

**МОНИТОРИНГ  
СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ  
ТОВАРОВ И УСЛУГ МО «ГОРОД ОРЕНБУРГ» ЗА 2021 ГОД**

## Введение

Настоящий мониторинг подготовлен в соответствии с требованиями Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р (далее – Стандарт).

В рамках внедрения Стандарта в городе Оренбурге:

- определен уполномоченный орган администрации города Оренбурга по координации деятельности отраслевых (функциональных) и территориальных органов Администрации города Оренбурга по содействию развитию конкуренции в муниципальном образовании «город Оренбург» (управление экономики и перспективного развития), утвержден план мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции в муниципальном образовании «город Оренбург» на 2019–2022 годы (постановление администрации города Оренбурга от 27.12.2019 № 3824-п);

- определен коллегиальный орган по содействию развитию конкуренции – Совет предпринимателей при Главе города Оренбурга (постановление Главы города Оренбурга от 19.09.2019 № 87-п);

- ежегодно проводится данный мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг города Оренбурга;

- информация о деятельности по содействию развитию конкуренции в городе Оренбурге размещается на официальном Интернет-портале города Оренбурга с целью информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг.

Постановлением администрации города Оренбурга от 27.12.2019 № 3824-п «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в муниципальном образовании «город Оренбург» на 2019–2022 годы» определены мероприятия, направленные на развитие конкуренции на следующих товарных рынках муниципального образования «город Оренбург»:

1. Рынок услуг дошкольного образования.
2. Рынок услуг общего образования.
3. Рынок услуг дополнительного образования детей.
4. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления.
5. Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.
6. Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды.
7. Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме.
8. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок.
9. Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

10. Рынок жилищного строительства.

11. Рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства).

Цель мониторинга состоит в оценке состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг МО «город Оренбург».

Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг МО «город Оренбург» оценивается на основе анализа данных и результатов мониторинга. С целью мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг МО «город Оренбург» разработаны два вида анкет: для субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг. В опросе приняли участие 600 респондентов, из них 57 – представители субъектов предпринимательской деятельности, 543 – потребители товаров и услуг.

### **Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности города Оренбурга**

По данным Управления федеральной налоговой службы по Оренбургской области в настоящее время в городе Оренбурге зарегистрировано 6 953 юридических лиц, из которых 544 субъекта составляют малые предприятия, 61 субъект относится к средним предприятиям, 6348 – микропредприятия, количество индивидуальных предпринимателей – 13713 ед.

Количество субъектов предпринимательства составляет 20 666 ед. Зарегистрировано 12347 граждан, зафиксировавших свой статус «самозанятые».

Итого, на территории муниципального образования зарегистрировано 33013 ед., в том числе субъектов предпринимательства и физических лиц, применяющих специальный налоговый режим.

Доля субъектов предпринимательской деятельности, на основании оценок которых проводился мониторинг, в общем числе субъектов предпринимательской деятельности МО «город Оренбург» составила 0,28 % (57 субъектов из 20 666).

В 2021 году на деятельность субъектов предпринимательства значительное влияние оказала глобальная пандемия коронавирусной инфекции COVID-19. Пандемия COVID-19 стала причиной серьезных социально-экономических последствий. Губернатором Оренбургской области 17.03.2020 был подписан Указ Губернатора Оренбургской области № 112-ук «О мерах по противодействию распространению в Оренбургской области новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV)», которым вводился на территории Оренбургской области режим повышенной готовности для органов управления и сил Оренбургской территориальной подсистемы единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, запрещалось проведение массовых мероприятий, приостанавливалась деятельность предприятий различных отраслей. Пандемия COVID-19 дестабилизировала ситуацию на большинстве рынков.

Число хозяйствующих субъектов, конкурирующих на рынке, в наибольшей мере определяют уровень конкуренции. Чем больше число конкурентов приблизительно равной силы, присутствует на рынке, тем более развитой является конкурентная среда. В связи с этим, важными характеристиками состояния конкуренции в муниципальном образовании является распределение хозяйствующих субъектов по отраслям экономики.

Среди опрошенных наибольшее число хозяйствующих субъектов сосредоточено на следующих рынках: рынок медицинских услуг (10,5 %), рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (8,8 %), рынок жилищного строительства (7 %), рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства) (7 %), рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно телекоммуникационной сети «Интернет» (7 %), рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (7 %) (см. рисунок 1).

В 2020 ситуация выглядела несколько иначе: лидировал рынок услуг дополнительного образования детей (18,95 %), затем – рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (12,63 %), рынок выполнения работ по благоустройству городской среды (12,63 %), рынок легкой промышленности, рынок услуг детского отдыха и оздоровления (по 5,26 %).

При этом большая часть опрошенных (68,4 %) осуществляют свою деятельность более 5 лет (в 2020 году – 36,84 %), 26,3% опрошенных – от 1 года до 5 лет (41,5 % в 2020 году), менее 1 года – 1,8 % (15,79 % в 2020 году), затруднились ответить 3,5 % (см. рисунок 2).

В 2020 году: предприятия с численностью менее 15 человек – 30,53 % опрошенных, с численностью от 16 до 100 человек – 25,26 %, с численностью от 101 до 250 человек – 28,42 %, 11,58 % - от 251 до 1 000 человек и 4,21 % – свыше 1 000 человек.

В 2021 году предприятия с численностью от 16 до 100 человек – 38,6 %, с численностью до 15 человек – 29,8 %, с численностью от 251 до 1000 человек – 19,3 %, 7,0 % – от 101 до 250 человек, 5,3 % – выше 1000 человек, т.е. как и в прошлом году, в опросе принимали участие в основном представители микро и малых предприятий (см. рисунок 3).

35,1 % – руководитель высшего звена и 26,3 % – руководитель среднего звена (в 2020 году – 21,05 % и 18,95 % соответственно), 24,26 % опрошенных являются собственниками бизнеса (совладельцами) (в 2020 году этот показатель составлял 48,42 %), 14,0 % – не руководящие работники (в 2019 году – 11,58 %) (см. рисунок 4).

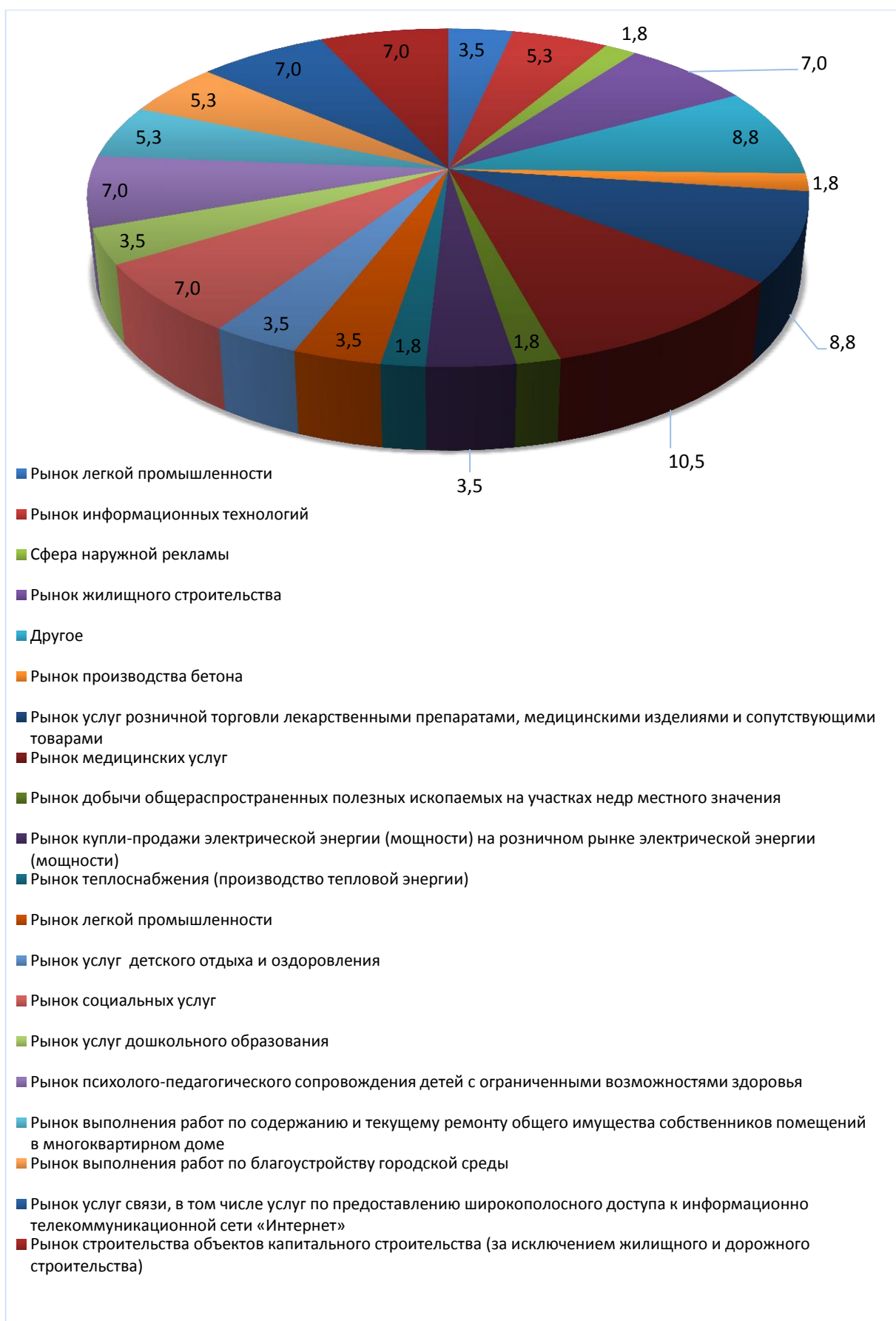


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос «На каком товарном рынке вы осуществляете фактическую предпринимательскую деятельность?», %

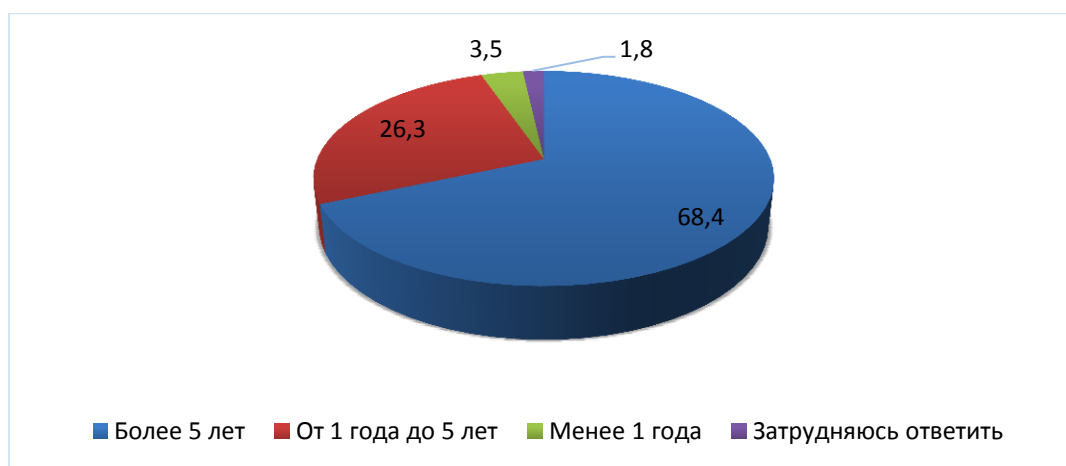


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В течение, какого периода времени Ваш бизнес осуществляет свою деятельность?», %



Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какова численность сотрудников Вашей организации в настоящее время?», %

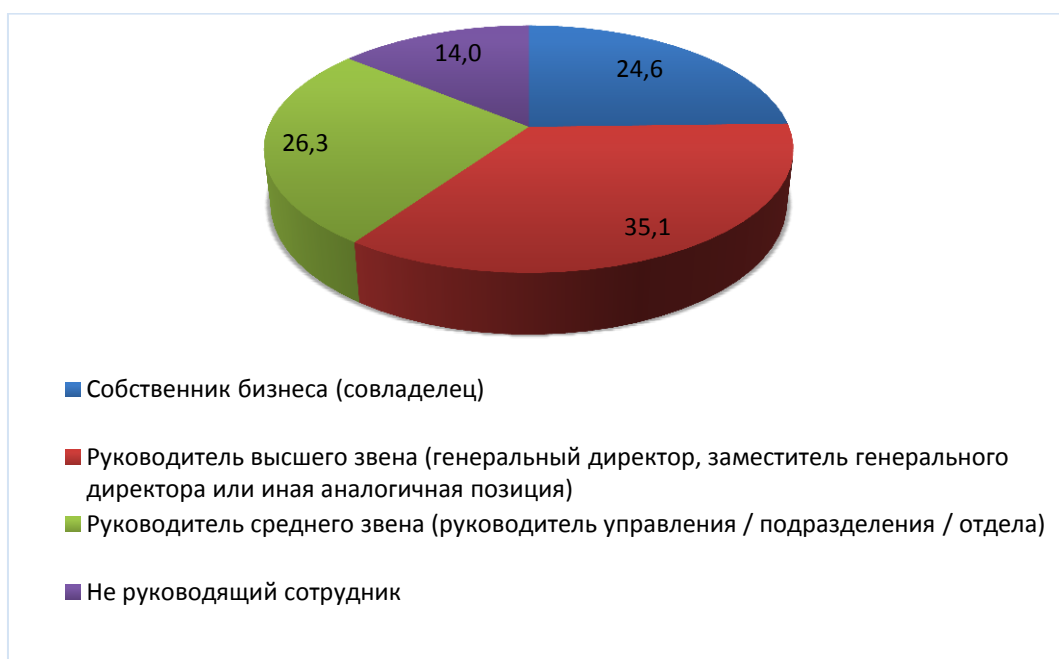


Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какую должность Вы занимаете в организации, которую Вы представляете?», %

В 2021 году среди респондентов было микропредприятий 50,9 %, в 2020 – 64,2 %, 17,5 % – малых предприятий в 2021 году и 16,8 % в 2020. Затруднились ответить 19,3 % и 7,37 % опрошиваемых соответственно. Число респондентов с величиной годового оборота бизнеса от 800 млн до 2000 млн руб. – в 2021 3,5 %, в 2020 году 6,3 % представителей таких предприятий. Число респондентов величиной годового оборота бизнеса более 2 000 млн руб. увеличилось в сравнении с предыдущим годом на 3,5 % (см. рисунок 5).



Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какова примерная величина годового оборота бизнеса, который Вы представляете?», %

61,4 % опрошенных (64,2% в предыдущем году) трудятся в сфере предоставления услуг, 21,1 % – задействованы в сфере выпуска конечной продукции (в 2020 году этот показатель составлял 24,2 %), 8,8 % – бизнес осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями (в 2020 году – 5,26 %), по 3,5 % опрошенных – изготавливают компоненты для производства конечной продукции (в 2020 году – 6,32 %) и респонденты, задействованные в производстве сырья или материалов для дальнейшей переработки, в этом году не участвовали в опросе (в 2020 году – 0 %) (см. рисунок 6).



Рисунок 6 – Распределение респондентов по основной продукции (товару, работе, услуге) бизнеса, который они представляют, %

В сравнении с предыдущим годом число респондентов, работающих на рынке Оренбургской области увеличилось, как и число представителей городского рынка увеличилось, но все же именно региональный рынок является основным для бизнеса 49,1 % опрошенных (в 2020 – 30,5 %), локальный рынок – для 36,8 % респондентов (в 2020 году – 26,3 %). По 7 % респондентов работают на рынке Российской Федерации и рынках нескольких субъектов Российской Федерации – 7 % опрошенных (см. рисунок 7).



Рисунок 7 – Распределение респондентов по географическому признаку рынка, %

По основным видам деятельности бизнеса согласно ОКВЭД среди опрошенных представлены следующие: «68.32.1 Управление эксплуатацией жилого фонда за вознаграждение или на договорной основе», «86.90 Деятельность в области медицины», «64.20 Деятельность в области электросвязи», «47.73 Торговля розничная лекарственными средствами в специализированных магазинах (аптеках)», «35.30 Производство, передача и распределение пара и горячей воды, кондиционирование воздуха», «85.11 Образование дошкольное», «68.32 Управление недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе», «88.10 Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания престарелым и инвалидам», «88.99 Предоставлению прочих социальных услуг без обеспечения проживания, не включенных в другие группировки» и др.

Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара 75,4 % респондентов оценили «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно». Отрицательные оценки «скорее неудовлетворительно» и «неудовлетворительно» дали 7 % респондентов (см. рисунок 8).

В 2021 году 47,4 % опрошенных субъектов предпринимательской деятельности отметили наличие 4 и более поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый ими бизнес для производства и реализации собственной продукции, и 17,5 % – большое число поставщиков.





Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов по удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара, %

Высокая конкуренция на рынках товаров и услуг стимулирует предпринимателей для сохранения рыночной позиции регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное).

Так 24,6 % опрошенных вынуждены регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее; 21,1 % – предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное); 19,3 % – постоянно применяют новые способы повышения конкуренции, не используемые ранее; 12,3 % опрошенных предпринимателей только время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности; для 12,3 % респондентов нет необходимости в реализации каких-либо мер по повышению конкурентоспособности (рисунок 9).

За прошедшие 3 года для повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг 12,3 % представителей бизнеса провели обучение и переподготовку персонала; 1,8 % опрошенных использовали новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии); 7 % респондентов осуществили приобретение технического оборудования; не предпринималось никаких действий 15,3 % интервьюируемых; самостоятельное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ провели 1,8 % предпринимателей, участвовавших в опросе (рисунок 10).

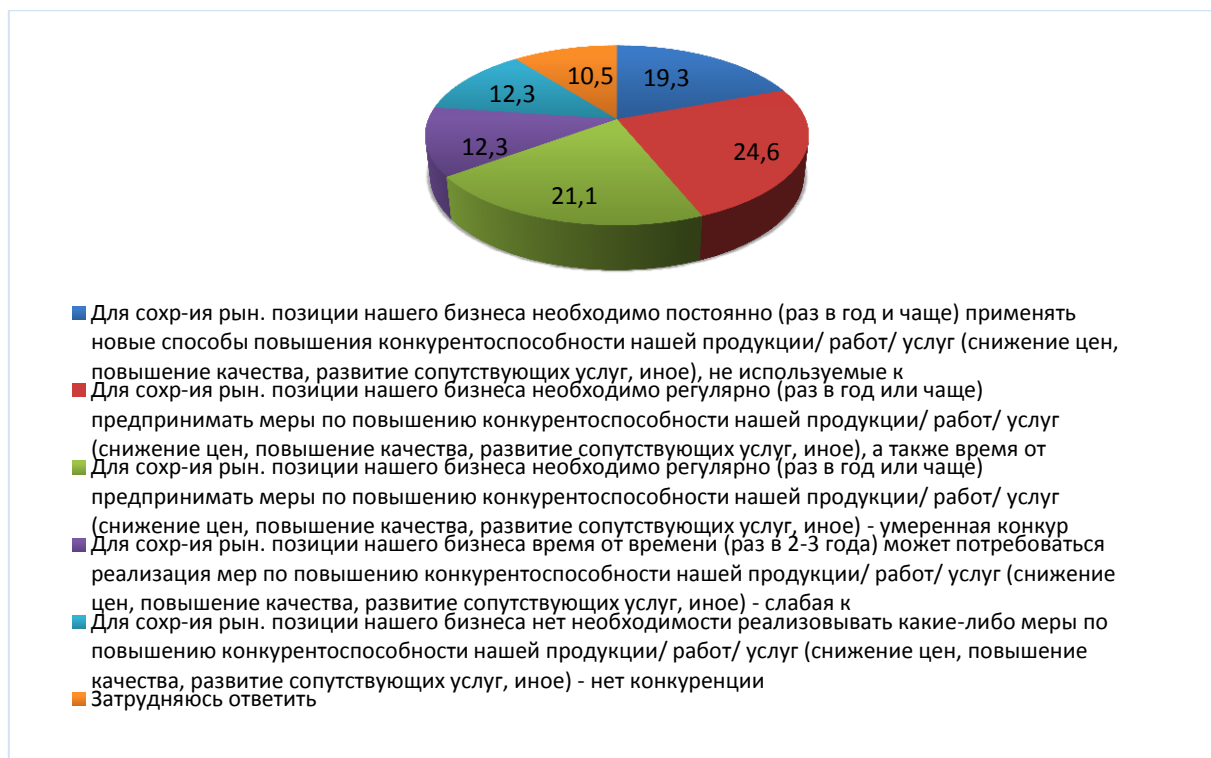


Рисунок 9 – Распределение ответов на вопрос: «Выберите утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который вы представляете?»

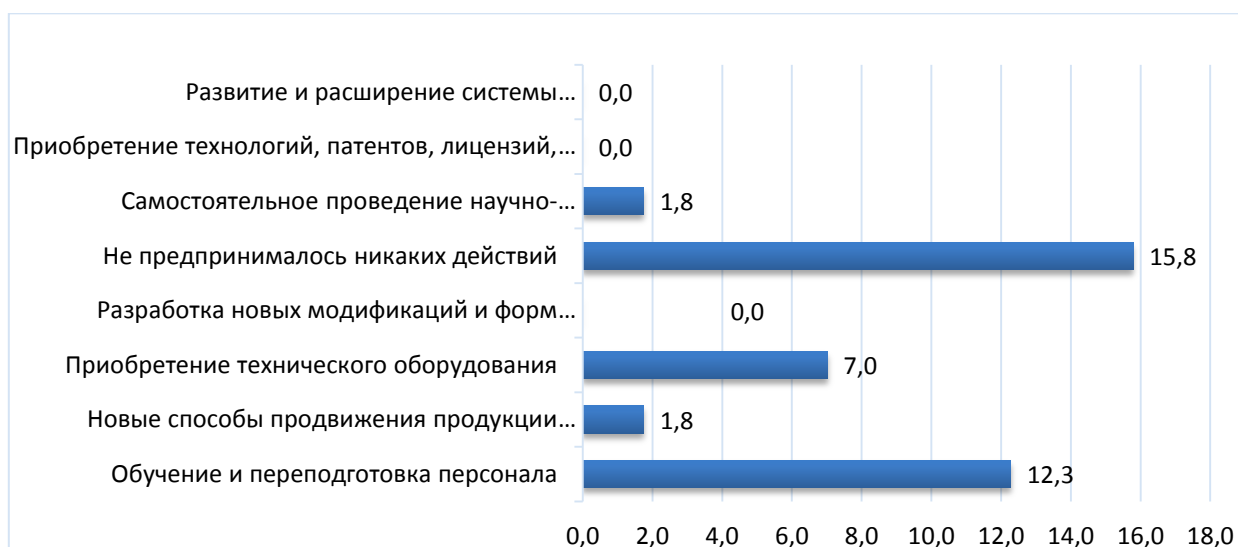


Рисунок 10 – Распределение ответов на вопрос: «Укажите, какие меры по повышению конкурентоспособности продукции, работ, услуг, которые производит или предоставляет ваш бизнес, Вы предпринимали за последние 3 года?»

На рисунке 11 представлены ответы респондентов на вопрос «Оцените примерное число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый Вами бизнес для производства и реализации собственной продукции» в динамике за 2019-2021 гг.

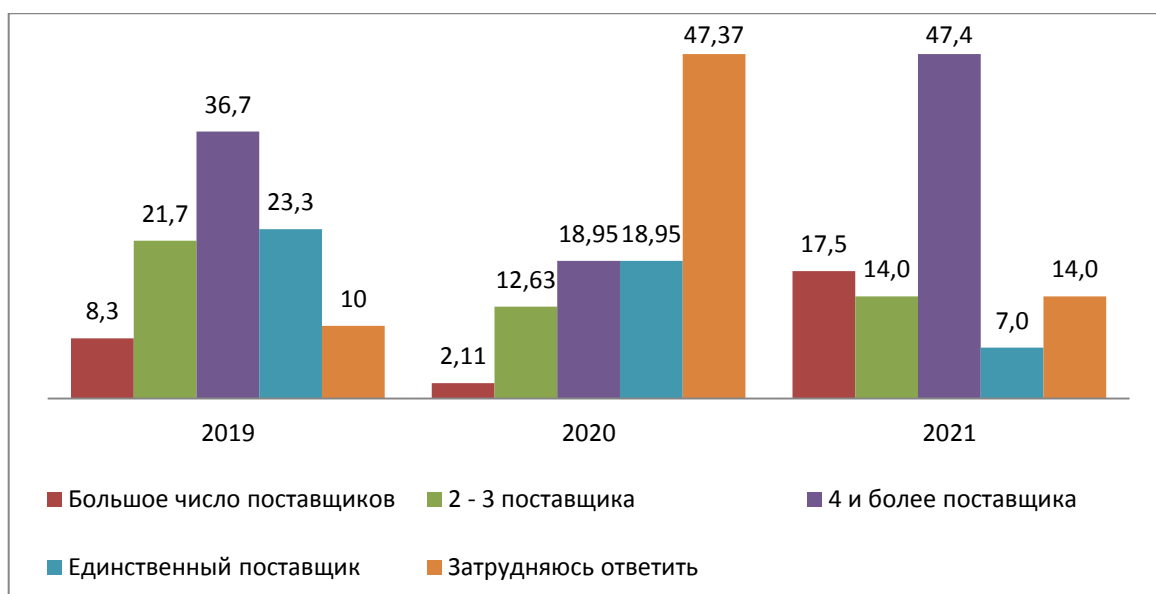


Рисунок 11 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените примерное число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый Вами бизнес для производства и реализации собственной продукции» в динамике за 2019-2021 гг., %

Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените Вашу удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый Вами бизнес для производства и реализации собственной продукции» в 2019-2021 годах представлено на рисунке 12.

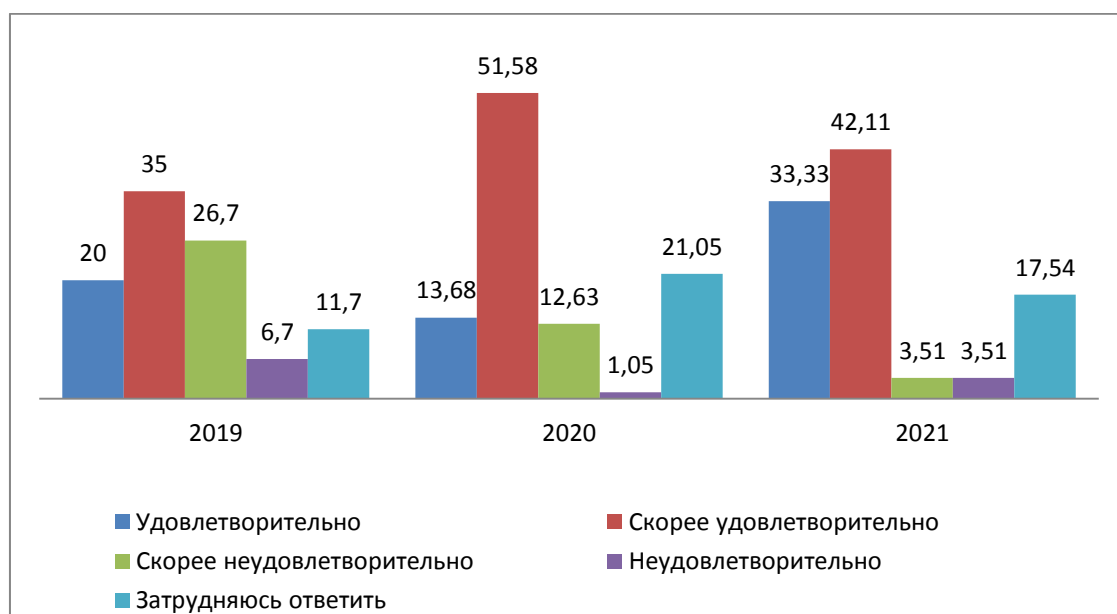


Рисунок 12 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените Вашу удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый Вами бизнес для производства и реализации собственной продукции» в динамике 2019-2021 гг., %

При оценке условий ведения бизнеса 11 % респондентов затруднились с ответом, отметили высокий уровень конкуренции 25 % опрошенных (в 2020 году 41,1 %), 21 % – умеренной конкуренции (в 2020 году – 29,5 %) (см. рисунок 13). 19 % респондентов охарактеризовали уровень конкуренции, как очень высокий (в 2020 году 11,63 %), 12 % – как слабый (в 2020 году 8,4 %), 12 % указали отсутствие конкуренции (в 2020 году 5,3 %).

При этом 28,1 % опрошенных отметили большое количество конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (10 и более), 7 % указали от 1 до 3 конкурентов, а 45,6 % – от 4 до 10 конкурентов, считают, что нет конкурентов 8,8 %, затруднились ответить 10,5 % (см. рисунок 14).

По мнению 15,8 % опрошенных предпринимателей, число конкурентов их бизнеса за последние 3 года увеличилось на 1-3 конкурента, для 24,6 % – количество конкурентов не изменилось, 43,9 % считают, что количество увеличилось более чем на 4 конкурента, 12,3 % затруднились дать ответ, и часть предпринимателей убеждены, что число конкурентов за последние 3 года сократилось (3,5 %) (см. рисунок 15).

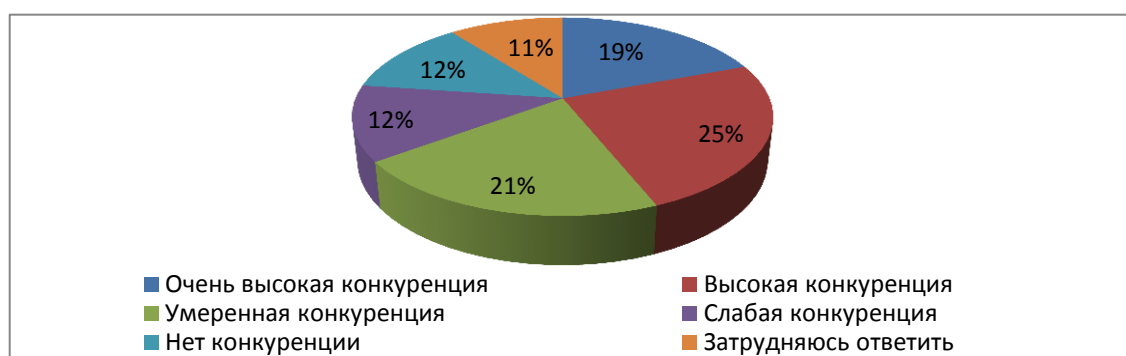


Рисунок 13 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который Вы представляете», %

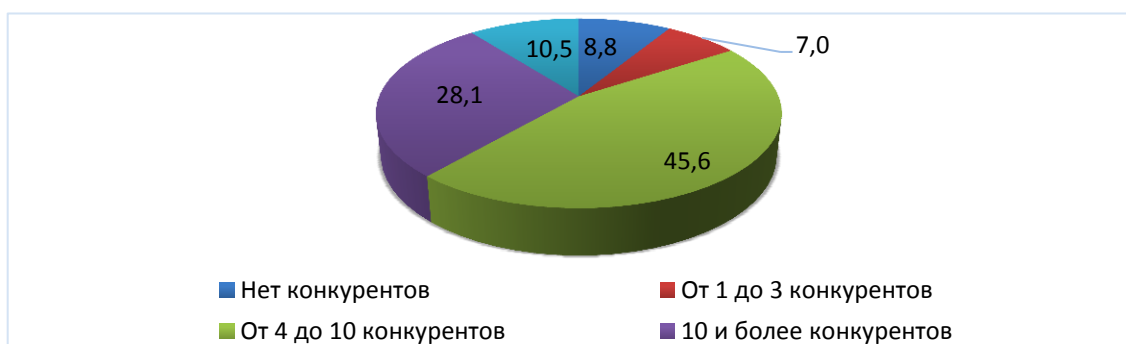


Рисунок 14 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените примерное количество конкурентов бизнеса, который Вы представляете, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке?», %



Рисунок 15 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как изменилось число конкурентов бизнеса, который Вы представляете, на основном рынке товаров и услуг за последние три года?», %

К основным административным барьерам для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке субъекты предпринимательской деятельности отнесли (см. рисунок 16):

«нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность» (28,1 % в 2021 году, 55,8 % в 2020 году, 21,2 % в 2019 году);

«сложность получения доступа к земельным участкам» (8,8 % в 2021 году, 37,9 % в 2020 году, 4,0 % в 2019 году);

«высокие налоги» (52,6 % в 2021 году, 36,9 % в 2020 году, 28,3 % в 2019 году);

«коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)» (7 % в 2021 году, 27,4 % в 2020 году, 5,1 % в 2019 году);

«ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с гос. участием и субъектов естественных монополий» (8,8 % в 2021 году, 21,1 % в 2020 году, 6,1 % в 2019 году);

«ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.)» (3,5 % в 2021 году, 19 % в 2020 году, в 2019 данного варианта ответа не было);

«нет ограничений» (15,8 % в 2021 году, 16,9 % в 2020 году, 5,1 % в 2019 году);

«необходимость установления партнерских отношений с органами власти» (7 % в 2021 году, 14,7 % в 2020 году, 1 % в 2019 году);

«ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках гос. закупок» (7 % в 2021 году, 13,7 % в 2020 году, 9,1 % в 2019 году);

«иные действия / давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников» (7 % в 2021 году, 12,6 % в 2020 году, 8,1 % в 2019 году);

«силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.)» (3,5 % в 2021 году, 11,6 % в 2020 году, в 2019 данного варианта ответа не было);

«сложность / затянутость процедуры получения лицензий» (14 % в 2021 году, 5,3 % в 2020 году, 9,1 % в 2019 году).

Таким образом, существенная доля респондентов указывает на нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность и высокие налоги. Причем, в то время как, количество респондентов, указавших на нестабильность российского законодательства снизилось, число выбравших вариант ответа «высокие налоги» резко возросло по сравнению с 2020 годом. В 2021 году почти в 3 раза выросло количество респондентов, указывающих на «сложность / затянутость процедуры получения лицензий». Между тем в сравнении с 2020 годом сократилось число «сторонников» варианта «сложность получения доступа к земельным участкам» и «коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)» и др.



Рисунок 16 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По Вашему мнению, какие из перечисленных административных барьеров являются наиболее существенными для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», %

Положительное влияние на развитие конкуренции на рынках товаров и услуг оказывает деятельность администрации города Оренбурга, направленная на снижение административных барьеров. Это подтверждается тем, что 29,8 % (в 2020 году 56,8 %) опрошенных предпринимателей считает, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 31,6 % (в 2019 году 14,7 %) респондентов считает, что в чем-то мешает, в чем-то помогает, при этом, 21,1 % (в 2020 году 15,8 %) считают, что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их

участие необходимо, 5,3 % (в 2020 9,5 %) считают, что органы власти ничего не предпринимают, что и требуется, 10,5% считают, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями, (2,1 % 2020 году) (см. рисунок 17).



Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на основном для бизнеса, который Вы представляете, рынке?», %



Рисунок 18 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По Вашей оценке, насколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», %

По оценке субъектов предпринимательской деятельности преодолимости административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке большинство опрошенных 31,6 % (в 2020 году 42,1 %) думают, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат. Считают, что есть непреодолимые административные барьеры –19,3 % (в 2020 году 16,8 %), респондентов. Убеждены, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат 26,3 % (в 2020 14,7 %, в 2019 году 21,7 %); убеждены в отсутствии административных барьеров 19,3 % респондентов



(на уровне 2020 года – 10,5 %), затруднились ответить 19,3 % (15,8 % в 2019 году) (см. рисунок 18).

Большая часть опрошенных (33,3 %) затруднились ответить на вопрос 15,8 % считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры (44,21 % в 2020 году); в совокупности 10,6 % (в 2020 году 25,3 %) предпринимателей отмечают позитивные тенденции в ситуации преодоления административных барьеров за последние три года, считая, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее, не изменились или были полностью устранены (см. рисунок 19).

Ухудшение ситуации в контексте преодоления административных барьеров за последние три года отметило 13,4 % (в 2019 году 23,3 %) респондентов.

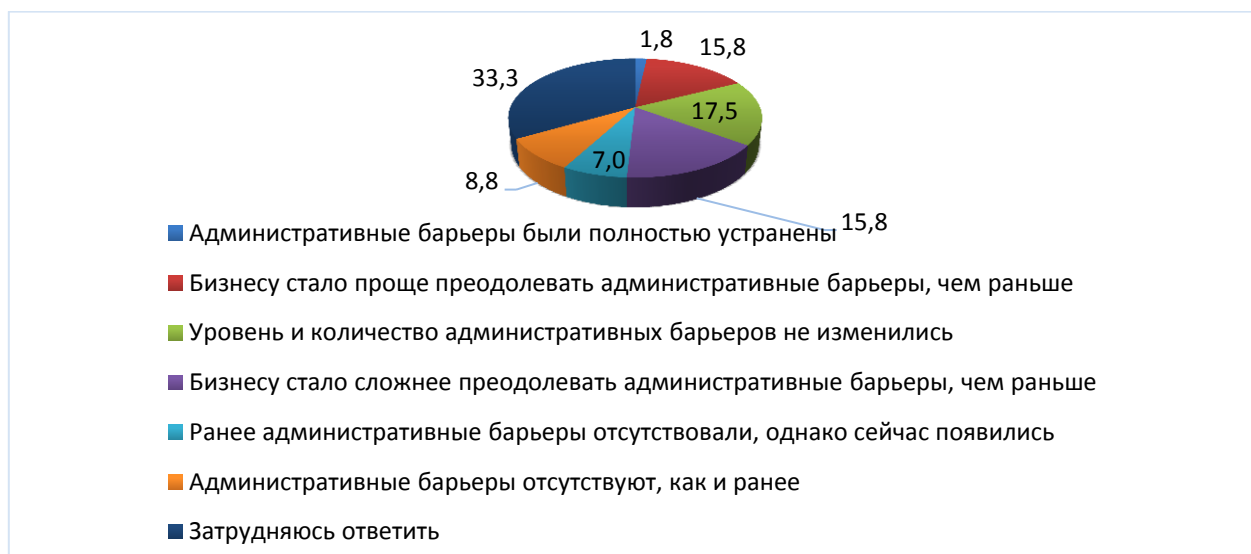


Рисунок 19 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По Вашей оценке, как изменился уровень административных барьеров на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете, в течение последних трех лет?», %

### **Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках МО «город Оренбург» и состоянием ценовой конкуренции**

В рамках мониторинга состояния конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбурга проведен опрос 543 потребителей товаров и услуг, численность жителей МО «город Оренбург» на 01.01.2021 составляет 587 408 человек (доля опрошенных составила 0,09 %, в 2020 году – 0,04 %).

Среди опрошенных потребителей товаров и услуг:

6,6 % мужчин и 93,4 % женщин; 40 % потребителей в возрасте от 45 – 54 лет; 34,4 % от 35 до 44; по 16,8 % от 25 – 34 лет и 6,4 % – от 18 – 24 лет; 2,4 % от 65 лет и старше (см. рисунки 20, 21);

55 % работающих; 17,3 % – предприниматели; 8,8 % – самозанятые; 7,2 % – пенсионеры; 6,4 % – не работающие; 2,8 % – домохозяйка; 2,4 % – учащийся, студент (см. рисунок 22);



распределение опрошенных потребителей товаров и услуг по уровню образования: 60,6 % – высшее образование; 30,5 % – среднее специальное; 6,8 % – общее среднее; 2 % – основное общее (см. рисунок 24);



Рисунок 20 – Структура респондентов по половому признаку

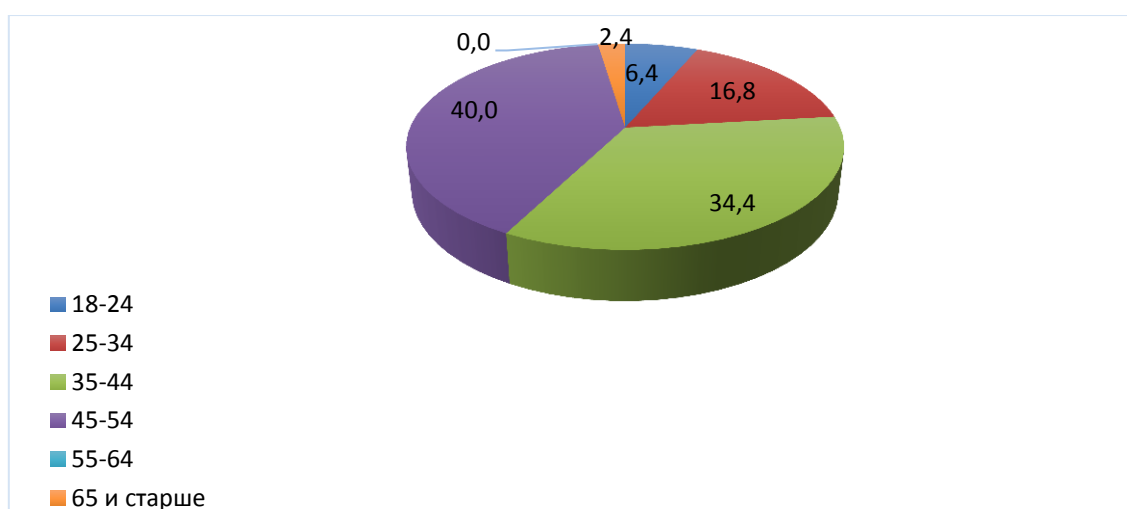


Рисунок 21 – Структура респондентов по возрастному признаку

В сравнении с 2020 годом среди числа респондентов выросло количество опрошенных женщин (93,4 % в 2021 году, 53,4 % в 2020 году, 13 % в 2019 году). Большая часть опрошенных относится к возрастной группе от 45 – 54 лет.

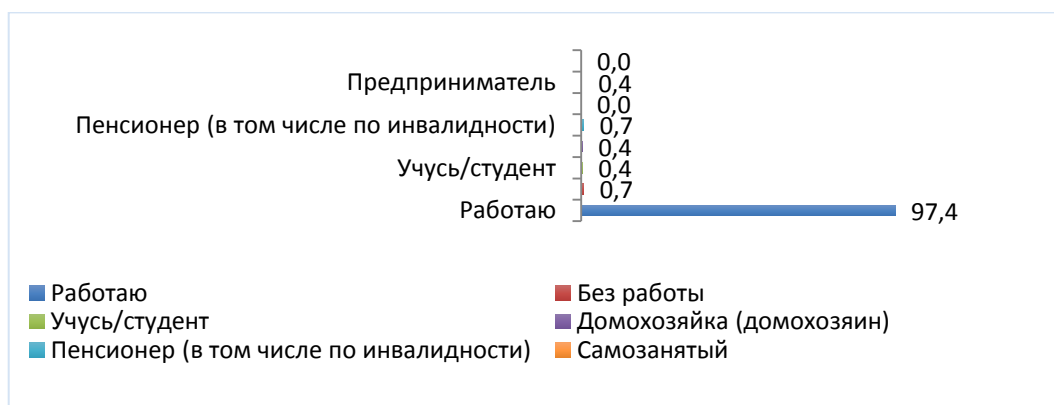


Рисунок 22 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Каков Ваш социальный статус?»



Рисунок 23 – Структура респондентов по уровню образования

Опрос об удовлетворенности прямых потребителей качеством товаров, работ и услуг и состоянием ценовой конкуренции проводился по следующим рынкам:

Рынок услуг дошкольного образования

Рынок услуг общего образования

Рынок услуг дополнительного образования детей

Рынок услуг детского отдыха и оздоровления

Рынок медицинских услуг

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

Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

Рынок социальных услуг

Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)

Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов

Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды

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

Рынок поставки сжиженного газа в баллонах

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

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

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

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

Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Оренбургской области  
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет»  
Рынок жилищного строительства  
Рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства)  
Рынок архитектурно-строительного проектирования  
Рынок кадастровых и землеустроительных работ  
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)  
Рынок племенного животноводства  
Рынок семеноводства  
Рынок вылова водных биоресурсов  
Рынок переработки водных биоресурсов  
Рынок товарной аквакультуры  
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения  
Рынок легкой промышленности  
Рынок производства кирпича  
Рынок производства бетона  
Рынок туристических и рекреационных услуг  
Рынок выращивания и хранения овощей  
Рынок информационных технологий  
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств  
Рынок нефтепродуктов  
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева  
Сфера наружной рекламы



Рисунок 24 – Оценка количества организаций, представляющих товары и услуги, %

Оценивая количество организаций, представляющих товары и услуги в городе Оренбурге, большинство опрошенных отметили достаточное или избыточное количество организаций на рынках (см. рисунок 24):

Сфера наружной рекламы (68,9 %);

Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (58,9 %);

Рынок жилищного строительства (66,9 %);

Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет» (69,6 %);

Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) (51,7 %);

Рынок услуг дополнительного образования детей (63,4 %);

Рынок услуг общего образования (70,7 %);

Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Оренбургской области (61,7 %);

Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (78,7 %);

Рынок услуг дошкольного образования (68 %).

В сравнении с предыдущим 2020 годом количество рынков, оцениваемых респондентами как с достаточным или избыточным числом функционирующих организаций, незначительно снизилось. В 2021 году таких рынков насчитывалось 10 (из 40). В 2020 году 13 рынков из 36 получили оценку по этому показателю свыше 50 %.

Нужно отметить, что мнения респондентов разделились существенно. Так на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 78,1 % опрошенных признали достаточное или избыточное количество организаций, 11,62 % – малочисленное, а 8,3 % указали затруднились ответить. Аналогично мнения разошлись и о рынке услуг дополнительного образования, общего образования, дошкольного образования, сферы наружной рекламы.

Недостаток организаций (мало или нет совсем) большинство респондентов отметили на следующих рынках:

рынок выполнения работ по благоустройству городской среды (54,9 %);

рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (58,7 %).

Следовательно, в 2021 году таких рынков насчитывалось 2 (из 40).

В 2020 году ситуация выглядела иначе – 21 из 36 (в том числе, попавшие в 2021 году в список рынков с избыточным или достаточным числом функционирующих организаций: рынок выполнения по благоустройству городской среды, рынок услуг жилищного строительства, рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов).

Результаты опроса респондентов на вопрос «Насколько вы удовлетворены уровнем цен на товары и услуги на следующих рынках вашего района (города)» представлены на рисунке 25.

Уровнем цен на рынке услуг дошкольного образования более 60 % респондентов положительно оценили уровень цен (удовлетворены 31,9 % опрошенных, 34,1 % – скорее удовлетворены), 17,7 % – скорее не удовлетворены, 10,7 % не удовлетворены, 5,7 % респондентов затруднились дать ответ. В сравнении с 2020 годом удовлетворенность уровнем цен на рынке снизилась на 14,8 %.

На рынке услуг общего образования большинство респондентов удовлетворены (27,1 %) или скорее удовлетворены (36,3 %) уровнем цен, не удовлетворены – 10,3 %, скорее не удовлетворены – 21,2 % опрошенных. 5,2 % затруднились ответить. В сравнении с 2020 годом удовлетворенность уровнем цен на рынке снизилась на 13,6 %.

На рынке услуг дополнительного образования детей, также более половины опрошенных удовлетворены уровнем цен: 27,3 % опрошенных удовлетворены уровнем цен, 33,7 % – скорее удовлетворены, 22,3 % – скорее не удовлетворены, 11,4 % – не удовлетворены, затруднились ответить – 5,3 %. В сравнении с 2020 годом удовлетворенность уровнем цен на рынке снизилась на 15,9 %.

Уровнем цен на рынке услуг детского отдыха и оздоровления удовлетворены 21,9 % опрошенных, скорее удовлетворены 24,7 %, скорее не удовлетворены 32 %, не удовлетворены 15,7 %, затруднились с ответом 5,7 % респондентов.

На рынке медицинских услуг в 2021 году число удовлетворенных уровнем цен увеличилось с 11,5 % до 15,8 %, скорее не удовлетворенных уровнем цен респондентов составило 33 %, 18,4 % – скорее удовлетворены, 15,4 % опрошенных не удовлетворены уровнем цен, 4,7 % – затруднились ответить.

На рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 26,9 % потребителей скорее удовлетворены ценами, 19,5 % – не удовлетворены, 21,2 % – удовлетворены уровнем цен, 28,5 % – скорее не удовлетворены.

На рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья только 40 % респондентов положительно оценили уровень цен (23,2 % – скорее удовлетворены, 17,1 % – удовлетворены), 18,2 % – не удовлетворены, 8,8 % затруднились дать ответ, 32,6 % – скорее не удовлетворены. Число скорее не удовлетворенных уровнем цен потребителей возросло на 24,9 % по сравнению с 2020 годом.

На рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет» более 50 % опрошенных потребителей положительно оценивают уровень цен, 34,6 % – скорее удовлетворены, 21,7 % – удовлетворены, 23,9 % опрошенных скорее не удовлетворены уровнем цен, 13,1 % – не удовлетворены. В отчетном году по сравнению с предыдущим значительно снизилось общее количество удовлетворенных потребителей (на 20,6 %).

Аналогично на рынке жилищного строительства большая часть респондентов удовлетворена или скорее удовлетворена уровнем цен (19,9 % и 30,4 % соответственно), 24,5 % – скорее не удовлетворены, 17,5 % – не удовлетворены.

На рынке информационных технологий 18,8 % респондентов удовлетворены уровнем цен, 33 % – скорее удовлетворены, 23,9 % – скорее не удовлетворены уровнем цен и 14,5 % не удовлетворены.

На рынках оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, а также в сфере наружной рекламы аналогичная ситуация с удовлетворенностью уровнем цен.

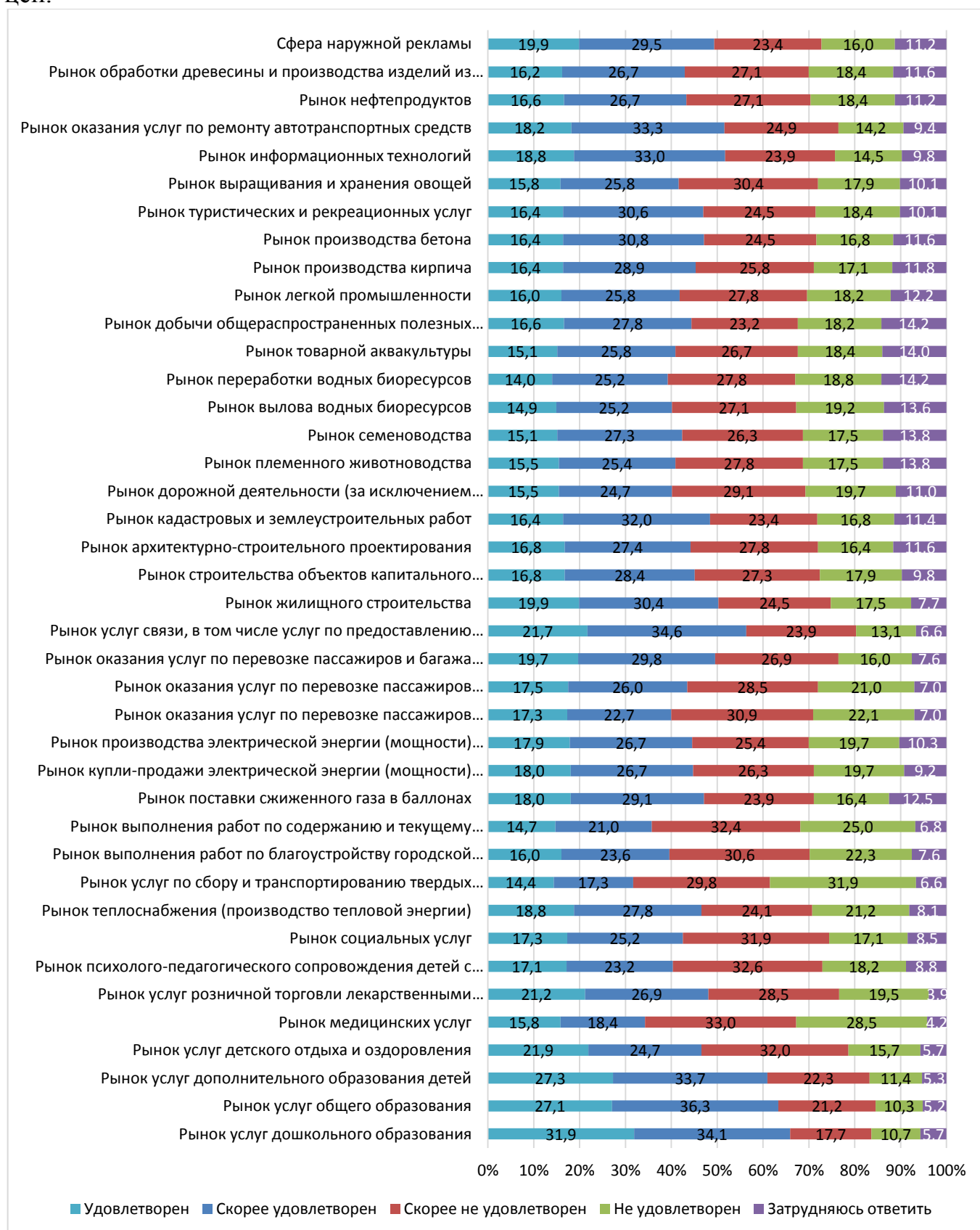


Рисунок 25 – Удовлетворенность респондентов уровнем цен на товары и услуги на рынках города Оренбурга, %

Уровнем цен на рынке поставки сжиженного газа в баллонах 29,1 % потребителей скорее удовлетворены, 23,9 % скорее не удовлетворены, удовлетворены 18,0 % опрошенных, 16,4 % не удовлетворены уровнем цен.

На рынке купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) 26,7 % потребителей скорее удовлетворены уровнем цен, 19,7 % опрошенных не удовлетворены, 26,3 % – скорее не удовлетворены, 18 % – удовлетворены, и 9,2 % – затруднились ответить.

Похожая ситуация сложилась на рынке производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации: 26,7 % опрошенных скорее удовлетворены уровнем цен, 25,4 % – скорее не удовлетворены, 19,7 % опрошенных не удовлетворены, 17,9 % – удовлетворены ценами и 10,3 % – затруднились ответить.

По рынку оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок: 22,7 % респондентов скорее удовлетворены уровнем цен, 30,9 % скорее не удовлетворены, 22,1 % не удовлетворены уровнем цен, 17,3 % – удовлетворены. В сравнении с предыдущим 2020 годом на 5,8 % увеличилось число респондентов, оценивающих удовлетворительно уровень цен на данном рынке и, в то же время, на 11,7 % увеличилось число респондентов, оценивающих уровень цен скорее отрицательно.

На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок сложилась похожая ситуация: скорее удовлетворены уровнем цен 26,0 % опрошенных, не удовлетворены уровнем цен – 21,0 %, скорее не удовлетворены 26,0 %, удовлетворены – 17,5 %.

29,8 % респондентов скорее удовлетворены уровнем цен на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковыми такси на территории Оренбургской области, 19,7 % опрошенных удовлетворены, 26,9 % скорее не удовлетворены, 16,0 % не удовлетворены. По сравнению с предыдущим годом значительно снизилось число потребителей положительно оценивающих уровень цен на данном рынке (на 23,6 %).

Мнение об уровне цен на рынке строительства объектов капитального строительства разделилось: 45,2 % опрошенных оценивают положительно (16,8 % – скорее удовлетворены, удовлетворены – 28,2 % опрошенных), 27,3 % – скорее не удовлетворены, 17,9 % потребителей не удовлетворены и 9,8 % респондентов затруднились ответить.

На рынке архитектурно-строительного проектирования 27,4 % скорее удовлетворена уровнем цен, 27,8 % – скорее не удовлетворены, 16,8 % – удовлетворены (в 2020 – 7,7 %), 16,4 % – не удовлетворены, 11,6 % – затруднились ответить.

На рынке кадастровых и землеустроительных работ большая часть опрошенных (32 %) скорее удовлетворена уровнем цен, 23,4 % – скорее не



удовлетворены, 16,8 % – не удовлетворены, 16,4 % – удовлетворены (в 2020 – 3,9 %), 11,4 % опрошенных затруднились ответить.

Уровень цен на рынке дорожной деятельности скорее удовлетворяет 24,7 % опрошенных, скорее не удовлетворяет 29,1 % потребителей, полностью удовлетворяет – 15,5 %, 19,7 % – не удовлетворяет, 11 % – затруднились ответить.

Уровнем цен на рынке туристических и рекреационных услуг скорее удовлетворены 30,6 % опрошенных, 24,5 % – скорее не удовлетворены (34,6 % в 2020), удовлетворены 16,4 % опрошенных, 18,4 % не удовлетворены уровнем цен.

Ситуация по рынку выращивания и хранения овощей: в 2021 году скорее удовлетворенных уровнем цен потребителей стало меньше в 2,8 раза, чем в 2020 году – их количество составило 25,8 %, скорее не удовлетворенных уровнем цен – больше почти в 2,5 раза – 30,4 %, удовлетворенных уровнем цен увеличилось в 2 раза – 15,8 %, не удовлетворенных – 17,9 % (в 2020 – 7,7 %).

Таким образом, в среднем 45,5 % опрошенных удовлетворены или скорее удовлетворены уровнем цен на получаемые услуги на представленных рынках. В прошлом 2020 году этот показатель был равен 68 %.

По критерию удовлетворенности качеством товаров и услуг на рынках респонденты положительно отзывались о следующих рынках (см. рисунок 26):

- рынок услуг дошкольного образования (73,1 %);
- рынок услуг дополнительного образования (68,9 %);
- рынок услуг общего образования (67,8 %);
- рынок информационных технологий (56,5 %);
- рынок услуг детского отдыха и оздоровления (56,3 %);
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (56,2 %);
- рынок услуг связи, в том числе по предоставлению широкополосного доступа к сети Интернет (56,2 %);
- рынок теплоснабжения (производства тепловой энергии) (56,1 %);
- сфера наружной рекламы (55,4 %);
- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (54 %);
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Оренбургской области (52,3 %);
- рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (51,8 %);
- рынок жилищного строительства (51,3 %);
- рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации (50,9 %);
- рынок кадастровых и землеустроительных работ (50,5 %);
- рынок нефтепродуктов (50,5 %);
- рынок туристических и рекреационных услуг (50,4 %);
- рынок производства бетона (50,1 %);

Таким образом, положительно оцениваемых по критерию качества товаров и услуг рынков в 2021 году 18 (из 40). В сравнении с предыдущим 2020 годом

удовлетворенность респондентов качеством товаров и услуг на рынках снизилась. В 2020 году таких рынков было 36 (из 36).

В 2020 году в среднем 50,6 % опрошенных удовлетворены или скорее удовлетворены качеством приобретаемых товаров (получаемых услуг) на представленных рынках. В прошлом 2020 году этот показатель был равен 65,9 %.

В 2021 году в среднем 38,9 % респондентов не удовлетворены или скорее не удовлетворены качеством приобретаемых товаров (получаемых услуг) на представленных рынках. В прошлом 2020 году этот показатель был равен 34,1 %.



Рисунок 26 – Удовлетворенность респондентов качеством товаров и услуг на рынках, %



Рисунок 27 – Удовлетворенность респондентов возможностью выбора товаров и услуг на рынках, %

В среднем в 2021 51,6 % респондентов удовлетворены или скорее удовлетворены возможностью выбора на изучаемых рынках. В 2020 году этот показатель составлял 63 % (рисунок 27).

Значительная часть опрошенных положительно оценили возможность выбора на рынках товаров и услуг:

- рынок услуг дошкольного образования (67,2 %);
- рынок услуг дополнительного образования детей (66,7 %);
- рынок услуг общего образования (66,5 %);
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (63,7 %);
- рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет» (61,7 %);
- сфера наружной рекламы (56 %);
- рынок услуг детского отдыха и оздоровления (55,8 %);
- рынок жилищного строительства (55,4 %);
- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (55,4);
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Оренбургской области (54,3 %);
- рынок туристических и рекреационных услуг (52,8 %);
- рынок теплоснабжения (производства тепловой энергии) (52,7 %);
- рынок производства бетона (51,4 %);
- рынок нефтепродуктов (51,2 %);
- рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства (51,2 %);
- рынок кадастровых и землеустроительных работ (50,6 %);
- рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации (50,6 %);
- рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (50,5 %);
- рынок медицинских услуг (50,5 %);
- рынок поставки сжиженного газа в баллонах (50,1 %);

В предыдущем 2020 году респонденты признали неудовлетворительной (или скорее неудовлетворительной) возможность выбора на рынке рынок выполнения работ по благоустройству городской среды (50 %) и рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) (42,3 %). В 2021 году таких рынков нет.

В среднем в 2021 году остались не удовлетворены возможностью выбора (или скорее не удовлетворены) 36 % опрошенных, в предыдущем 2020 году этот показатель был меньше – 46,2 %.

Анализируя результаты оценки удовлетворенности уровнем цен, качеством товаров и услуг, возможностью их выбора на рынках МО «город Оренбург», следует отметить, что удовлетворенность уровнем цен на рынках товаров, работ и услуг снизилась по сравнению с 2020 годом, при этом преобладающее число опрошенных

потребителей положительно оценили качество оказываемых услуг и возможность выбора на исследуемых рынках.

Лидирующие позиции по уровню удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ, услуг, возможностью выбора и состоянием ценовой конкуренции занимает рынок услуг дошкольного образования, за ним следует рынок услуг дополнительного образования детей, и замыкает тройку лидеров рынок услуг общего образования.

По указанным критериям аутсайдерами исследования являются, рынок поставки сжиженного газа в баллонах, рынок производства бетона и рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов.

В 2021 году в среднем 51,8 % потребителей в среднем удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на рынках (рисунок 28).

Большинство опрошенных положительно оценили ассортимент на рынках товаров и услуг:

- рынок услуг дошкольного образования (68,7 %);
- рынок услуг общего образования (67 %);
- рынок услуг дополнительного образования детей (65,4 %);
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (61,5 %);
- рынок услуг связи, в том числе по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет» (59,7 %);
- сфера наружной рекламы (56,7 %);
- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств (56,7 %);
- рынок услуг детского отдыха и оздоровления (56,4 %);
- рынок жилищного строительства (54,5 %);
- рынок ИТ (54,5 %);
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Оренбургской области (53,8 %);
- рынок теплоснабжения (производства тепловой энергии) (53,6 %);
- рынок нефтепродуктов (52,1 %);
- рынок туристических и рекреационных услуг (51,7 %);
- рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производства электрической энергии (мощности) в режиме когенерации (51,7 %);
- рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства) (51,4 %);
- рынок кадастровых и землеустроительных работ (51,4 %);
- рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (51 %).
- рынок производства бетона (50,8 %);
- рынок производства кирпича (50,8 %);
- рынок обработки древесины и производства изделий из дерева (50,8 %);
- рынок выращивания и хранения овощей (50,1 %);

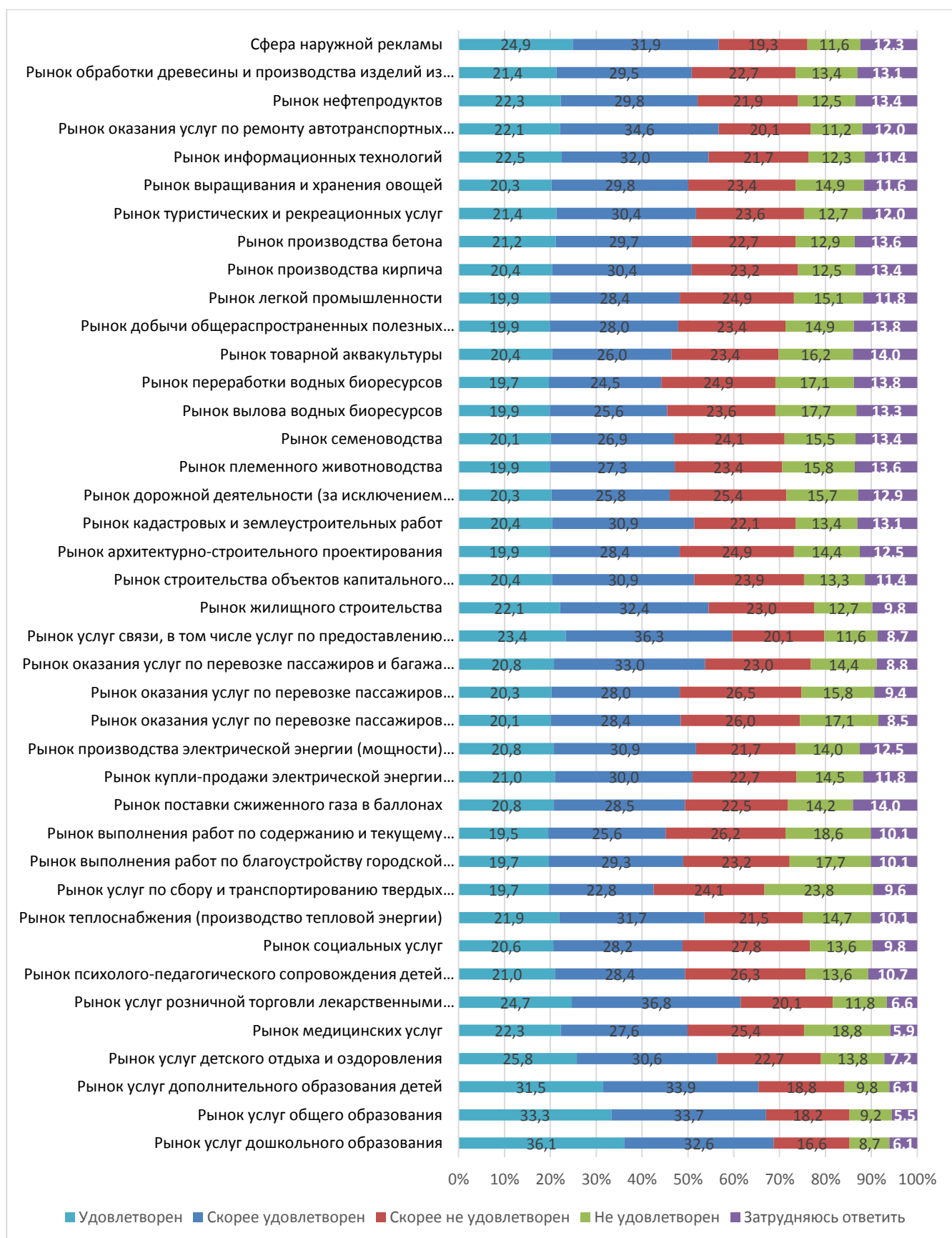


Рисунок 28 – Удовлетворенность респондентов ассортиментом товаров и услуг на рынках, %

На вопрос: «Как, по Вашему мнению, изменилась динамика ассортимента товаров на рынках?» большинство (52,0 %) потребителей ответили, что ассортимент товаров не изменился, 27,3 % – считают, что ассортимент увеличился и 20,7 % – что уменьшился (рисунок 29).

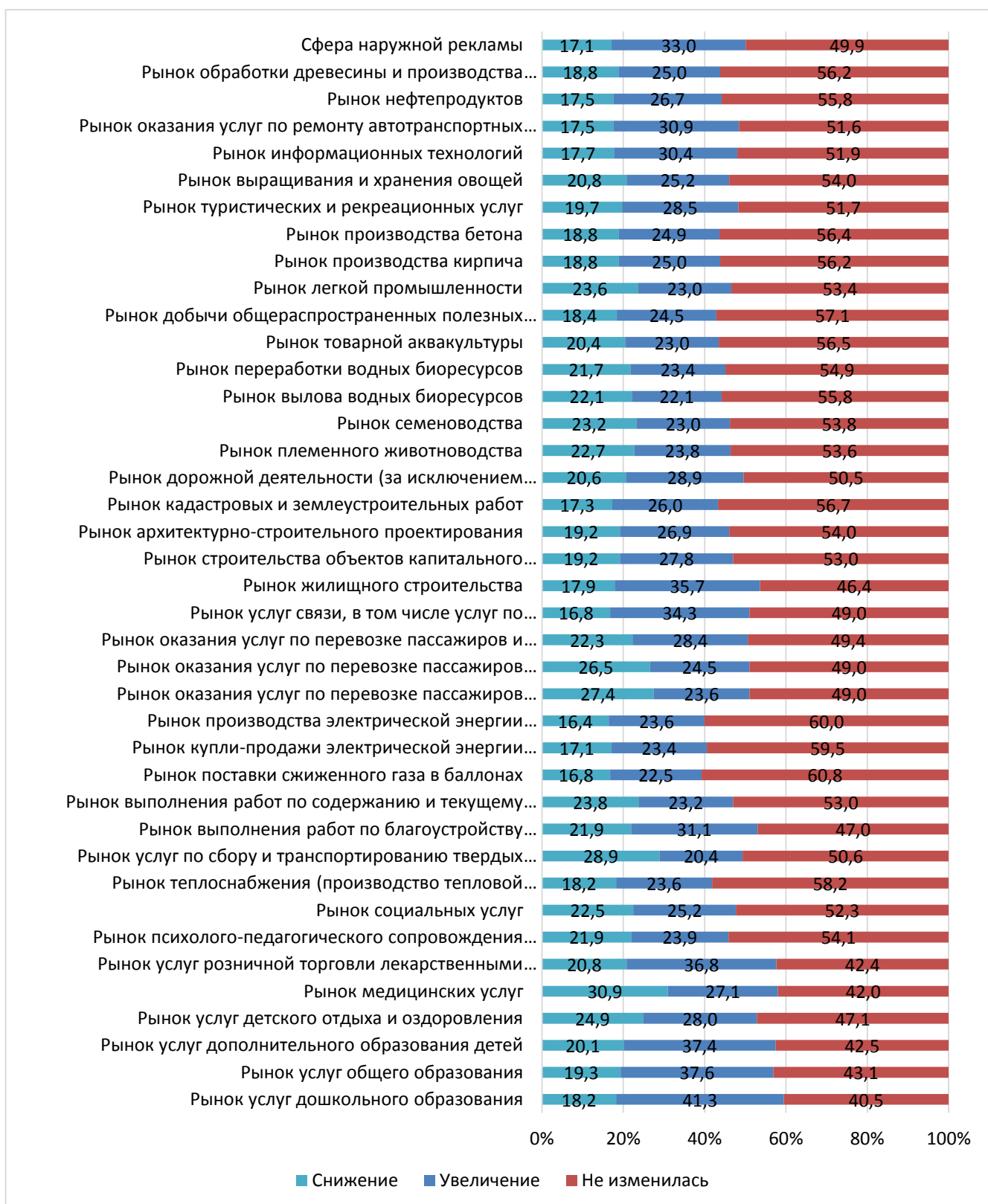


Рисунок 29 – Динамика ассортимента товаров на рынках



По мнению потребителей, цены в Оренбургской области выше по сравнению с другими регионами на рынке медицинских услуг (так считает 64,6 % потребителей, в 2020 году – 38,2 %), рынке теплоснабжения (производства тепловой энергии) (50,5 %), рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (50,3 % опрошенных) (см. рисунок 30).



Рисунок 30 – Результаты опроса потребителей относительно того, на каких рынках Оренбургской области цены выше по сравнению с другими регионами, %

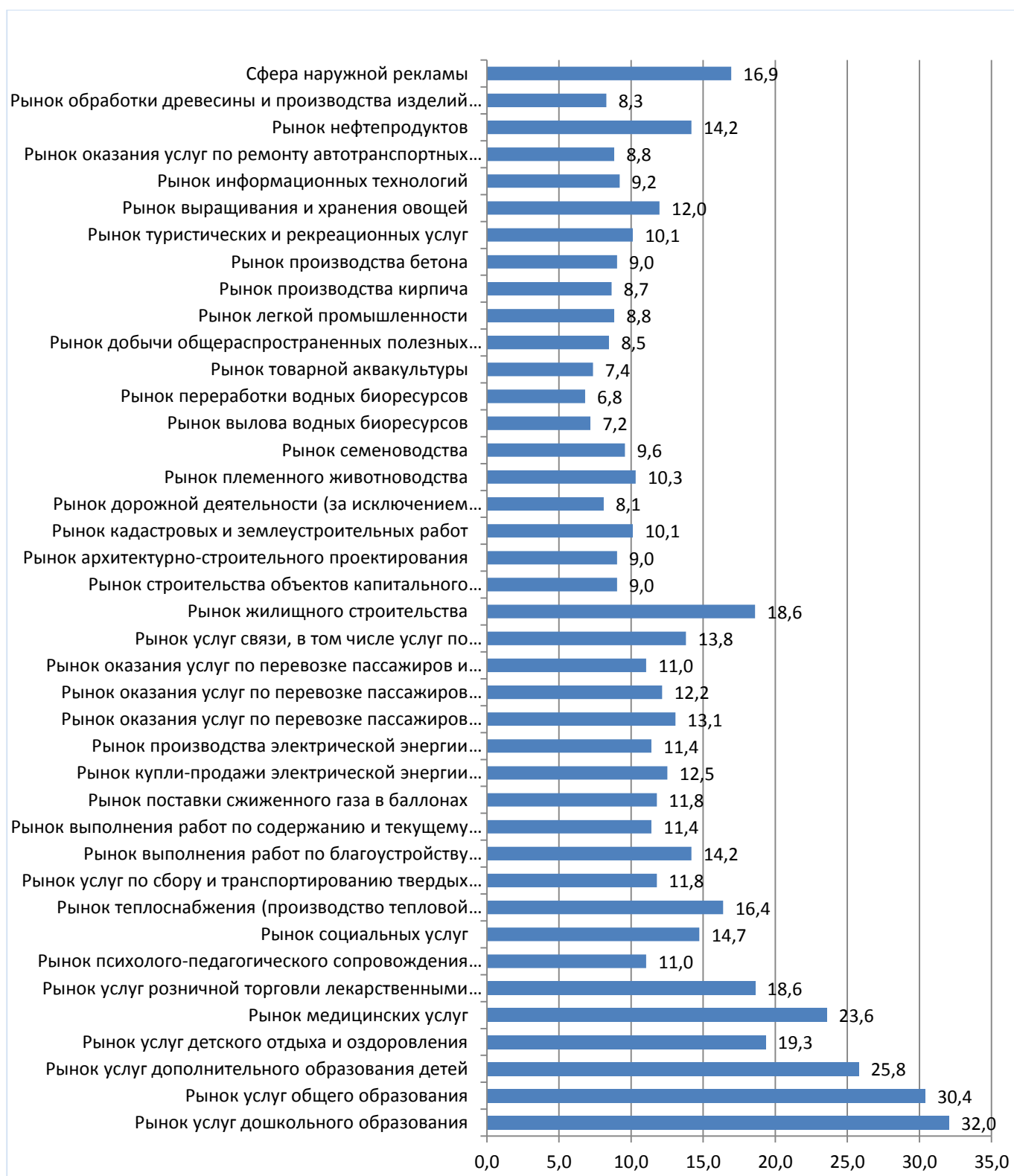


Рисунок 31 – Результаты опроса потребителей относительно того, на каких рынках Оренбургской области качество товаров и услуг выше по сравнению с другими регионами, %

По результатам опроса относительно того, на каких рынках Оренбургской области качество товаров и услуг выше по сравнению с другими регионами, можно сделать вывод о том, что это рынок услуг дошкольного образования (мнение 32 % опрошенных). 30,4 % опрошенных считают, что качество выше на рынке услуг

общего образования. И 25,8 % потребителей считают, что качество выше на рынке услуг дополнительного образования и рынке медицинских услуг (23,6 %) (рисунок 31).

За последние 3 года по мнению 21,2 % опрошенных потребителей увеличилось количество организаций, представляющих товары и услуги на рынке услуг дошкольного образования, рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, рынке услуг общего образования, рынке услуг дополнительного образования, рынке жилищного строительства, рынке медицинских услуг (рисунок 32). Большинство опрошенных потребителей затруднились оценить (35,8 %), то на остальных рынках количество организаций по мнению 25,8 % респондентов не изменилось.

По мнению подавляющего большинства респондентов (52 %) в течение последних трех лет уровень цен на товары и услуги в городе Оренбурге увеличился почти на всех анализируемых рынках (см. рисунок 33). Лишь на рынке переработки водных биоресурсов и вылова водных биоресурсов ответ об увеличении уровня цен набрал чуть менее половины голосов. В 2020 году ситуации была аналогичной: по 25 из 36 рынков ответ об увеличении уровня цен набрал более 50 %.

Результаты оценки изменения за последние три года характеристики качества товаров и услуг на рынках МО «город Оренбург» представлены на рисунке 34. Существенная часть опрошенных указали, что качество товаров и услуг в течение последних трех лет не изменилось (29,4 %) либо затруднились ответить (27,9 %). Лишь на рынке услуг дошкольного образования 25 % респондентов считают, что качество возросло.

При ответе на вопрос «Укажите, как, по Вашему мнению, изменилась возможность выбора товаров и услуг на рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет?» по рынкам, которые смогли оценить респонденты, возможность выбора либо не изменилась, либо респонденты затруднились дать ответ (рисунок 35). Только незначительная доля (19,0 %) опрошенных, считает, что возможность выбора на рынках города снизилась. Исключение составляет рынок медицинских услуг – 26 % указали, что на этом рынке снизилась возможность выбора.

Оценить ситуацию с уровнем цен, качеством товаров и услуг, возможностью выбора на рынках подавляющая часть (30,7 %) потребителей затруднились.



Рисунок 32 – Результаты ответов потребителей на вопрос «Как, по вашему мнению, изменилось количество организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках Оренбургской области в течение последних трех лет», %

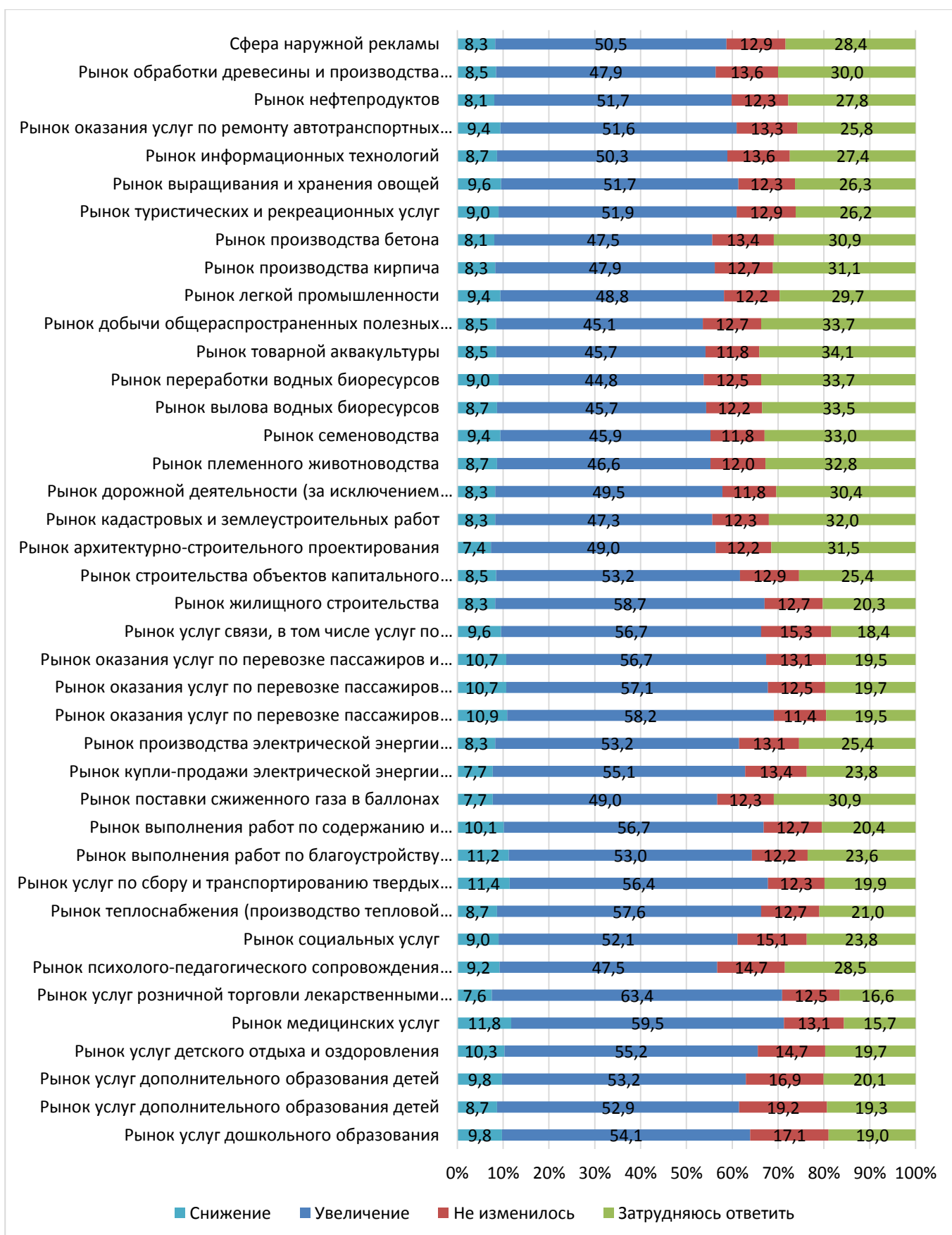


Рисунок 33 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, как, по Вашему мнению, изменился уровень цен на товары и услуги на рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет», %

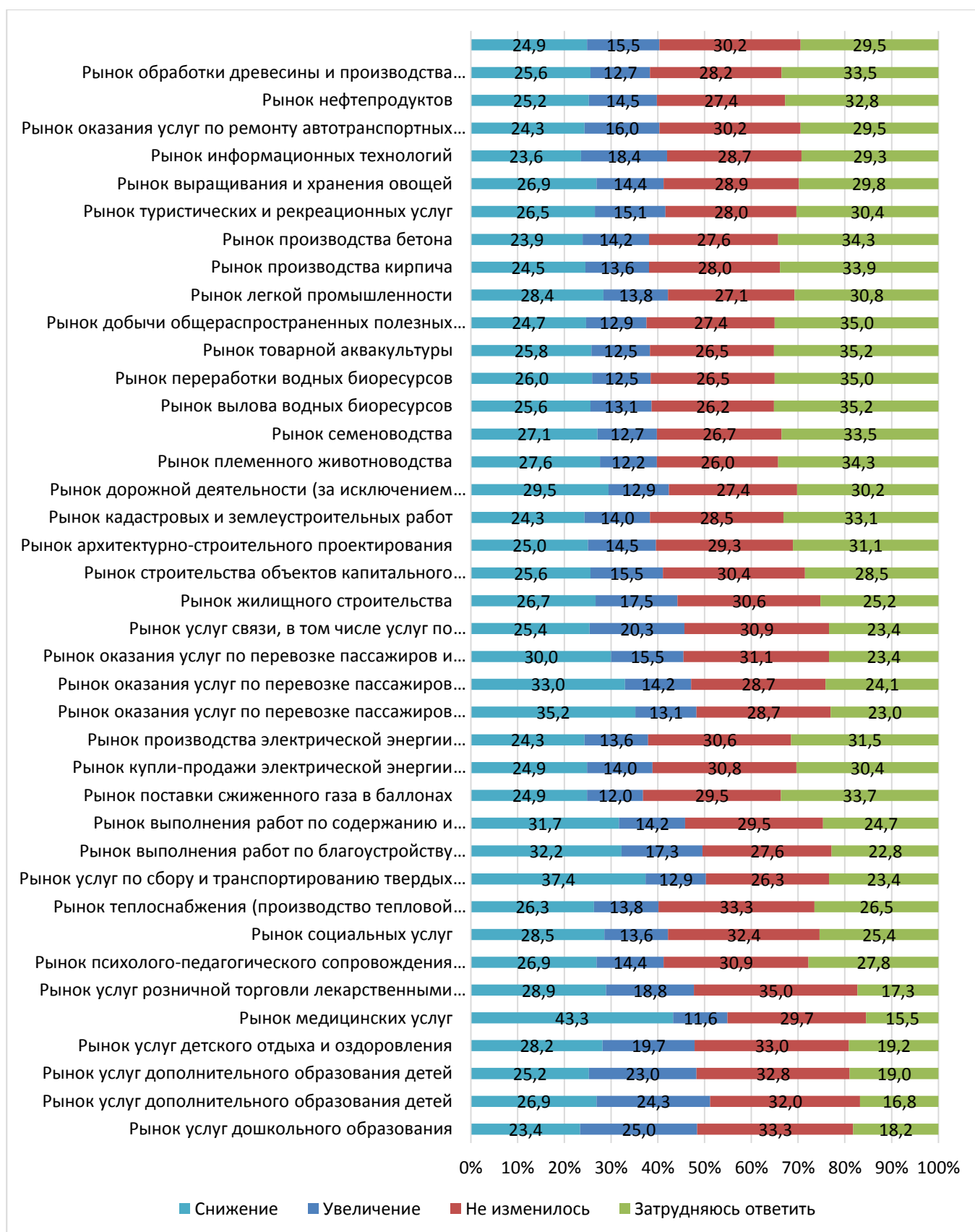


Рисунок 34 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, как, по вашему мнению, изменилось качество товаров и услуг на следующих рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет», %

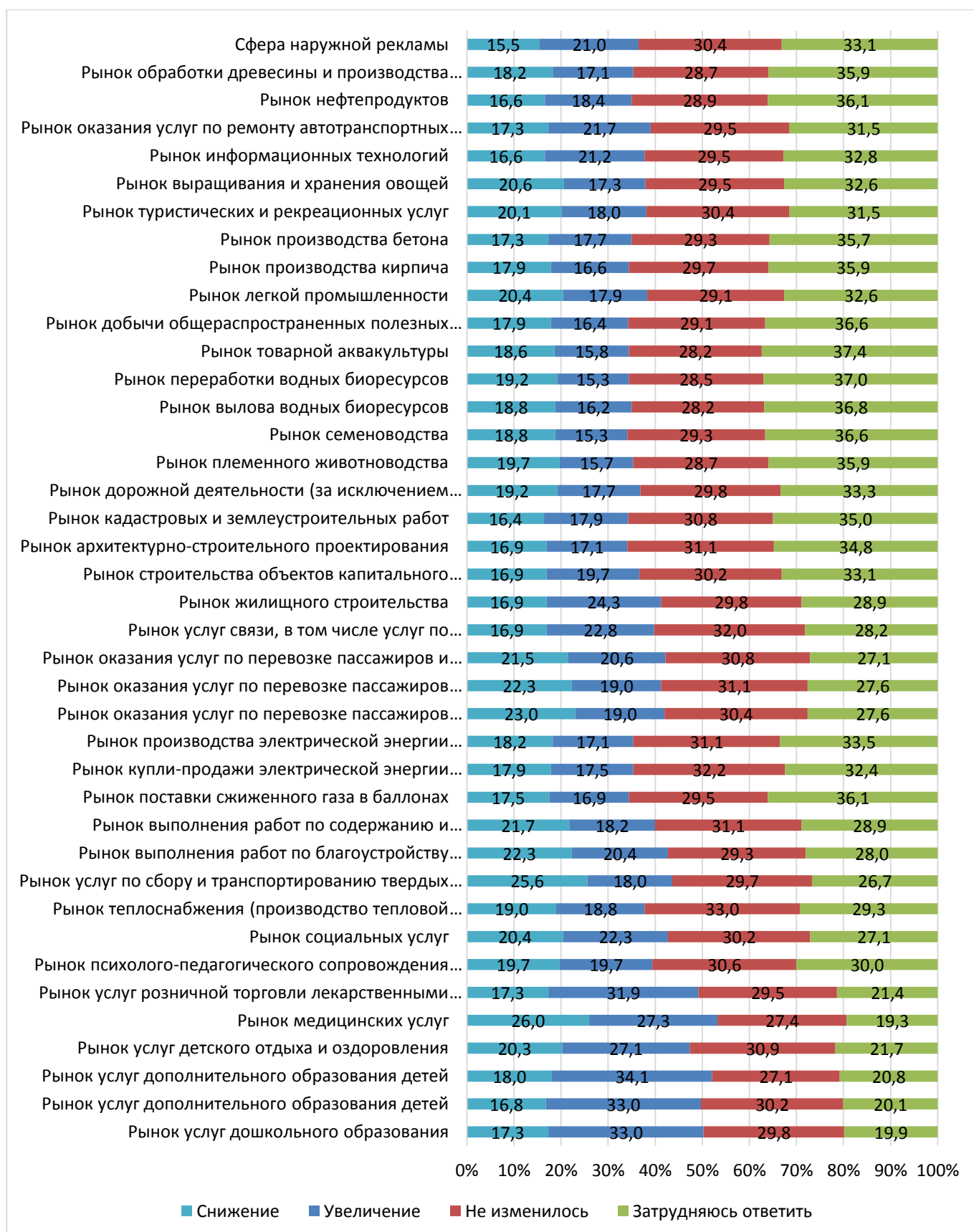


Рисунок 35 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, как, по Вашему мнению, изменилась возможность выбора товаров и услуг на следующих рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет?», %



**Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на товарных рынках МО «город Оренбург» и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Министерством экономического развития, промышленной политики и торговли Оренбургской области и Администрацией города Оренбурга**

Субъекты предпринимательской деятельности оценили качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения.

Результаты представлены на рисунке 36.

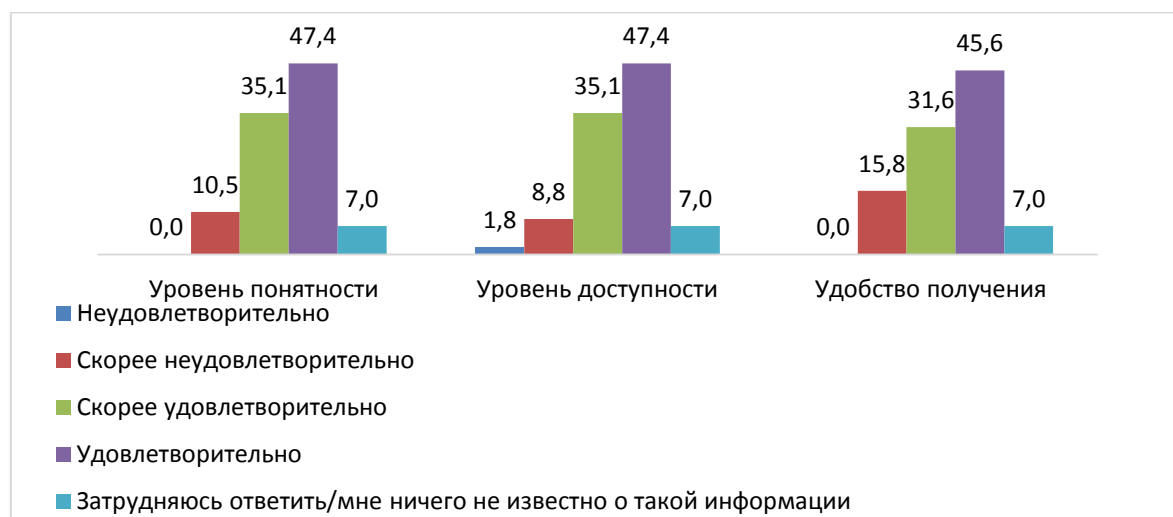


Рисунок 36 – Распределение ответов представителей бизнеса по оценке качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения, 2021 год, %

В сравнении с предыдущим 2020 годом субъекты предпринимательской деятельности оценивают динамику работы с информацией как удовлетворительную, по их мнению она стала более доступной, понятной, способы ее получения стали более удобными (см. рисунок 37).

На основании проведенного опроса выявлено, что больше половины из них периодически пользуются официальной информацией в своей деятельности. Это показывает общую удовлетворенность информацией и ее востребованность.



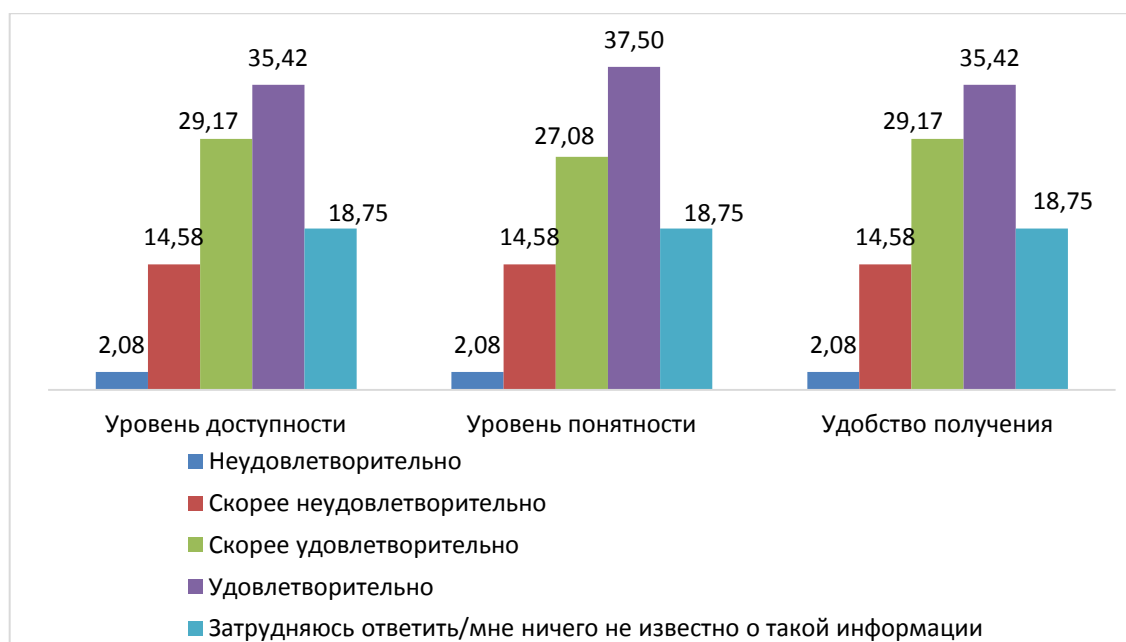


Рисунок 37 – Распределение ответов субъектов предпринимательской деятельности по оценке качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения, 2020 год, %

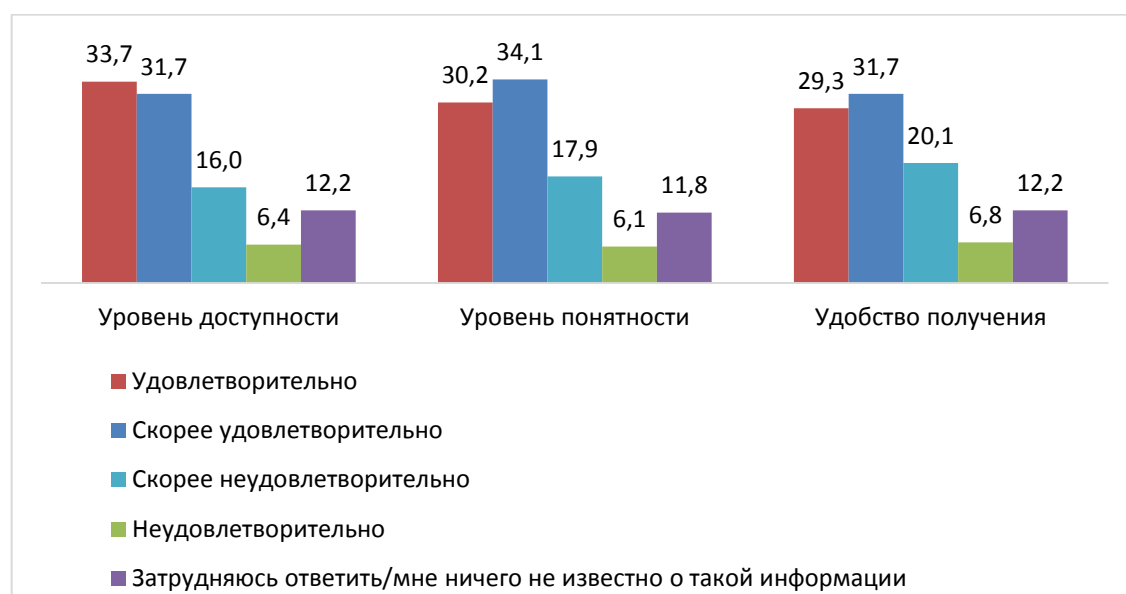


Рисунок 38 – Распределение ответов потребителей по оценке качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения, 2021 год, %

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, большинство потребителей оценили «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» (см. рисунок 38).

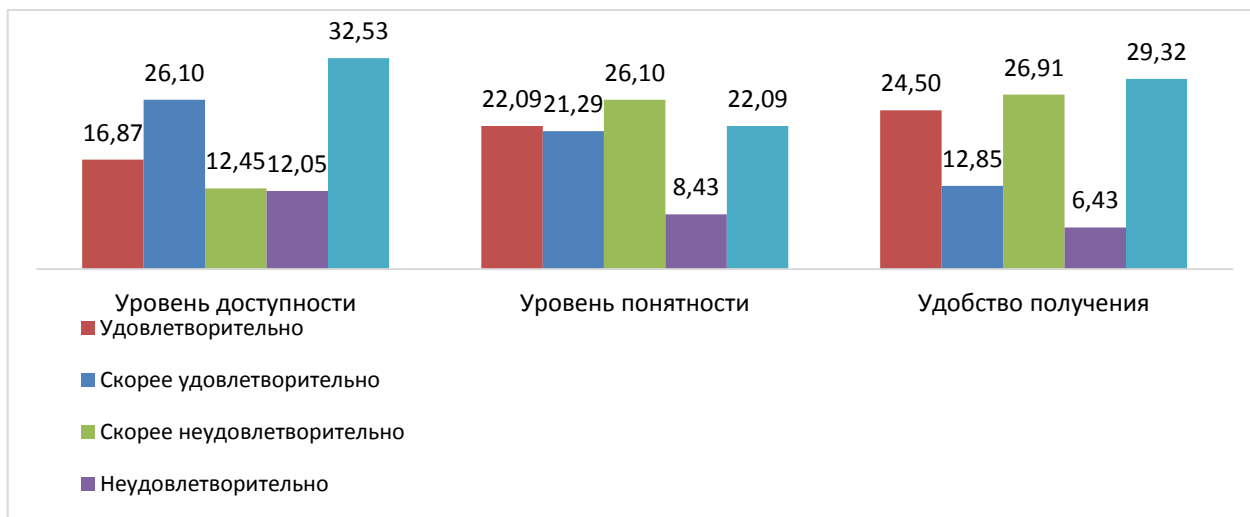


Рисунок 39 – Распределение ответов потребителей по оценке качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения, 2020 год, %

Анализируя результаты опроса потребителей, можно отметить, что значительная часть потребителей удовлетворительно или скорее удовлетворительно оценивают уровень доступности (65,4 %), уровень понятности (64,4 %) и удобство получения (61 %) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещенной в открытом доступе.

Результаты опроса представителей бизнес-сообщества по источникам информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, которыми она предпочитает пользоваться и доверяют больше всего, представлены на рисунке 40. Основываясь на результатах опроса, можно сделать вывод о том, что большинство респондентов (61,4 %) предпочитают использовать официальную информацию, размещенную на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а доверяют больше всего официальной информации, размещенной на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (19,3 %). Минимальное количество опрошенных (1,8 %) доверяют другим источникам получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции.



Рисунок 40 – Распределение ответов субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Укажите, какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?», %

Результаты опроса потребителей по аналогичному вопросу позволяют сделать вывод о том, что значительная часть респондентов предпочитает пользоваться официальной информацией, размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (67,2 %) и больше всего ей доверяют (53,8 %) (рисунок 41).

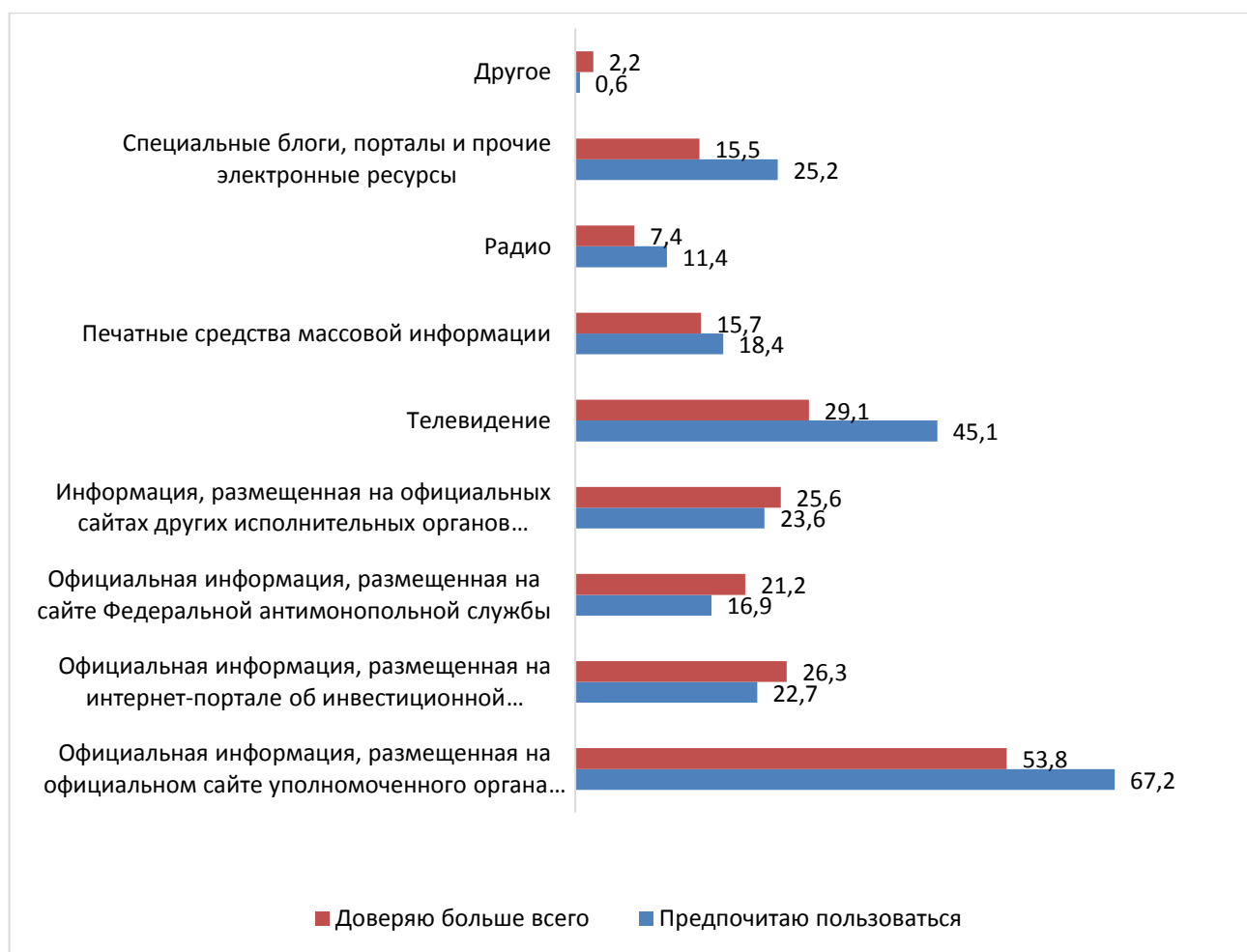


Рисунок 41 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Укажите, какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?», %

Ответы субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Оцените, пожалуйста, на Ваш взгляд, полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции?» распределились следующим образом: значительная часть респондентов считает удовлетворительной или скорее удовлетворительной полноту размещенной информации по критериям, перечисленным на рисунке 42.

Потребители при ответе на аналогичный вопрос в большинстве (32,3 %) считают полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции удовлетворительной и скорее удовлетворительной (рисунок 43).

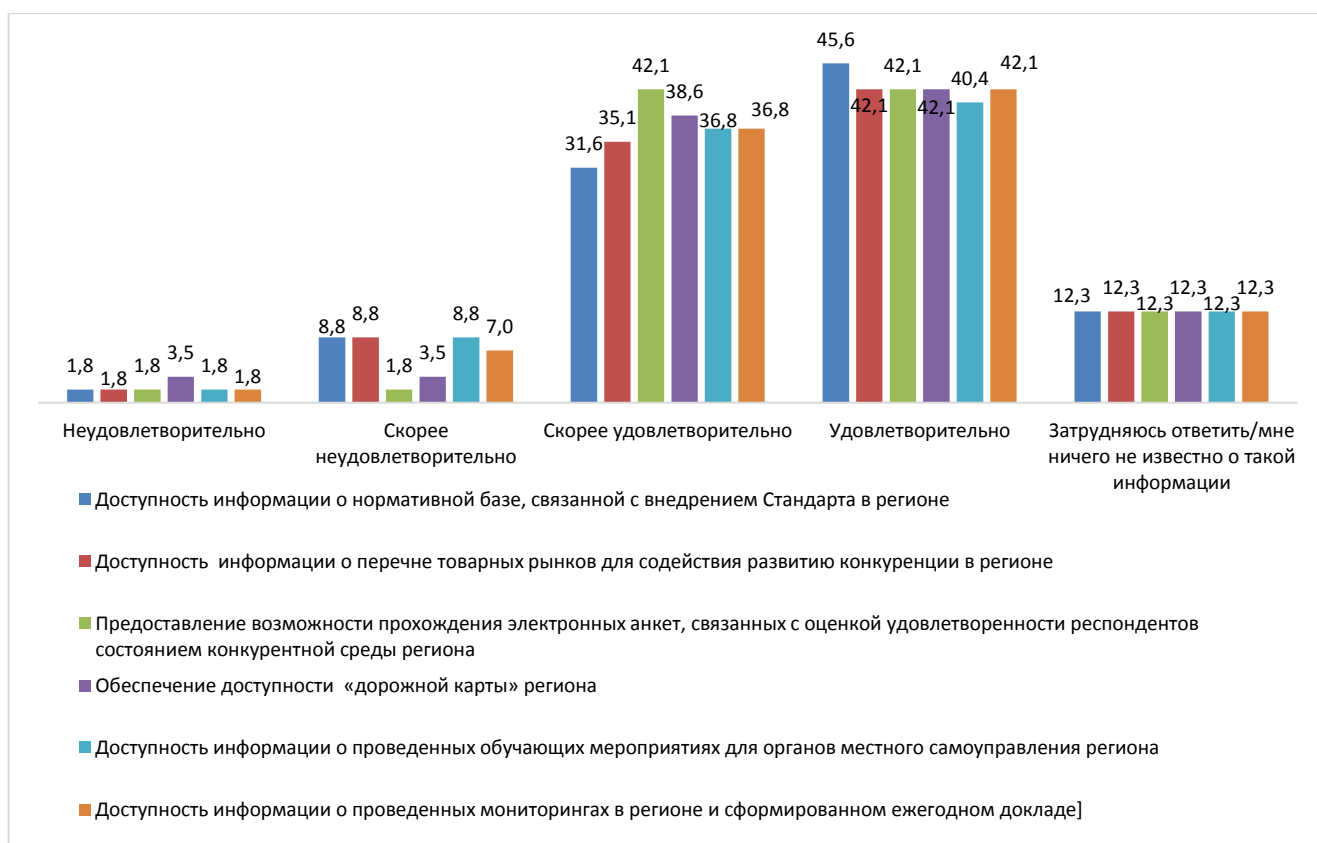


Рисунок 42 – Распределение ответов субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Оцените, пожалуйста, на Ваш взгляд, полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции?», %

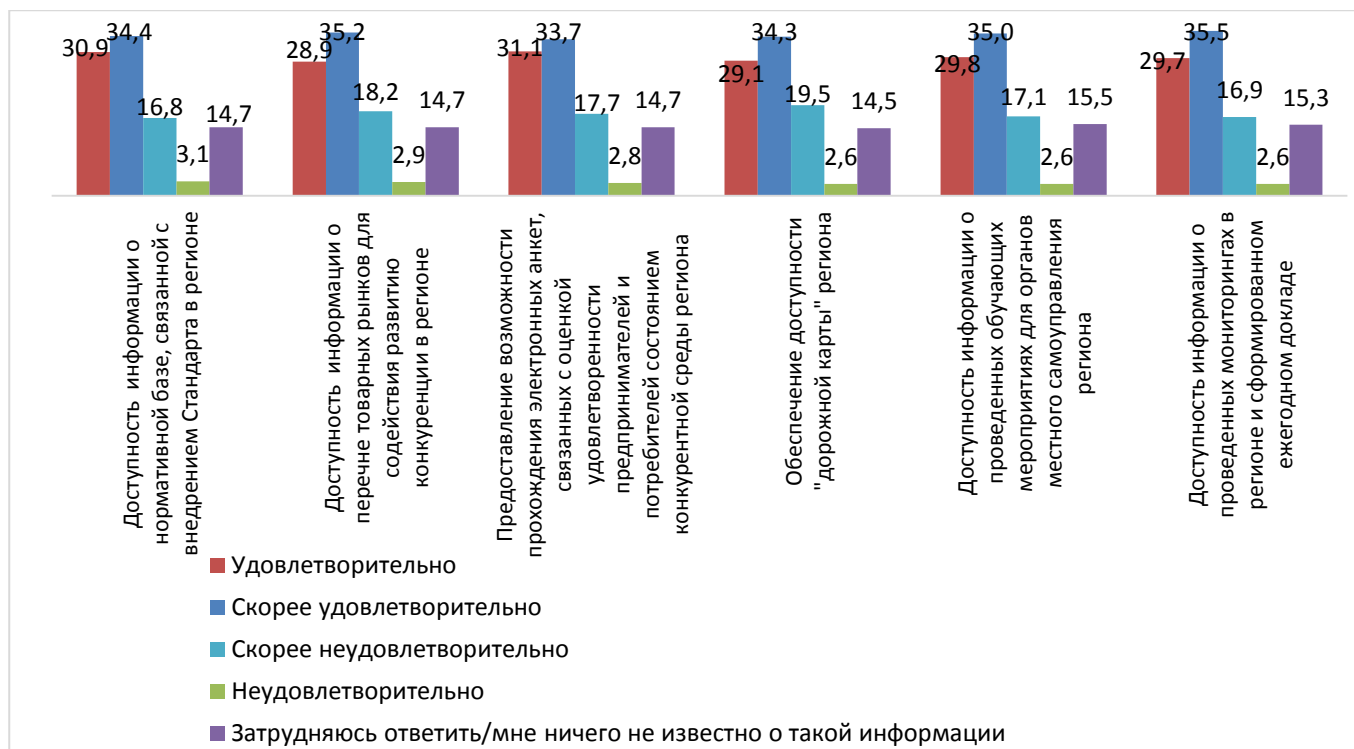


Рисунок 43 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Оцените, пожалуйста, на Ваш взгляд, полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции?», %

### Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории МО «город Оренбург»

Характеристики услуг субъектов естественных монополий в Оренбургской области по срокам получения доступа респонденты оценили следующим образом (см. рисунок 44):

– Водоснабжение и водоотведения: оценка «удовлетворительно» составила 56,1 %, оценка «скорее удовлетворительно» 28,1 %. В сравнении с предыдущим 2020 годом по срокам получения доступа к водоснабжению и водоотведению оценка «удовлетворительно» увеличилась на 1,9 %, оценка «скорее удовлетворительно» незначительно снизилась.

– Водоочистка: оценка «удовлетворительно» составила 49,1 %, оценка «скорее удовлетворительно» 33,3 %. В сравнении с предыдущим 2020 годом по срокам получения доступа к водоочистке оценка «удовлетворительно» увеличилась на 3,3 %, оценка «скорее удовлетворительно» увеличилась на 2 %.

– Газоснабжение: оценка «удовлетворительно» с 50 % в 2020 году имела незначительное снижение до 49,1 % в 2021 году, т.е. на 0,9 %, а оценка «скорее удовлетворительно» снизилась на 3,5 % и составила 29,8 %. Затруднились с ответом 12,3 % (в 2020 году 8,3 %).

– Электроснабжение: оценка «удовлетворительно» составила 52,6 %, что меньше чем в 2020 году на 1,6 %, «скорее удовлетворительно» увеличилась на 2,1 %. Оценка «скорее неудовлетворительно» увеличилась на 2,5 % в сравнении с предыдущим периодом (6,25 % в 2020 году).

– Теплоснабжение: оценка «удовлетворительно» увеличивается с 41,7 % в 2020 году (на 9,2 %) до 50,9 % в 2021 году, оценка «скорее удовлетворительно» сокращается на 3,5 %.

– Телефонная связь: оценку «удовлетворительно» поставили 54,4 % (в 2020 году 58,33 %), оценку «скорее удовлетворительно» – 35,1 % (в 2020 году 31,25 %), оценку «скорее неудовлетворительно» – 3,5 % (в 2020 году 2,08 %), затруднились с ответом 5,3 % респондентов. В целом в сравнении с предыдущим 2020 годом субъекты предпринимательской деятельности оценили сроки получения доступа к телефонной связи на том же уровне.

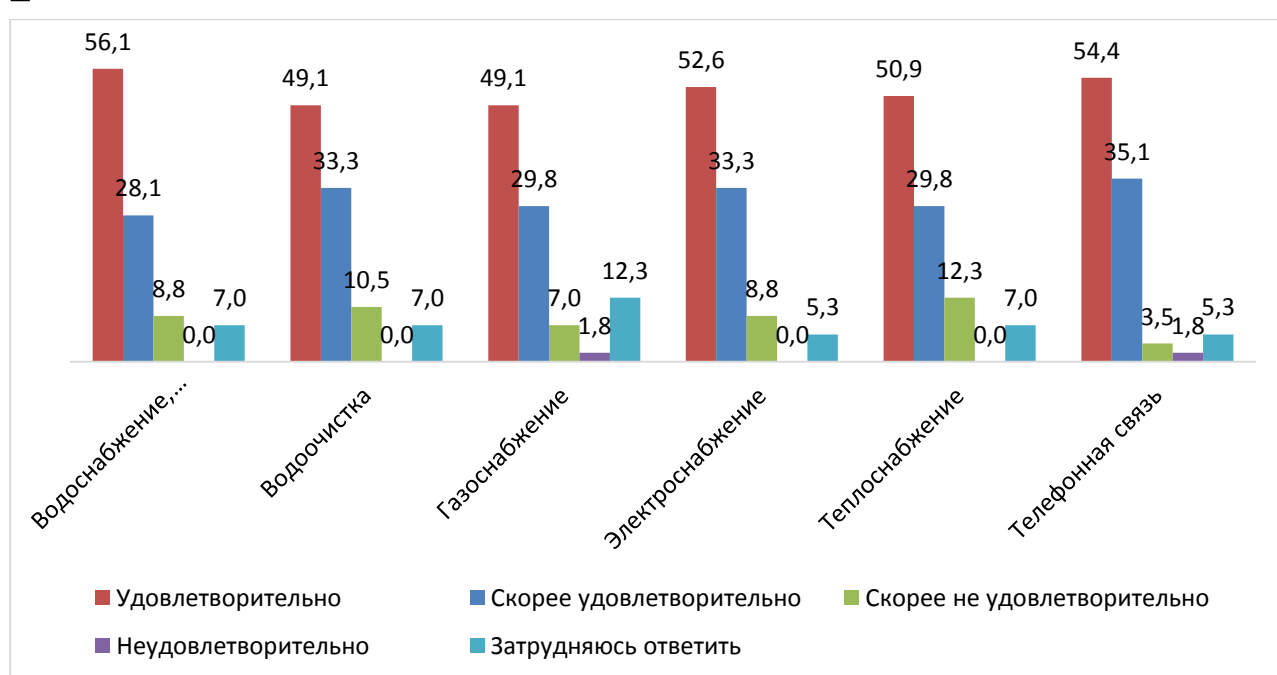


Рисунок 44 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по срокам получения доступа, 2021, %

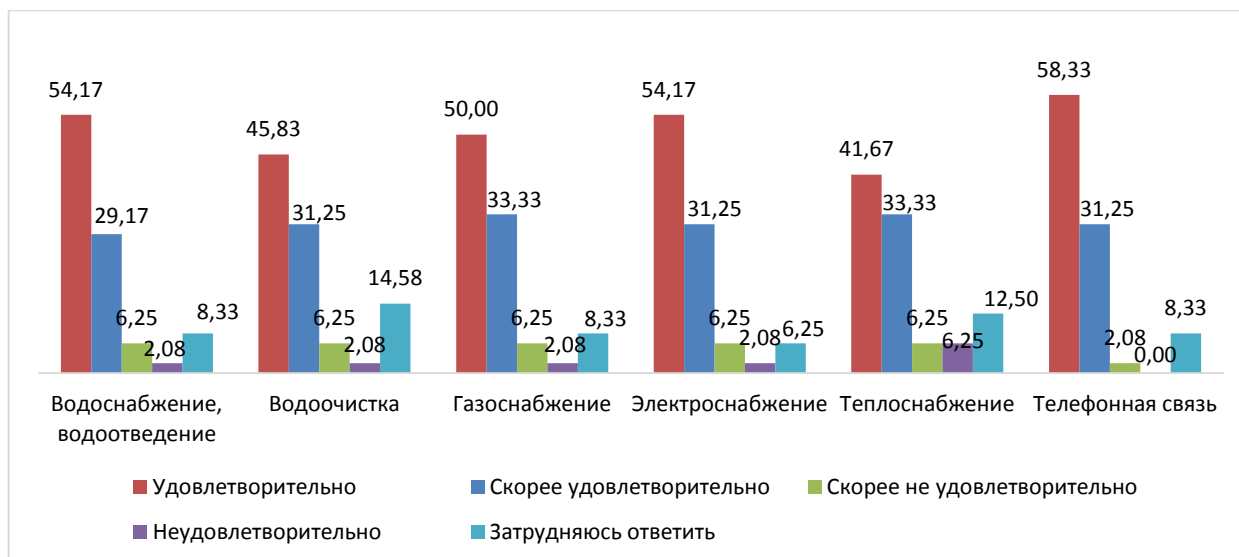


Рисунок 45 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по срокам получения доступа, 2020, %

Подавляющее большинство опрошенных «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» оценили услуги водоснабжения, водоотведения, газоснабжения, электроснабжения, теплоснабжения и телефонной связи по срокам получения доступа (процент опрошенных варьирует от 78 % до 89,5 %).

По сложности (количеству) процедур подключения оценка «удовлетворительно» увеличилась по всем направлениям деятельности кроме газоснабжения (здесь снижение на 9 %), электроснабжения (снижение на 10,7 %), теплоснабжения (снижение на 2,8 %) в сравнении с предыдущим периодом, оценка «скорее удовлетворительно» – увеличилась по сравнению с 2020 годом по всем направлениям, кроме телефонной связи (снижение на 2,1 %), оценка «неудовлетворительно» – сократилась (см. рисунок 46).

По критерию стоимости услуг субъектов естественных монополий в Оренбургской области (см. рисунки 47, 48): оценка «удовлетворительно» увеличилась по всем направлениям деятельности в сравнении с предыдущим 2020 годом, так же, как и оценка «скорее удовлетворительно» осталась на уровне предыдущего. Оценки «скорее не удовлетворительно» и неудовлетворительно осталась такой же, как и в 2020 году по всем направлениям, кроме электроснабжения.



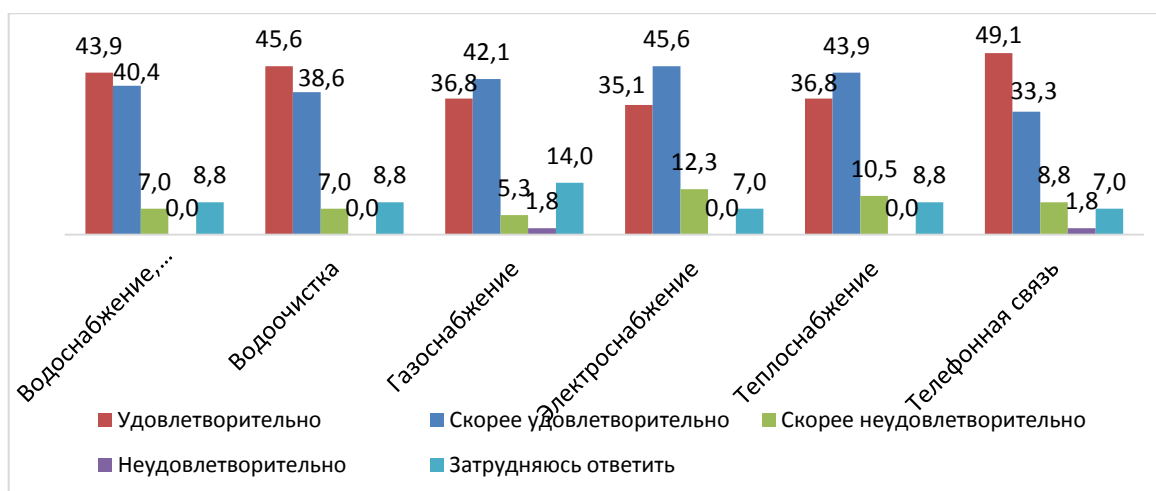


Рисунок 46 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по сложности (количеству) процедур подключения, 2021 %

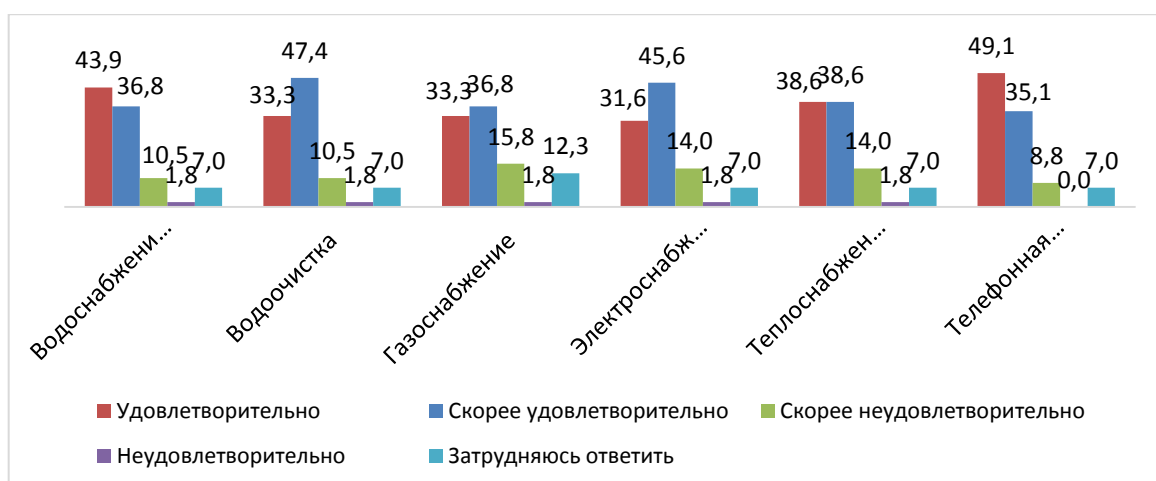


Рисунок 47 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по стоимости подключения, 2021, %

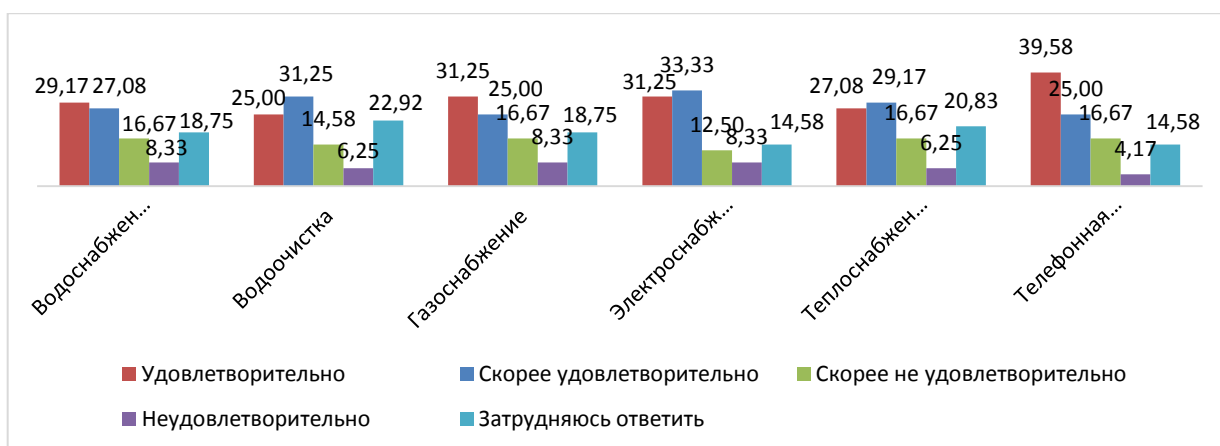


Рисунок 48 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по стоимости подключения, 2020, %

По стоимости подключения услуг большинство опрошенных предпринимателей удовлетворены или скорее удовлетворены их стоимостью: услуги телефонной связи (84,2 %), водоснабжение и водоотведение (80,7 %), водоочистка (80,7 %), электроснабжения (77,2 %), теплоснабжения (77,2 %) и услуги газоснабжения (70,1 %).

Ответы на вопрос: «С какими проблемами вы столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий?» представлены на рисунке 49.



Рисунок 49 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «С какими проблемами вы столкнулись при взаимодействии субъектами естественных монополий?»

Большинство респондентов не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий, или затруднились ответить (38,6 % и 36,8 % соответственно).

Характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области по критериям качество и уровень цен, представлены на рисунках 50, 51.

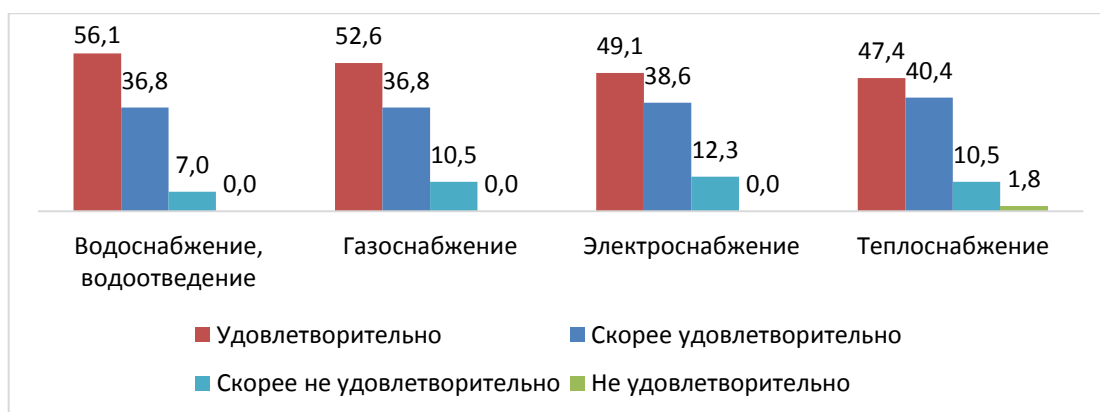


Рисунок 50 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «Оцените характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области по критерию качества», %

Большая часть представителей бизнеса (от 43,9 % 46,5 %) оценивают положительно качество услуг по присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области.

Больше половины опрошенных считает удовлетворительным качество услуги в электронном виде по техническому присоединению к водоснабжению, водоотведению и водоочистке (56,1 % и 52,6 % соответственно). Практически на одном уровне оценка удовлетворительно по техническому присоединению к электроснабжению и теплоснабжению (49,1% и 47,4 %). В среднем 51,3 % респондентов считают качество услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения удовлетворительным, 38,2 % – скорее удовлетворительным, 10,1 % – скорее не удовлетворительным, не удовлетворительным – 0,4.

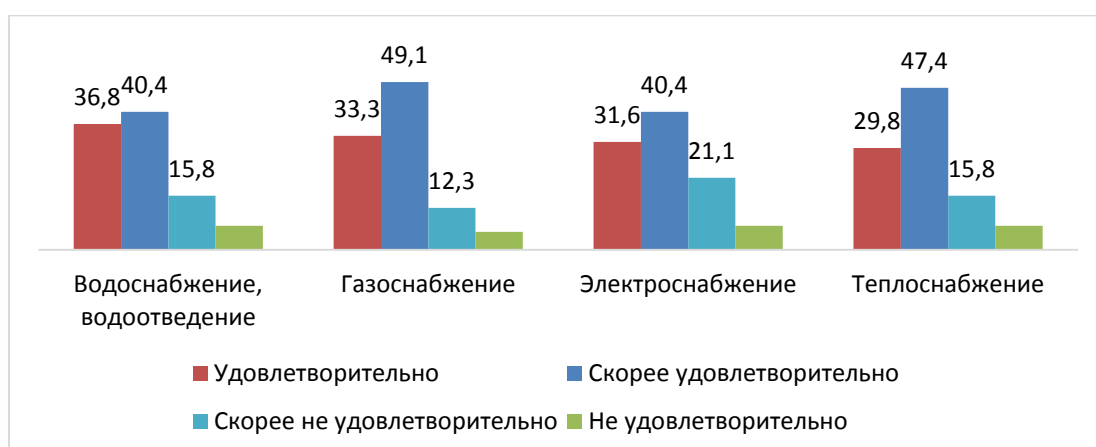


Рисунок 51 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «Оцените характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области по уровню цен», %

Большая часть респондентов (от 36 % до 41 %) считают уровень цен на услуги субъектов естественных монополий удовлетворительным или скорее удовлетворительным. Большая часть респондентов (44,3 %) считает скорее удовлетворительным уровень цен на услуги по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения, 32,9 – удовлетворительным, 16,2 % – скорее неудовлетворительным, 6,6 % – не удовлетворительным.



Рисунок 52 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «Сталкивались ли вы с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса, который Вы представляете?», %

При ответе на вопрос: «Сталкивались ли вы с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса, который Вы представляете?», 40,4 % опрошенных не сталкивались с дискриминацией ответили «нет», 38,6 % – затруднились ответить, 10,5 % – акты органов государственной власти субъектов РФ, которые вводят ограничения в отношении создания хозяйствующих субъектов, осуществления ими отдельных видов деятельности 5,3 % – продажа товара только в определенном ассортименте, продаже в нагрузку, разные условия поставки, 5,3 % – ценовая дискриминация; 1,8 % – отсутствие организации проведения торгов на право заключения договоров в случаях, когда законодательство требует их.

Динамика характеристик услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области за последние 3 года по качеству и уровню цен представлена на рисунках 53 и 54.

Анализируя полученные результаты можно сказать, что большая часть представителей бизнес-сообщества считают, что за последние 3 года качество услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий не изменилось (48,7 %). 30,3 % респондентов считают, что качество вышеописанных услуг улучшилось и 21,1 % – что качество ухудшилось.



Рисунок 53 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «Оцените, как изменились характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в оренбургской области за последние 3 года по качеству», %

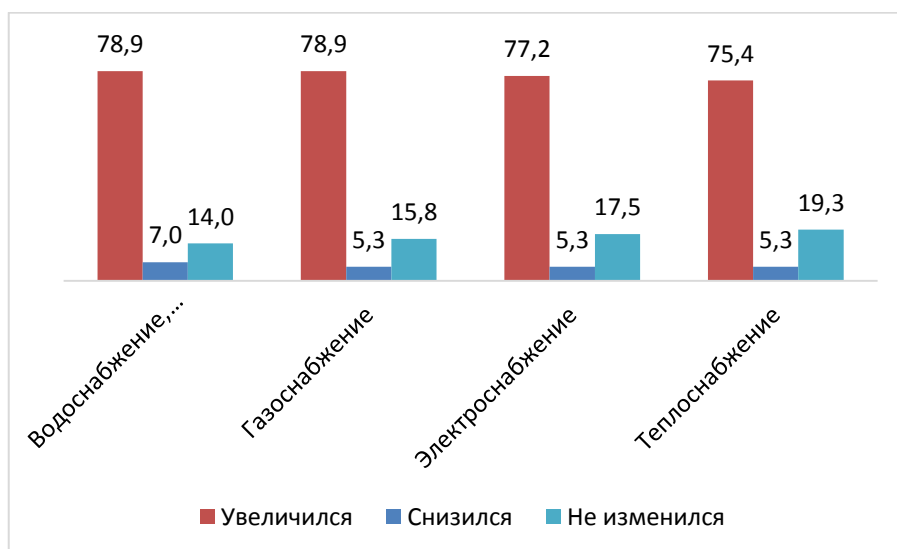


Рисунок 54 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «Оцените, как изменились характеристики услуг по техническому присоединению

к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области за последние 3 года по уровню цен», %

Рост уровня цен на услуги по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде за последние 3 года отметили 77,6 % респондентов, отсутствие изменений – 16,7 %, снижение – 5,7 %.

Подавляющее большинство представителей бизнеса (80,7 %) не обращались в контрольно-надзорные органы с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров в течение последних 3 лет (рисунок 55). 7 % обратившихся в вышеуказанные органы удалось отстоять свои права и столько же обратившихся не смогли решить свой вопрос с помощью контрольно-надзорных органов. 5,3 % респондентов удалось частично отстоять свои права, у 1,8 % респондентов, обратившихся в контрольно-надзорные органы, вопрос завис на рассмотрении

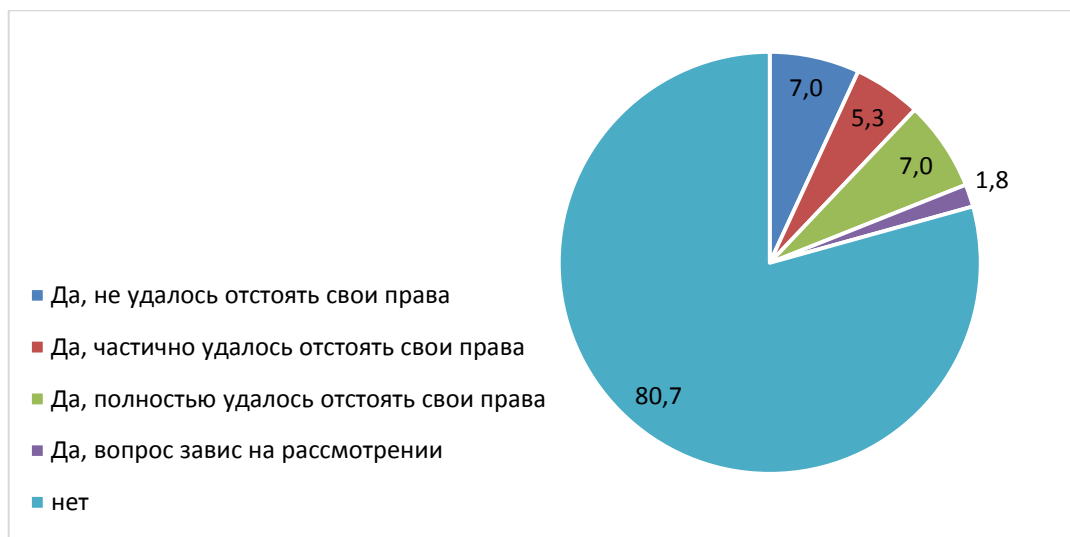


Рисунок 55 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «Обращались ли Вы в контрольно-надзорные органы с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров за последние 3 года?», %

Похожая ситуация сложилась в прошедшем году с обращениями в надзорные органы за защитой прав потребителей (рисунок 56). Большая часть респондентов (87,2 %) не обращались в надзорные органы. 4,4 % – обращались, не удалось отстоять свои права, 3,5 % – обращались, частично удалось отстоять свои права, 2 % потребителей полностью отстояли свои права, 1,8 % – обращались, но «вопрос завис на рассмотрении».



Рисунок 56 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Обращались ли Вы в отчетном году в надзорные органы за защитой прав потребителей?», %



Рисунок 57 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «В какие контрольно-надзорные органы Вы обращались с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров за последние 3 года?», %

Более 60 % предпринимателей при ответе на вопрос «В какие контрольно-надзорные органы Вы обращались с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров за последние 3 года?» выбрали вариант «не было обращений». 12,3 % обращались в суд, 5,3 % в общественные организации, 3,5 % обращались в органы местного самоуправления, 3,5 % – в Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области, 1,8 % – в государственные органы власти, 1,8 % – в прокуратуру, и 1,8 % обращались

в Аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Оренбургской области (рисунок 57).

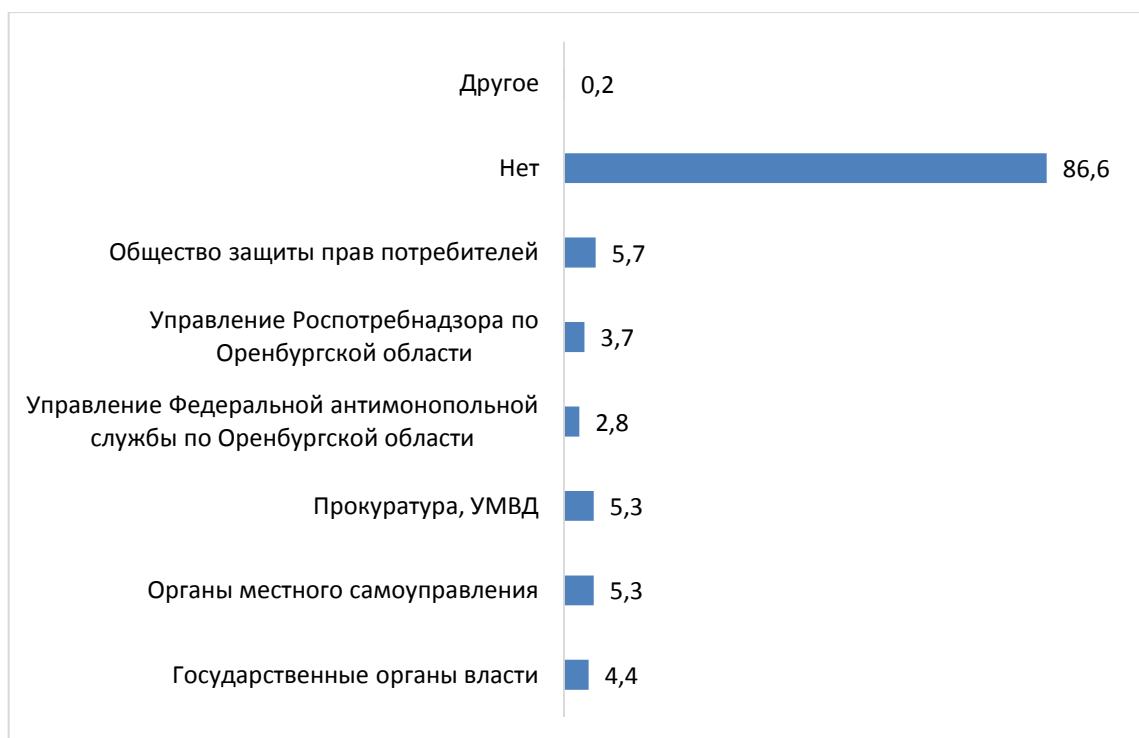


Рисунок 58 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «В какие надзорные органы в отчетном году Вы обращались за защитой прав потребителей?», %

Большая часть опрошенных потребителей (86,6 %) в отчетном году не обращалась в надзорные органы. В Общество защиты прав потребителей обращались 5,7 % респондентов, 5,3 % обращались в органы местного самоуправления, 5,3 % – в прокуратуру и УМВД, 4,4 % – в государственные органы власти, 3,7 % – в Управление Роспотребнадзора по Оренбургской области, 2,8 % – в УФАС по Оренбургской области (рисунок 58).

#### **Мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг в сфере финансовых услуг**

В отчетном году представители бизнеса из доступных финансовых услуг (депозитные операции) предпочитали использовать банковский вклад. Не использовались совсем или недостаточно активно такие финансовые услуги как: брокерский счет; вложение средств в паевой инвестиционный фонд (рисунок 59). В среднем 67,8 % предпринимателей в отчетном году не пользовались финансовыми услугами.





Рисунок 59 – Распределение ответов на вопрос «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %

Причины, по которым большинство финансовых услуг (по депозитным операциям) не использовались субъектами предпринимательской деятельности, представлены на рисунке 60. Основная причина, которую указали предприниматели, это недостаток свободных денежных средств (35,1 % опрошенных). Следующая по упоминанию причина (8,8 %) – использование услуги другими членами семьи. Также были выбраны такие варианты, как: использую другие способы для размещения свободных денежных средств (покупка недвижимости, украшений, антиквариата) – 5,3 %; недоверие финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства – 3,5 %; предлагаемая процентная ставка слишком низкая – 1,8 %.

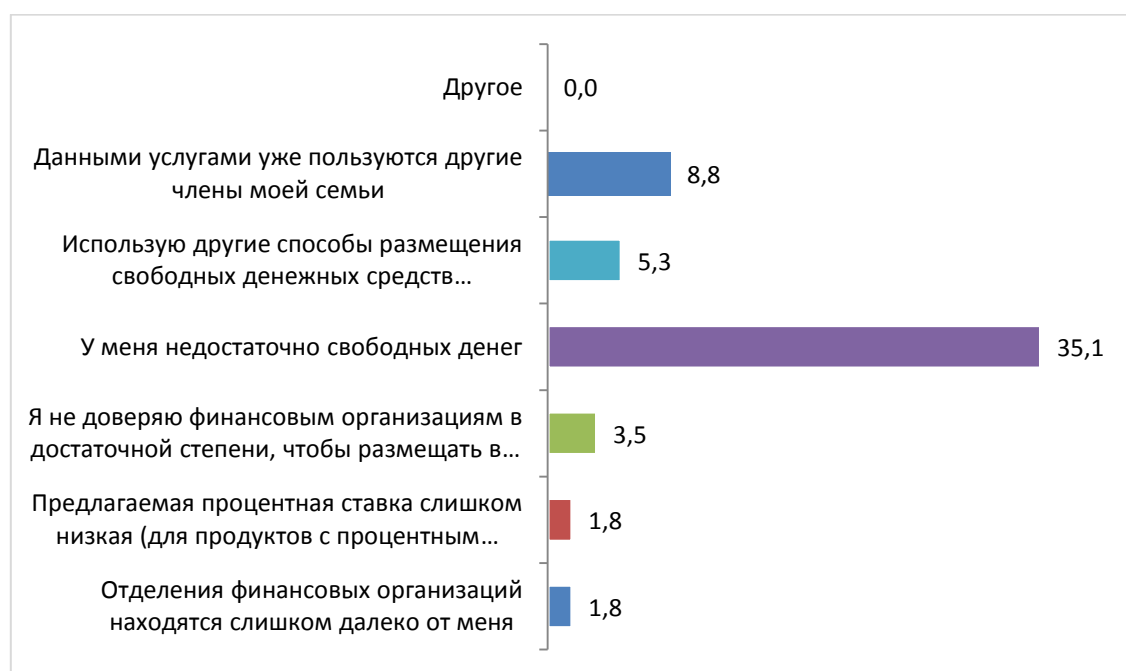


Рисунок 60 – Распределение ответов на вопрос: «Если Вы не пользовались за последние 12 месяцев ни одним из перечисленных в предыдущем вопросе

продуктов, отметьте высказывания, которые описывают причину отсутствия у Вас этих продуктов?

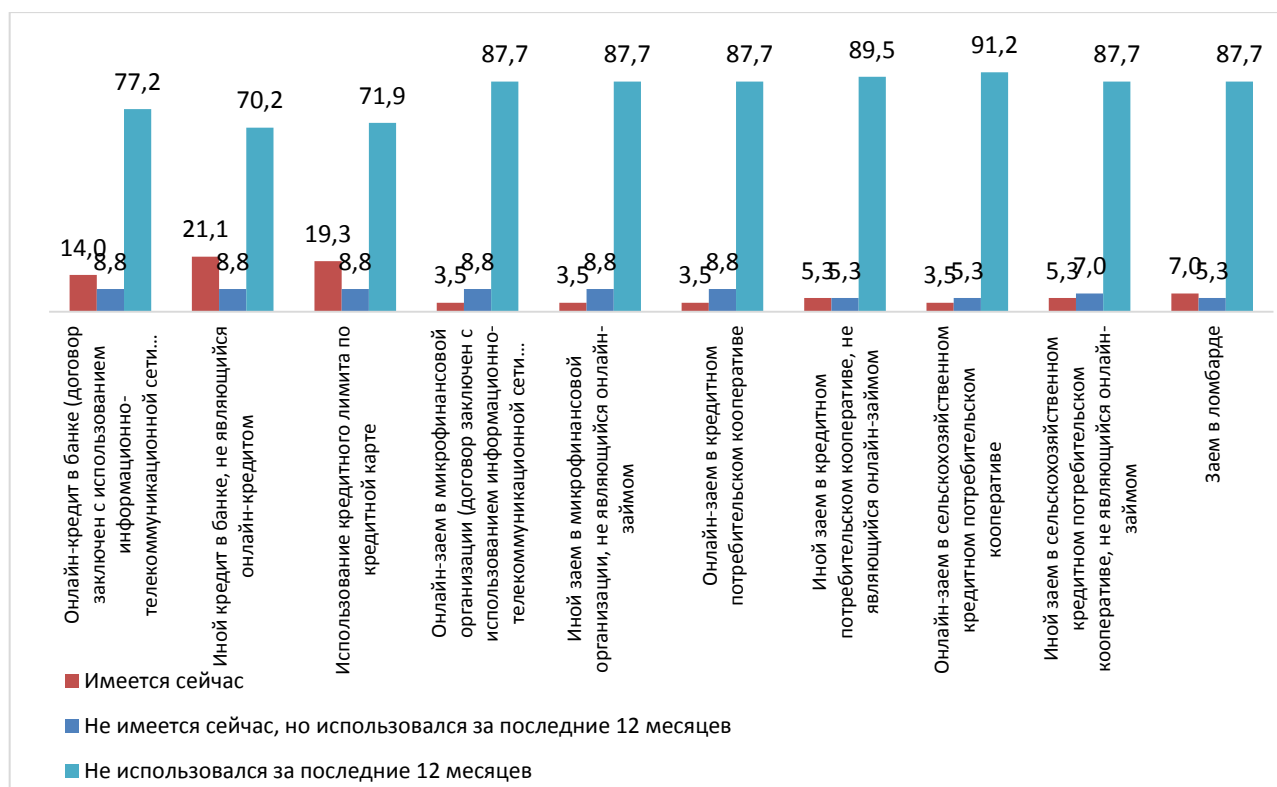


Рисунок 61 – Распределение ответов на вопрос: «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %

На рисунке 61 представлены ответы предпринимателей на вопрос «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?» (под финансовыми услугами подразумевались кредитные операции).

В 2021 году большинство предпринимателей (в среднем 83,9 %) не пользовались за последние 12 месяцев финансовыми услугами (кредитные операции). Предприниматели в основном пользовались кредитом в банке, не являющимся онлайн-кредитом (21,1 %); 19,3 % использовали кредитный лимит по кредитной карте; онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) использовали 14,0 % респондентов.



Рисунок 62 – Распределение ответов на вопрос: «Если Вы не пользовались за последние 12 месяцев ни одним из перечисленных в предыдущем вопросе продуктов, отметьте высказывания, которые описывают причину отсутствия у вас этих продуктов?», %

Причины, по которым представители бизнеса не пользовались в 2021 году финансовыми продуктами (по кредитным операциям) представлены на рисунке 62. Большая часть респондентов (5,3 %) «не доверяют финансовым организациям в достаточной степени, чтобы привлекать у них денежные средства». 3,5 % респондентов, не использовавшие финансовые услуги, отметили причину неуверенности в технической безопасности онлайн-сервисов финансовых организаций.

Половина опрошенных (51,3 %) в отчетном году пользовались дистанционным доступом к банковскому счету, из них: 63,2 % использовали денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через браузер), 54,4 % – денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специального мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета, 50,9 % – денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью планшета или смартфона, 36,8 % – денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона с помощью отправки смс-сообщений на короткий номер (рисунок 63).

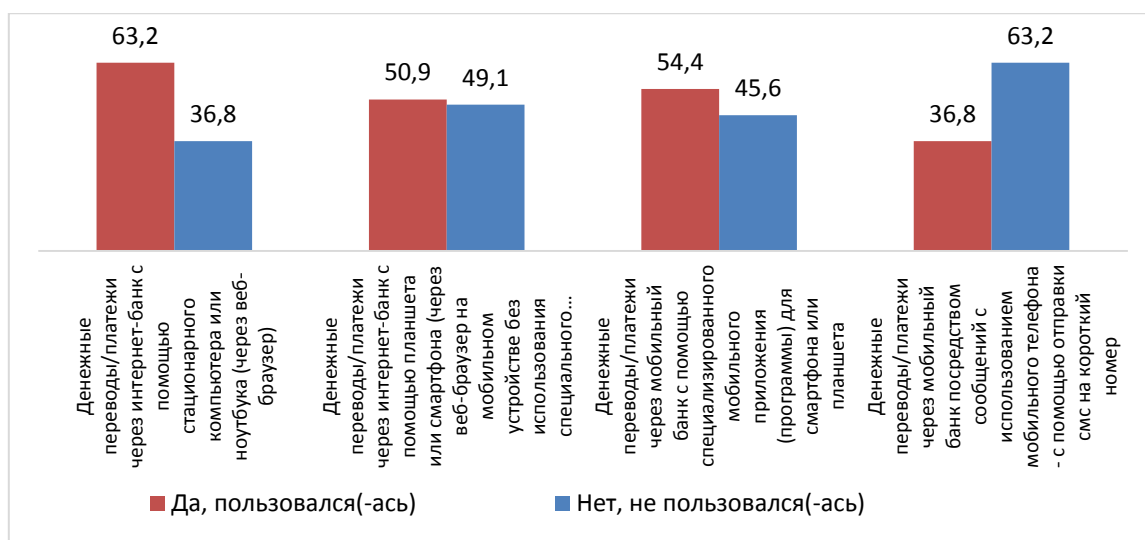


Рисунок 63 – Распределение ответов на вопрос: «Пользовались ли Вы следующими типами дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты) за последние 12 месяцев?», %

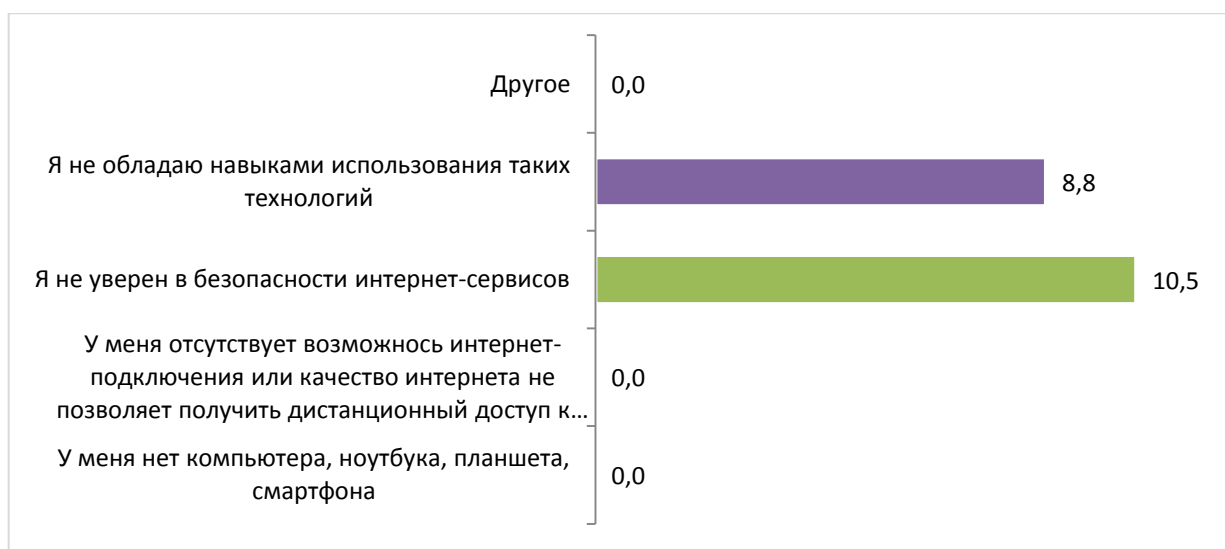


Рисунок 64 – Распределение ответов на вопрос: «Если Вы не пользовались за последние 12 месяцев ни одним из перечисленных в предыдущем вопросе типов дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты), отметьте высказывания, которые описывают причину отсутствия у вас этих типов дистанционного доступа?»

Основными причинами, по которым предприниматели не пользовались дистанционным доступом к банковскому счету (рисунок 64) 10,5 % опрошенных указали, что они не уверены в безопасности интернет-сервисов, 8,8 % не обладают навыками использования таких технологий.

Удовлетворенность работой/сервисом финансовых организаций при оформлении и/или использовании финансовых услуг или в любых других случаях представлена на рисунке 65.

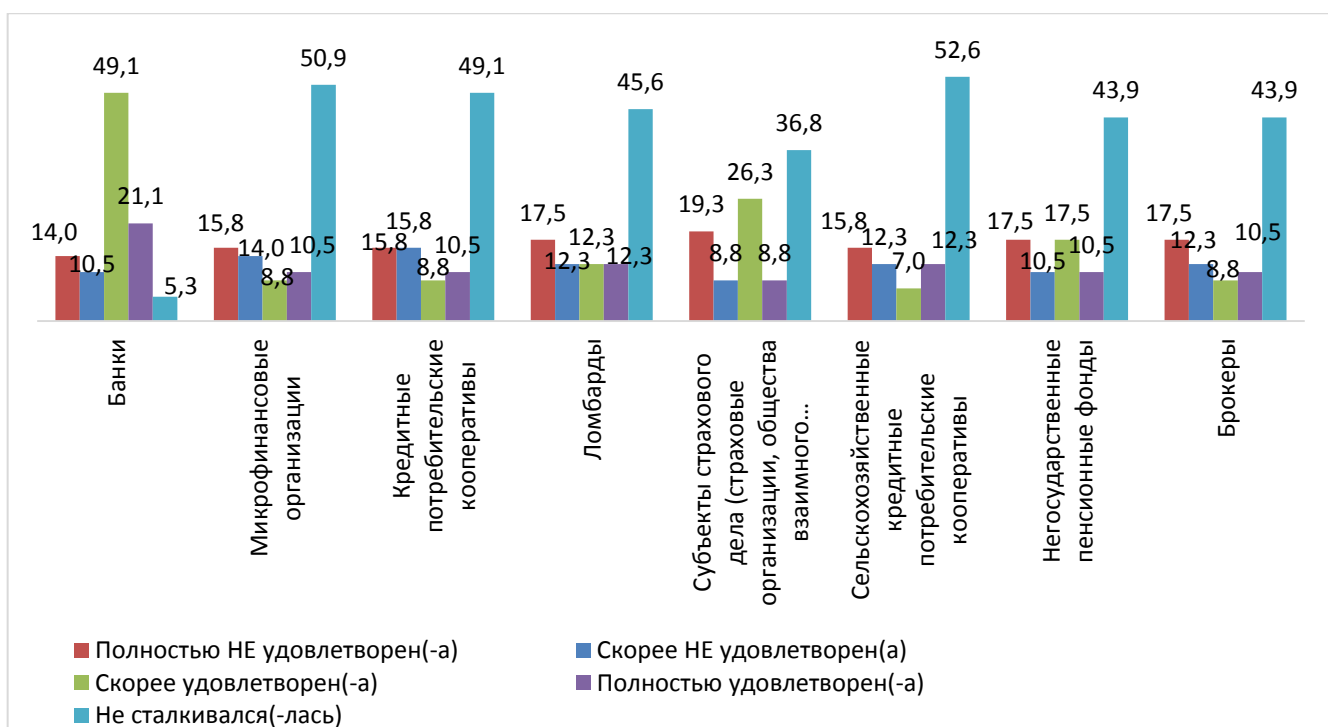


Рисунок 65 – Удовлетворенность работой/сервисом финансовых организаций при оформлении и/или использовании финансовых услуг или в любых других случаях, %

В среднем 41 % предпринимателей не сталкивались с работой финансовых организаций (банки, микрофинансовые организации, кредитные потребительские кооперативы, ломбарды, субъекты страхового дела, сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы, негосударственные пенсионные фонды, брокеры) при оформлении и использовании финансовых услуг или в любых других случаях. 12,1 % – полностью удовлетворены работой вышеуказанных финансовых организаций, 12,1 % респондентов скорее не удовлетворены, 17,3 % – скорее удовлетворены, 16,7 % – полностью не удовлетворены. Наиболее положительную оценку предприниматели дали работе/сервису банков (21,1 % опрошенных). Тем не менее, 14 % представителей бизнеса не удовлетворены работой/сервисом банков, 19,3 % – работой/сервисом субъектов страхового дела.

Ответы на вопрос «Насколько Вы удовлетворены следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда вы сталкивались с ними? (Если Вы ранее не сталкивались с такими организациями, укажите.)» представлены на рисунке 66.

Наибольшее количество опрошенных указали, что не сталкивались (40,8 %) с продуктами/услугами финансовых организаций. Скорее удовлетворены расчетными (дебетовыми) картами, 50,9 % опрошенных, переводами и платежами – 47,4 %, кредитами – 31,6 %. 21,1 % полностью удовлетворены расчетными (дебетовыми) картами, включая зарплатные, а также переводами и платежами (рисунок 66). Полностью не удовлетворены и скорее не удовлетворены продуктами/услугами банков 15,3 % и 8,7 % респондентов соответственно.

Анализируя данные, представленные на рисунке 66, можно сказать, что в основном представители бизнес-сообщества, положительно оценивают продукты/услуги финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда сталкивались с ними. Тем не менее, значительная часть респондентов не сталкивалась с обозначенными организациями (кроме банков).

Удовлетворенность предпринимательского сообщества инфраструктурой финансовых организаций в городе Оренбурга представлена рисунке 67. В среднем 28,3 % респондентов положительно оценивают имеющуюся инфраструктуру финансовых организаций. Больше всего предприниматели скорее удовлетворены качеством дистанционного банковского обслуживания и выбором различных банков для получения необходимых услуг, а также качеством мобильной и интернет связи (40,4 % и по 38,6 % соответственно). По 10,5 % опрошенных не удовлетворены имеющимся выбором брокеров, количеством и расположением негосударственных пенсионных фондов, выбором имеющихся микрофинансовых организаций и субъектов страхового дела.

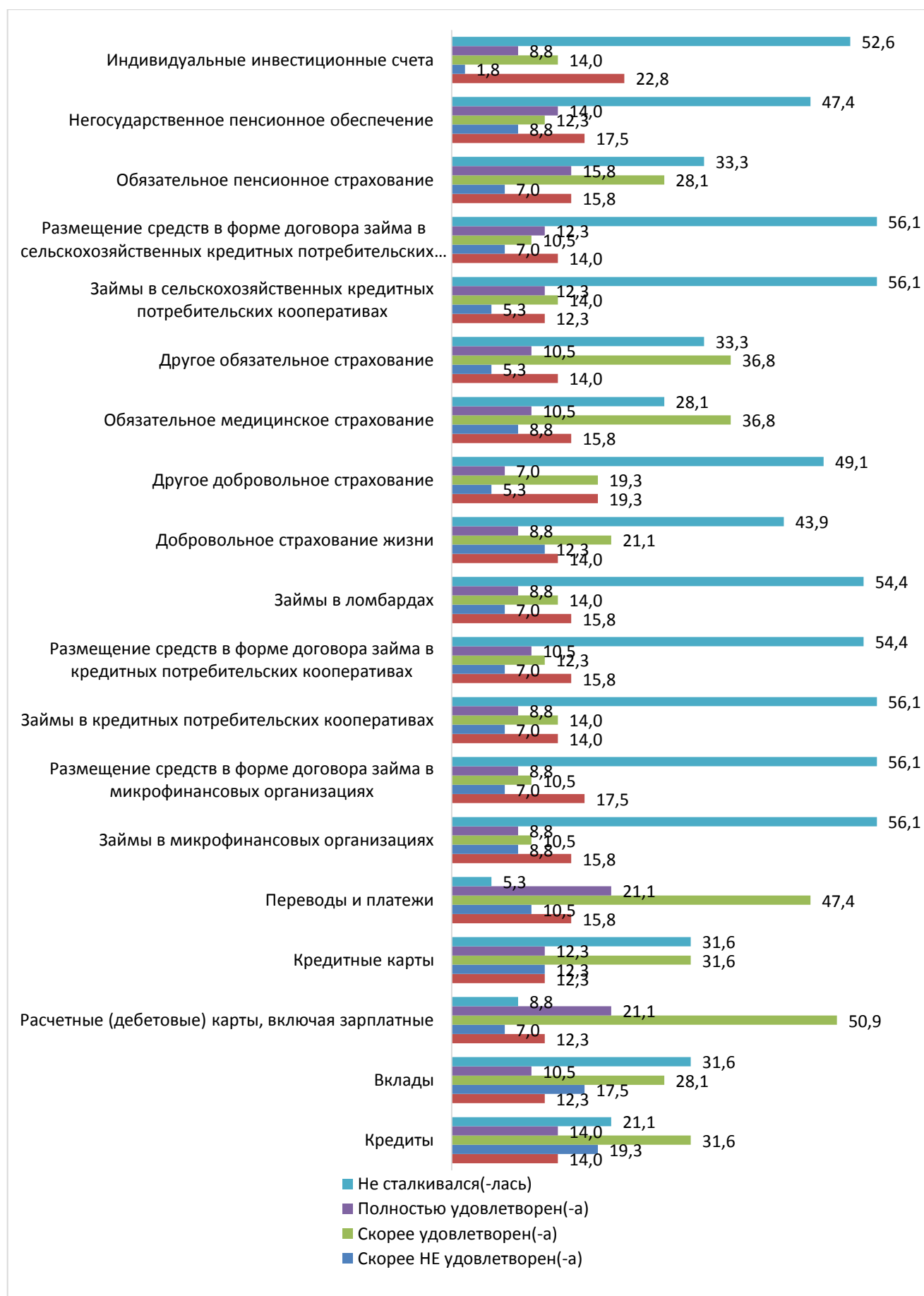


Рисунок 66 – Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их

оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда вы сталкивались с ними? (Если Вы ранее не сталкивались с такими организациями, укажите.)», %

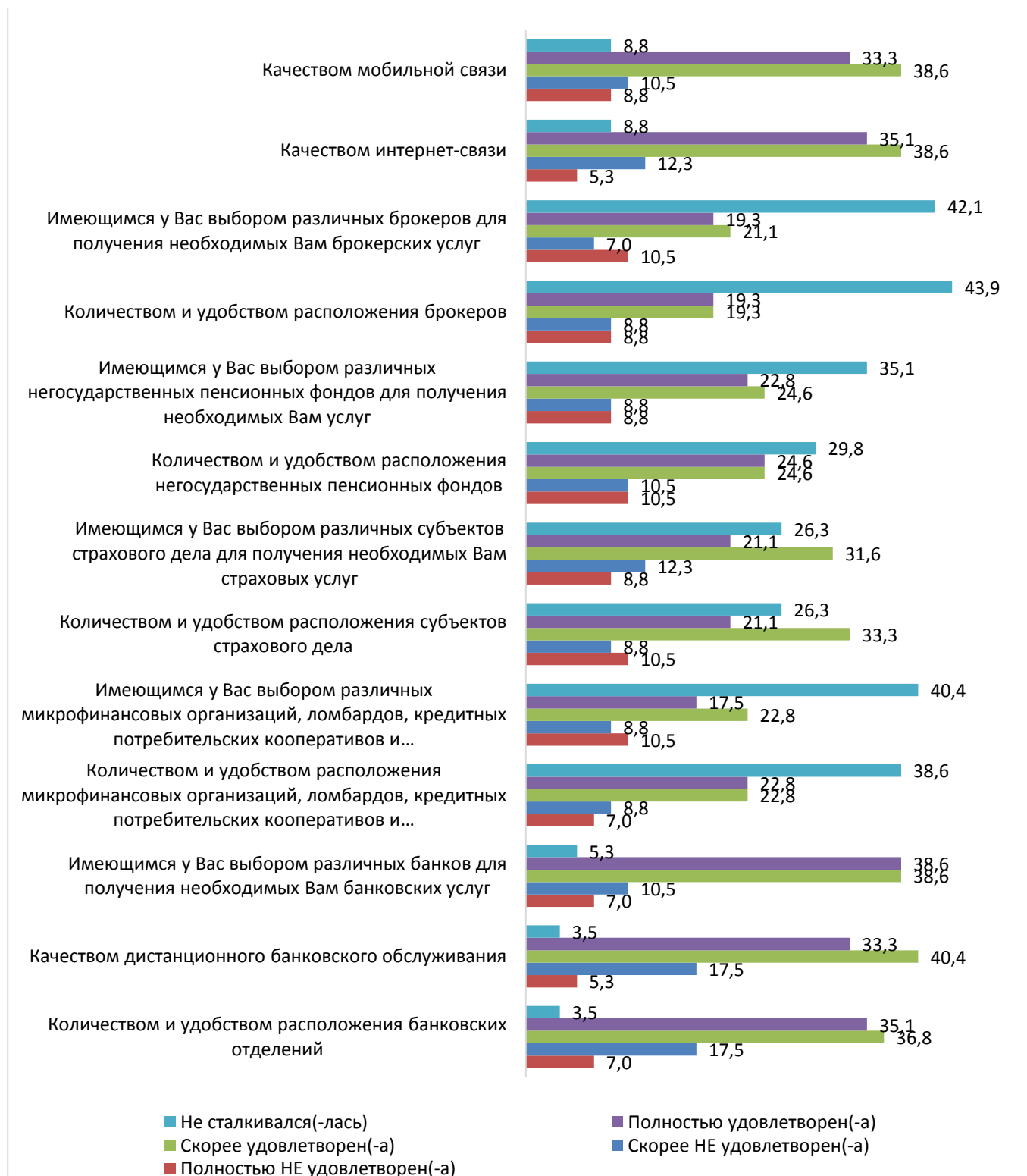


Рисунок 67 – Распределение ответов на вопрос: «Если говорить о Вашем населенном пункте, насколько вы удовлетворены...?», %



Для ответа на вопрос «Какие каналы обслуживания есть практически везде в Вашем населенном пункте, а каких не хватает?» респондентам для оценки было предложено использовать шкалу от 1 до 5, где 1 - практически не доступно, а 5 - легко доступно (рисунок 68).



Рисунок 68 – Распределение ответов на вопрос: «Какие каналы обслуживания есть практически везде в Вашем населенном пункте, а каких не хватает? Для оценки используйте шкалу от 1 до 5, где 1 - практически не доступно, а 5 - легко доступно», %

В основном предприниматели считают (67,8 %), что все каналы обслуживания (рисунок 68) легко доступны в городе Оренбурге. Противоположное мнение имеют 2,9 % (в 2020 году – 3,8 %) опрошенных, которые считают, что указанные каналы обслуживания практически не доступны.

Для значительной части предпринимателей (60,8 %), участвующих в опросе, использование указанных каналов обслуживания не требует много времени на доступ и ожидание (рисунок 69). Для 70,2 % банкомат или терминал (устройство без функции выдачи денежных наличных средств) вне отделения банка является самым быстрым каналом обслуживания.

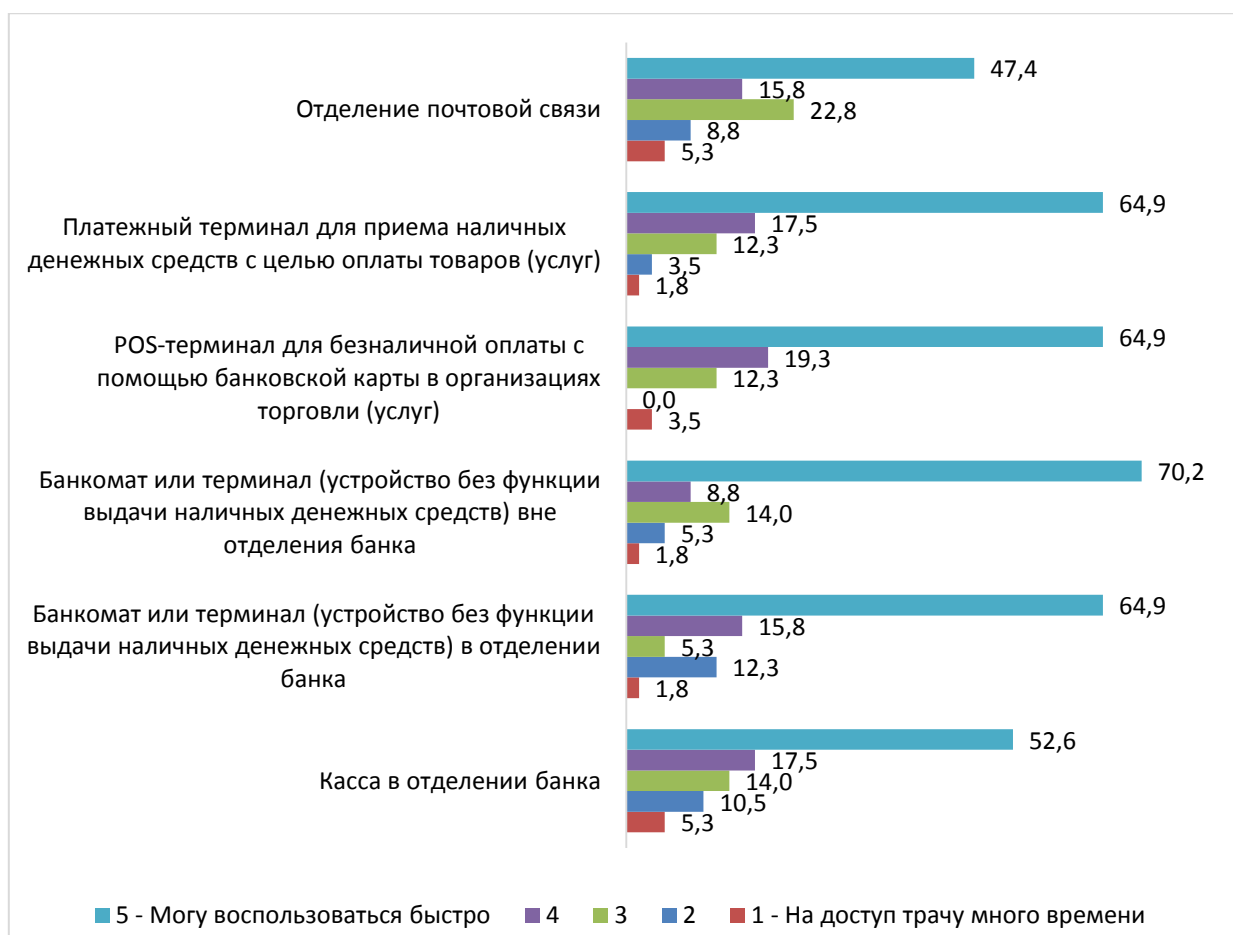


Рисунок 69 – Распределение ответов на вопрос: «Какими каналами Вы можете воспользоваться быстро, не тратя много времени на доступ к ним или на ожидание, а для каких требуется время? Для оценки используйте шкалу от 1 до 5, где 1 - на доступ трачу много времени, а 5 - могу воспользоваться быстро», %

На вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?» большинство респондентов (43,9 %) ответили, что умение принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг и нести ответственность за такие решения. Для 38,6 % предпринимателей это умение разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг. 35,1 % считают, что это умение эффективно управлять личными финансами (рисунок 70). Умение грамотно вести учет своих расходов и доходов для 29,8 % опрашиваемых и есть финансовая грамотность. 21,1 % под финансовой грамотностью подразумевают владение актуальной информацией о ситуации на финансовых рынках.

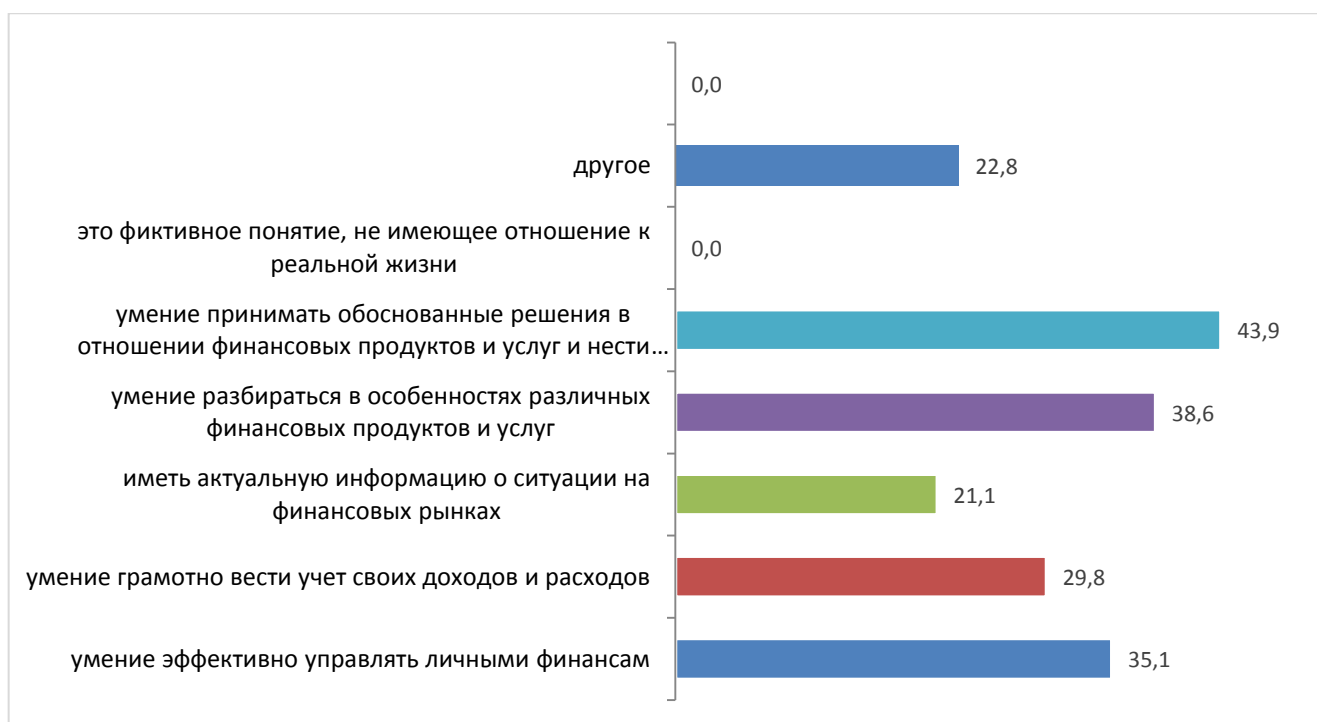


Рисунок 70 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?»»

Для повышения уровня своей финансовой грамотности большая часть предпринимателей (36,8 %) читает специализированную литературу, 35,1 % – пользуются мнением знакомых, друзей и новостями из СМИ, 26,3 % – посещают вебинары, пользуются услугами независимых финансовых консультантов, 17,5 % – не развиваются в этой сфере, 15,8 % – затруднились ответить (рисунок 71).

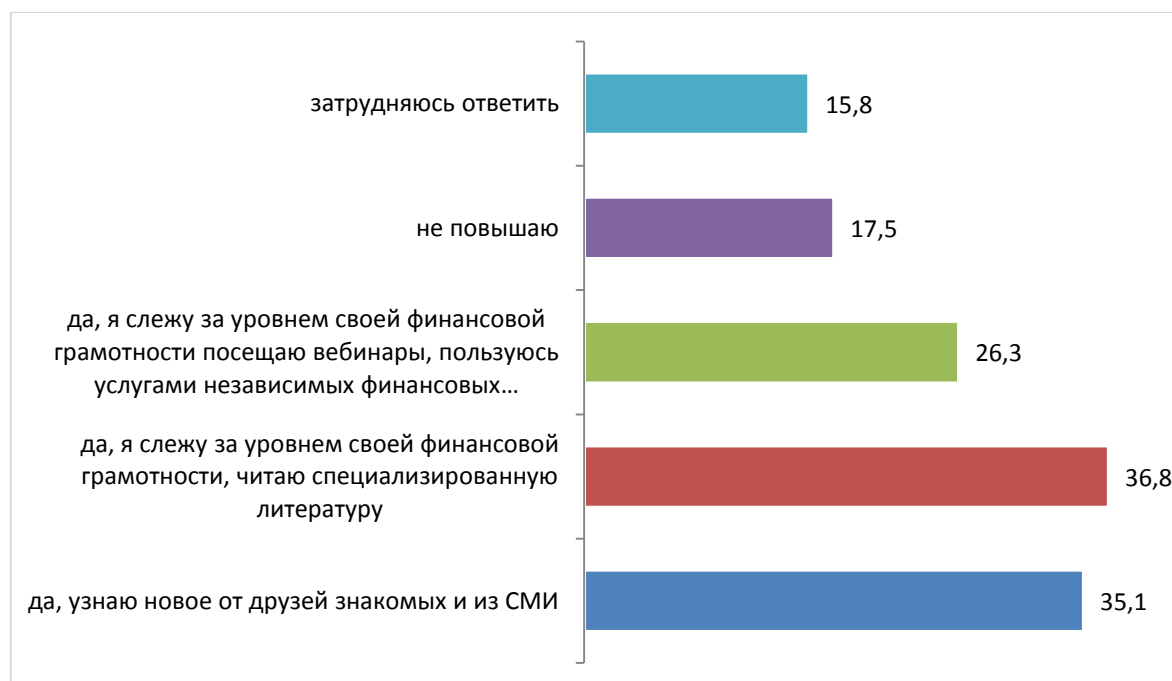


Рисунок 71 – Распределение ответов на вопрос: «Повышаете ли Вы уровень своей финансовой грамотности? Каким образом?», %

## Мониторинг логистических возможностей муниципального образования «город Оренбург»



Рисунок 72 – Распределение ответов на вопрос: «Осуществляли ли вы ранее и (или) осуществляете в настоящее время свою деятельность, помимо Оренбургской области, в субъектах Российской Федерации, имеющих общую границу с Оренбургской областью? Если да, то укажите субъект Российской Федерации», %

Подавляющее большинство (87,7 %) предпринимателей, участвующих в опросе, не осуществляли свою деятельность в других субъектах РФ помимо Оренбургской области, имеющих общую границу. 5,3 % осуществляли свою деятельность в Самарской области, по 1,8 % приходится на осуществлявших свою деятельность в Саратовской, Челябинской областях и респ. Башкортостан (рисунок 72).

На рисунке 73 представлены ответы на вопрос «Сталкивались ли вы с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, который вы представляете в субъектах Российской Федерации, имеющих общую границу с Оренбургской областью?». Большая часть предпринимателей (84,2 %) не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, поскольку не осуществляли свою деятельность в других субъектах РФ. 12,3 % отметили беспрепятственные, равные условия для входа на товарный рынок, равное количество респондентов (по 1,8 %) отметили отдельные случаи дискриминационных при вхождении на товарный рынок и затруднительный вход на товарный рынок.



Рисунок 73 – Распределение ответов на вопрос: «Сталкивались ли вы с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, который вы представляете в субъектах Российской Федерации, имеющих общую границу с Оренбургской областью?»

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды проведены опросы представителей предпринимательского сообщества и жителей города по вопросам оценки условий ведения бизнеса, административных барьеров, затрудняющих предпринимательскую деятельность, взаимоотношений с властью и удовлетворенности уровнем развития конкурентной среды в муниципальном образовании.

Согласно результатам исследований предпринимательское сообщество в целом удовлетворено общими условиями ведения бизнеса на территории МО «город Оренбург».

В числе положительных тенденций отмечено:

повышение числа конкурентов на большинстве рынков товаров и услуг. Возросла удовлетворенность субъектов предпринимательской деятельности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого ими товара. В сравнении с предыдущим 2019 годом количество рынков, оцениваемых респондентами как с достаточным или избыточным числом функционирующих организаций, значительно возросло. Вырос средний процент опрошенных, удовлетворенных или скорее удовлетворенных уровнем цен, возможностью выбора, качеством получаемых услуг (приобретаемых товаров) на анализируемых рынках;

снижение количества респондентов, считающих, что есть непреодолимые административные барьеры. Предприниматели отмечают позитивные тенденции в ситуации преодоления административных барьеров за последние три года. Положительное влияние на развитие конкуренции на рынках товаров и услуг

оказывает деятельность администрации города Оренбурга, направленная на снижение административных барьеров;

дана положительная оценка деятельности субъектов естественных монополий на территории муниципального образования. Подавляющее большинство опрошенных «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» оценили услуги водоснабжения, водоотведения, водоочистки, газоснабжения, электроснабжения, теплоснабжения и телефонной связи по срокам получения доступа. По сложности (количеству) процедур подключения, по критерию стоимости услуг субъектов естественных монополий оценка «удовлетворительно» увеличилась по всем направлениям деятельности в сравнении с предыдущим периодом, кроме телефонной связи. По стоимости подключения услуг большинство опрошенных предпринимателей удовлетворены или скорее удовлетворены их стоимостью. Положительная оценка качества услуг субъектов естественных монополий остается весьма высокой и стабильной;

значительная часть опрошенных не видит особых сложностей в получении доступа к государственным и муниципальным услугам в электронном виде;

положительно оценивается информационная поддержка со стороны органов власти. Субъекты предпринимательской деятельности оценивают динамику работы с информацией, по их мнению она стала более доступной, понятной, способы ее получения стали более удобными. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, большинство потребителей оценили «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» и по уровню ее доступности, и по уровню понятности, и по удобству получения.

**Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования  
«город Оренбург» в которых составляет 50 и более процентов**

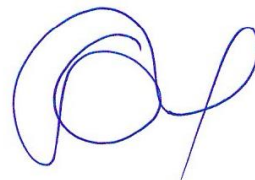
В ходе мониторинга деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования «город Оренбург» в которых составляет 50 и более процентов был сформирован реестр указанных хозяйствующих субъектов (за исключением предприятий, осуществляющих деятельность в сферах, связанных с обеспечением обороны и безопасности государства, а также включенных в перечень стратегических предприятий), осуществляющих деятельность на территории МО «город Оренбург» с обозначением рынка их присутствия, на котором осуществляется такая деятельность, а также с указанием доли занимаемого рынка каждого такого хозяйствующего субъекта (в том числе объем (доля) выручки в общей величине стоимостного оборота рынка, объем финансирования из бюджета МО «город Оренбург»).

№ п/п	Наименование хозяйствующего субъекта	ИНН	Суммарная доля участия (собственности) муниципального образования в хоз. субъекте, %	Основной вид деятельности (ОКВЭД)	Товарный рынок, на котором осуществляется основной вид деятельности	Доля занимаемого рынка, %	Объем (доля) выручки от реализации товара (выполнения, работ, услуг), тыс. руб., %	Суммарный объем финансирования хоз. субъекта, руб., предоставление имущества со стороны муниципального образования, в том числе путем его участия в торгах наравне с другими
1.	МУП «Муниципальный имущественный фонд»	5612000461	100	68.31.12 предоставление посреднических услуг при купле-продаже нежилого недвижимого имущества за вознаграждение	Рынок предоставления недвижимого имущества	0,7	16 673,490	0, предоставлялось имущество в соответствии с действующим законодательством
2.	МКП «Оренбургские пассажирские перевозки»	5609074632	100	49.31 деятельность сухопутного пассажирского транспорта: внутригород-ские и пригородные перевозки пассажиров	Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	13,9 %	198 934,296	74 352 844,00 – субсидия; 39 380 571,58 – по контрактам (межмуниципальные садовые перевозки); 13 851 231,96 – по контрактам (муниципальные садовые перевозки); 145 770 878,63 – по контрактам (городские маршруты) субсидии за счет средств местного бюджета; предоставлялось имущество в соответствии с законодательством
3.	ООО «Новая неделя»	5610057215	98,98	58.13 издание газет	Рынок печатной прессы	32,7 %	12067,00	0, имущество не предоставлялось

№ п/п	Наименование хозяйствующего субъекта	ИНН	Суммарная доля участия (собственности) муниципального образования в хоз. субъекте, %	Основной вид деятельности (ОКВЭД)	Товарный рынок, на котором осуществляется основной вид деятельности	Доля занимаемого рынка, %	Объем (доля) выручки от реализации товара (выполнения, работ, услуг), тыс. руб., %	Суммарный объем финансирования хоз. субъекта, руб., предоставление имущества со стороны муниципального образования, в том числе путем его участия в торгах наравне с другими
4.	АО «СЗ «Управление капитального строительства»	5611066607	100	71.12.2 деятельность заказчика-застройщика, генерального подрядчика	Рынок строительства жилых и нежилых зданий	-	0,00	0, имущество не предоставлялось
5.	ООО «ОГСК»	5609071014	50	35.12 передача электроэнергии и технологическое присоединение к распределительным электросетям	Рынок электроснабжения	1,4 %	118 135,625	0, имущество не предоставлялось

\* расчет не выполнен по причине не предоставления статистических данных в целях обеспечения конфиденциальности первичных статистических данных, полученных от организаций, в соответствии с Федеральным законом от 29.11.2007 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации»

Начальник  
управления экономики  
и перспективного развития



Е.А. Бинковский