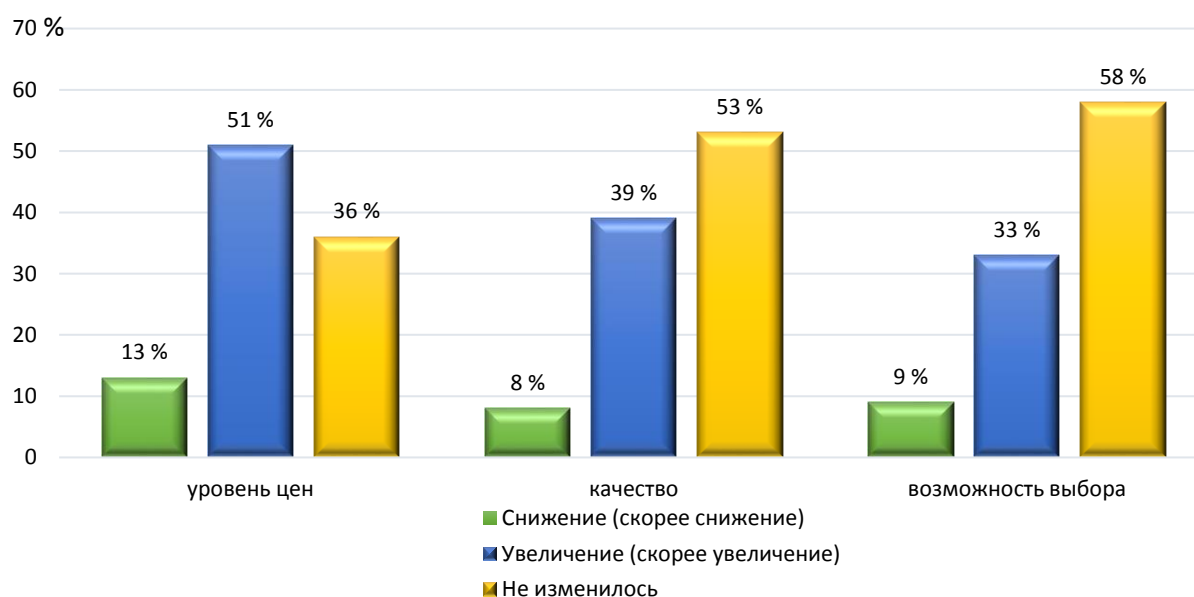


Рис. 100. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 112

**Характеристика товаров и услуг на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды
(в % от общего числа респондентов)**

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
16	51	33	14	37	49	14	30	56

На рынке выполнения работ по благоустройству городской среды 51 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 16 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 30 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 14 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 49 % и 56 % от общего числа респондентов.

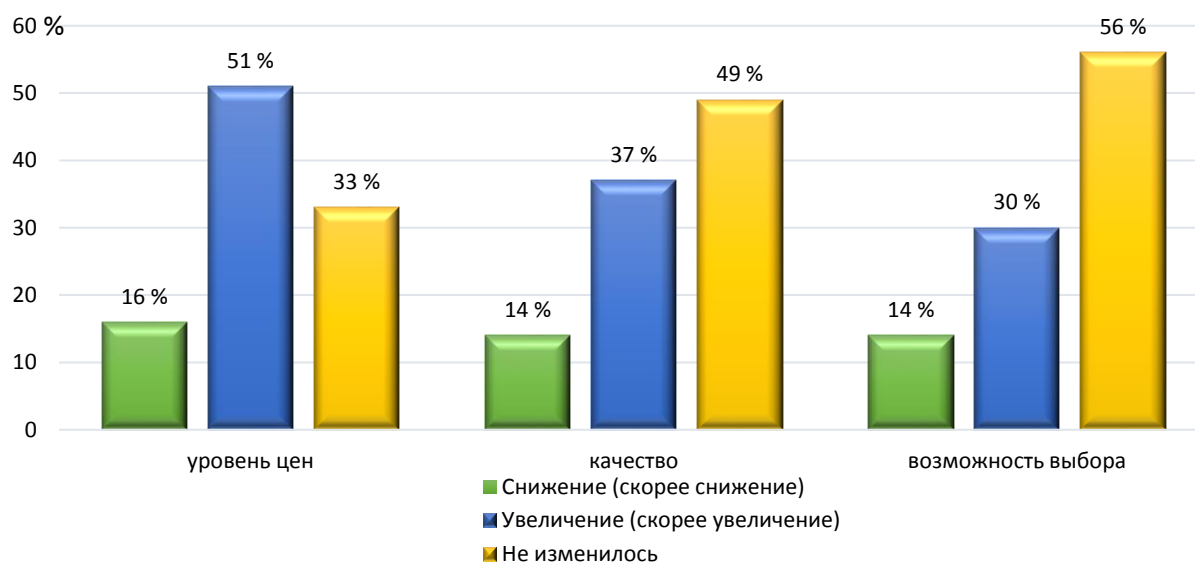


Рис. 101. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам респондентов, на рынке выполнения работ по благоустройству городской среды, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 113

Характеристика товаров и услуг на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
13	55	32	12	40	48	10	36	54

На рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме 55 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора рынка выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме увеличилось, так считают, соответственно, 40 % и 36 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают - 12 % и 10 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 48 % и 54 % от общего числа респондентов.

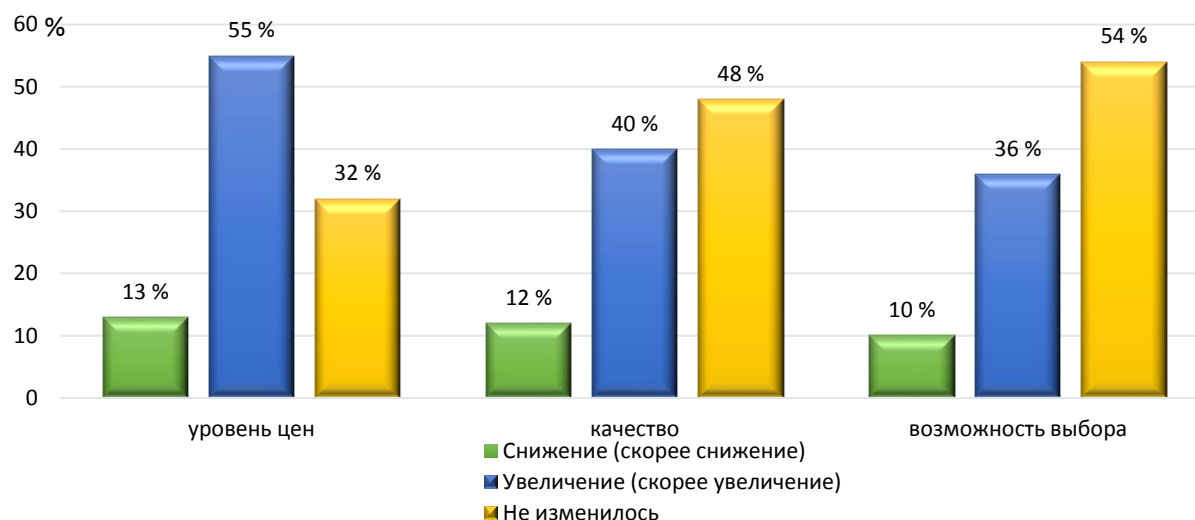


Рис. 102. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме

Результаты проведенного анкетирования показали, что по оценкам потребителей, на рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 114

Характеристика товаров и услуг на рынке поставки сжиженного газа в баллонах (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (Скорее снижение)	Увеличение (Скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (Скорее снижение)	Увеличение (Скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (Скорее снижение)	Увеличение (Скорее увеличение)	Не изменилось
16	49	35	13	33	54	13	29	58

На рынке поставки сжиженного газа в баллонах 49 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 16 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке поставки сжиженного газа в баллонах увеличилось, так считают, соответственно, 33 % и 29 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 13 % опрошенных соответственно. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке поставки сжиженного газа в баллонах не изменились, так считают, соответственно, 35 %, 54 % и 58 % от общего числа респондентов.

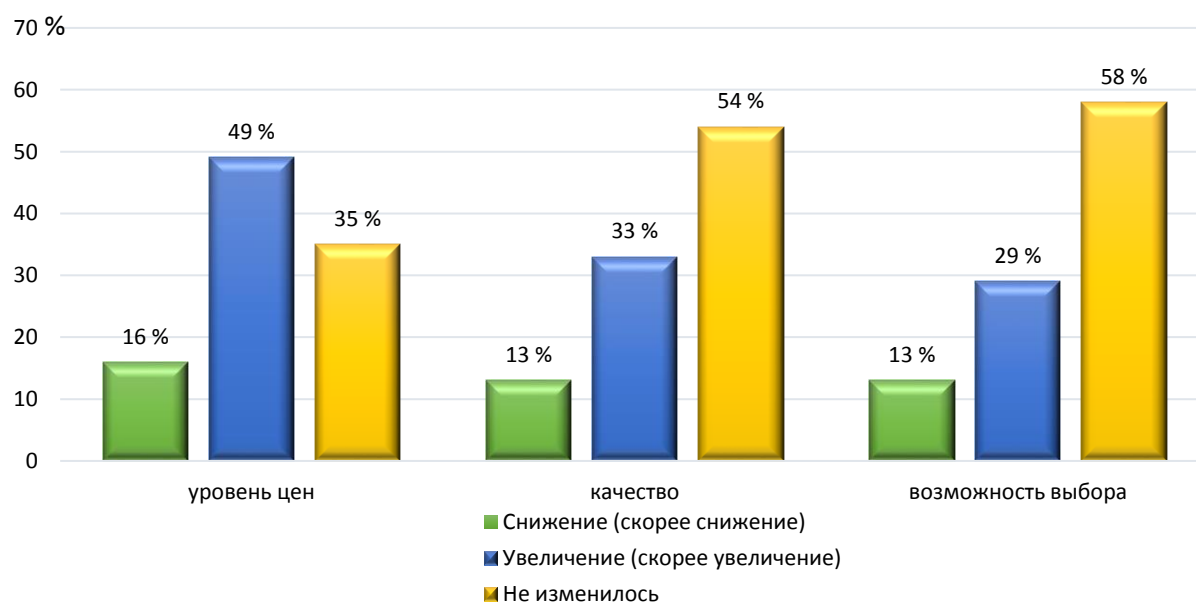


Рис. 103. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке поставки сжиженного газа в баллонах

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке поставки сжиженного газа в баллонах, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 115

Характеристика товаров и услуг на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	51	34	10	37	53	9	34	57

На рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) 51 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) услуг увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 9 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 53 % и 57 % от общего числа респондентов.

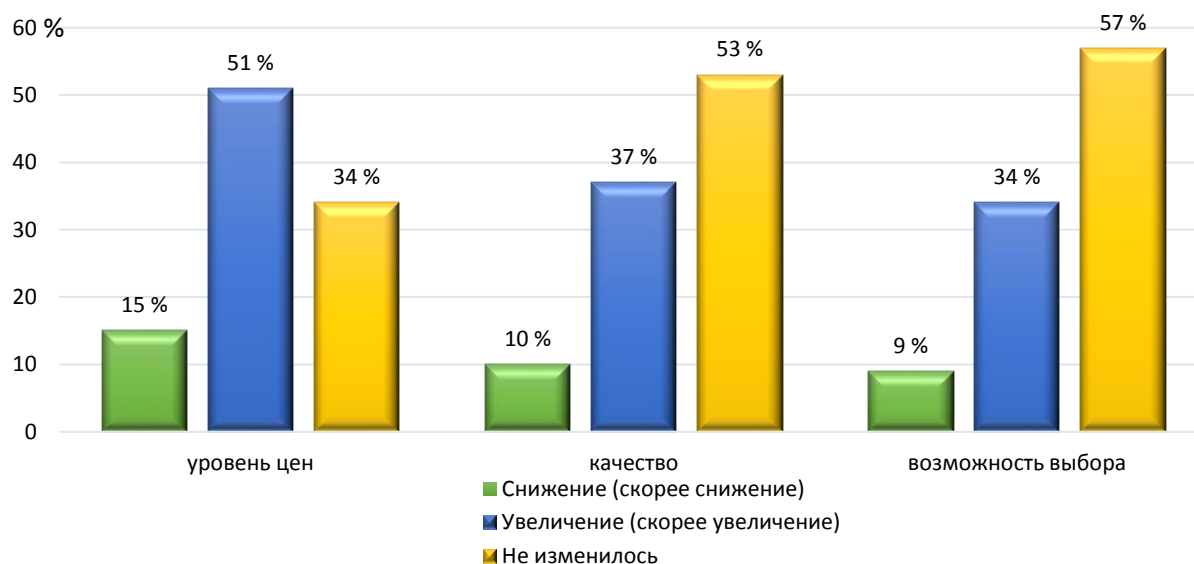


Рис. 104. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 116

Характеристика товаров и услуг на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
14	53	33	11	37	52	10	34	56

На рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации 53 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 10 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 52 % и 56 % от общего числа респондентов.

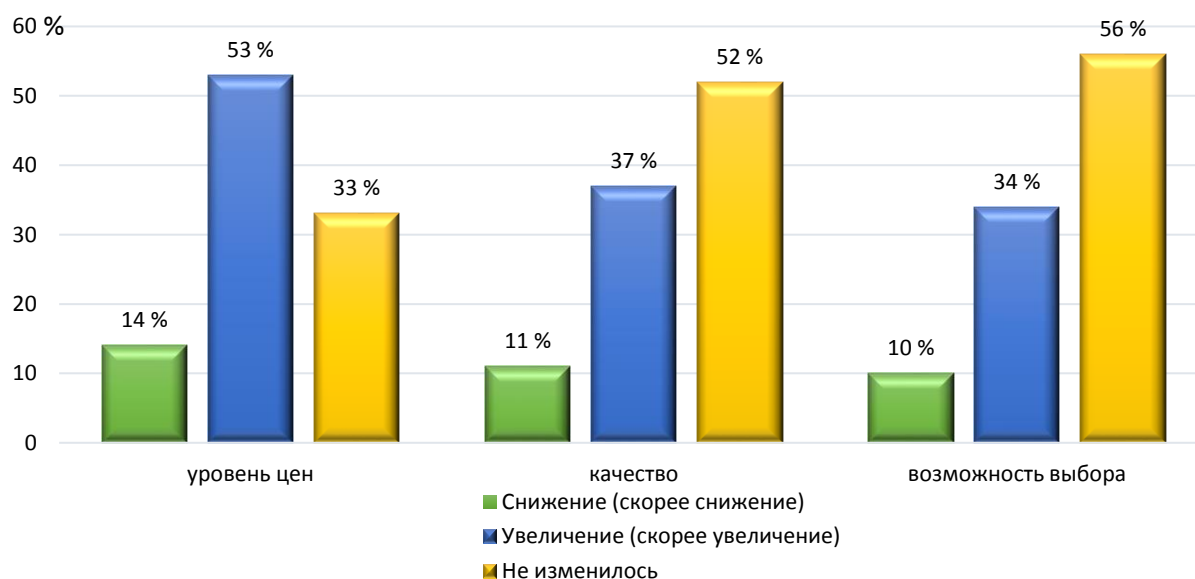


Рис. 105. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 117

Характеристика товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
14	54	32	12	37	51	10	33	57

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают - 12 % и 10 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 51 % и 57 % от общего числа респондентов.

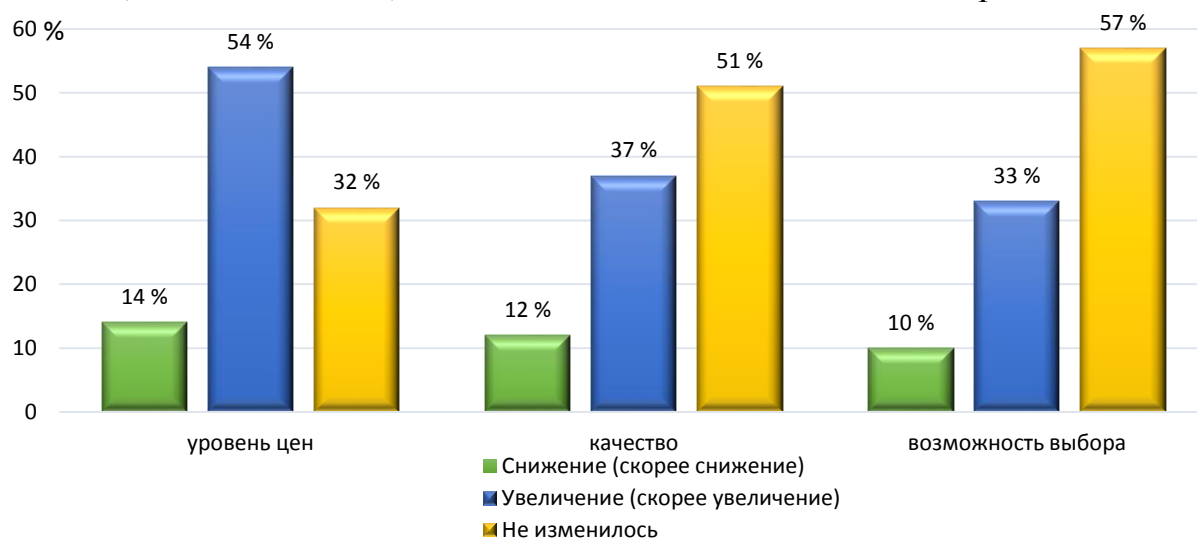


Рис. 106. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 118

Характеристика товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
13	53	34	8	38	54	10	34	56

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок 53 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок увеличилось, так считают, соответственно, 38 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 8 % и 10 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 54 % и 56 % от общего числа респондентов.

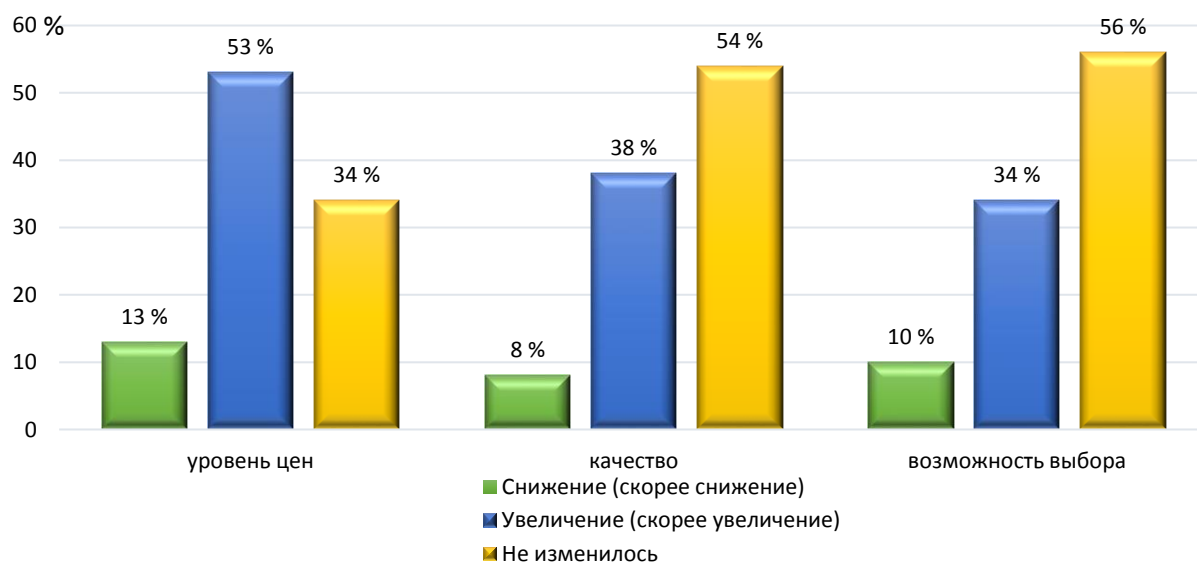


Рис. 107. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 119

Характеристика товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	54	31	9	36	55	9	46	45

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории муниципального образования «Город Майкоп» 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории муниципального образования «Город Майкоп» увеличилось, так считают, соответственно, 36 % и 46 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 9 % опрошенных соответственно. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси не изменились, так считают, соответственно, 31 %, 55 % и 45 % от общего числа респондентов.

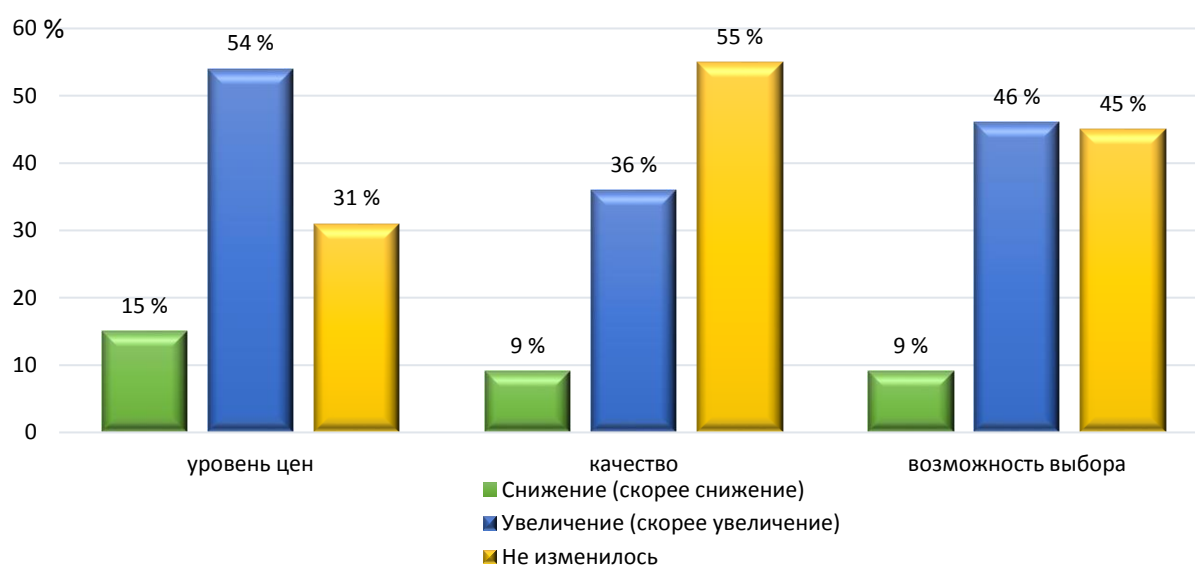


Рис. 108. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории муниципального образования «Город Майкоп», наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 120

Характеристика товаров и услуг на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
11	54	35	7	37	56	10	35	55

На рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 11 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 35 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 7 % и 10 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств не изменились, так считают, соответственно, 35 %, 56 % и 55 % от общего числа респондентов.

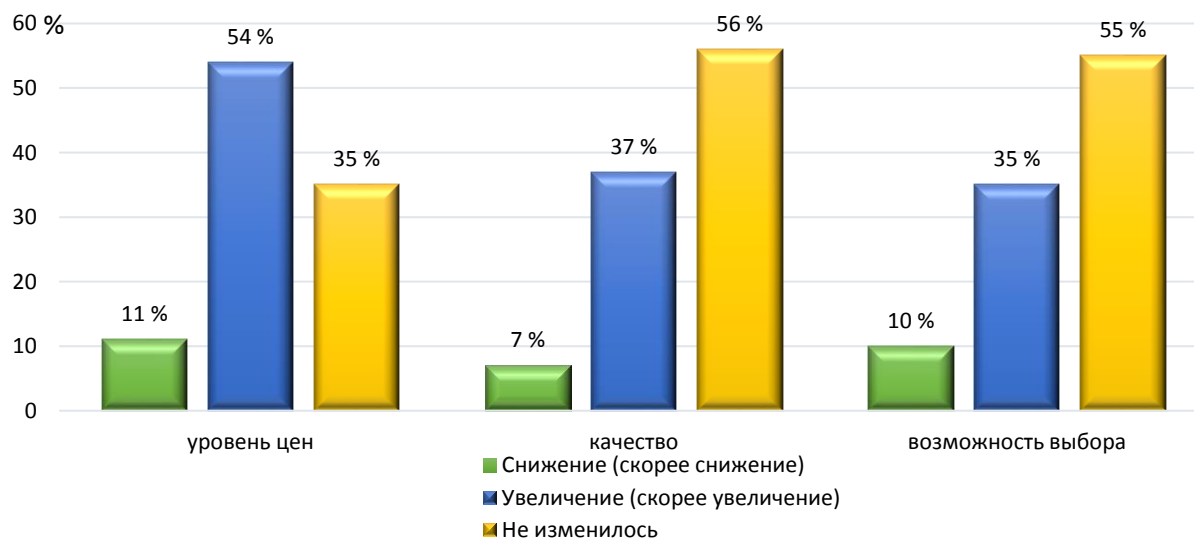


Рис. 109. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 121

Характеристика товаров и услуг на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
19	49	32	10	37	53	13	33	54

На рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 49 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 19 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 13 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 53 % и 54 % от общего числа респондентов.

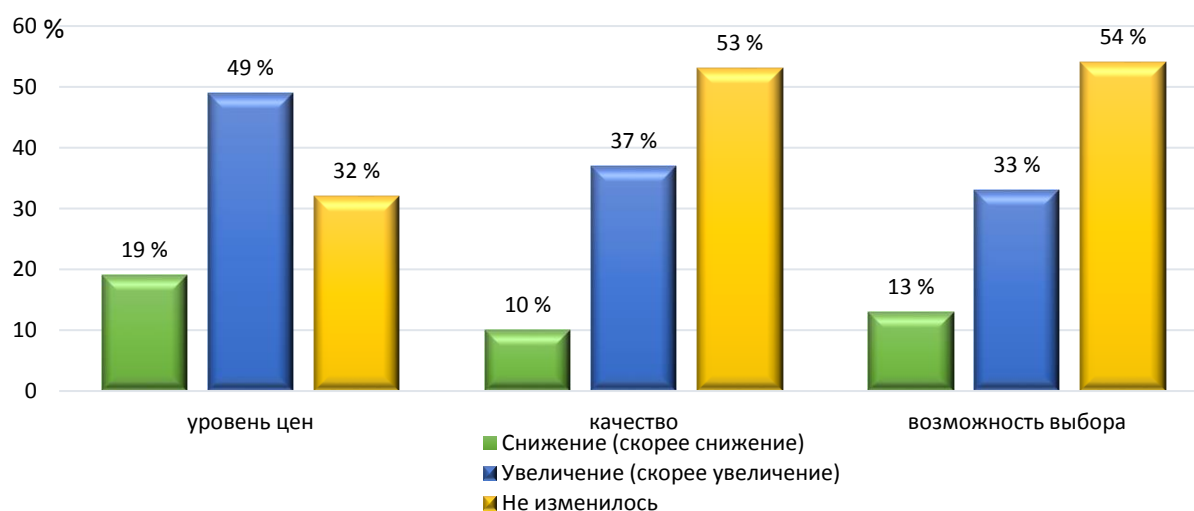


Рис. 110. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», наблюдается увеличение уровня цен, при этом по мнению большинства потребителей, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 122

Характеристика товаров и услуг на рынке жилищного строительства
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
15	53	32	10	38	52	11	33	56

На рынке жилищного строительства 53 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке жилищного строительства увеличилось, так считают, соответственно, 38 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 11 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке жилищного строительства не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 52 % и 56 % от общего числа респондентов.

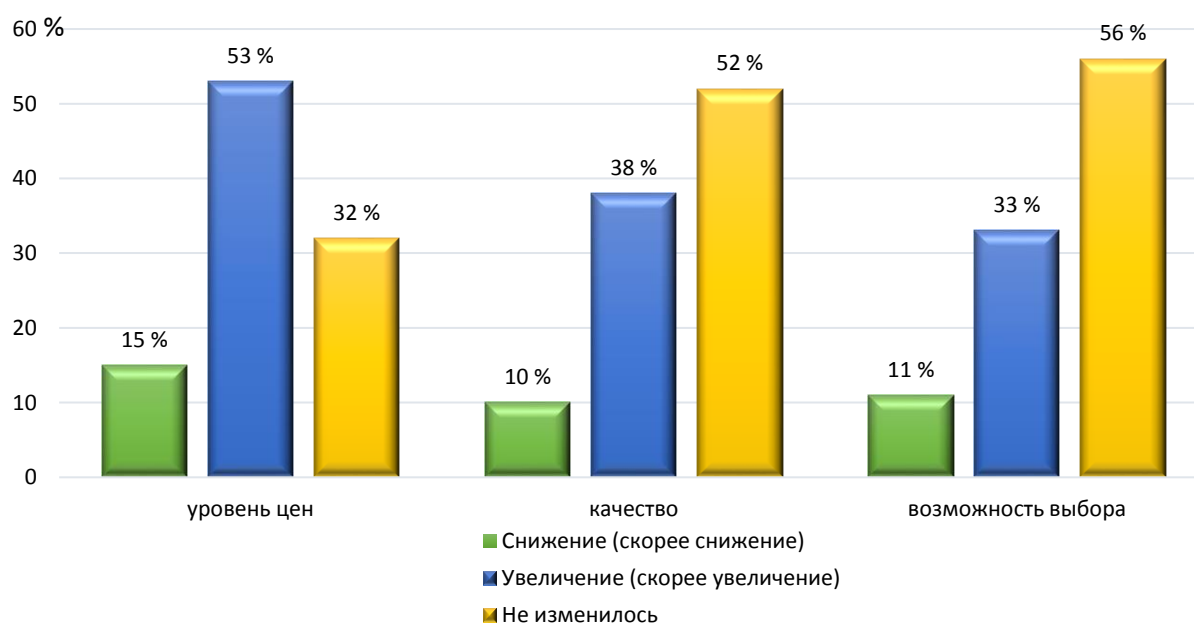


Рис. 111. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке жилищного строительства

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке жилищного строительства, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 123

Характеристика товаров и услуг на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
16	50	34	12	37	51	11	32	57

На рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства 50 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 16 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 32 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 11 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 51 % и 57 % от общего числа респондентов.

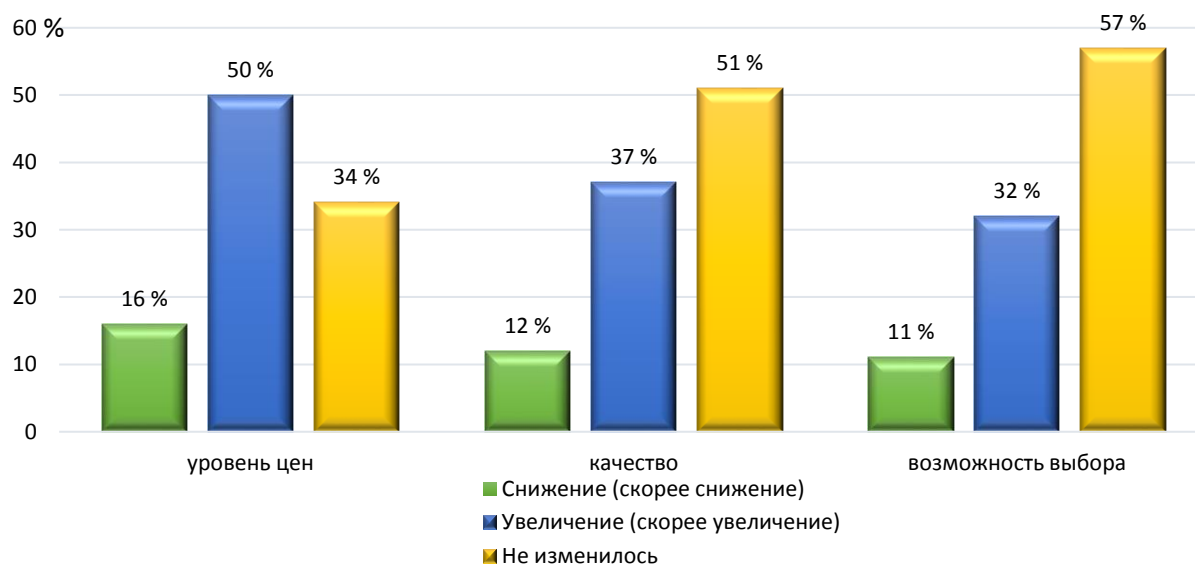


Рис. 112. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 124

Характеристика товаров и услуг на рынке дорожной деятельности
(за исключением проектирования) (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	52	33	12	39	49	16	34	50

На рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, при этом 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) увеличилось, так считают, соответственно, 39 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 16 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 49 % и 50 % от общего числа респондентов.

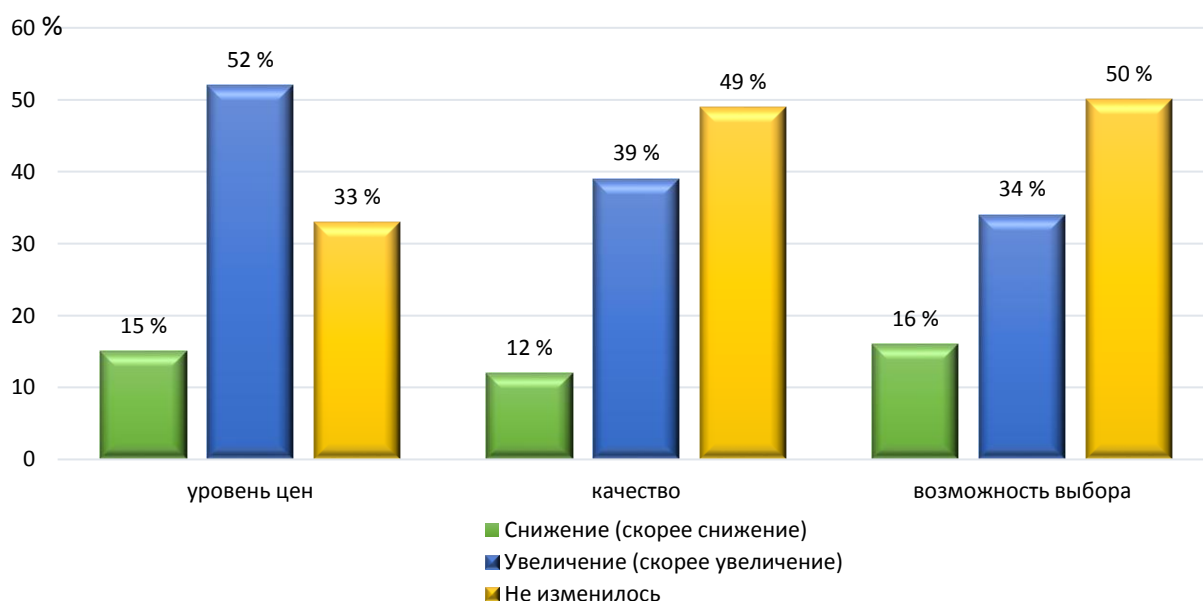


Рис. 113. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования)

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования), наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 125

Характеристика товаров и услуг на рынке архитектурно-строительного проектирования (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
14	54	32	10	38	52	10	34	56

На рынке архитектурно-строительного проектирования 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке архитектурно-строительного проектирования увеличилось, так считают, соответственно, 38 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 10 % опрошенных соответственно. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке архитектурно-строительного проектирования не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 52 % и 56 % от общего числа респондентов.

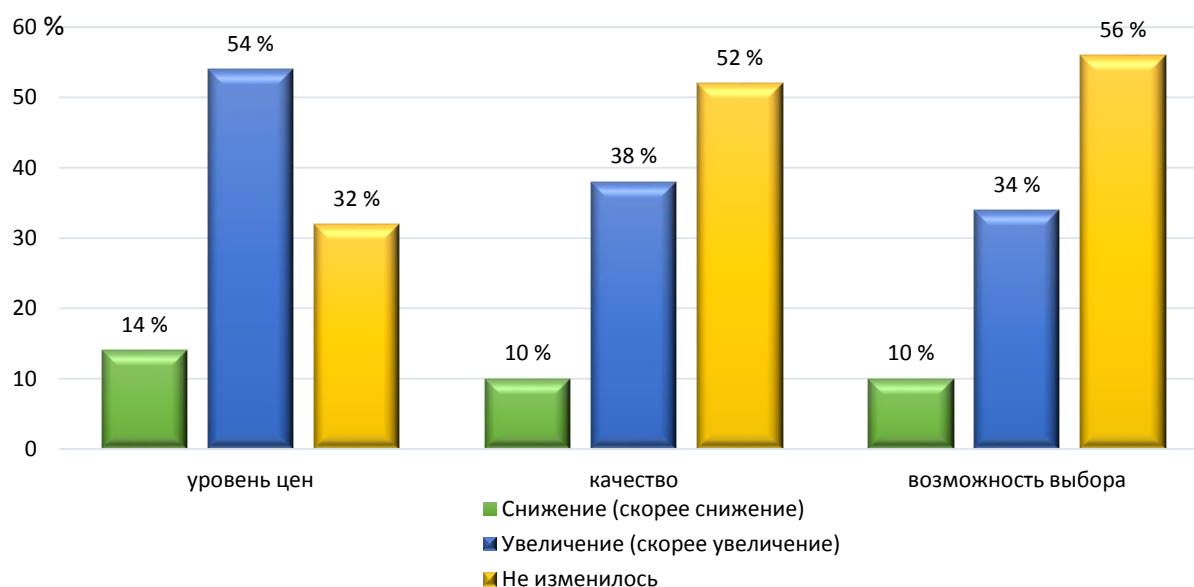


Рис. 114. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке архитектурно-строительного проектирования

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке архитектурно-строительного проектирования наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 126

Характеристика товаров и услуг на рынке кадастровых и землеустроительных работ (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
13	50	37	9	35	56	17	31	52

На рынке кадастровых и землеустроительных работ 50 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке кадастровых и землеустроительных работ увеличилось, так считают, соответственно, 35 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 9 % и 17 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке кадастровых и землеустроительных работ не изменились, так считают, соответственно, 37 %, 56 % и 52 % от общего числа респондентов.

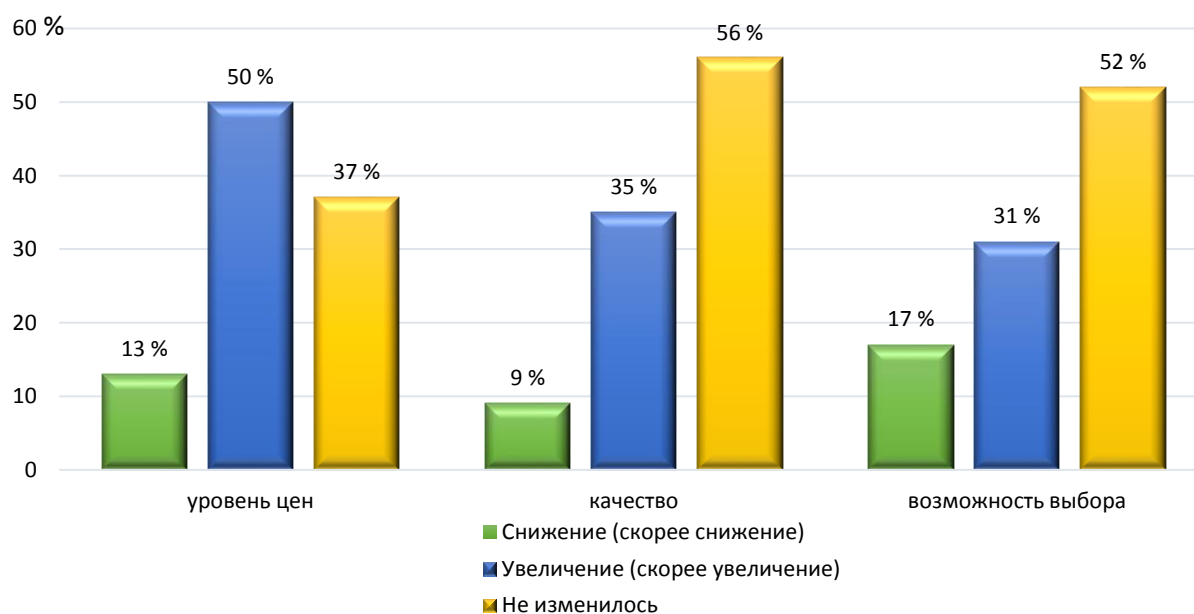


Рис. 115. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке кадастровых и землеустроительных работ

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке кадастровых и землеустроительных наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 127

Характеристика товаров и услуг на рынке реализации сельскохозяйственной продукции (в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
12	54	34	10	42	48	15	37	48

На рынке реализации сельскохозяйственной продукции 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 12 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке сельскохозяйственной продукции увеличилось, так считают, соответственно, 42 % и 37 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 15 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке реализации сельскохозяйственной продукции не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 48 % и 48 % от общего числа респондентов.

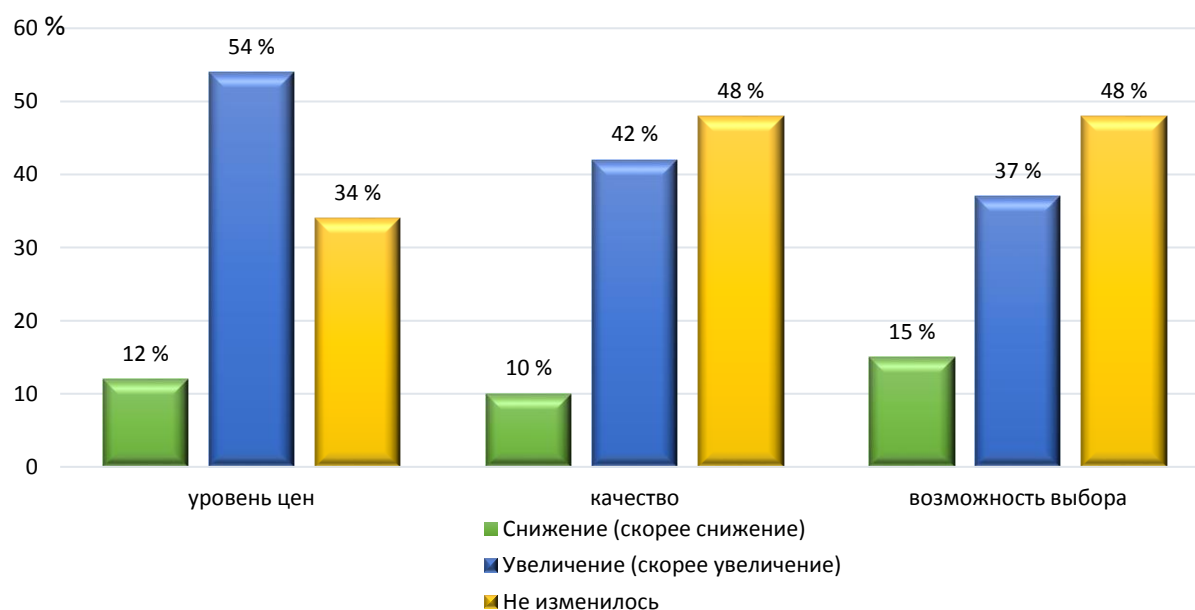


Рис. 116. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке реализации сельскохозяйственной продукции

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке реализации сельскохозяйственной продукции наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 128

Характеристика товаров и услуг на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	52	33	12	35	53	12	33	55

На рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов увеличилось, так считают, соответственно, 35 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – по 12 % опрошенных соответственно. При этом цена, качество, возможность выбора на данном рынке не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 53 % и 55 % от общего числа респондентов.

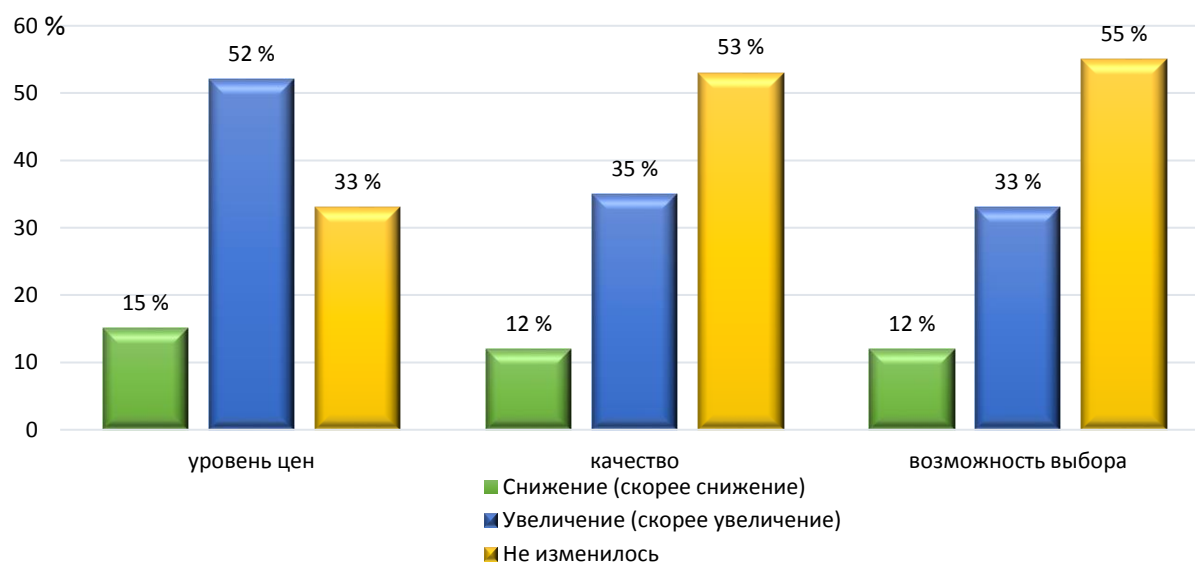


Рис. 117. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 129

Характеристика товаров и услуг на рынке племенного животноводства
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
17	49	34	12	36	52	14	31	55

На рынке племенного животноводства 49 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 17 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке племенного животноводства увеличилось, так считают, соответственно, 36 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 14 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке племенного животноводства не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 52 % и 55 % от общего числа респондентов.

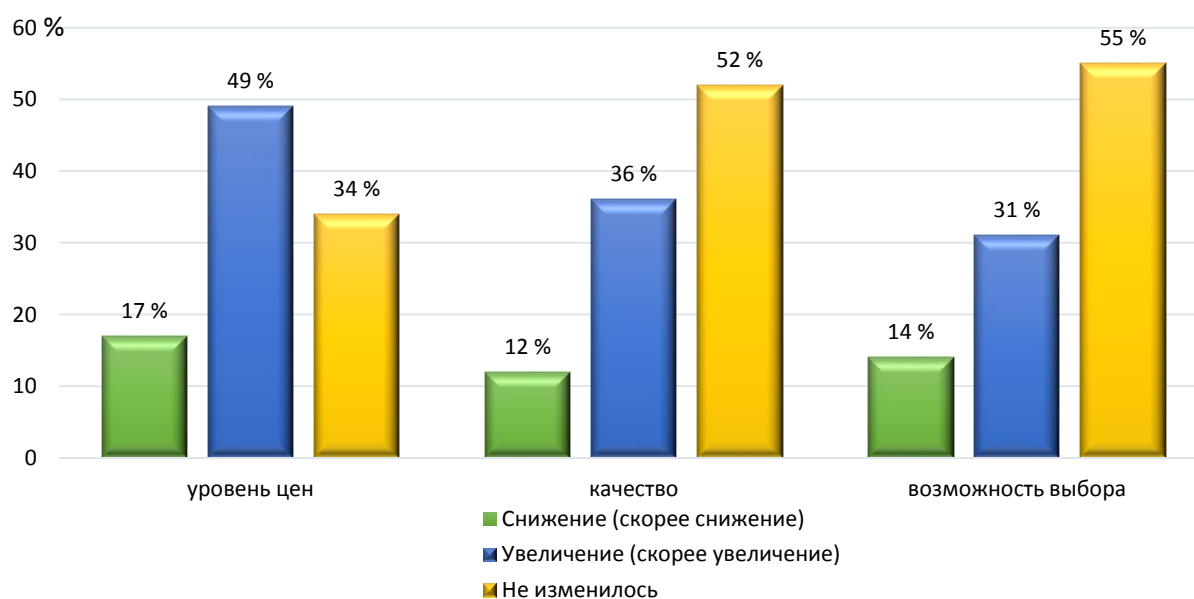


Рис. 118. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке племенного животноводства

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке племенного животноводства наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 130

Характеристика товаров и услуг на рынке семеноводства
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
13	55	32	12	37	51	18	34	48

На рынке семеноводства 55 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке семеноводства увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 18 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке семеноводства не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 51 % и 48 % от общего числа респондентов.

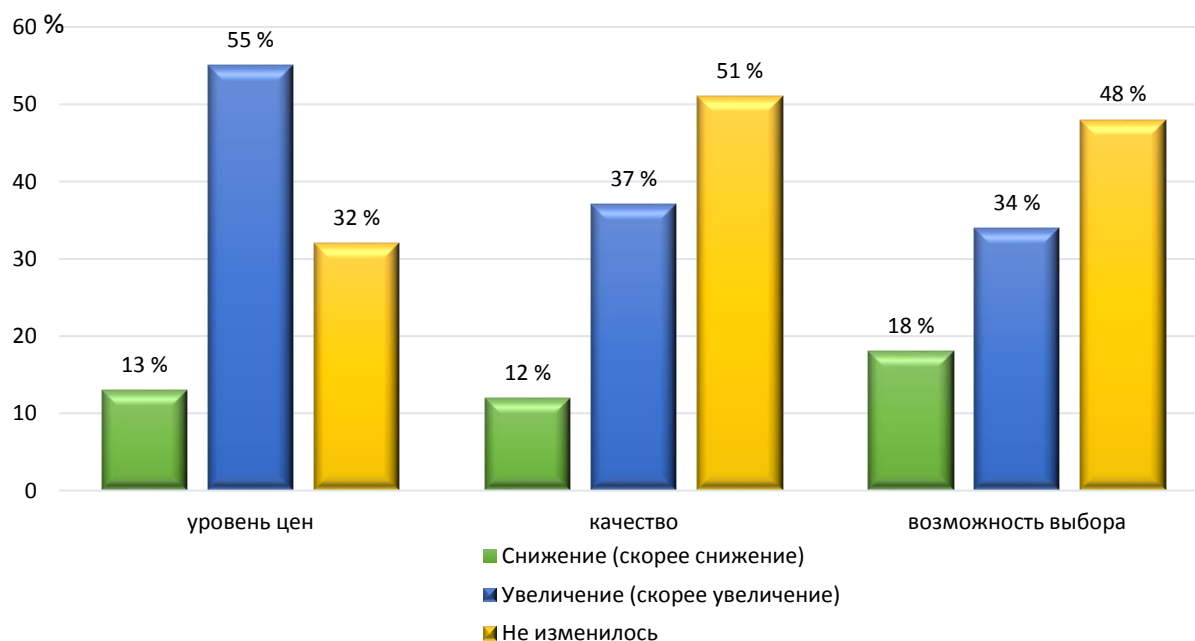


Рис. 119. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке семеноводства

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке семеноводства наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 131

Характеристика товаров и услуг на рынке вылова водных биоресурсов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
16	53	31	14	36	50	15	33	52

На рынке вылова водных биоресурсов 53 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 16 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке вылова водных биоресурсов увеличилось, так считают, соответственно, 36 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 14 % и 15 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке вылова водных биоресурсов не изменились, так считают, соответственно, 31 %, 50 % и 52 % от общего числа респондентов.

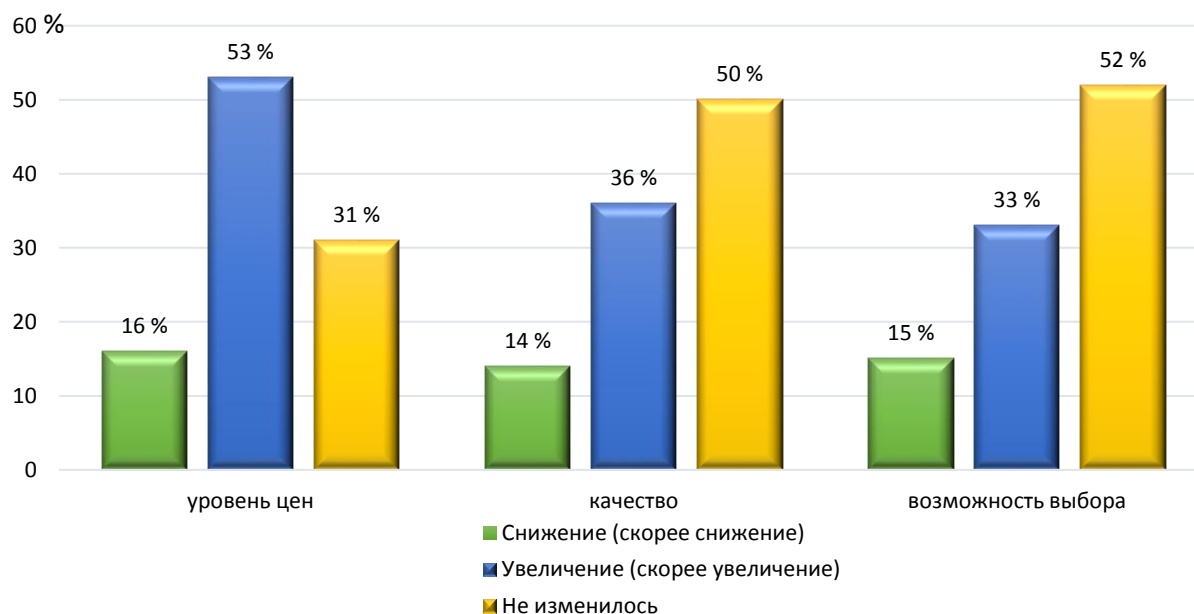


Рис. 120. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке вылова водных биоресурсов

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке вылова водных биоресурсов наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 132

Характеристика товаров и услуг на рынке переработки водных биоресурсов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
14	56	30	12	37	51	13	33	54

На рынке переработки водных биоресурсов 56 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке переработки водных биоресурсов увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 13 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке переработки водных биоресурсов не изменились, так считают, соответственно, 30 %, 51 % и 54 % от общего числа респондентов.

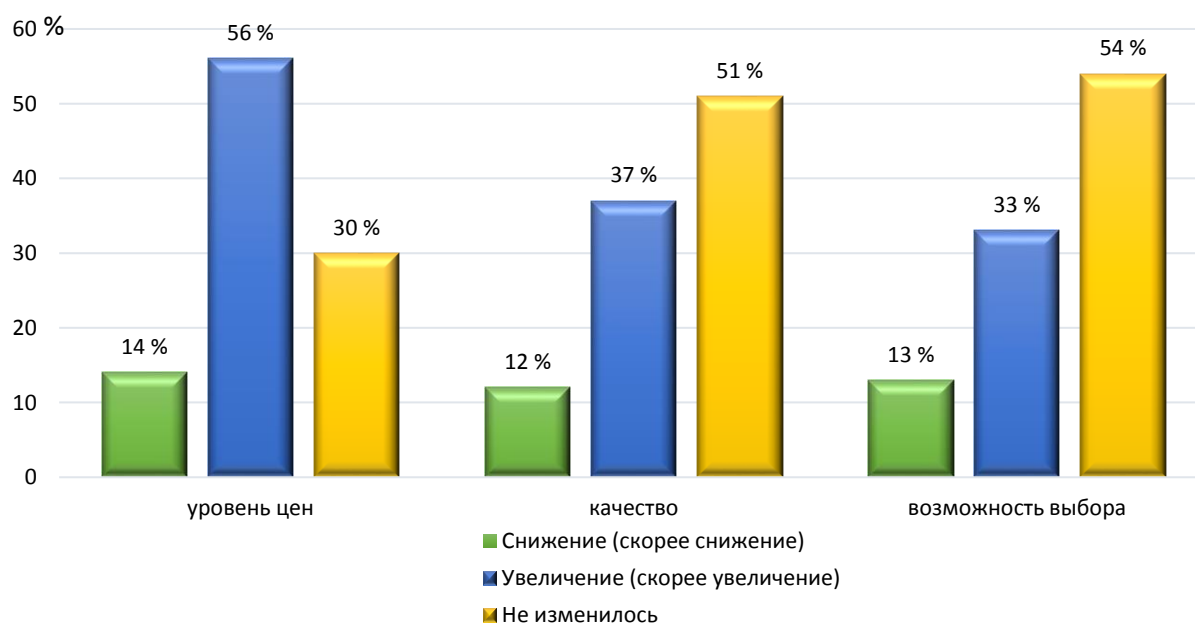


Рис. 121. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке переработки водных биоресурсов

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке переработки водных биоресурсов наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 133

Характеристика товаров и услуг на рынке товарной аквакультуры
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
11	57	32	11	37	52	16	31	53

На рынке товарной аквакультуры 57 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 11 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке товарной аквакультуры увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 16 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке товарной аквакультуры не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 52 % и 53 % от общего числа респондентов.

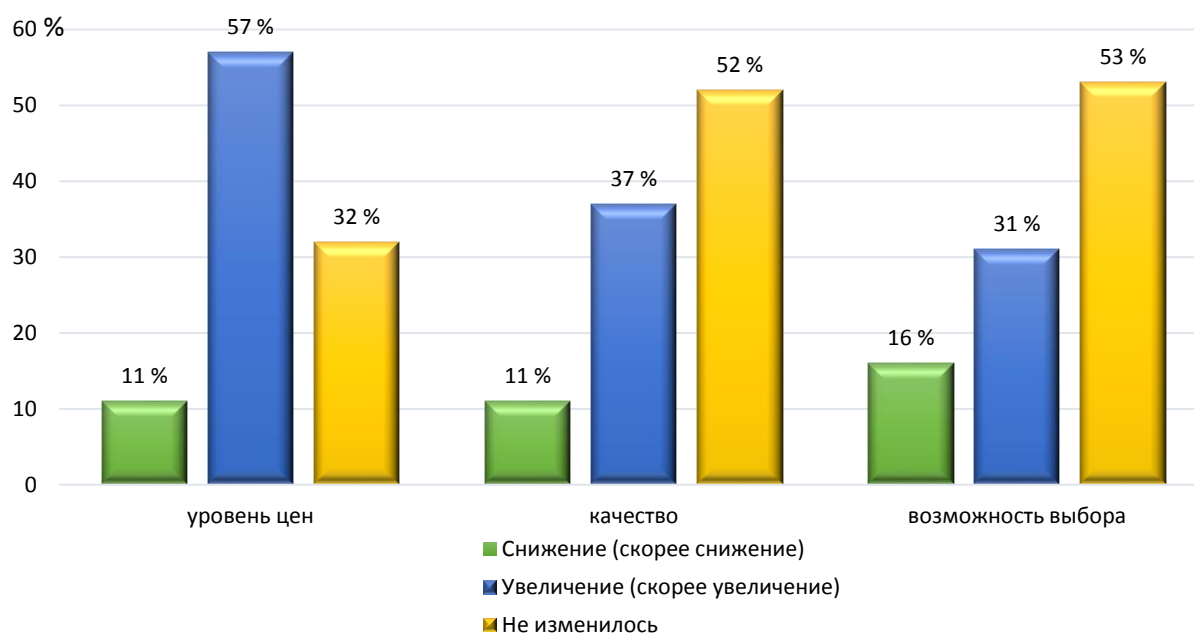


Рис. 122. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке товарной аквакультуры

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке товарной аквакультуры наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 134

Характеристика товаров и услуг на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
15	51	34	15	38	47	13	33	54

На рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения 51 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения увеличилось, так считают, соответственно, 38 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 15 % и 13 % опрошенных. При этом (цена, качество, возможность выбора) на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения не изменились, так считают, соответственно, 34 %, 47 % и 54 % от общего числа респондентов.

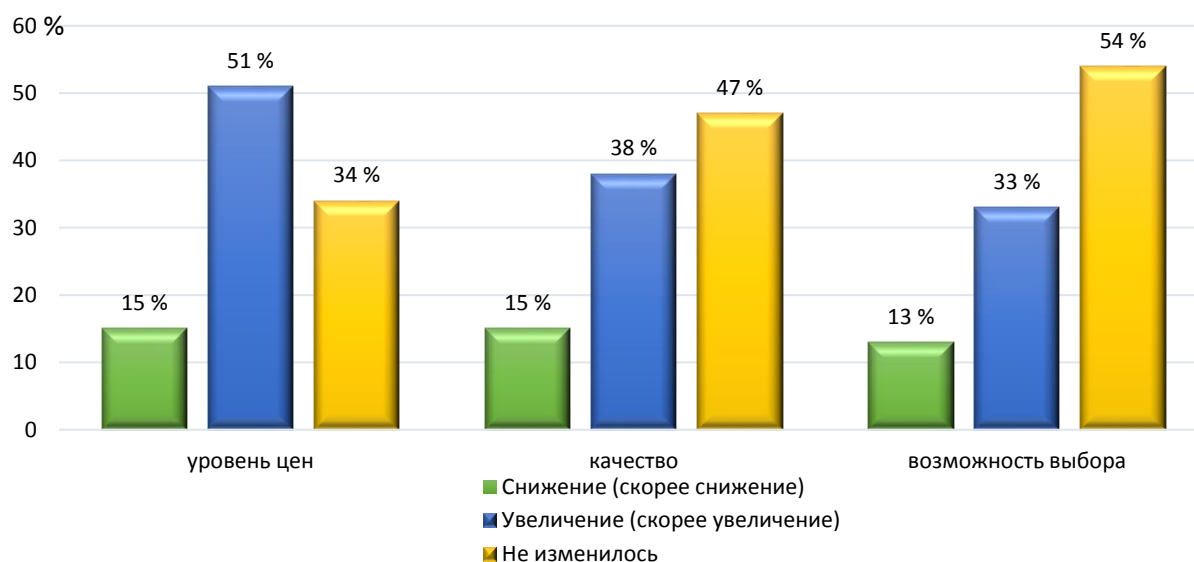


Рис. 123. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 135

Характеристика товаров и услуг на рынке нефтепродуктов
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
15	52	33	11	37	52	12	34	54

На рынке нефтепродуктов 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 15 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке нефтепродуктов увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 11 % и 12 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке нефтепродуктов не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 52 % и 54 % от общего числа респондентов.

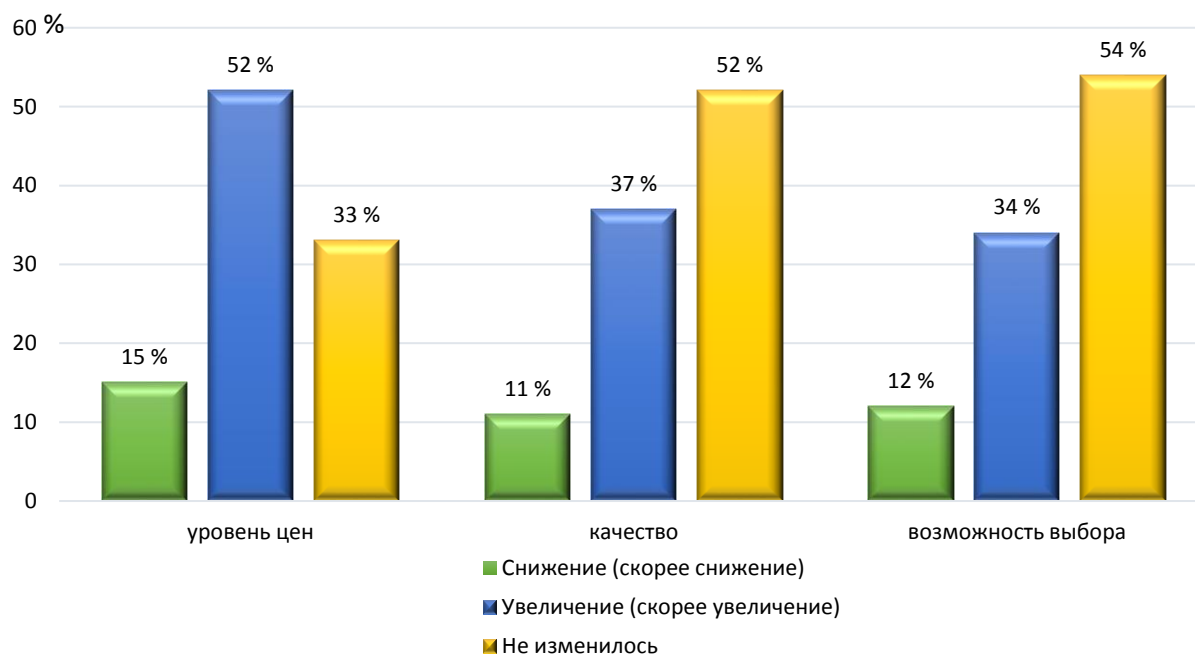


Рис. 124. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке нефтепродуктов

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке нефтепродуктов наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 136

Характеристика товаров и услуг на рынке легкой промышленности
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
13	52	35	14	37	49	16	33	51

На рынке легкой промышленности 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке легкой промышленности увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 14 % и 16 % опрошенных. При этом (цена, качество, возможность выбора) на рынке легкой промышленности не изменились, так считают, соответственно, 35 %, 49 % и 51 % от общего числа респондентов.

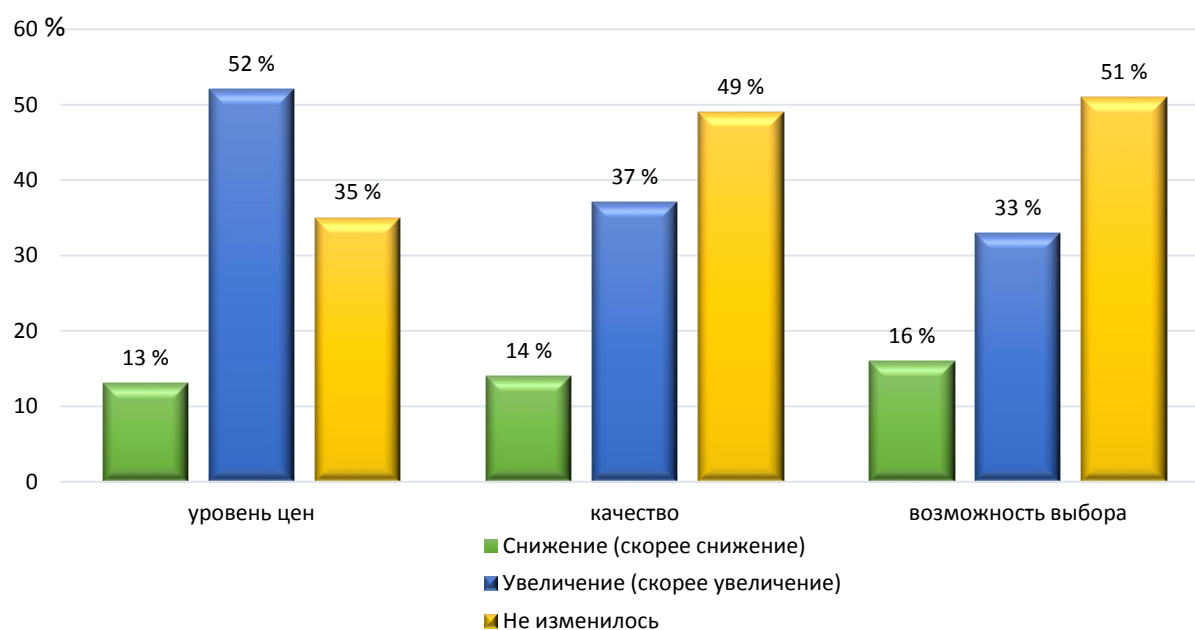


Рис. 125. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке легкой промышленности

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке легкой промышленности наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большинства респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 137

**Характеристика товаров и услуг на рынке обработки древесины и
производства изделий из дерева
(в % от общего числа респондентов)**

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
14	53	33	12	37	51	13	35	52

На рынке обработки древесины и производства изделий из дерева 53 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 14 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева увеличилось, так считают, соответственно, 37 % и 35 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 12 % и 13 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 51 % и 52 % от общего числа респондентов.

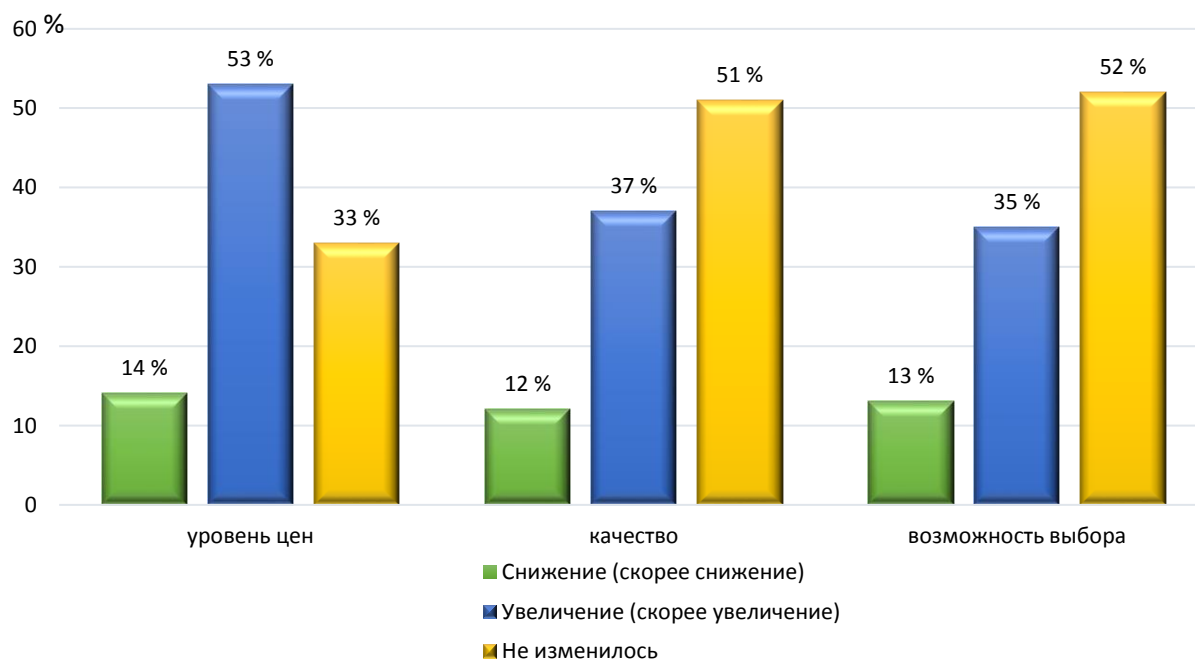


Рис. 126. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке обработки древесины и производства изделий из дерева наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 138

Характеристика товаров и услуг на рынке производства кирпича
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось	Снижение (скорее снижение)	Увеличение (скорее увеличение)	Не изменилось
16	52	32	10	38	52	11	34	55

На рынке производства кирпича 52 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 16 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке производства кирпича увеличилось, так считают, соответственно, 38 % и 34 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 10 % и 11 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке производства кирпича не изменились, так считают, соответственно, 32 %, 52 % и 55 % от общего числа респондентов.

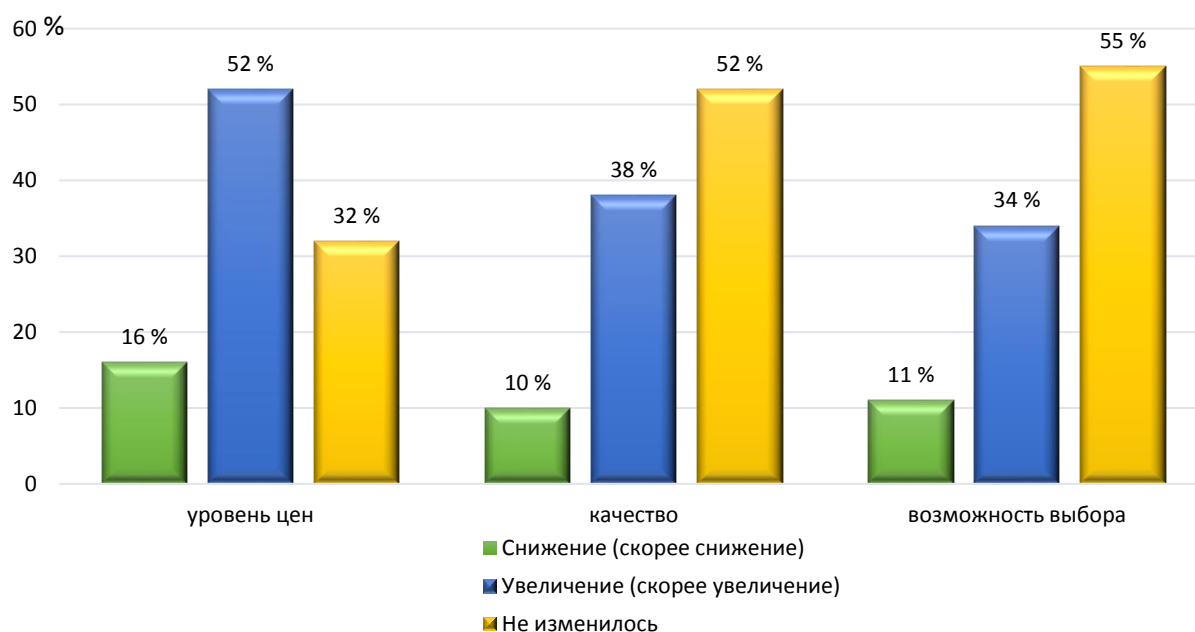


Рис. 127. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке производства кирпича

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке производства кирпича наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большинства респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 139

Характеристика товаров и услуг на рынке производства бетона
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
13	56	31	9	40	51	13	31	56

На рынке производства бетона 56 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке производства бетона увеличилось, так считают, соответственно, 40 % и 31 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 9 % и 13 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке производства бетона не изменились, так считают, соответственно, 31 %, 51 % и 56 % от общего числа респондентов.

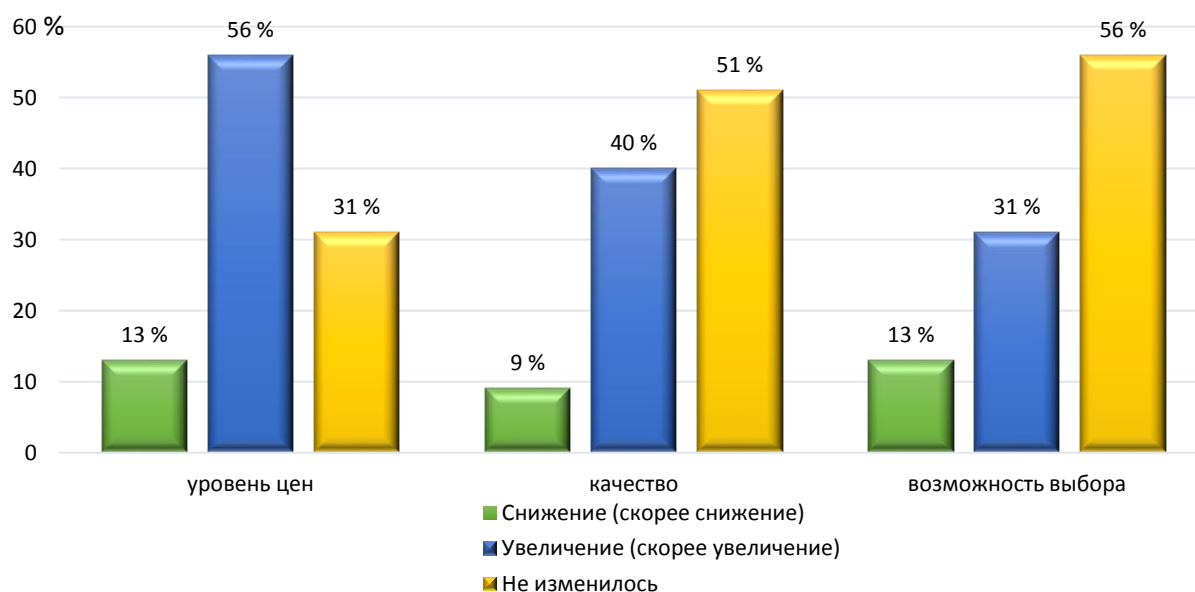


Рис. 128. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке производства бетона

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке производства бетона наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большинства респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

Таблица 140

Характеристика товаров и услуг на рынке наружной рекламы
(в % от общего числа респондентов)

Уровень цен			Качество			Возможность выбора		
Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось	Сниже ние (скорее сниже ние)	Увеличе ние (скорее увеличе ние)	Не измен илось
13	54	33	8	36	56	14	33	53

На рынке наружной рекламы 54 % от общего числа респондентов отмечают увеличение уровня цен, 13 % респондентов отмечают снижение цен на указанном рынке. Качество и возможность выбора на рынке наружной рекламы увеличилось, так считают, соответственно, 36 % и 33 % от общего числа респондентов, снижение качества и возможности выбора отмечают – 8 % и 14 % опрошенных. При этом цена, качество, возможность выбора на рынке наружной рекламы не изменились, так считают, соответственно, 33 %, 56 % и 53 % от общего числа респондентов.

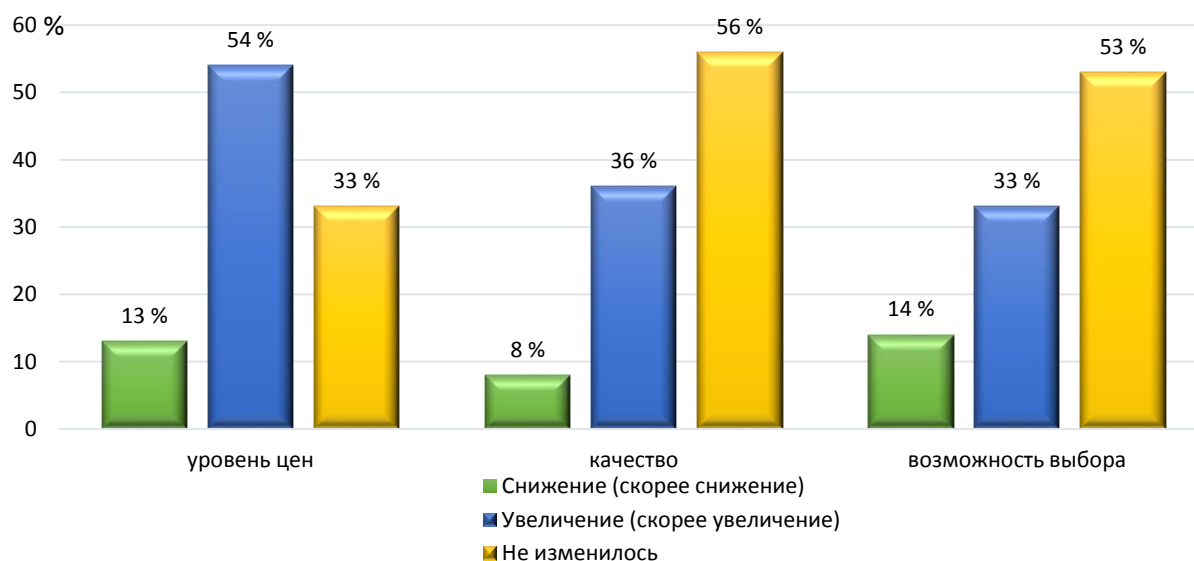


Рис. 129. Изменение характеристик товаров и услуг на рынке наружной рекламы

Результаты проведенного анкетирования показали, что на рынке наружной рекламы наблюдается увеличение уровня цен, при этом по оценкам большей части респондентов, качество и возможность выбора не изменилось.

3.5. Проблемы, с которыми сталкивались потребители, при взаимодействии с субъектами естественных монополий

В ходе опроса потребители указали на проблемы, с которыми они сталкивались, при взаимодействии с субъектами естественных монополий (таблица 141).

Таблица 141

Проблемы, с которыми столкнулись потребители, при взаимодействии с субъектами естественных монополий

Наименование проблемы	% от общего числа опрошенных
Навязывание дополнительных услуг	51
Взимание дополнительной платы	23
Не сталкивался с подобными проблемами	21
Проблемы с заменой приборов учета	13
Отказ в установке приборов учета	9
Затрудняюсь ответить	19

Итоги опроса свидетельствуют о том, что при взаимодействии с субъектами естественных монополий, большинству респондентов отметили навязывание дополнительных услуг.

3.6. Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея, размещаемой в открытом доступе

Анализ оценок официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея среди потребителей позволяет увидеть положительный отзыв о качестве официальной информации, размещаемой в открытом доступе и деятельности по содействию развитию конкуренции.

Потребители оценивали качество информации по трем критериям:

- уровень доступности;
- уровень понятности;
- удобство получения.

Таблица 142

Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея, размещаемой в открытом доступе (в % от общего числа опрошенных)

Показатели	Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить
Уровень доступности	79	7	14

Уровень понятности	76	10	14
Удобство получения	75	10	15

Уровень доступности информации потребители оценили следующим образом: 79 % высказалось об удовлетворительном размещении официальной информации в открытом доступе, доступом к информации не удовлетворены 7 % опрошенных, а 14 % респондентов затруднились ответить.

Уровень понятности большинство респондентов (76 %) оценили удовлетворительно, 10 % опрошенных потребителей не удовлетворены уровнем понятности. При этом 14 % респондентов затруднились ответить.

Удобство получения информации отмечают 75 % потребителей, оценив, как удовлетворительное. Не удовлетворены удобством получения информации 10 % респондентов, а 15 % затруднились ответить.

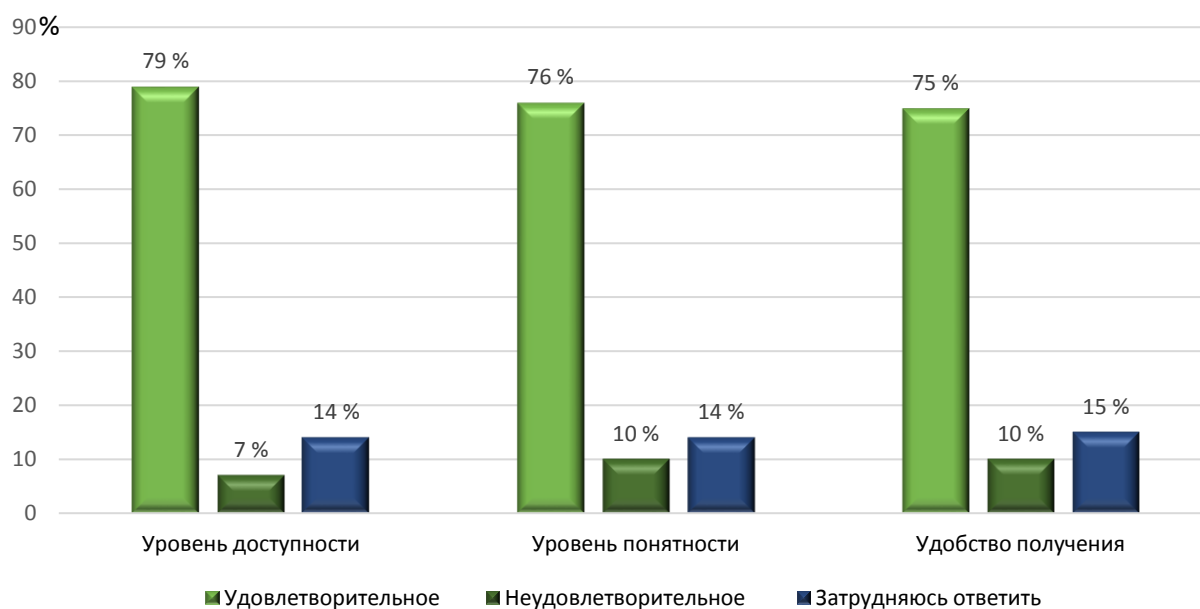


Рис. 130. Оценка удовлетворенности потребителей информацией о состоянии конкурентной среды

Итоги опроса свидетельствуют о том, что большинство респондентов высоко оценили качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея, размещенной в открытом доступе.

3.7. Оценка респондентами, полноты размещаемой Министерством экономического развития и торговли Республики Адыгея и Администрацией муниципального образования «Город Майкоп» информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея и деятельности по содействию развитию конкуренции

Оценка удовлетворенности потребителями полнотой информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Министерством экономического развития и торговли Республики Адыгея и Администрацией муниципального образования «Город Майкоп», позволит проанализировать качество и доступность для потребителей соответствующей информации.

Таблица 143

Удовлетворенность потребителей доступностью размещаемой информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в Республике Адыгея
(в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
64	10	26

В целом, доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в Республике Адыгея, отмечают большая часть потребителей (64 %), оценив, как удовлетворительное.

Таблица 144

Удовлетворенность потребителей доступностью размещаемой информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Республике Адыгея
(в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
66	9	25

Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Республике Адыгея и в муниципальном образовании «Город Майкоп», отмечают большая часть потребителей (66 %), оценив, как удовлетворительное.

Таблица 145

Удовлетворенность потребителей предоставлением возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей, состоянием конкурентной среды в Республике Адыгея (в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
65	6	29

Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей, состоянием конкурентной среды в Республике Адыгея и в муниципальном образовании «Город Майкоп», большинство респондентов (65 %) оценили удовлетворительно.

Таблица 146

Удовлетворенность потребителей доступностью размещаемой информации о «дорожной карте» по содействию развитию конкуренции в Республике Адыгея (в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
65	9	26

Доступность размещаемой информации о «дорожных картах» по содействию развитию конкуренции в Республике Адыгея и в муниципальном образовании «Город Майкоп», отмечают большая часть потребителей (65 %), оценив, как удовлетворительное.

Таблица 147

Удовлетворенность потребителей доступностью размещаемой информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления Республики Адыгея (в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
64	7	29

Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления Республики Адыгея, отмечают большая часть потребителей (64 %), оценив, как удовлетворительное.

Таблица 148

Удовлетворенность потребителей доступностью размещаемой информации о проведенных мониторингах в Республике Адыгея и сформированном ежегодном докладе (в % от общего числа респондентов)

Удовлетворительно (скорее удовлетворительно)	Неудовлетворительно (скорее неудовлетворительно)	Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации
61	10	29

Большая часть респондентов (61 %), доступность информации о проведенных мониторингах в Республике Адыгея и сформированном ежегодном докладе, оценила удовлетворительно.

3.8. Источники информации, которыми предпочитают пользоваться и доверяют больше всего потребители, для получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея

В ходе опроса потребителям было предложено ответить на вопрос: «Укажите какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверять больше всего?». Результаты опроса потребителей представлены в таблице 149.

Таблица 149

Источники информации, которыми предпочитают пользоваться и доверяют больше всего потребители, для получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея
(в % от общего числа опрошенных)

Источники информации	Предпочитаю пользоваться	Доверяю больше всего	Затруднились
Официальная информация, размещенная на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	67	13	20
Официальная информация, размещенная на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации	60	12	28
Официальная информация, размещенная на сайте Федеральной антимонопольной службы	57	13	30
Информация, размещенная на официальных сайтах других	55	14	31

исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и муниципальных образований органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
Телевидение	62	17	21
Печатные средства массовой информации	61	13	26
Радио	56	12	32
Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы	61	15	24

Таким образом, результаты опроса показали, что для получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Адыгея, большая часть респондентов (67 %) предпочитает пользоваться официальной информацией, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Больше всего доверяют респонденты телевидению, как источнику получения информации - 17 % опрошенных.

3.9. Обращение потребителей товаров и услуг за защитой своих прав в надзорные органы

По результатам проведенного мониторинга за защитой своих прав в надзорные органы обращалось 12 % от общего числа опрошенных (таблица 150).

Таблица 150

Обращение потребителей товаров и услуг за защитой своих прав в надзорные органы (в % от общего числа опрошенных)

Вопрос: Обращались ли Вы в отчетном году в надзорные органы за защитой прав потребителей?	% от общего числа опрошенных
Да, не удалось отстоять свои права	3
Да, частично удалось отстоять свои права	4
Да, полностью удалось отстоять свои права	4
Да, вопрос завис на рассмотрении	1
Нет	88

Результаты опроса показали, что большинство опрошенных, а именно 88 %, в надзорные органы не обращались.

3.10. Мнение потребителей относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Республике Адыгея

В ходе опроса потребителям было предложено указать, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Республике Адыгея. Результаты представлены в таблице 151.

Таблица 151

Мнение потребителей относительно того, на что в первую очередь должна быть направлена работа по развитию конкуренции в Республике Адыгея (в % от общего числа опрошенных)

Наименование	% от общего числа опрошенных
Создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов на рынках Республики Адыгея	27
Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции	24
Обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	20
Контроль над ростом цен	67
Обеспечение качества производимой и продаваемой продукции (товаров, работ, услуг)	29
Обеспечение добросовестной конкуренции	21
Помощь начинающим предпринимателям	45
Контроль работы естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж/д и авиатранспорт	24
Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий	8
Повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок	12
Создание условий для развития социального предпринимательства	11
Юридическая защита предпринимателей	20
Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции	13
Поддержка новых направлений развития экономики республики	34

При определении мер, которые должны быть направлены на развитие конкуренции в Республике Адыгея, мнения респондентов распределились следующим образом:

- 67 % опрошенных, считают, что необходимо установить контроль над уровнем цен;

- 45 % считают, что начинающим предпринимателям необходима помощь;

- 34 % считают, что необходима поддержка новых направлений развития экономики в Республике Адыгея;

- 29 % опрошенных указали на обеспечение качества производимой и продаваемой продукции (товаров, работ, услуг);
- 27 % опрошенных за создание условий для увеличения хозяйствующих субъектов на рынках Республики Адыгея;
- 24 % потребителей, считают, что необходимо создать систему информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции и контролировать работу естественных монополий, таких как водоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, железнодорожный транспорт;
- 21 % опрошенных, отметили необходимость обеспечения добросовестной конкуренции;
- 20 % опрошенных, считают, что предпринимателям необходима юридическая защита и обеспечение того, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке;
- 13 % потребителей, считают, что необходимо ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами развития конкуренции;
- 12 % опрошенных за повышение открытости процедур региональных и муниципальных конкурсов и закупок;
- 11 % опрошенных потребителей за создание условий для развития социального предпринимательства;
- 8 % опрошенных за сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий.

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что большинство опрошенных, а именно 67 % высказывают свое мнение о необходимости установить контроль над уровнем цен, 45 % опрошенных считают, что начинающим предпринимателям необходима помощь, а мнения 27 % опрошенных направлены на поддержку новых направлений развития экономики в Республике Адыгея.

4. Оценка доступности финансовых услуг и удовлетворенности деятельностью в сфере финансовых услуг

4.1. Оценка доступности базового набора финансовых услуг (сбережения, кредиты, денежные переводы (платежи) страхование, лизинг)

В процессе анкетирования потребителям предлагалось оценить базовый набор финансовых услуг (сбережения, кредиты, денежные переводы (платежи) страхование, лизинг).

Таблица 152

Доступность базового набора финансовых услуг (сбережения, кредиты, денежные переводы (платежи) страхование, лизинг)

Наименование	% от общего числа опрошенных
Доступно несколько видов финансовых услуг	62
Доступны лишь денежные переводы (платежи)	27
Не доступен ни один вид финансовых услуг	11

Потребители охарактеризовали доступность базового набора финансовых услуг следующим образом: 62 % заявили, что доступны несколько видов финансовых услуг, 27 % опрошенных, считают, что им доступны лишь денежные переводы (платежи), при этом, 11 % опрошенных ответили, что им не доступен ни один вид финансовых услуг.

4.2. Оценка периодичности пользования финансовыми услугами организаций

В процессе анкетирования потребителям предлагалось оценить периодичность использования финансовых услуг организаций.

Таблица 153

Периодичность пользования финансовыми услугами организаций

Наименование	% от общего числа опрошенных
Еженедельно	22
Ежемесячно	45
1 раз в квартал	19
1 раз в год и реже	14

Потребители ответили, с какой периодичностью пользуются финансовыми услугами организаций: большая часть респондентов (45 %) ежемесячно пользуется финансовыми услугами организаций, 22 % респондентов – еженедельно, 19 % респондентов - 1 раз в квартал, 14 % респондентов ответили, что пользуются финансовыми услугами организаций 1 раз в год и реже.

Результаты опроса показали, что большинство респондентов ежемесячно пользуются финансовыми услугами организаций.

4.3. Оценка возможности пользования финансовыми услугами дистанционно (с помощью персонального компьютера или мобильных устройств)

В процессе анкетирования потребителям предлагалось оценить возможность использовать финансовые услуги дистанционно.

Таблица 154

Возможность пользоваться финансовыми услугами дистанционно (с помощью персонального компьютера или мобильных устройств)
(в % от общего числа опрошенных)

Наименование	Используется	Не используется
Использование персонального компьютера или мобильного устройства для получения финансовых услуг	78	22

Среди потребителей 78 % пользуются финансовыми услугами дистанционно (с помощью персонального компьютера или мобильных устройств), лишь 22 % опрошенных, ответили, что не пользуются финансовыми услугами дистанционно.

4.4. Удовлетворенность потребителей деятельностью финансовых организаций

В процессе анкетирования потребителям предлагалось оценить степень удовлетворенности деятельностью финансовых организаций.

Таблица 155

Удовлетворенность потребителей деятельностью финансовых организаций

Наименование	% от общего числа опрошенных
В большей мере удовлетворен	47
В большей мере не удовлетворен	25
Затрудняюсь ответить	28

Большая часть респондентов, а именно, 47 % в большей мере удовлетворены деятельностью финансовых организаций, 25 % респондентов ответили, что в большей мере не удовлетворены деятельностью финансовых организаций, при этом, 28 % опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

В целом, большая часть респондентов, удовлетворена деятельностью финансовых организаций.

4.5. Оценка потребителями собственных знаний и навыков в сфере финансовых продуктов и услуг

В ходе опроса потребителям было предложено оценить собственные знания и навыки в сфере финансовых продуктов и услуг по шкале от 1 до 5.

Большинство опрошенных (56 %), отметили высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично) в отслеживании и планировании доходов и расходов, а 29 % опрошенных, указали, на недостаточный уровень знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно) в данной сфере, при этом 15 % опрошенных, заявили об отсутствии знаний в отслеживании и планировании доходов и расходов.

При анкетировании потребителей основная часть респондентов, а именно, 44 % считают, что у них высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично) для анализа и сравнения финансовых услуг, 37 % опрошенных, заявили, что у них недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно) в данной сфере, а 19 % опрошенных, заявили об отсутствии знаний и навыков для анализа и сравнения финансовых услуг.

При опросе 57 % респондентов указали, что у них высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично) для поиска необходимой финансовой информации, а 32 % отметили, что у них недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно), при этом 11 % респондентов, считают, что у них нет знаний для поиска необходимой финансовой информации.

Значительная часть опрошенных, а именно, 53 % опрошенных, считают, что у них достаточно знаний и навыков (хорошо и отлично) о своих правах как потребителей финансовых услуг, 36 % считают, что у них недостаточно знаний и навыков в данной сфере, а 11 % опрошенных, заявили о незнании своих прав как потребителей финансовых услуг.

Основная часть респондентов (52 %) отметили, что у них высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично) в данной сфере, 29 % опрошенных, считают, что у них недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно) для оценки рисков на рынке финансовых услуг, при этом 19 % респондентов, отметили, что у них нет знаний и навыков для оценки рисков на рынке финансовых услуг.

При проведении анкетирования 53 % потребителей, отметили высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично), 29 % опрошенных указали, что у них недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно) для распознавания признаков финансового мошенничества, при этом 18 % респондентов, считают, что у них нет знаний и навыков, чтобы распознать признаки финансового мошенничества.

Большинство опрошенных (56 %) отмечают, что имеют высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично), но 32 % потребителей отмечают, что имеют недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно) для избежания избыточной закредитованности, при этом

12 % респондентов, отметили, что у них нет знаний и навыков для избежания избыточной закредитованности.

Большая часть респондентов (70 %) ответила, что для исполнения своих обязанностей налогоплательщика, имеют высокий уровень знаний и навыков (хорошо и отлично), 18 % опрошенных, указали, что у них недостаточно знаний и навыков (неудовлетворительно и удовлетворительно), а 12 % опрошенных, заявили об отсутствии знаний, для исполнения своих обязанностей налогоплательщика.

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что у потребителей высокий уровень знаний и навыков в сфере финансовых продуктов и услуг.

4.6. Оценка барьеров, с которыми потребители сталкивались при использовании финансовых услуг

В ходе опроса потребители указали барьеры, с которыми они сталкивались, при использовании финансовых услуг.

Таблица 156

Барьеры, с которыми потребители сталкивались при использовании финансовых услуг

Наименование	% от общего числа опрошенных
Сомнения в конфиденциальности совершаемых операций	38
У меня нет барьеров для пользования финансовыми услугами	35
Привычка пользоваться наличными деньгами	31
Низкая степень доверия к финансовым организациям	25
Восприятие операций, совершаемых через механизмы электронного взаимодействия, как более опасных, имеющих повышенные риски	24
Недостаточная финансовая грамотность	21
Дополнительные расходы за электронные расчеты	19
Недостаточно развитая инфраструктура (нехватка банкоматов, отделений финансовых организаций)	15
Эмоциональный дискомфорт от самой операции (стресс, неуверенность, связанные с отсутствием опыта, страх совершить ошибку, «потеряв» при этом деньги)	13
Восприятие операций, совершаемых безналичным способом, как сложных (ввиду отсутствия опыта или привычки, необходимости запоминать пин-код, пароль, вводить реквизиты документа и пр.)	8

Потребители на вопрос: «С какими барьерами для пользования финансовыми услугами Вы сталкивались?» ответили следующее:

- 38 % респондентов ответили, что у них возникли сомнения в конфиденциальности совершаемых операций;

- 35 % ответили, что у них нет барьеров для пользования финансовыми услугами;
- 31 % опрошенных отметили привычку пользоваться наличными деньгами;
- 25 % респондентов указали на низкую степень доверия к финансовым организациям;
- 24 % опрошенных воспринимают операции, совершаемые через механизмы электронного взаимодействия, как более опасные, имеющие повышенные риски;
- 21 % респондентов считают, что у них недостаточная финансовая грамотность;
- 19 % респондентов указали на дополнительные расходы за электронные расчеты;
- 15 % респондентов, считают, что недостаточно развита инфраструктура (нехватка банкоматов, отделений финансовых организаций);
- 13 % опрошенных испытывают эмоциональный дискомфорт от самой операции (стресс, неуверенность, связанные с отсутствием опыта, страх совершить ошибку, «потеряв» при этом деньги);
- 8 % потребителей воспринимают операции, совершаемые безналичным способом, как сложные (ввиду отсутствия опыта или привычки, необходимости запоминать пин-код, пароль, вводить реквизиты документа и пр.).

Результаты опроса показали, что у большинства опрошенных возникли сомнения в конфиденциальности совершаемых операций, воспринимая финансовые операции, совершаемые через механизмы электронного взаимодействия, как более опасные, имеющие повышенные риски.

Руководитель Комитета по экономике
Администрации муниципального образования
«Город Майкоп»

Н.Н. Галда