

**МОНИТОРИНГ
СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ
ТОВАРОВ И УСЛУГ МО «ГОРОД ОРЕНБУРГ» ЗА 2025 ГОД**

Содержание

Введение.....	3
1. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности города Оренбурга.....	6
2. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках МО «город Оренбург» и состоянием ценовой конкуренции.....	18
3. 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	40
4. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории МО «город Оренбург».....	47
5. Мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг в сфере финансовых услуг.....	56
6. Мониторинг логистических возможностей муниципального образования «город Оренбург».....	78
7. Реестр хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования «город Оренбург» в которых составляет 50 и более процентов, осуществляющих деятельность в 2025 году.....	81

Введение

Конкуренция является неотъемлемым атрибутом свободной рыночной экономики. Считается, что именно конкуренция между коммерческими структурами является залогом повышения эффективности (следовательно – роста) экономики города, региона и государства в целом. Ограничение же конкуренции приводит к стагнации экономики. С целью определения состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг муниципального образования город Оренбург ежегодно проводится мониторинг, позволяющий систематизировать информацию, а также провести анализ уровня конкуренции на рынках города в целях выявления конкурентоспособных рынков и рынков, имеющих определенные проблемы функционирования.

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 администрации города Оренбурга), утвержден план мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции в муниципальном образовании «город Оренбург» на 2022-2025 годы (постановление Администрации города Оренбурга от 27.12.2019 № 3824-п, в ред. от 27.09.2023);

- определен коллегиальный орган по содействию развитию конкуренции – Совет по улучшению инвестиционного климата при Главе города Оренбурга (постановление Главы города Оренбурга от 27.06.2023 № 59-п);

- ежегодно проводится 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 2022-2025 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 ритуальных услуг;
9. Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок;
10. Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
11. Рынок жилищного строительства;
12. Рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства);
13. Рынок выращивания и хранения овощей;
14. Рынок племенного животноводства;
15. Рынок семеноводства;
16. Рынок легкой промышленности;
17. Рынок производства бетона;
18. Рынок розничной торговли;
19. Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии);
20. Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности);
21. Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации;
22. Сфера наружной рекламы.

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 результатов мониторинга. С целью проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг МО «город Оренбург» разработаны четыре вида анкет:

- Анкета для опроса предпринимателей об удовлетворенности конкурентной средой;
- Анкета для опроса потребителей об удовлетворенности конкурентной средой и качеством товаров и услуг;
- Анкета для опроса предпринимателей об удовлетворенности финансовыми услугами;

– Анкета для опроса потребителей об удовлетворенности финансовыми услугами.

Согласно обработанным результатам фактическое количество потребителей, прошедших опрос:

– об удовлетворенности конкурентной средой и качеством товаров и услуг составляет – 539 человек;

– об удовлетворенности финансовыми услугами – 683 человека.

Согласно обработанным результатам фактическое количество предпринимателей, прошедших опрос:

– об удовлетворенности конкурентной средой составляет – 41 единица;

– об удовлетворенности финансовыми услугами – 42 единицы.

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 8362 юридических лица (в 2024 году – 8456), из которых 730 (в 2024 году 737) субъектов составляют малые предприятия, 77 субъектов отнесены к средним предприятиям (в 2024 году – 71), 7555 (в 2024 году – 7782) – микропредприятия, количество индивидуальных предпринимателей – 16649 ед. (в 2024 году – 15185 ед).

Количество субъектов предпринимательства составляет 25011 ед. (в 2024 году – 23641 ед).

Зарегистрировано 63507 (в 2024 году – 51950) граждан, зафиксировавших свой статус «самозанятые».

Доля субъектов предпринимательской деятельности, принявших участие в опросе, в общем числе субъектов предпринимательской деятельности МО «город Оренбург» составила 0,33 % (83 субъекта из 25011).

Число хозяйствующих субъектов, конкурирующих на рынке, 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.

Систематизировав информацию по результатам проведенного анкетирования, ответы респондентов распределились следующим образом:

Статус субъектов предпринимательства: 61% – юридические лица, 39% – индивидуальные предприниматели (рисунок 1).



Рисунок 1 – Статус субъектов предпринимательства, принявших участие в опросе, %

Большая часть опрошенных – 61% – осуществляют свою деятельность более 5 лет (85,7% в 2024 году), менее 1 года – 17,1% (в 2024 году – 12,9%), 22% опрошенных – от 1 года до 5 лет (1,4% в 2024 году) (рисунок 2).

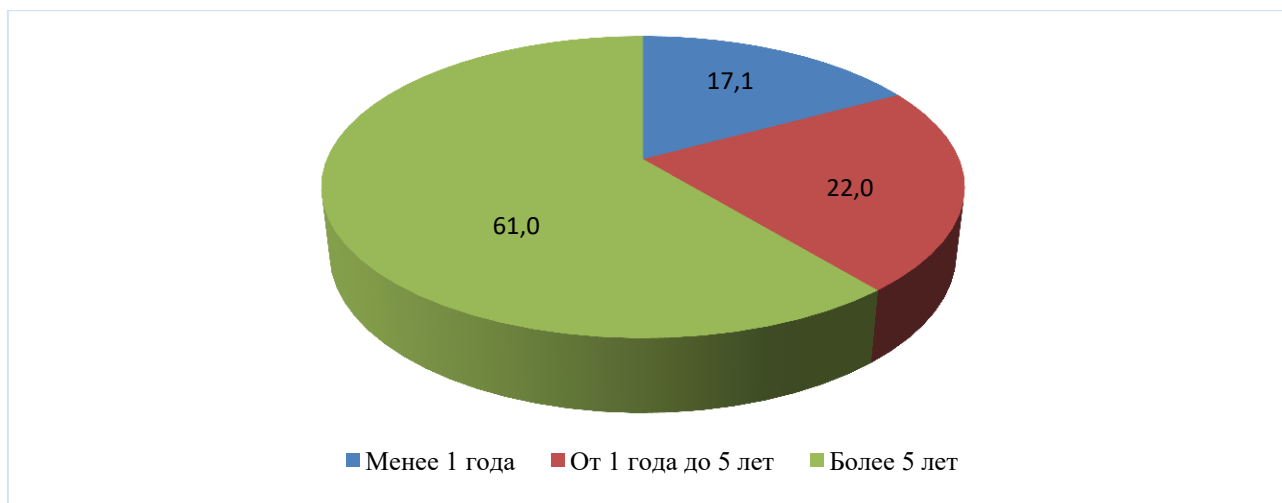


Рисунок 2 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «В течение, какого периода времени Ваш бизнес осуществляет свою деятельность?», %

При ответе на вопрос «Какую должность Вы занимаете в организации, которую представляете?» ответы распределились следующим образом: 12,2% – руководитель среднего звена (в 2024 году – 1,4%), 31,7% опрошенных являются собственниками бизнеса (совладельцами) (в 2024 году этот показатель составлял 2,9%), 14,6 – руководители высшего звена, 41,5% – не руководящие работники (в 2024 году – 95,7%) (рисунок 3).



Рисунок 3 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Какую должность Вы занимаете в организации, которую представляете?», %

Ответы о численности сотрудников организации в настоящее время: от 101 до 250 человек – 2,4%, от 16 до 100 человек – 51,2%, с численностью до 15 человек – 36,6%. В опросе принимали участие представители микро и малых предприятий (рисунок 4).



Рисунок 4 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Какова численность сотрудников Вашей организации в настоящее время?», %

Среди респондентов оказалось микропредприятий (до 120 млн. рублей) – 70,7% (в 2024 году – 97,1%), малых предприятий (от 120 до 800 млн. рублей) – 14,6% (в 2024 году – 1,4%). Число респондентов с величиной годового оборота бизнеса от 800 до 2000 млн. рублей (среднее предприятие) – 4,9% (в 2024 году – 1,4%), с величиной годового оборота бизнеса более 2 000 млн. рублей (крупные предприятия) – 9,8% (в опросе 2024 года не принимали участие) (рисунок 5).

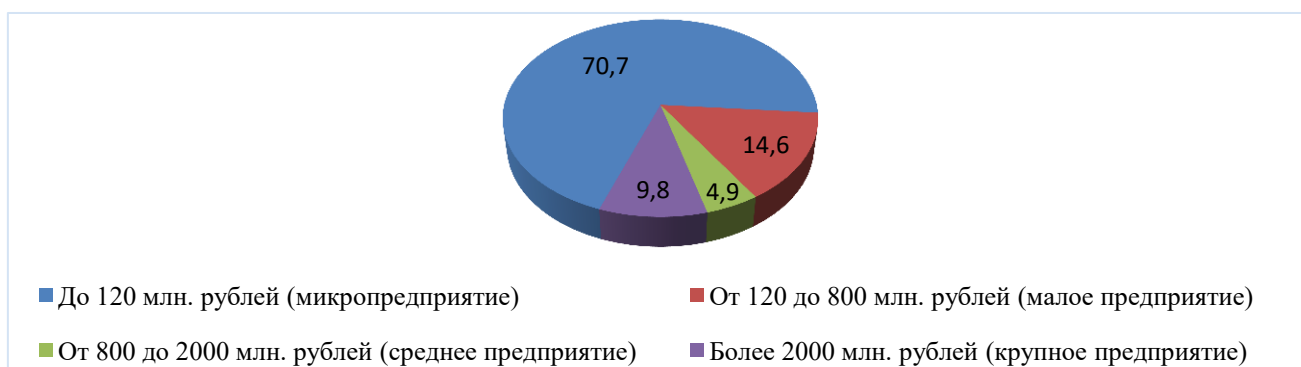


Рисунок 5 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Какова примерная величина годового оборота бизнеса, который Вы представляете?», %

Наибольший процент опрошенных осуществляет фактическую деятельность на следующих рынках: рынок услуг дошкольного образования – 9,1%, рынок сферы наружной рекламы – 9,1%, рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 6,8%, рынок медицинских услуг – 6,8%, рынок услуг дополнительного образования детей – 15,9%, рынок социальных услуг – 11,4%, рынок легкой промышленности – 11,4%, рынок племенного животноводства – 4,5%, рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов – 4,5%, рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 4,5%, рынок выращивания и хранения овощей – 4,5%, рынок информационных технологий – 4,5% (рисунок 6).

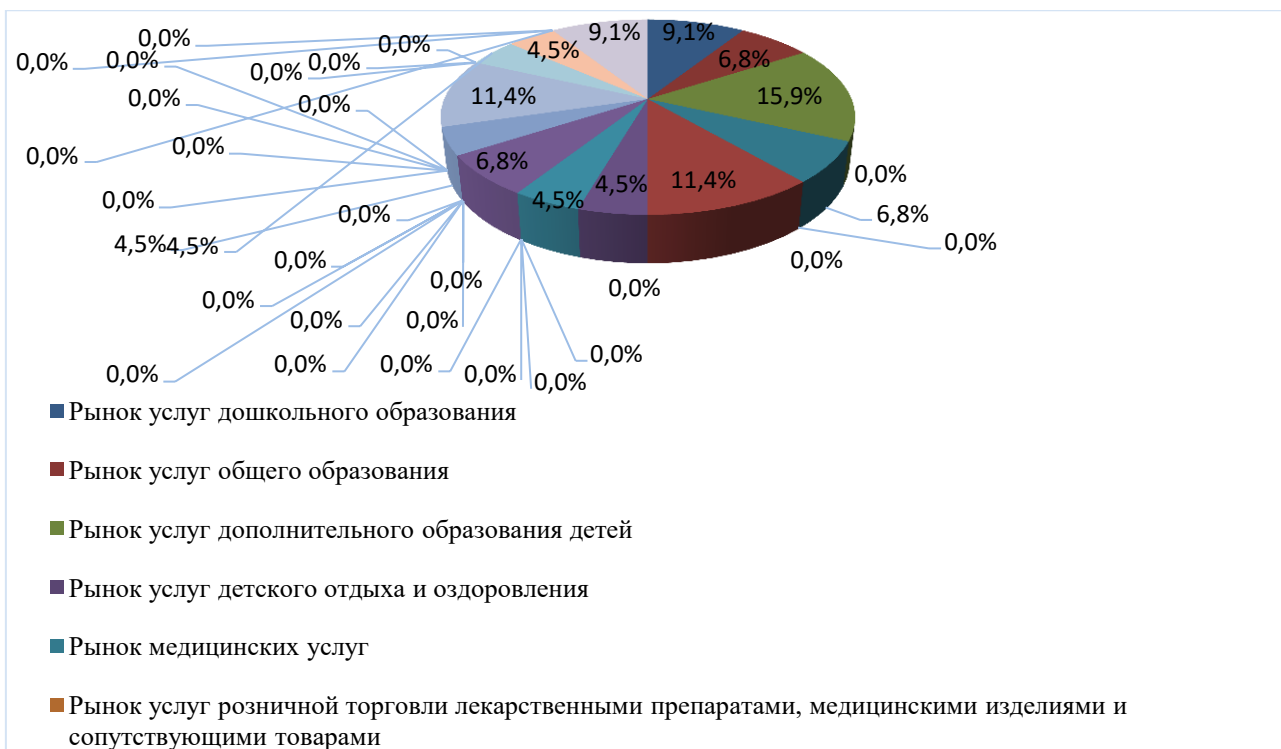


Рисунок 6 – На каком товарном рынке Вы осуществляете фактическую предпринимательскую деятельность?», %

37,1% опрошенных (94,3% в 2024 году) трудятся в сфере предоставления услуг; 2,9% – респондентов осуществляет торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями (в 2024 году – 2,9%); респонденты, задействованные в производстве сырья или материалов для дальнейшей переработки составляют 5,7% (в 2024 году – 2,9%), 12,9% - респондентов производят конечную продукцию (в 2024 году таких участников не было) (рисунок 7).



Рисунок 7 – Распределение субъектов предпринимательства по основной продукции (товару, работе, услуге) бизнеса, который они представляют, %

Исходя из данных опроса число респондентов, работающих на рынке Оренбургской области (региональный рынок) увеличилось с 7,1% в 2024 году до 15,7% в 2025 году. Для локального рынка характерна противоположная ситуация, а именно для 34,3% респондентов (в 2024 году – 88,6%), при этом локальный рынок остается основным для бизнеса. На рынке Российской Федерации работают 4,3% респондентов (в 2024 году – 2,9). В 2025 году в сравнении с 2024 годом количество респондентов работающих на рынке стран СНГ не изменилось 1,4% (рисунок 8).

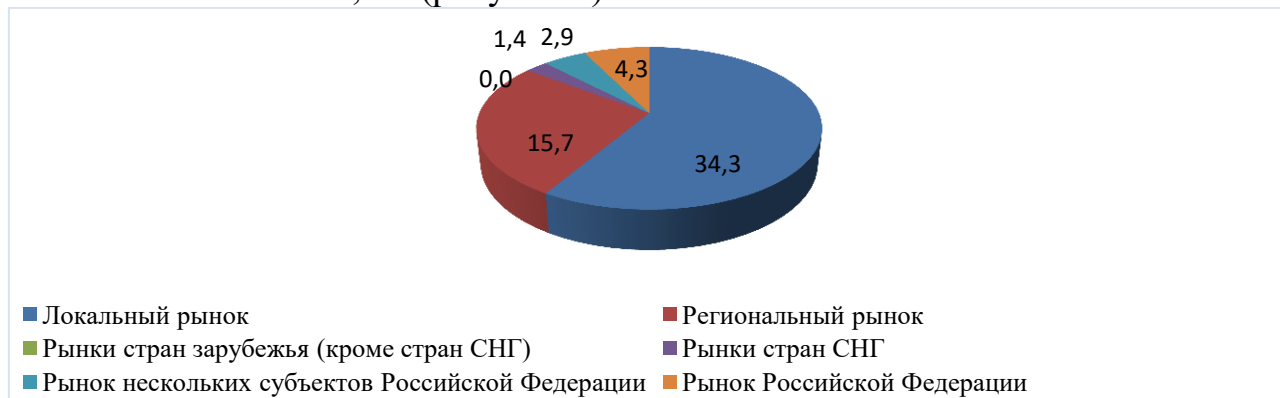


Рисунок 8 – Распределение субъектов предпринимательства по географическому признаку рынка, %

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), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее.

Так, 14,3% опрошенных вынуждены (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; 28,6% – необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное); 8,6% опрошенным предпринимателям только время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности; у 7,1% респондентов нет необходимости в реализации каких – либо мер по повышению конкурентоспособности (рисунок 9).

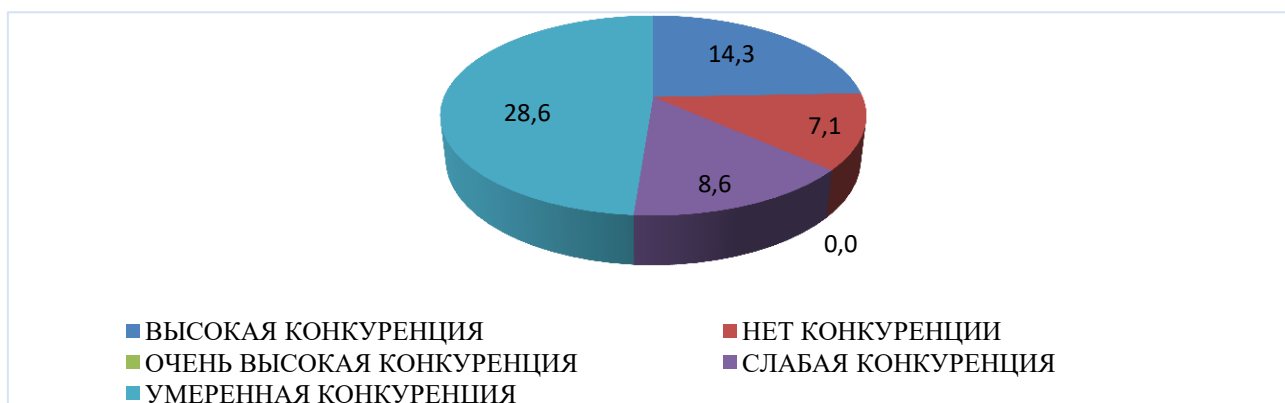


Рисунок 9 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Выберите утверждение, наиболее точно характеризующее условия ведения бизнеса, который вы представляете?», %

За прошедшие 3 года для повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг 37,1% представителей бизнеса провели обучение и переподготовку персонала; 14,5% опрошенных использовали новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии); 27,4% респондентов осуществили приобретение технического оборудования; 6,5% не предпринимали никаких действий; приобретением технологий, патентов, лицензий, ноу-хау занялись 6,5% опрошиваемых, 4,8% респондентов занялись разработкой новых модификаций и форм производимой продукции (рисунок 10).



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

14,6% опрошенных отметили большое число конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию; 36,6% респондентов указали от 1 до 3 конкурентов, а

31,7% – от 4 до 8 конкурентов; нет конкурентов по мнению 17,1% респондентов (рисунок 11).

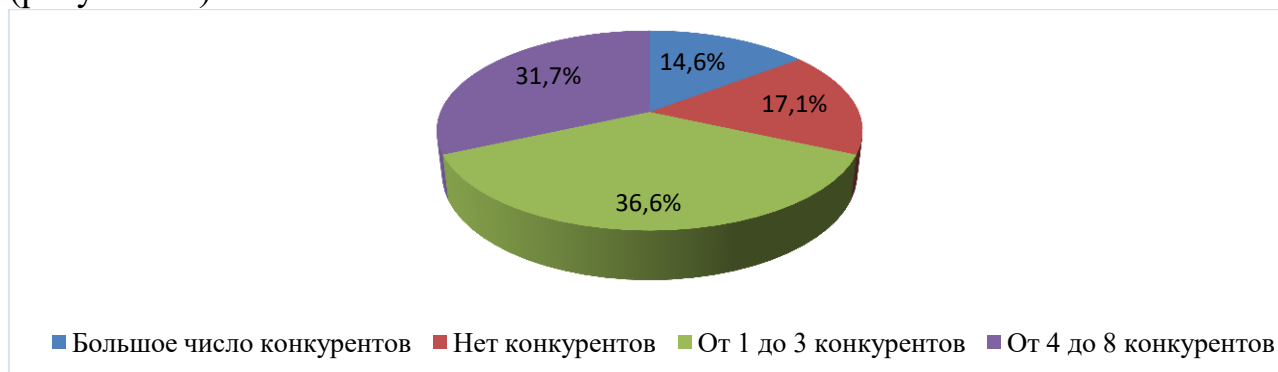


Рисунок 11 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Оцените примерное количество конкурентов бизнеса, который Вы представляете, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке?», %

По мнению 34,1% опрошенных предпринимателей, число конкурентов их бизнеса за последние 3 года увеличилось на 1-3 конкурента; для 29,3% – количество конкурентов не изменилось; 29,3% считают, что количество увеличилось более чем на 4 конкурента; 7,3% предпринимателей считают, что число конкурентов сократилось на 1-3 конкурента (рисунок 12).

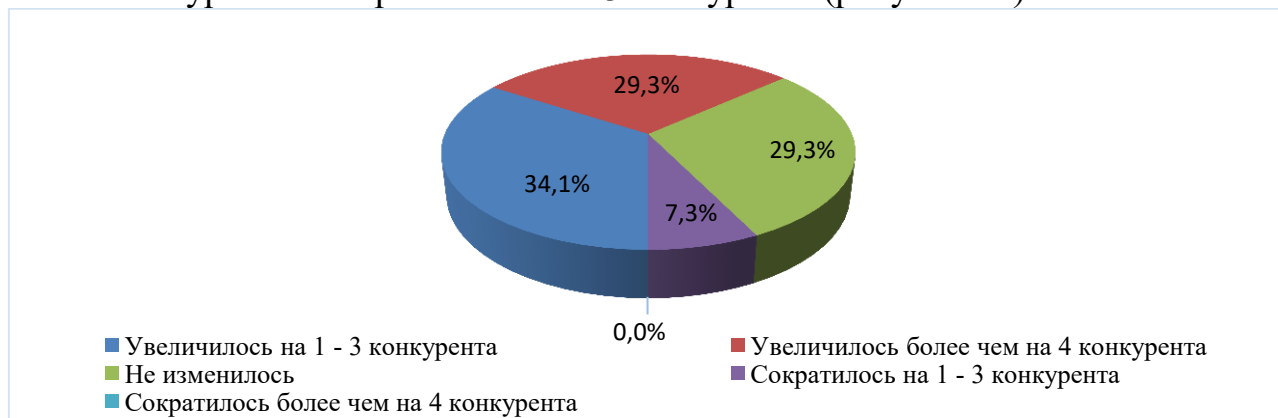


Рисунок 12 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Как изменилось число конкурентов бизнеса, который Вы представляете, на основном рынке товаров и услуг за последние три года?», %

25,6% респондентов (в 2024 году – 85,7%) ответили, что имеют большое число поставщиков, 7,7% респондентов имеют единственного поставщика (в 2024 году – 8,6%), 4 и более поставщика основного закупаемого товара (работы, услуги) имеют 30,8% (в 2024 году – 4,3%), 35,9% (в 2024 году – 1,4%) респондентов имеют 2-3 поставщика (рисунок 13).

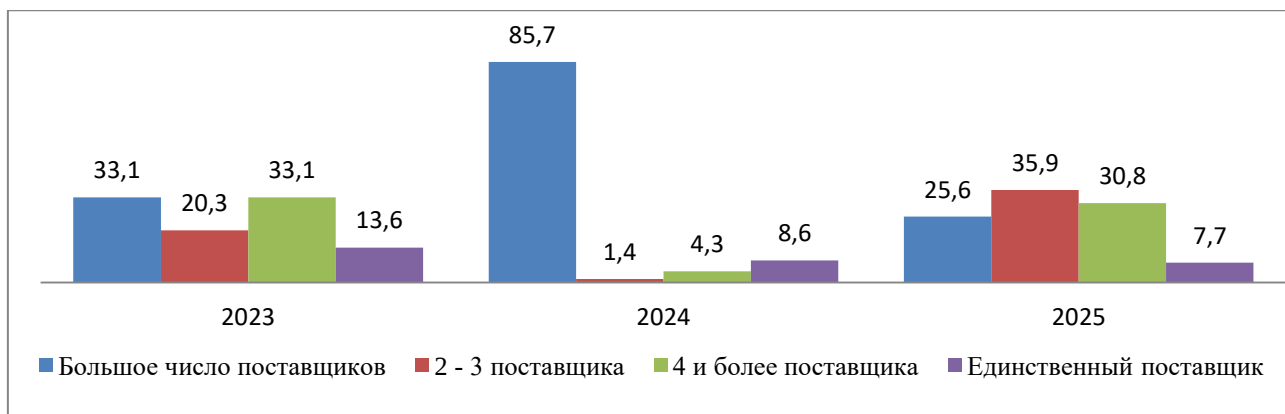


Рисунок 13 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Оцените примерное число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает представляемый Вами бизнес для производства и реализации собственной продукции?», в динамике за 2023-2025 гг., %

Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара 39% респондентов оценили «удовлетворительно» и 41,5% «скорее удовлетворительно». Отрицательные оценки по критерию «скорее неудовлетворительно» и «неудовлетворительно» дали 19,5% респондентов (рисунок 14).

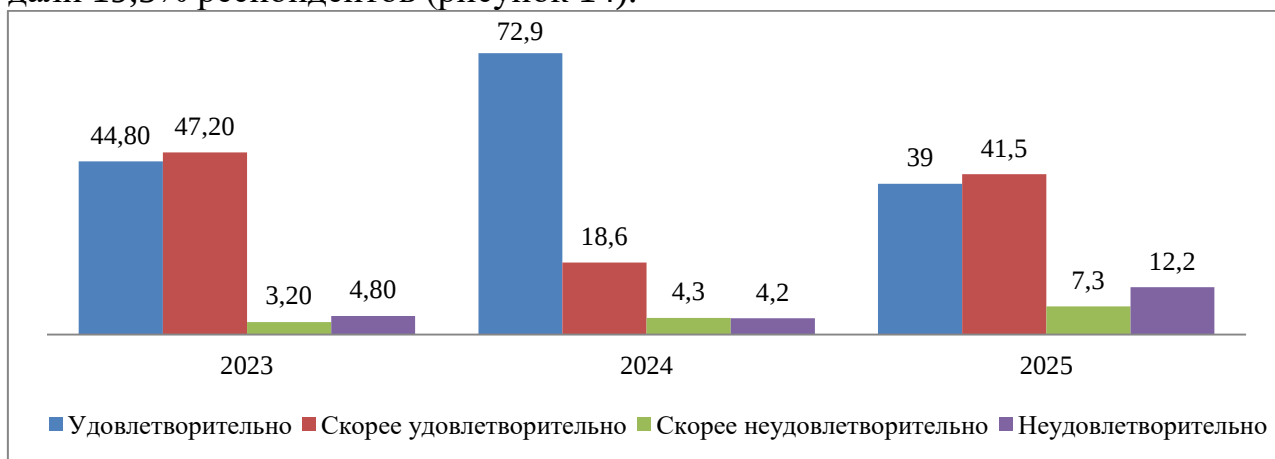


Рисунок 14 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Оцените Вашу удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара», %

К основным административным барьерам для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке субъекты предпринимательской деятельности отнесли (рисунок 15):

- «нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность» (12,2% в 2025 году, 4,2% в 2024 году, 18,7% в 2023 году);

- «сложность получения доступа к земельным участкам» (19,5% в 2025 году, 1,4% в 2024 году, 6,5% в 2023 году);

- «высокие налоги» (19,5% в 2025 году, 4,2% в 2024 году, 29,4% в 2023 году);
- «коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)» (9,8% в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 3,7 % в 2023 году);
- «ограничение/ сложность доступа к закупкам компаний с гос. участием и субъектов естественных монополий» (2,4% в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 4,7% в 2023 году);
- «ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.)» (7,3% в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 1,9% в 2023 году);
- «нет ограничений» (53,7% в 2025 году, 86,1% в 2024 году, 16,8% в 2023 году);
- «необходимость установления партнерских отношений с органами власти» (2,4% в 2025 году, 1,4% в 2024 году, 2,8% в 2023 году);
- «ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках гос. закупок» (4,9% в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 4,2% в 2023 году);
- «иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников» (7,3% в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 2,8% в 2023 году);
- «силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.)» (0,0 в 2025 году, 0,0% в 2024 году, 1,4% в 2023 году);
- «сложность/затянутость процедуры получения лицензий» (2,4% в 2025 году, 2,8% в 2024 году, 7% в 2023 году).

В 2025 году, так же как и в 2024 году максимальное количество респондентов выбрали ответ «Нет ограничений», что в процентном соотношении равно 53,7%. По другим ответам процент не превысил и 19,5%.



Рисунок 15 – Распределение ответов субъектов предпринимательства 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 так считает 58,54% опрошенных предпринимателей в 2025 году, что органы власти помогают бизнесу своими действиями. При этом часть опрашиваемых 21,95% (в 2024 году – 84,29%) респондентов считает, что органы власти в чем-то мешают, в чем-то помогают. 7,32% (в 2024 году – 1,43%) считают, что органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо, 7,32% (в 2024 году – 7,14%) считают, что органы власти ничего не предпринимают, что и требуется, 4,88% считают, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями (в 2024 году – 1,43%) (рисунок 16).

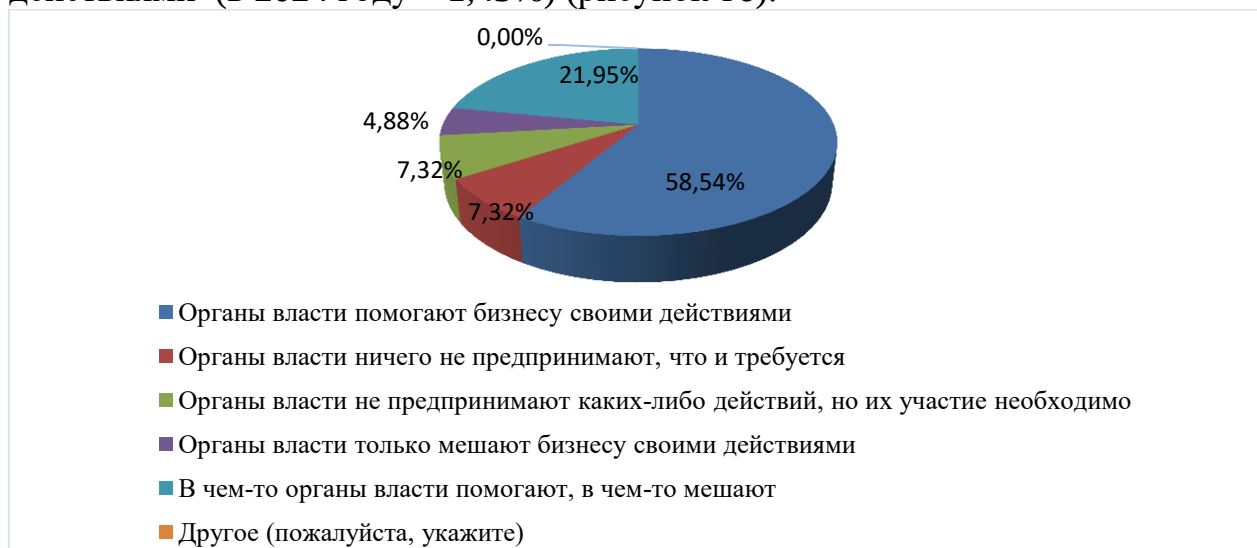


Рисунок 16 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на основном для бизнеса, который Вы представляете, рынке?», %

Большинство респондентов (36,6%) (в 2024 году – 1,4 %) считают, что нет административных барьеров, 26,8% затруднились сделать вывод, есть ли административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке или нет. 12,2% респондентов (в 2024 году – 2,9%) считают, что есть непреодолимые административные барьеры. Также 19,5% (в 2024 году – 5,7%) опрашиваемых выбрали ответ, что есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат, 4,9% считают, что административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат (рисунок 17).

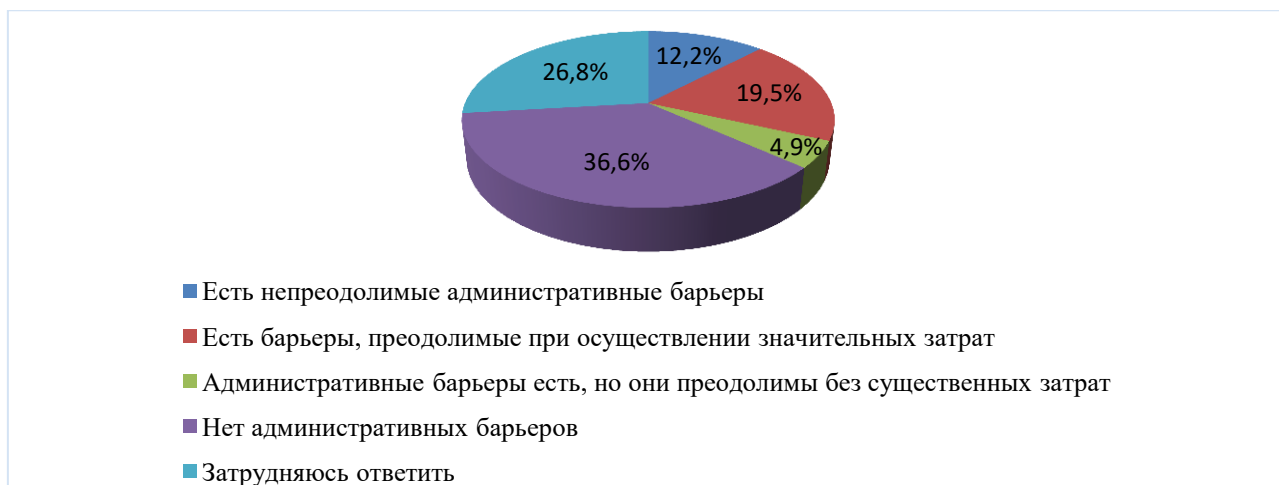


Рисунок 17 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «По Вашей оценке, насколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», %

34,1% опрошенных затруднились сделать вывод на вопрос «Как изменился уровень административных барьеров в течение последних трех лет» (в 2024 году – 85,7%); 4,9% считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше (в 2024 году – 1,4%). Мнения остальных предпринимателей в ситуации преодоления административных барьеров за последние три года, распределилось следующим образом. Например:

- увеличилось число респондентов выбравших вариант ответа, что административные барьеры были полностью устранены 9,8% (в 2024 году – 4,3%);

- с 7,1% до 4,9% снизилось количество предпринимателей считающих, что уровень и количество административных барьеров не изменилось;

- с 1,4% до 7,3% увеличилось количество предпринимателей считающих, что ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились (рисунок 18).



Рисунок 18 – Распределение ответов субъектов предпринимательства 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 1222 потребителей товаров и услуг, численность жителей МО «город Оренбург» по прогнозу на 01.01.2026 года составляет 548 547 человек (доля опрошенных составила 0,22%, в 2024 году 0,2%, в 2023 году 0,1%, в 2022 и 2021 гг. – 0,09%, в 2020 году – 0,04 %).

Среди опрошенных потребителей товаров и услуг 14% мужчин и 86% женщин (рисунок 19).



Рисунок 19 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Укажите Ваш пол», %

Участвующие в опросе потребители распределились по возрастным категориям следующим образом: 27,8% потребителей в возрасте от 45-54 лет; 31,5% от 35 до 44; 16,0% от 25-34 лет и 7,8% – от 18-24 лет; 2,2% от 65 лет и старше (рисунок 20). В сравнении с 2024 годом число женщин респондентов уменьшилось 86% (93,0% в 2024 году). Большая часть опрошенных относится к возрастной группе от 35-44 лет.

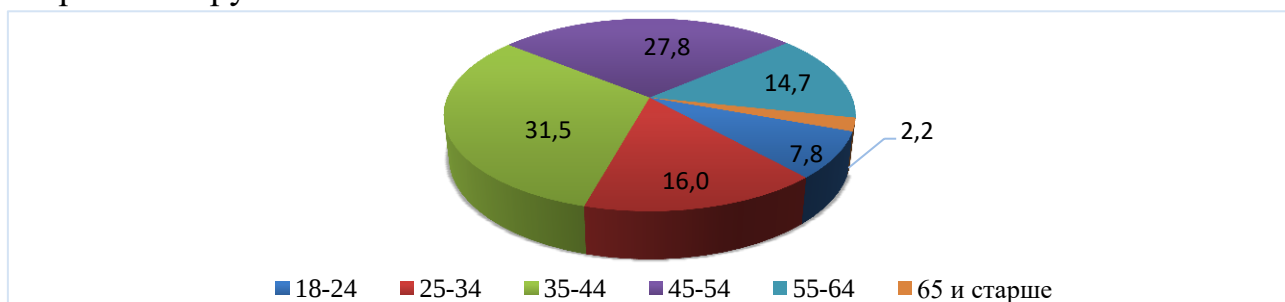


Рисунок 20 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Укажите Ваш возраст», %

По социальному статусу ответы опрошенных распределились следующим образом: 98,9% работающих; 0,1% – предприниматели; 0,6% – пенсионеры; 0,2% – домохозяйка; 0,2% – учащийся, студент; без работы – 0,2% (рисунок 21);

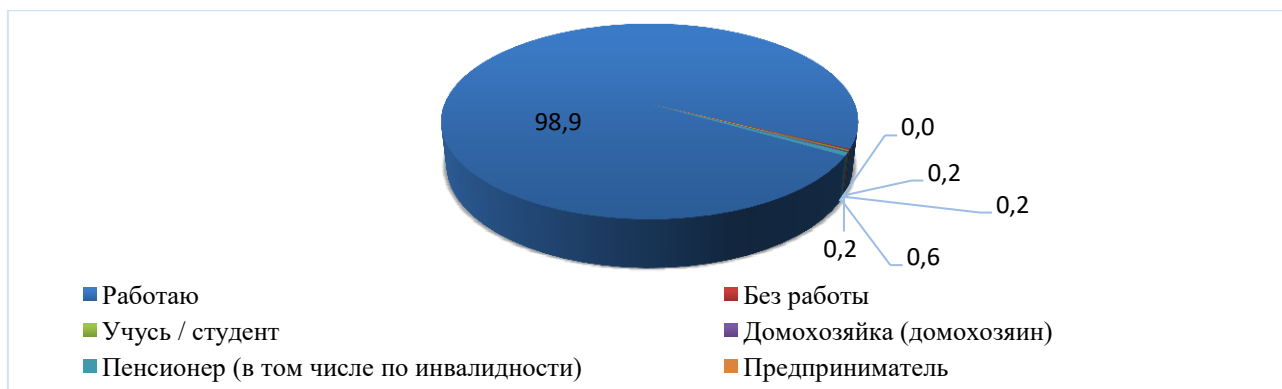


Рисунок 21 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Ваш социальный статус?», %

Распределение респондентов по уровню образования: 48,8% – высшее образование – специалист, магистратура; 27,4% – высшее образование – бакалавриат; 7,0% – высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации; 13,9% – среднее профессиональное образование; 1% – среднее общее образование; 1,9% – основное общее образование (рисунок 22).



Рисунок 22 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Какое у Вас образование?», %

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.

Оценивая количество организаций, представляющих товары и услуги в городе Оренбурге, большинство опрошенных затруднились дать ответ на данный вопрос. Потребители, которые ответили на данный вопрос, отметили достаточное и избыточное количество организаций на следующих рынках (рисунок 23):

- Рынок жилищного строительства;
- Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к сети «Интернет»;
- Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами;
- Рынок услуг дополнительного образования детей;
- Рынок услуг дошкольного образования;
- Сфера наружной рекламы.

Нужно отметить, что из всех представленных рынков больше всего голосов 38,7% было отдано рынку услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, как рынку с достаточным и даже избыточным количеством организаций.

Недостаток организаций (мало или нет совсем) большинство респондентов (более 50%) отметили на следующих рынках:

- Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок 31,2%, в 2024 году 57,7%;
- Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды 24,1%, в 2024 году 54,2%.

По Рынку медицинских услуг ответы респондентов разделились поровну. 18,7% респондентов считают, что количество организаций предоставляющих медицинские услуги достаточно и даже избыточно, при этом 18,7% респондентов считают, что мало или совсем нет.

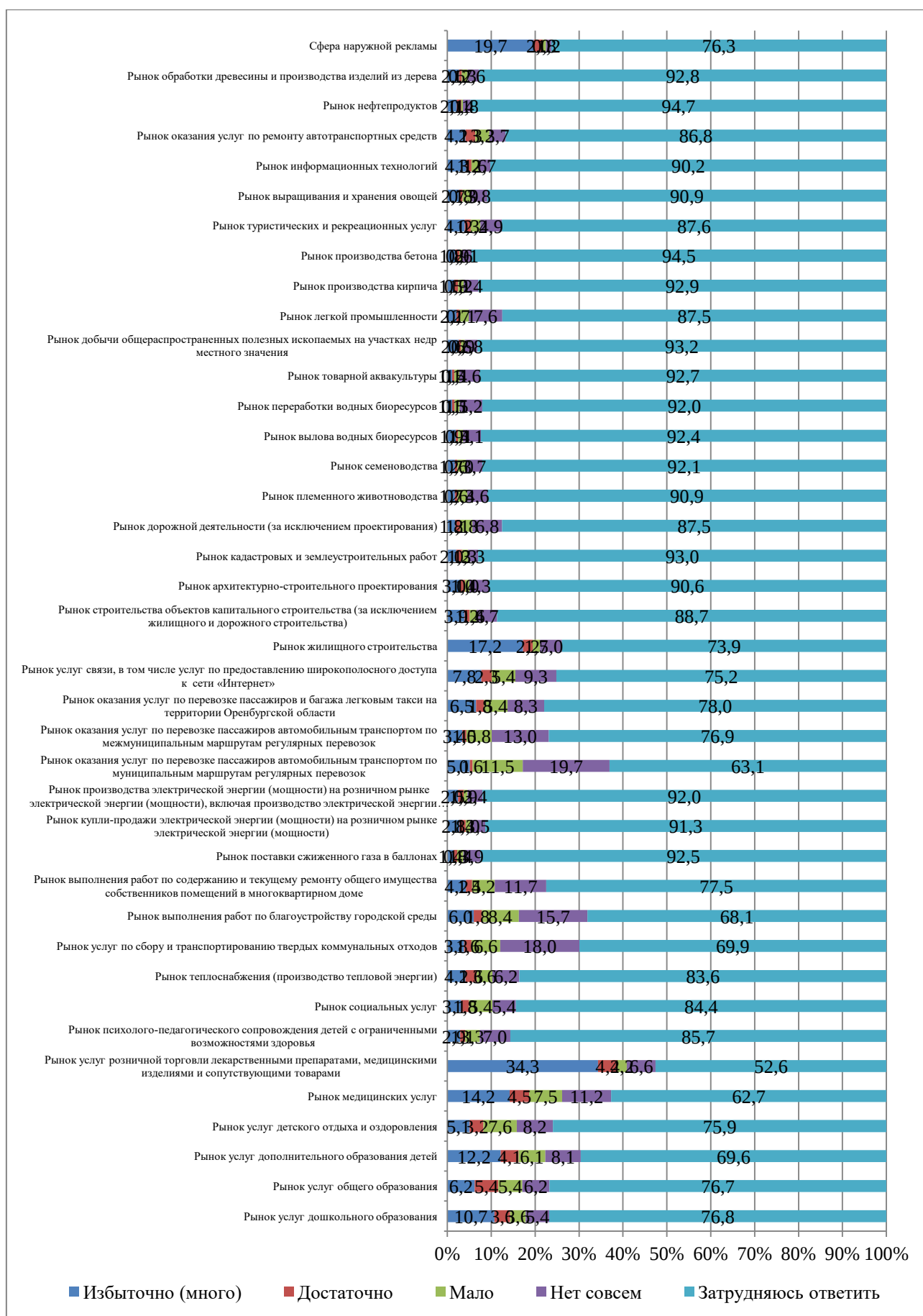


Рисунок 23 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Количество организаций, представляющих товары и услуги на рынках города?», %

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены уровнем цен на товары и услуги на следующих рынках города» представлены на рисунке 24.

В 2025 году потребители были удовлетворены и скорее удовлетворены уровнем цен на следующих рынках:

- рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (57,1%);
- рынке услуг дополнительного образования детей (54,9%);
- рынке услуг общего образования (52,5%);
- рынке услуг дошкольного образования (50,5%).

В 2025 году ни один из рынков не набрал в совокупности свыше 50% ответов респондентов о не удовлетворенности и скорее не удовлетворенности уровнем цен на товары и услуги на рынках города Оренбурга.

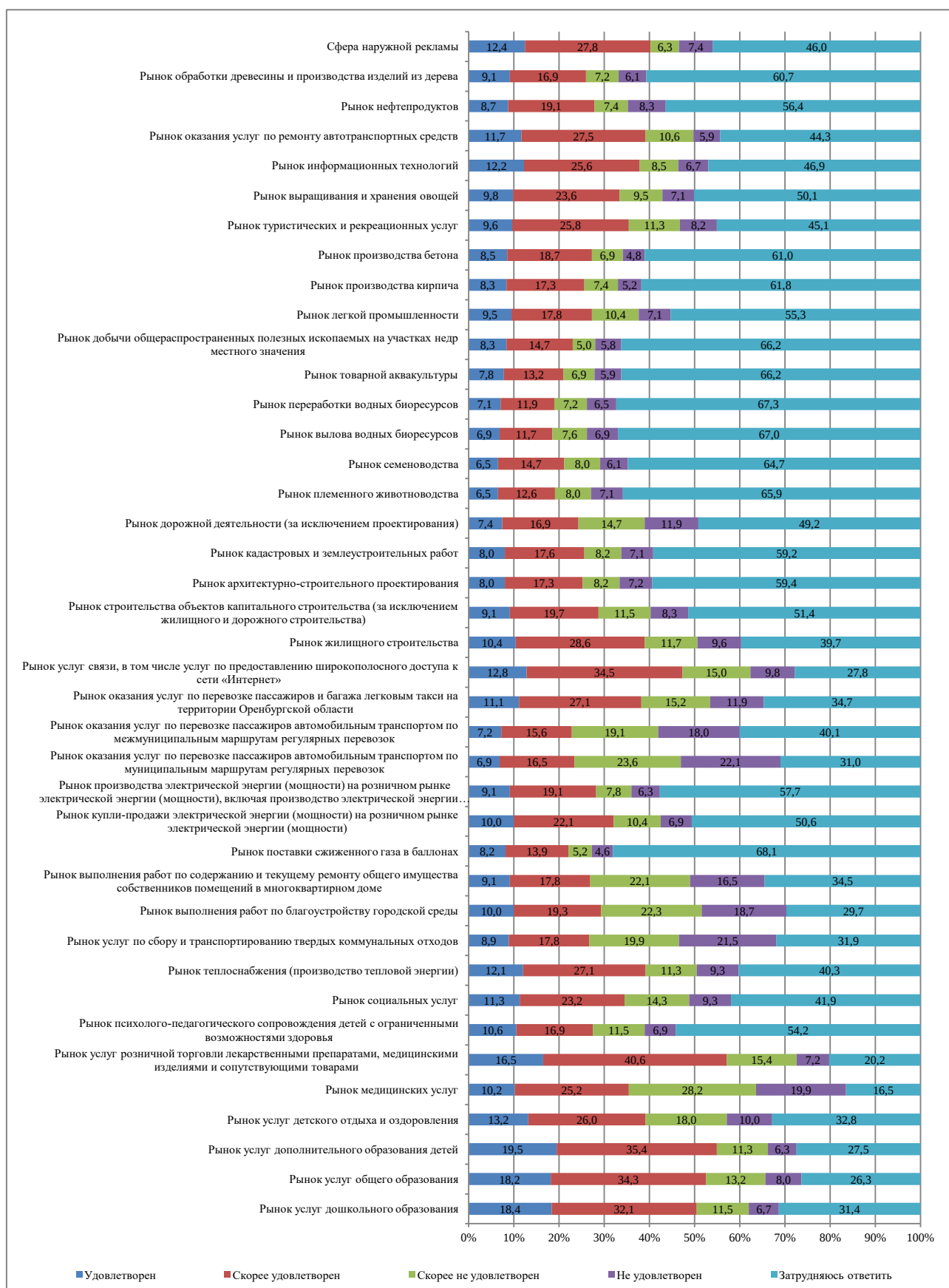


Рисунок 24 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Насколько Вы удовлетворены уровнем цен на товары и услуги на рынках города Оренбурга?», %

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены качеством товаров и услуг на следующих рынках города» представлены на рисунке 25.

Большинство опрошиваемых потребителей затруднились ответить на данный вопрос. По некоторым рынкам значение данного показателя достигало 67,5%, минимальное значение 26,2%.

По сравнению с 2024 годом количество рынков, по которым более 50% опрошиваемых респондентов были удовлетворены качеством товаров и услуг не изменилось. По критерию удовлетворенности качеством товаров и услуг на рынках респонденты положительно отзывались о следующих рынках:

- рынок услуг дошкольного образования (52,9%);
- рынок услуг дополнительного образования (53,1%);
- рынок услуг общего образования (52,3%);
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (56,4%).

Таким образом, положительно оцениваемых по критерию качества товаров и услуг рынков в 2025 году – 4 (из 40), 2024 году – 4 (из 40), в 2023 году – 5 (из 40), 2022 году – 3 (из 40), в 2021 году – 18 (из 40).

В сравнении с 2024 годом изменились ответы респондентов по «не удовлетворен» и «скорее не удовлетворен» качеством товаров и услуг на следующих рынках:

- рынке медицинских услуг 37,8% (в 2024г – 39,1%);
- рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок 40,1% (в 2024г – 40,4%);
- рынке услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 37,7% (в 2024г – 37,0%);
- рынке выполнения работ по благоустройству городской среды 36,3% (в 2024г – 40,5%).

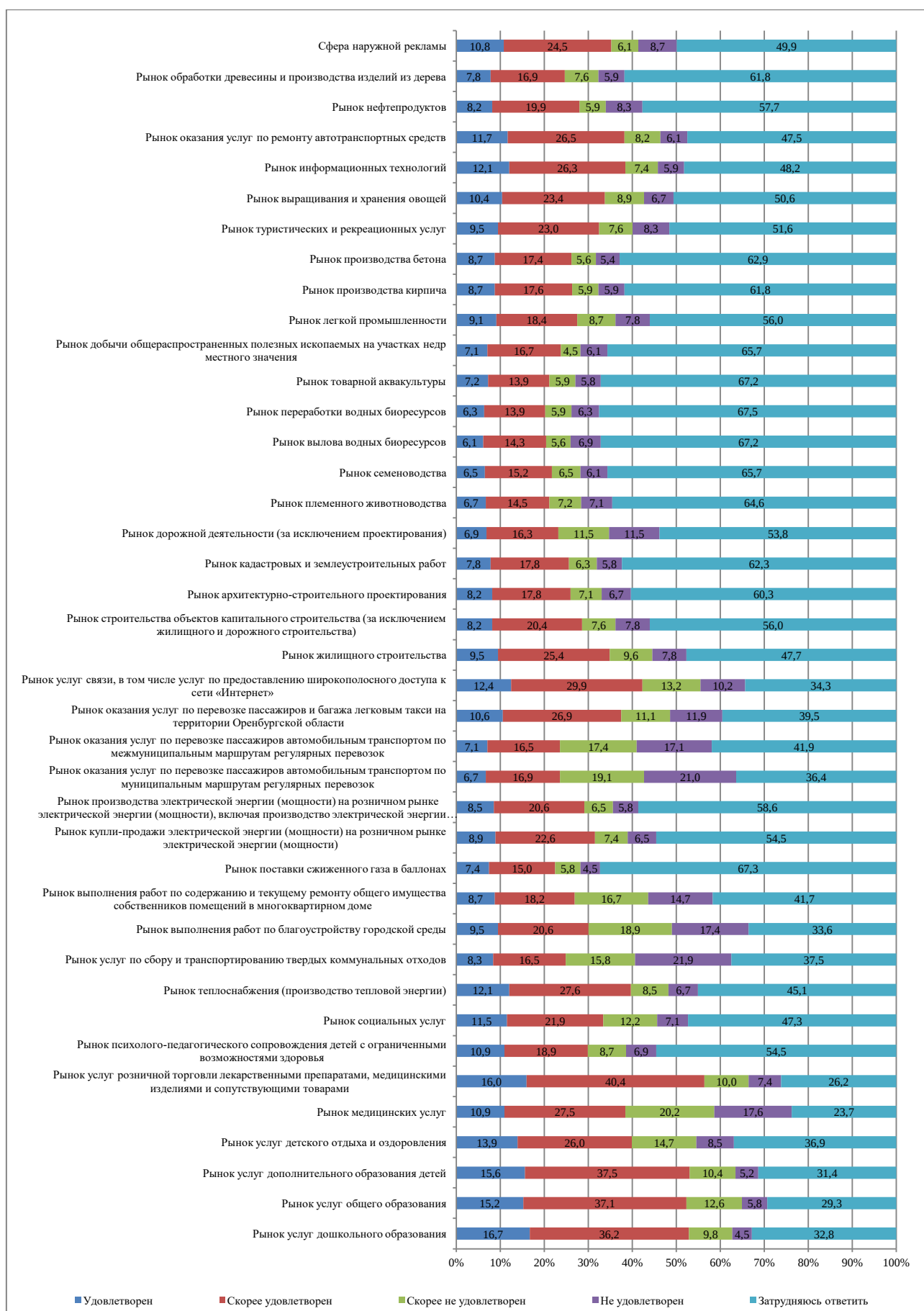


Рисунок 25 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Насколько Вы удовлетворены качеством товаров и услуг на рынках города?», %

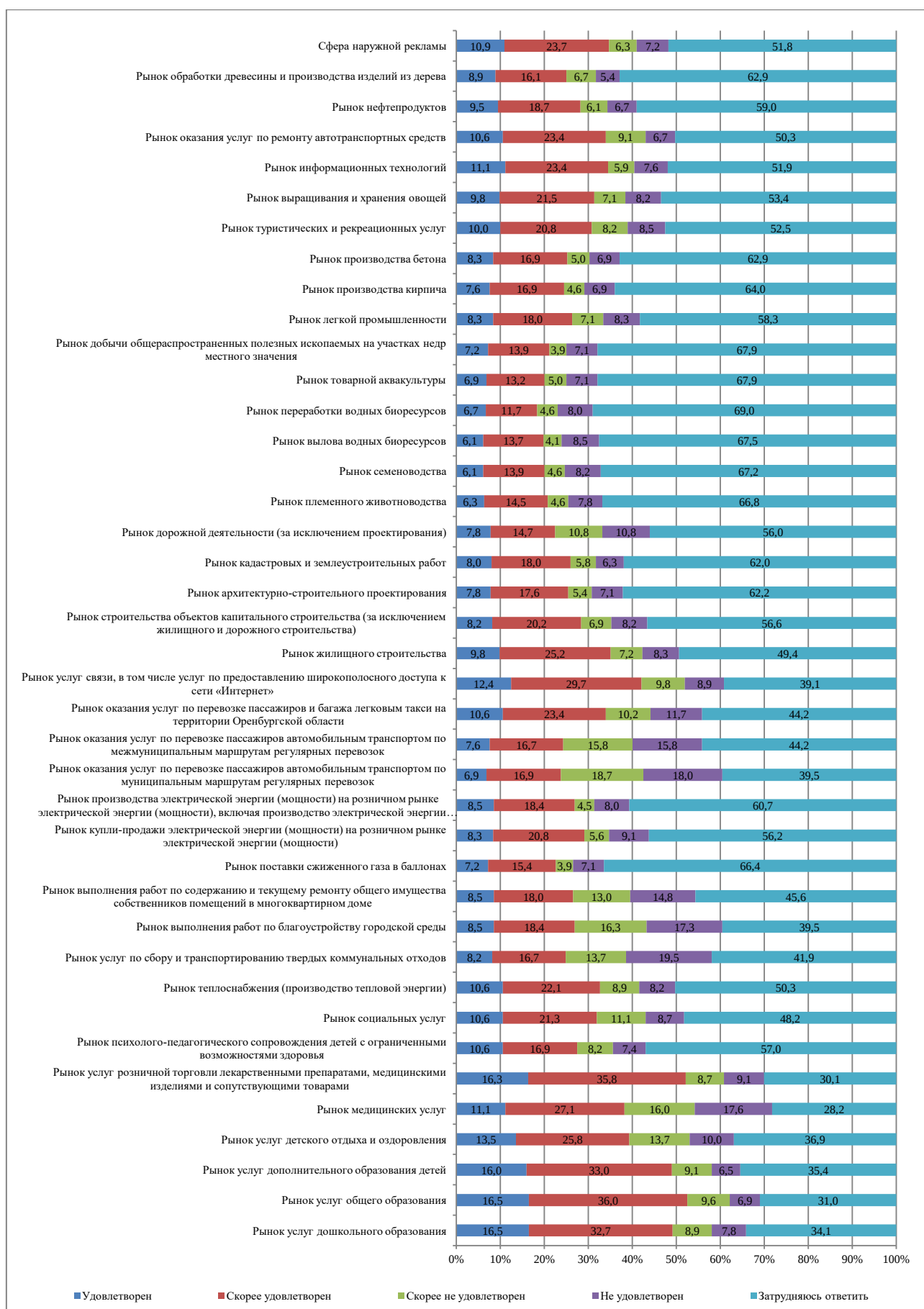


Рисунок 26 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Насколько Вы удовлетворены возможностью выбора товаров и услуг на рынках города?», %

По удовлетворенности респондентов возможностью выбора товаров и услуг на рынках города Оренбурга ситуация аналогична удовлетворенности ценой и качеством товаров. Большинство опрошенных потребителей затруднились ответить на данный вопрос. По некоторым рынкам значение данного показателя достигало 69%, минимальное значение 30,1%.

Только по двум рынкам удовлетворенность возможностью выбора товаров и услуг (по критерию «удовлетворен» и «скорее удовлетворен») составила 50 и более процентов (рисунок 26):

- рынок услуг общего образования (52,5%);
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (52,1%).

В 2025 году по некоторым рынкам в сравнении с 2024 годом произошло незначительное снижение не удовлетворенностью возможности выбора товаров и услуг. К рынкам с худшими показателями удовлетворенности (по критерию «не удовлетворен» и «скорее не удовлетворен» в совокупности), отнесены: рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов 33,2% (в 2024 году – 34,1%), рынок выполнения работ по благоустройству городской среды 33,6% (в 2024 году – 36,9%), рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме 27,8% (в 2024 году – 32,7%), рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок 31,6% (в 2024 году – 34,2%).

Лидирующие позиции в 2025 году по уровню удовлетворенности потребителей уровнем цен, качеством товаров, работ, услуг и возможности выбора занимают два рынка:

- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами;
- рынок услуг общего образования.

По указанным критериям аутсайдерами исследования являются: рынок медицинских услуг, рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, рынок выполнения работ по благоустройству городской среды, рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме, рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок.

В 2025 году потребители удовлетворены ассортиментом товаров и услуг более 50% (в совокупности по критерию «удовлетворены» и «скорее удовлетворены») на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (52,1%), рынок услуг общего образования (51,2%) (рисунок 27).

По остальным 38 рынкам (из 40) респонденты менее удовлетворены и скорее удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на рынках. При этом по многим рынкам (по 26 из 40) более 50% опрашиваемых затруднились дать ответ, это сфера наружной рекламы, рынок обработки древесины и производства изделий из дерева, рынок нефтепродуктов, рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств, рынок информационных технологий, рынок выращивания и хранения овощей, рынок туристических и рекреационных услуг, рынок производства бетона, рынок производства кирпича, рынок легкой промышленности, рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, рынок товарной аквакультуры, рынок переработки водных биоресурсов, рынок вылова водных биоресурсов, рынок семеноводства, рынок племенного животноводства, рынок дорожной деятельности, рынок кадастровых и землеустроительных работ, рынок архитектурно-строительного проектирования, рынок строительства объектов капитального строительства (за исключением жилищного и дорожного строительства), рынок жилищного строительства, рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической, рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), рынок поставки сжиженного газа в баллонах, рынок теплоснабжения, рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья.

Самый высокий процент по показателям «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен» в размере 33,4% относится к рынку выполнения работ по благоустройству городской среды, 32,9% к рынку оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок.

Впервые за пару последних лет по всем рынкам потребители (более 50%) ответили, что ассортимент товаров не изменился (рисунок 28):

Незначительная часть потребителей отметили повышение ассортимента товаров только на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (34,7%); рынке услуг дополнительного образования детей (37,1%); рынок услуг общего образования (37,1%); рынок услуг дошкольного образования (35,3%). По остальным рынкам процент увеличения значительно ниже.

На вопрос «На товары и услуги каких рынков, цены в Оренбургской области выше по сравнению с другими регионами?» из 539 ответов опрашиваемых потребителей наибольший удельный вес пришелся на выбор рынка медицинских услуг – 6,9%, рынок теплоснабжения – 4,7%, рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 4,7%. Наименьший удельный вес пришелся на выбор двух рынков: рынок семеноводства – 1% и рынок товарной аквакультуры – 1% (рисунок 29).

По результатам опроса, отраженным на рисунке 30, относительно того, на каких рынках Оренбургской области качество товаров и услуг выше по сравнению с другими регионами, можно сделать вывод (опираясь на удельный вес, отраженный на диаграмме) о том, что такими рынками являются: рынок услуг дошкольного образования детей (5,8%), рынок медицинских услуг (6,4%), рынок услуг общего образования (6,8%), рынок услуг дополнительного образования детей (5,8%). Наименьший удельный вес пришелся на выбор двух рынков: рынок переработки водных биоресурсов – 0,9% и рынок товарной аквакультуры – 1%.

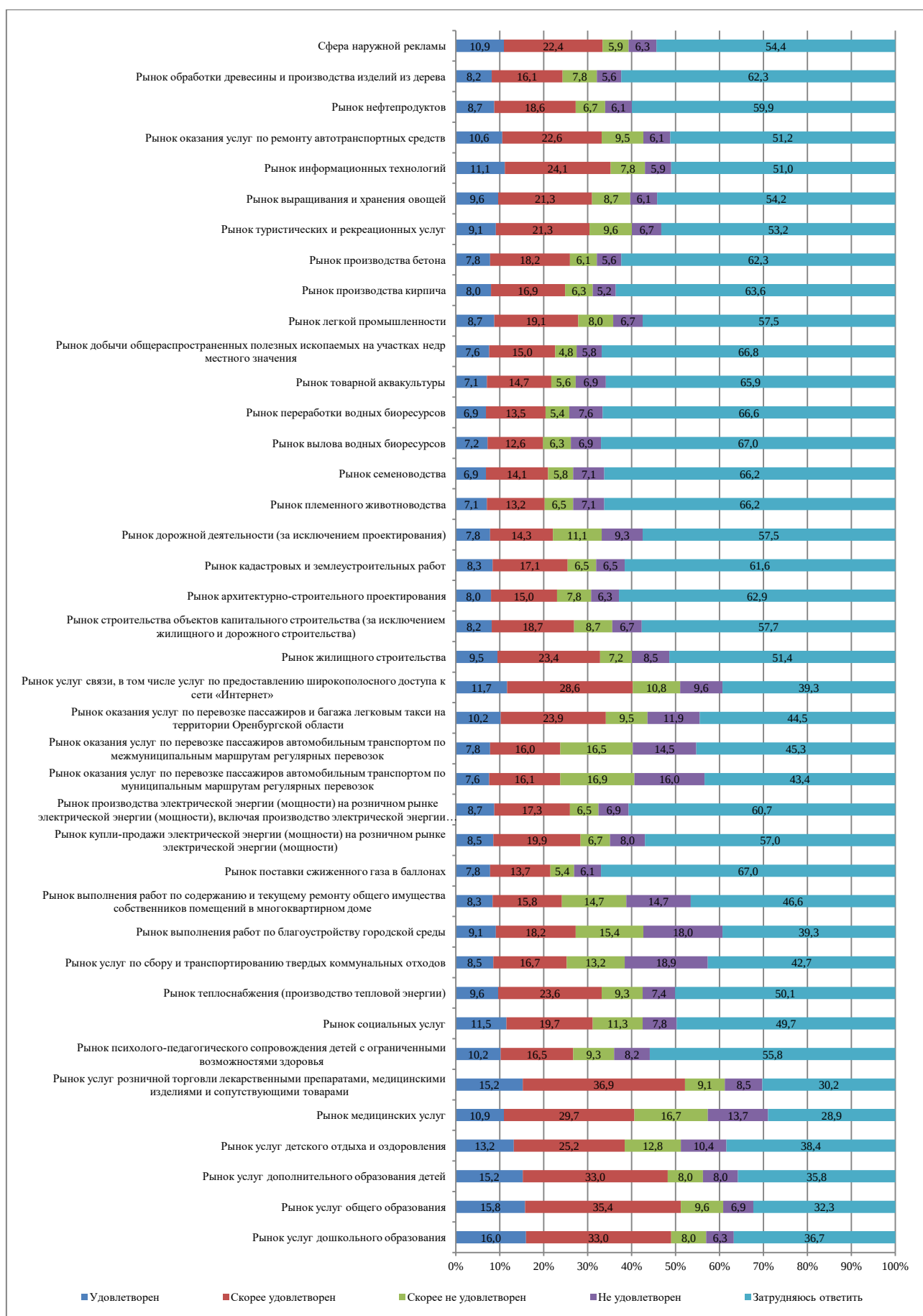


Рисунок 27 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Насколько Вы удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на рынках города», %

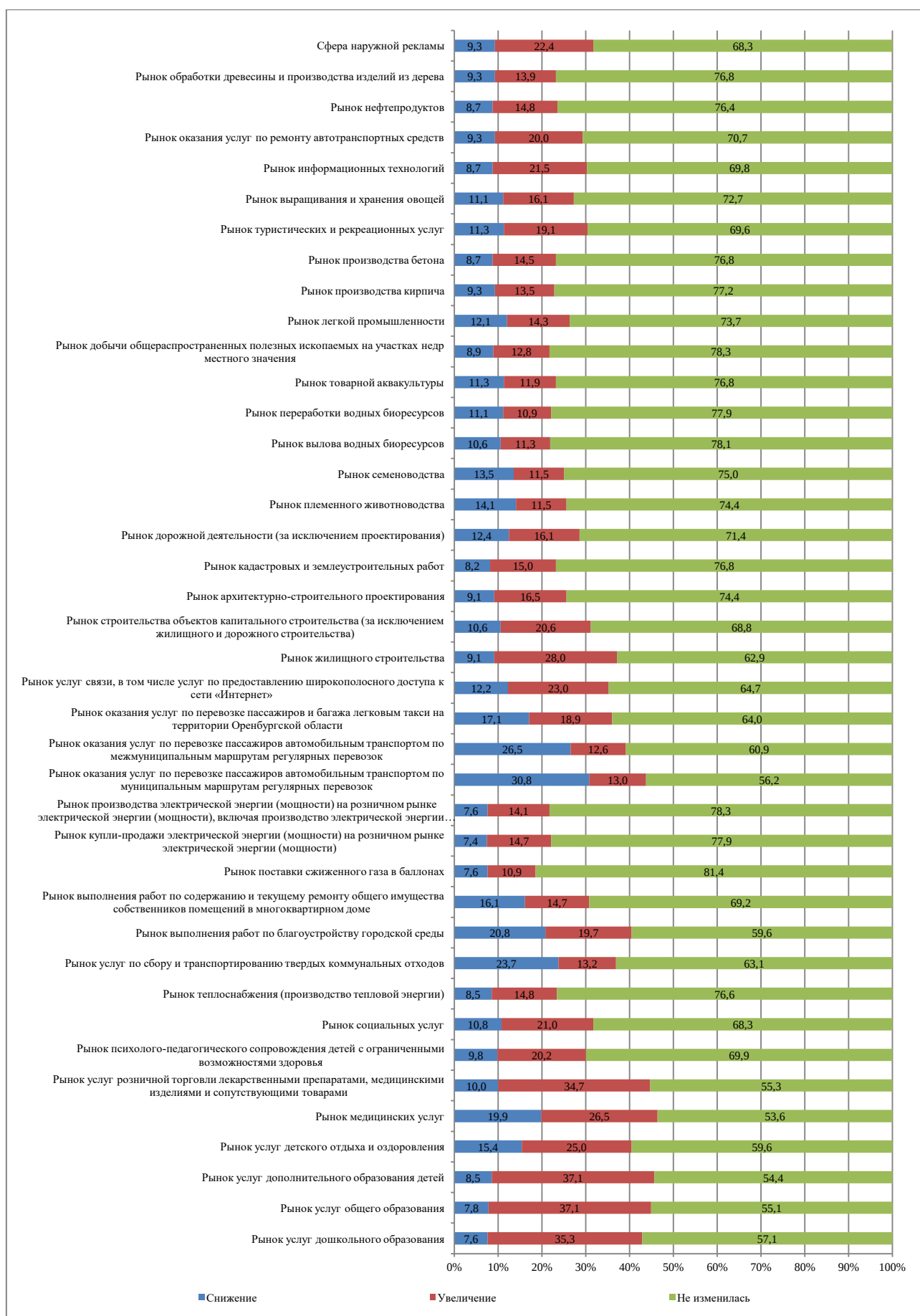


Рисунок 28 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Как изменилась динамика ассортимента товаров на рынках города?», %

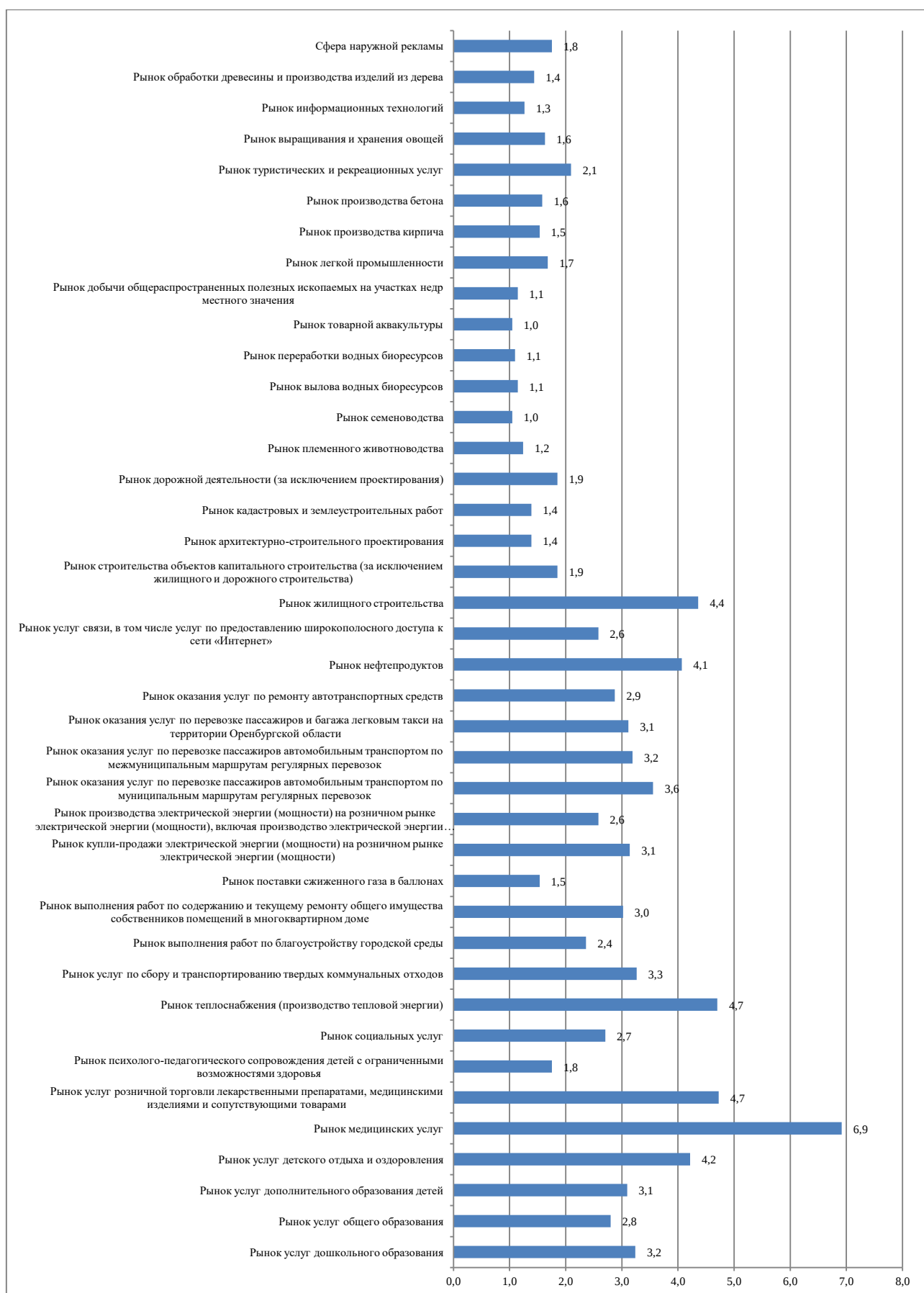


Рисунок 29 – Распределение ответов потребителей на вопрос «На товары и услуги каких рынков, цены в Оренбургской области выше по сравнению с другими регионами?», %

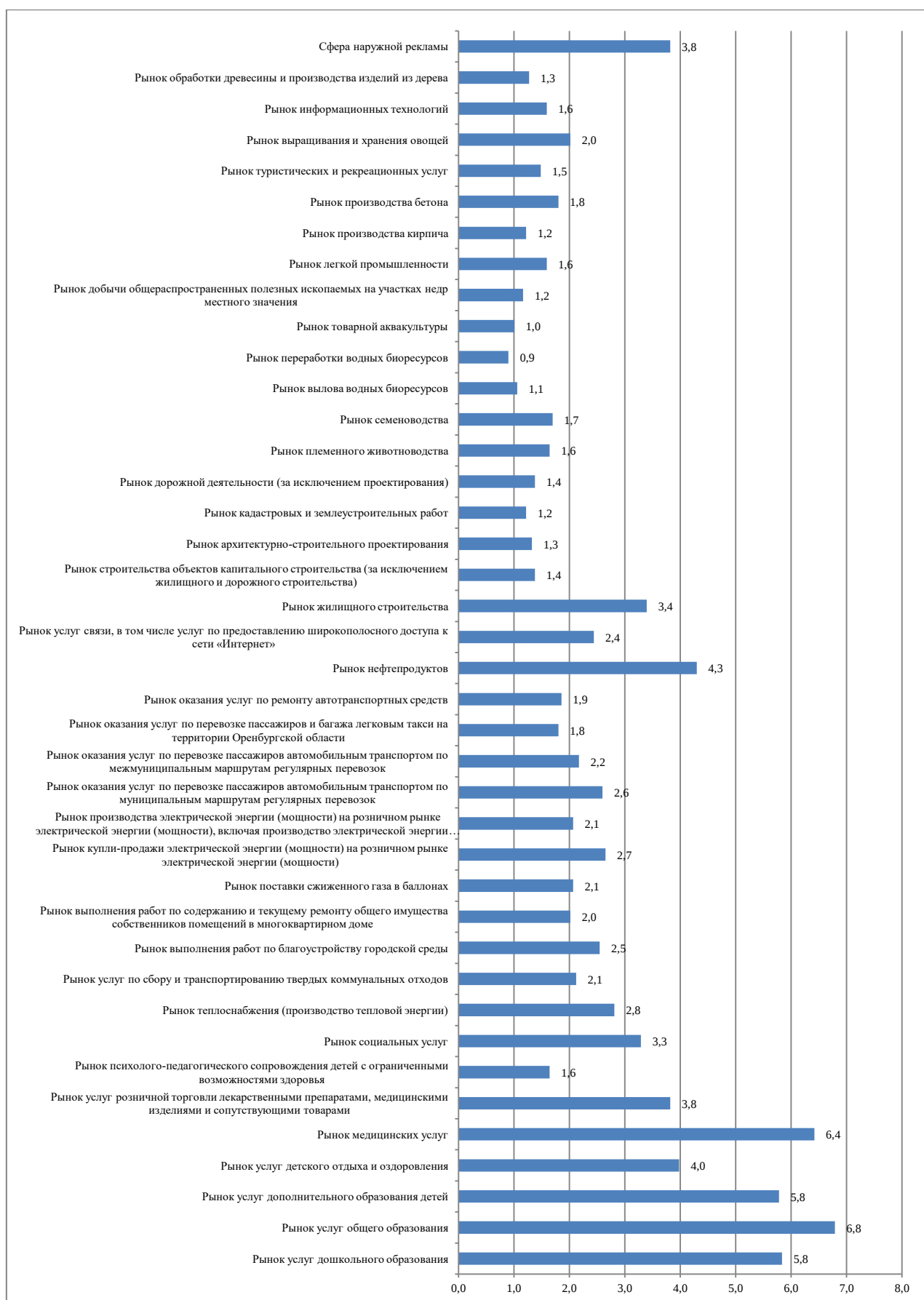


Рисунок 30 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Качество товаров и услуг каких рынков в Оренбургской области выше по сравнению с другими регионами?», %

За последние 3 года по 21560 ответам опрошенных потребителей количество организаций, представляющих товары и услуги на большинстве рынках Оренбургской области снизилось. Такой ответ дали более 30% опрошенных респондентов (рисунок 31). По сравнению с 2024 годом большее количество опрошенных потребителей (57,1%) по 31 рынкам из 40 затруднились оценить, как изменилось количество организаций.

8,12 % потребителей считают, что снизилось количество организаций, предоставляющих товары и услуги на рынке, по мнению 22,7% респондентов не изменилось, по мнению 12,12% респондентов увеличилось.

По мнению 23,4% респондентов, в течение последних трех лет уровень цен на товары и услуги в городе Оренбурге увеличился. При этом наибольший удельный вес занял рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 34,7%, рынок медицинских услуг – 34,3% и рынок услуг дошкольного образования детей – 30,1%. Подавляющее большинство респондентов затруднились ответить (54,3%), снижение уровня цен отметило 5,5% респондентов, уровень цен не изменился, так считают 16,8% респондентов (рисунок 32).

Результаты оценки изменения за последние три года характеристики качества товаров и услуг на рынках МО «город Оренбург» представлены на рисунке 33. Существенная часть опрошенных 58,8% затруднились ответить, 22,2% считают, что качество товаров и услуг в течение последних трех лет не изменилось, а 9,5% считают, что снизилось, лишь 9,6% опрошенных респондентов считают, что качество возросло.

Большинство респондентов 59,7% затруднились дать ответ на вопрос: «Как изменились характеристики (возможность выбора) товаров и услуг на следующих рынках в городе в течение последних 3 лет?», 21,6% респондентов считают, что возможность выбора не изменилась (рисунок 34). Только незначительная доля (8,3%) опрошенных, считает, что возможность выбора на рынках города снизилась, 10,4% считают, что увеличилась.

Оценить ситуацию с уровнем цен, качеством товаров и услуг, возможностью выбора на рынках подавляющая часть (от 54,3% до 59,68%) потребителей затруднились.

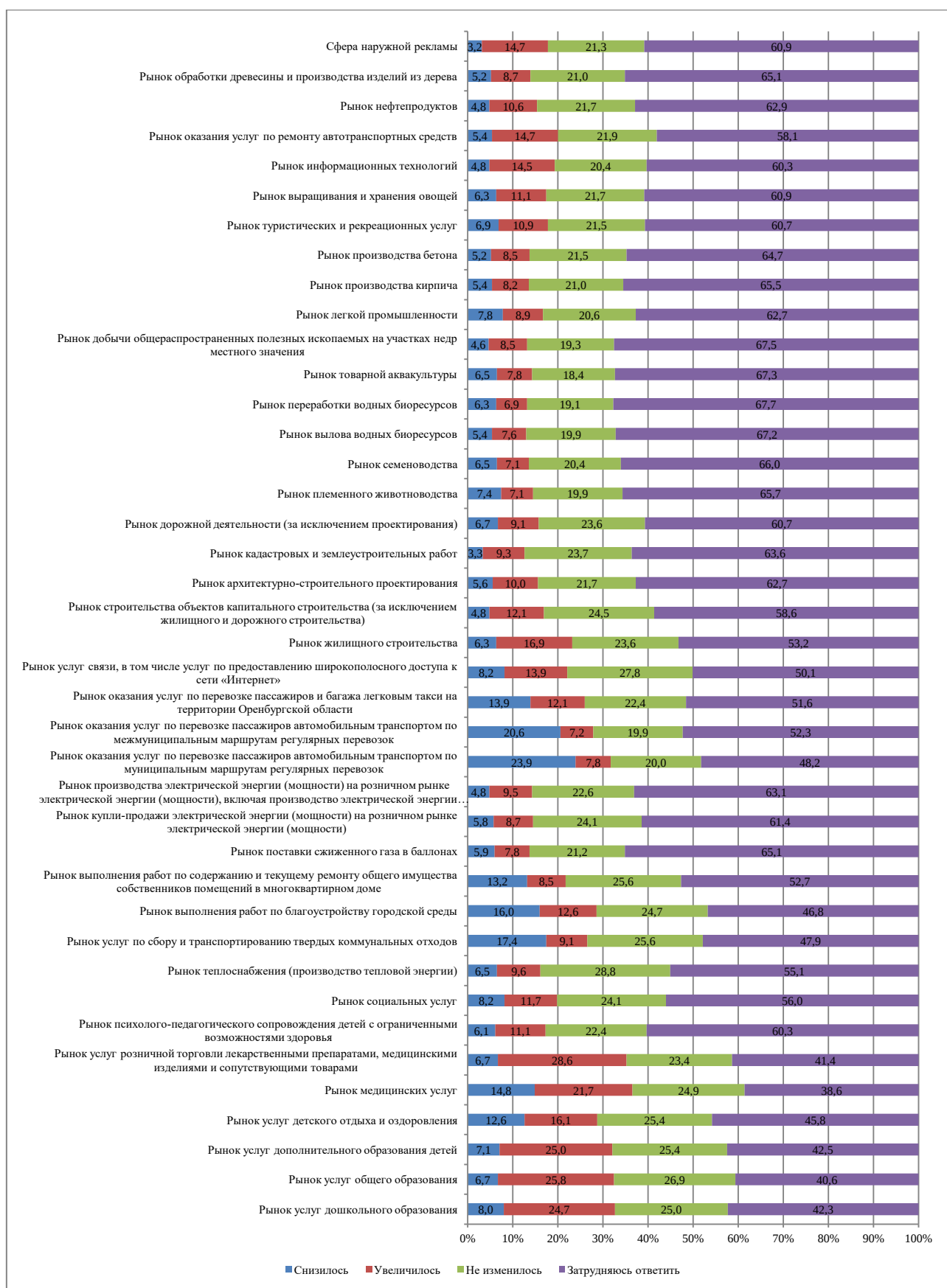


Рисунок 31 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Как, по Вашему мнению, изменилось количество организаций, предоставляющих товары и услуги на рынках Оренбургской области в течение последних трех лет?», %

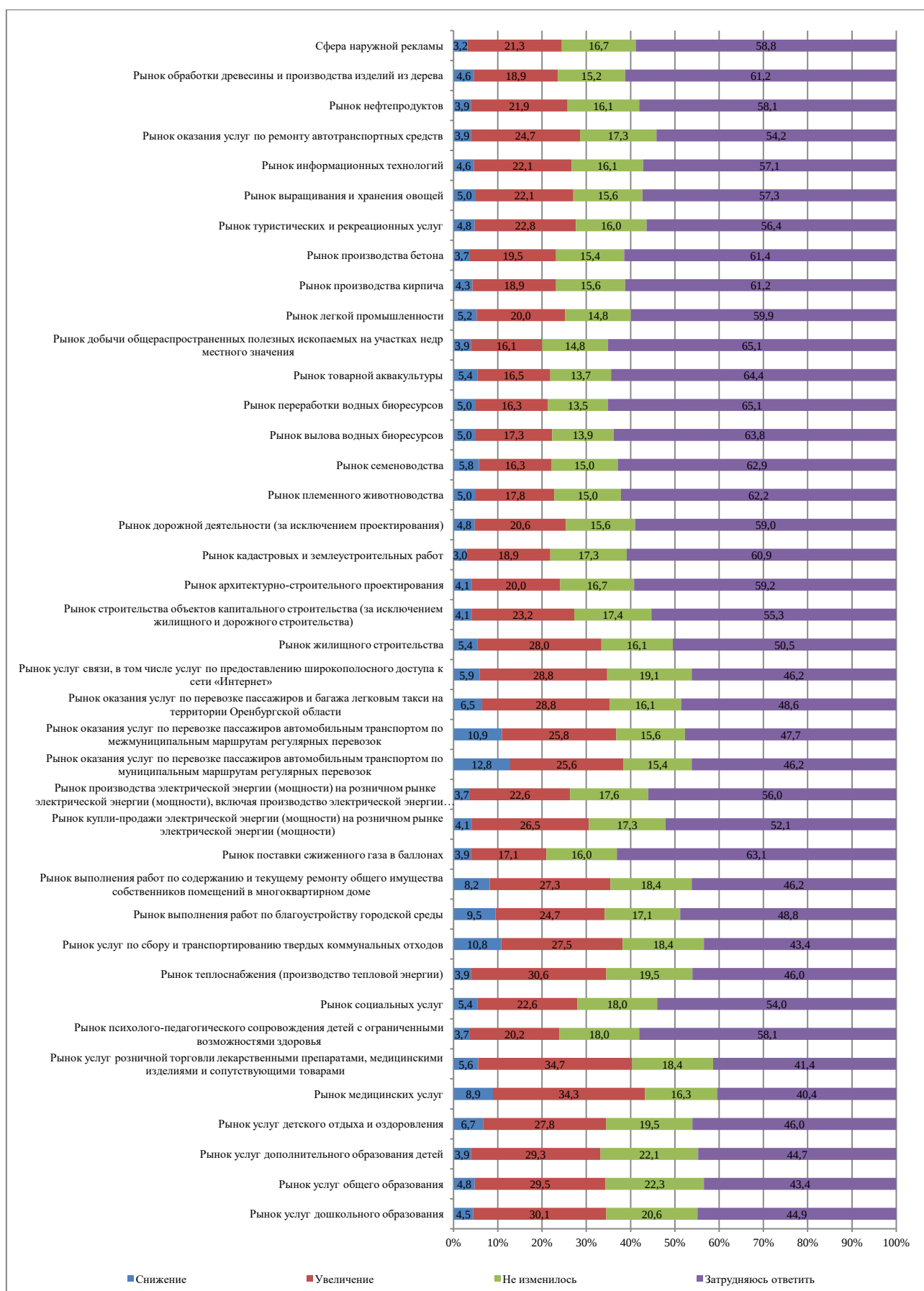


Рисунок 32 — Распределение ответов потребителей на вопрос «Как, по Вашему мнению, изменился уровень цен на товары и услуги на рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет?», %

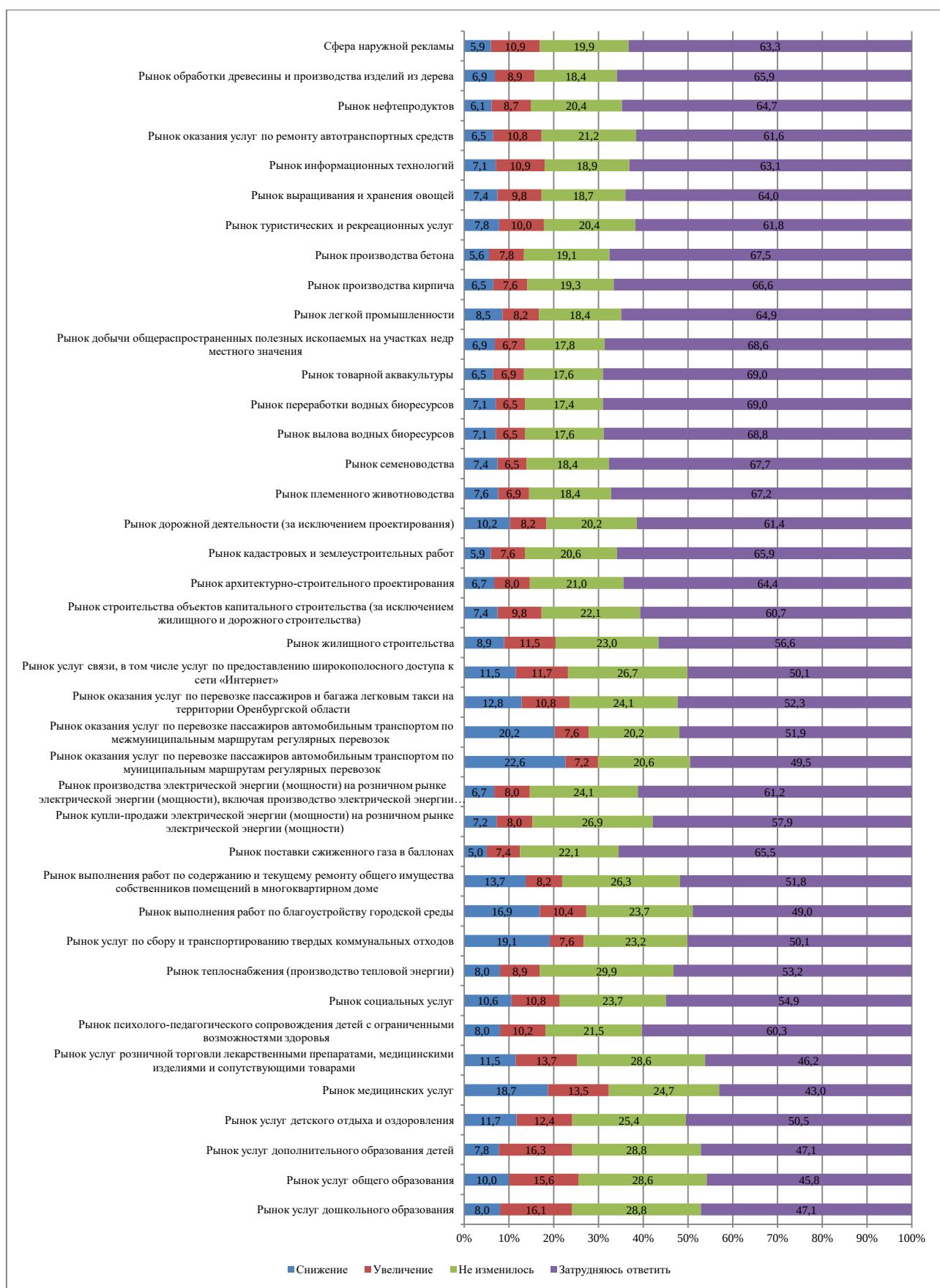


Рисунок 33 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Как, по Вашему мнению, изменилось качество товаров и услуг на следующих рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет?», %

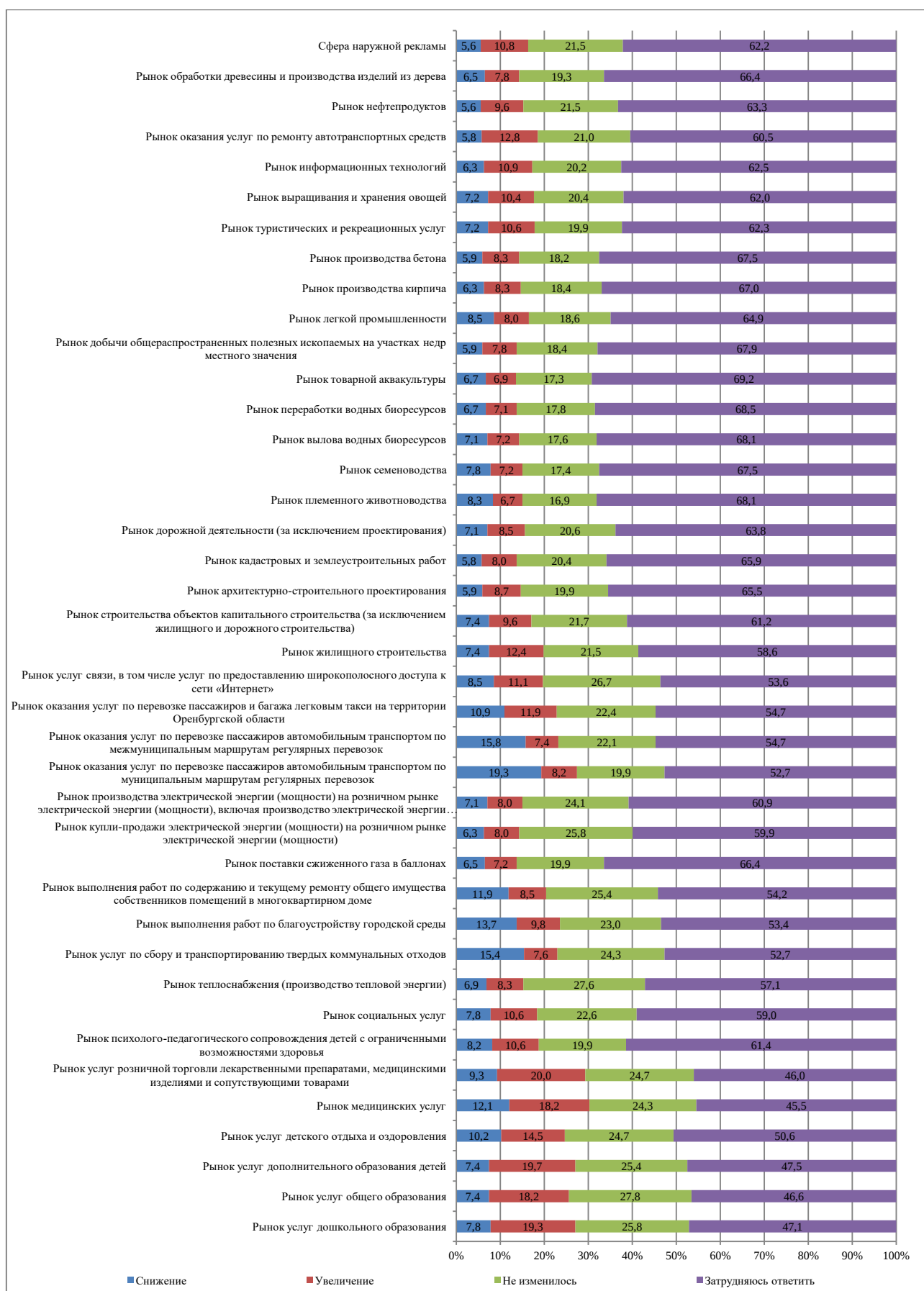


Рисунок 34 – Распределение ответов потребителей на вопрос «Укажите, как, по Вашему мнению, изменилась возможность выбора товаров и услуг на следующих рынках в городе Оренбурге в течение последних трех лет?», %

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, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения. Результаты представлены на рисунке 35.



Рисунок 35 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения?» в 2025 году, %

В сравнении с 2024 годом большинство субъектов предпринимательской деятельности (более 50%) удовлетворительно оценивают динамику работы с информацией. Изменились значения и по другим показателям, таким как скорее удовлетворительно, скорее неудовлетворительно, неудовлетворительно в сравнении с 2024 годом процент ответов предпринимательства по ним стал существенно выше (рисунок 35 и 36).

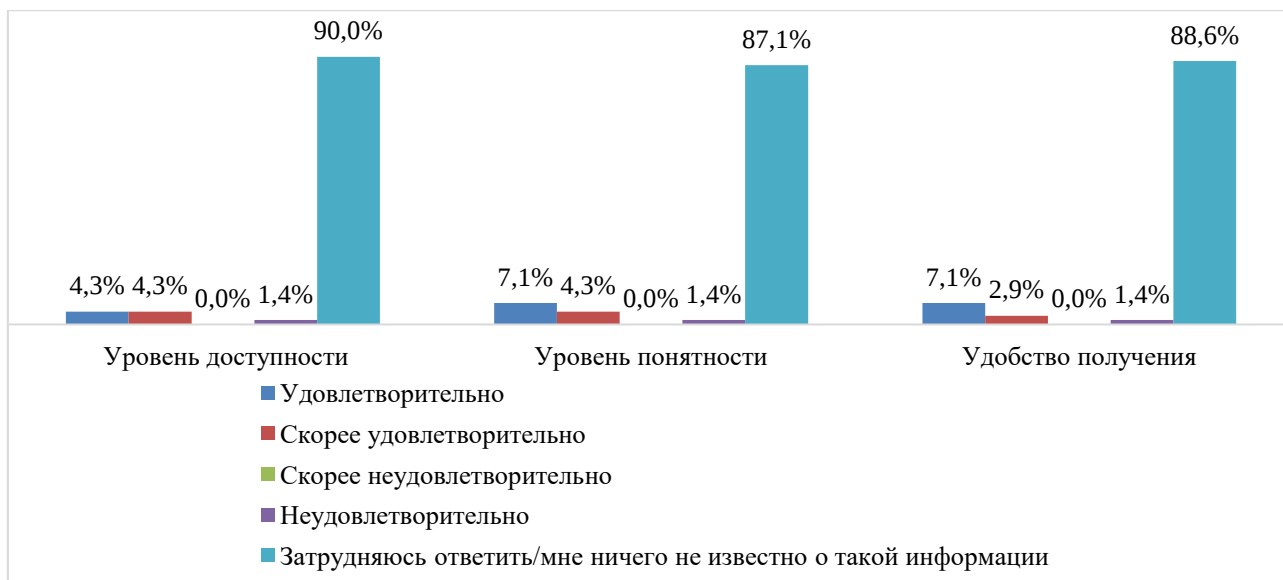


Рисунок 36 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос «Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения?», в 2024 году, %

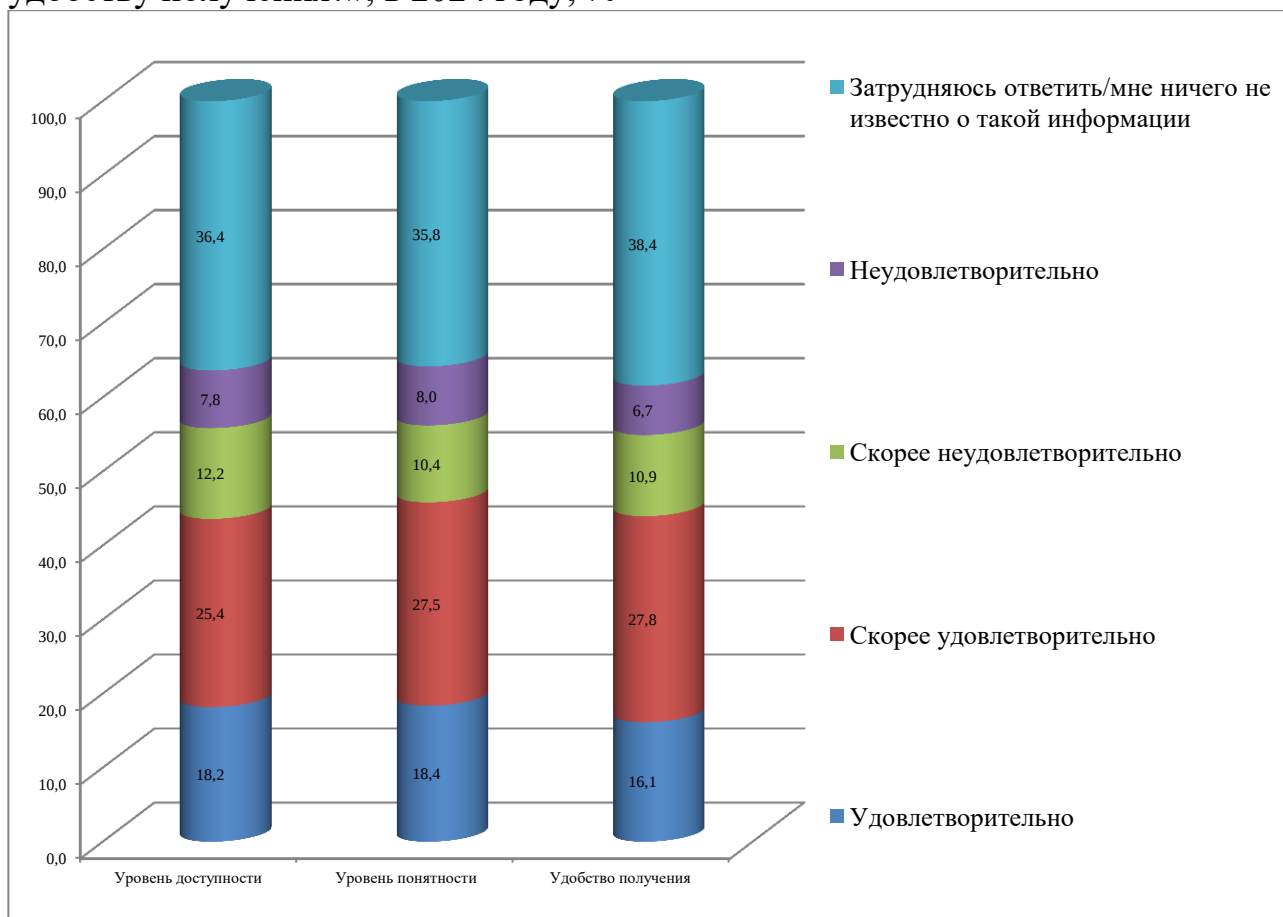


Рисунок 37 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения?», в 2025 году, %

Большинство потребителей (около 45%) оценили как «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно» качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещаемой в открытом доступе (рисунок 37).

Анализируя результаты опроса потребителей 2025 года по сравнению с 2024 годом, можно отметить, что увеличилось количество потребителей оценивающих скорее удовлетворительно и удовлетворительно уровень доступности (43,6%), уровень понятности (45,9%) и удобство получения (43,9%) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещенной в открытом доступе. Количество потребителей затруднившихся ответить немного увеличилось (рисунок 38).

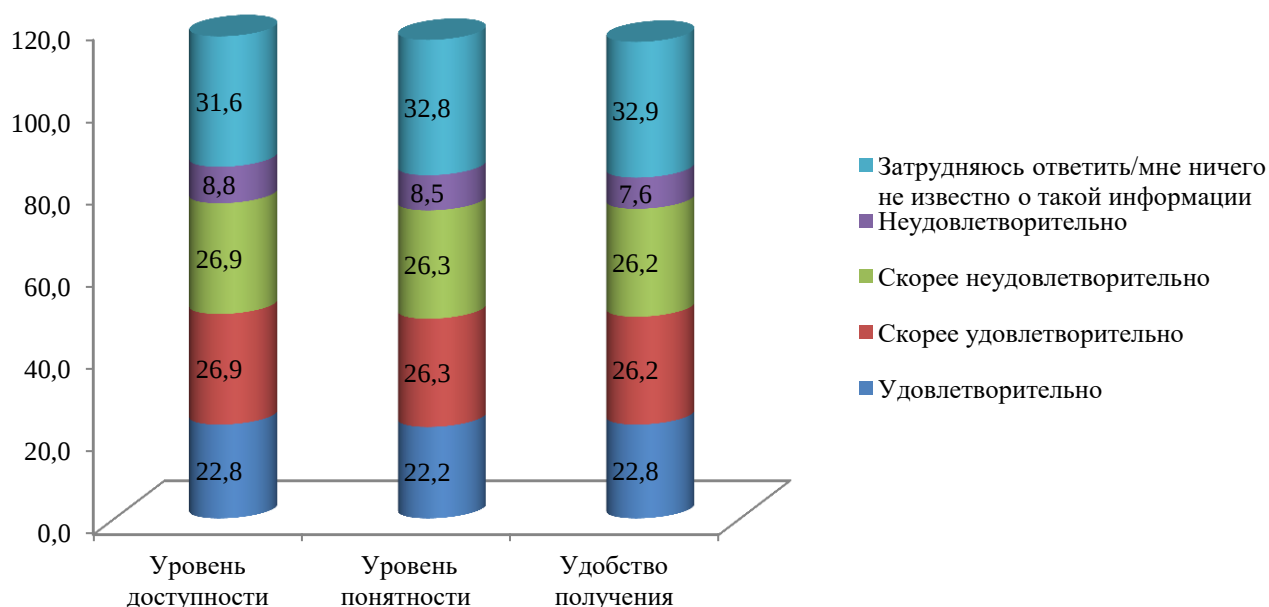


Рисунок 38 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Оренбургской области, размещаемой в открытом доступе, по критериям доступности, понятности и удобству получения?», в 2024 году, %

Результаты опроса представителей бизнес-сообщества по источникам информации о состоянии конкурентной среды, представлены на рисунке 39.

Основываясь на результатах опроса, можно сделать вывод о том, что большинство респондентов (95,1%) предпочитают пользоваться телевидением, а вот доверяют больше всего (26,8%) информации размещенной на официальной информации, размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и (26,8%)

официальной информации, размещенной на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Результаты опроса потребителей по аналогичному вопросу позволяют сделать вывод о том, что значительная часть респондентов предпочитает пользоваться печатными средствами массовой информации (89,6%) и больше всего доверяют официальной информации, размещенной на сайте ФАС РФ (18%) (рисунок 40).

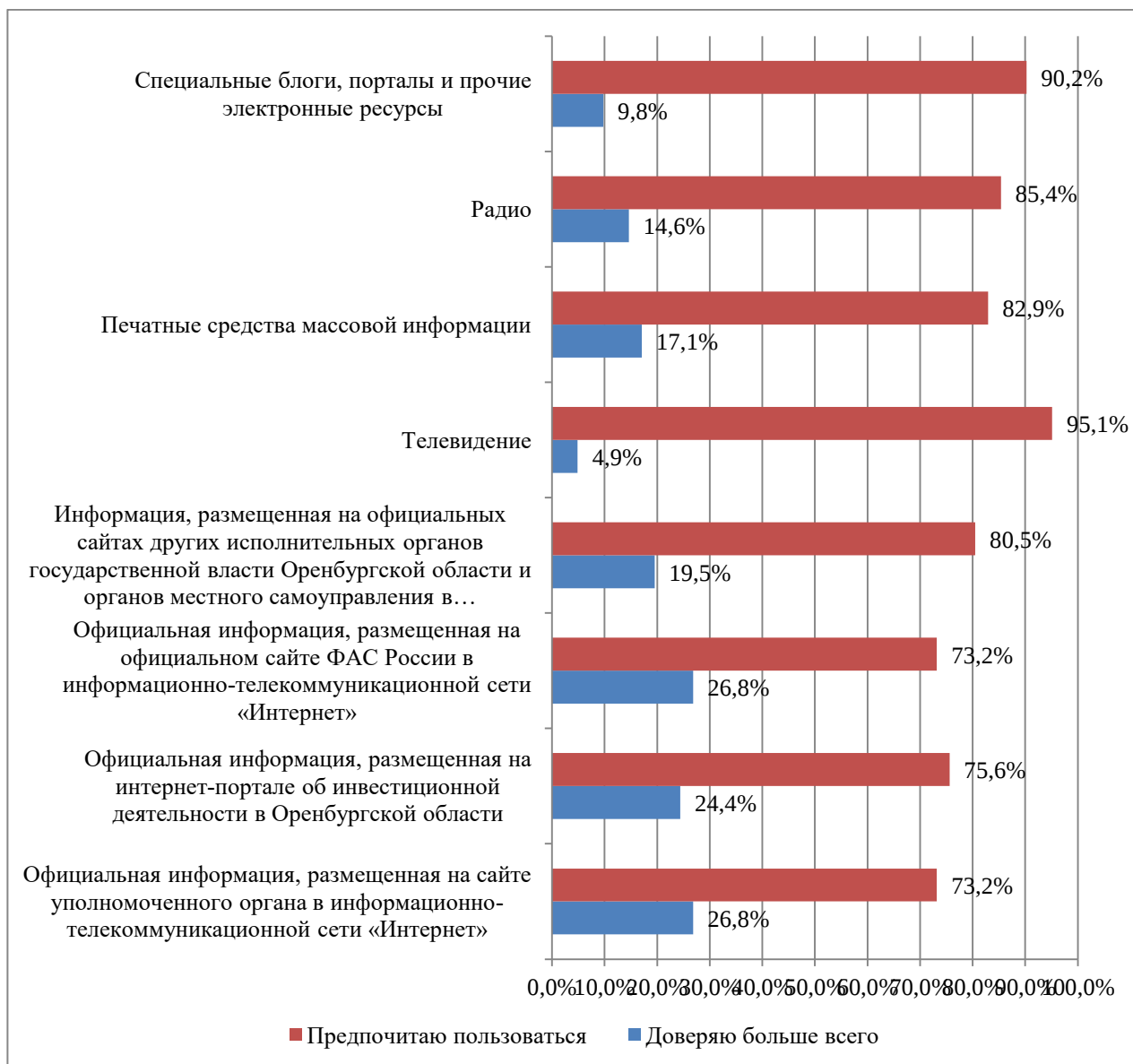


Рисунок 39 – Распределение ответов субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Укажите, какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?», %

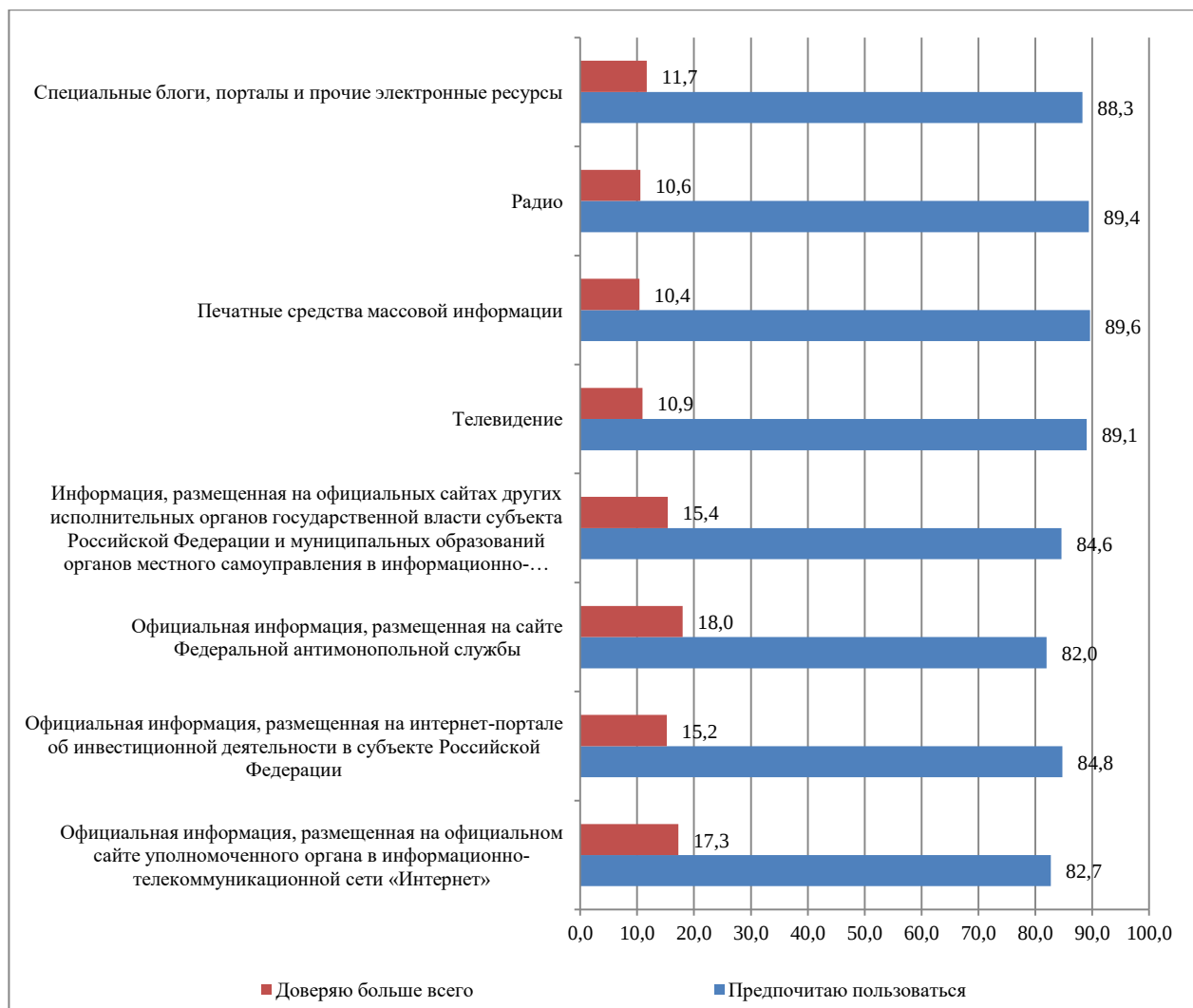


Рисунок 40 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Укажите, какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?», %

Ответы субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Оцените, 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 (от 53,7% до 63,4%) «удовлетворены», остальные респонденты от 22,0% до 24,4% считают «скорее удовлетворительно», от 7,3% до 12,2% «скорее неудовлетворительно» полноту размещенной информации по критериям, перечисленным на рисунке 41 или «затруднялись ответить»:

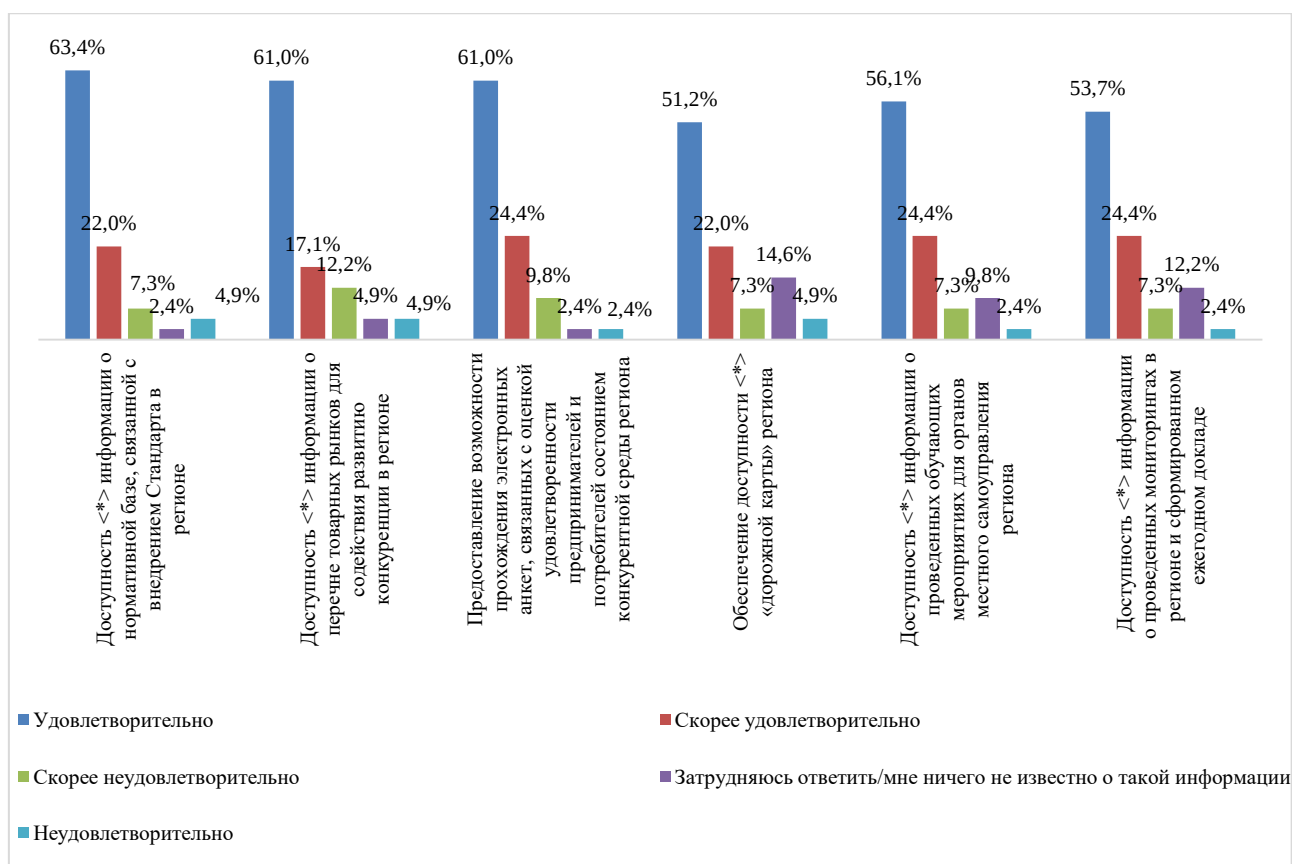


Рисунок 41 – Распределение ответов субъектов предпринимательской деятельности на вопрос: «Оцените, полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской области и деятельности по содействию развитию конкуренции?», %

Потребители при ответе на аналогичный вопрос в большинстве (от 44,3% до 50,1% по критериям) затруднились дать ответ. Остальные потребители 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 (от 36,6% до 43,4% соответственно в совокупности по критериям) (рисунок 42).

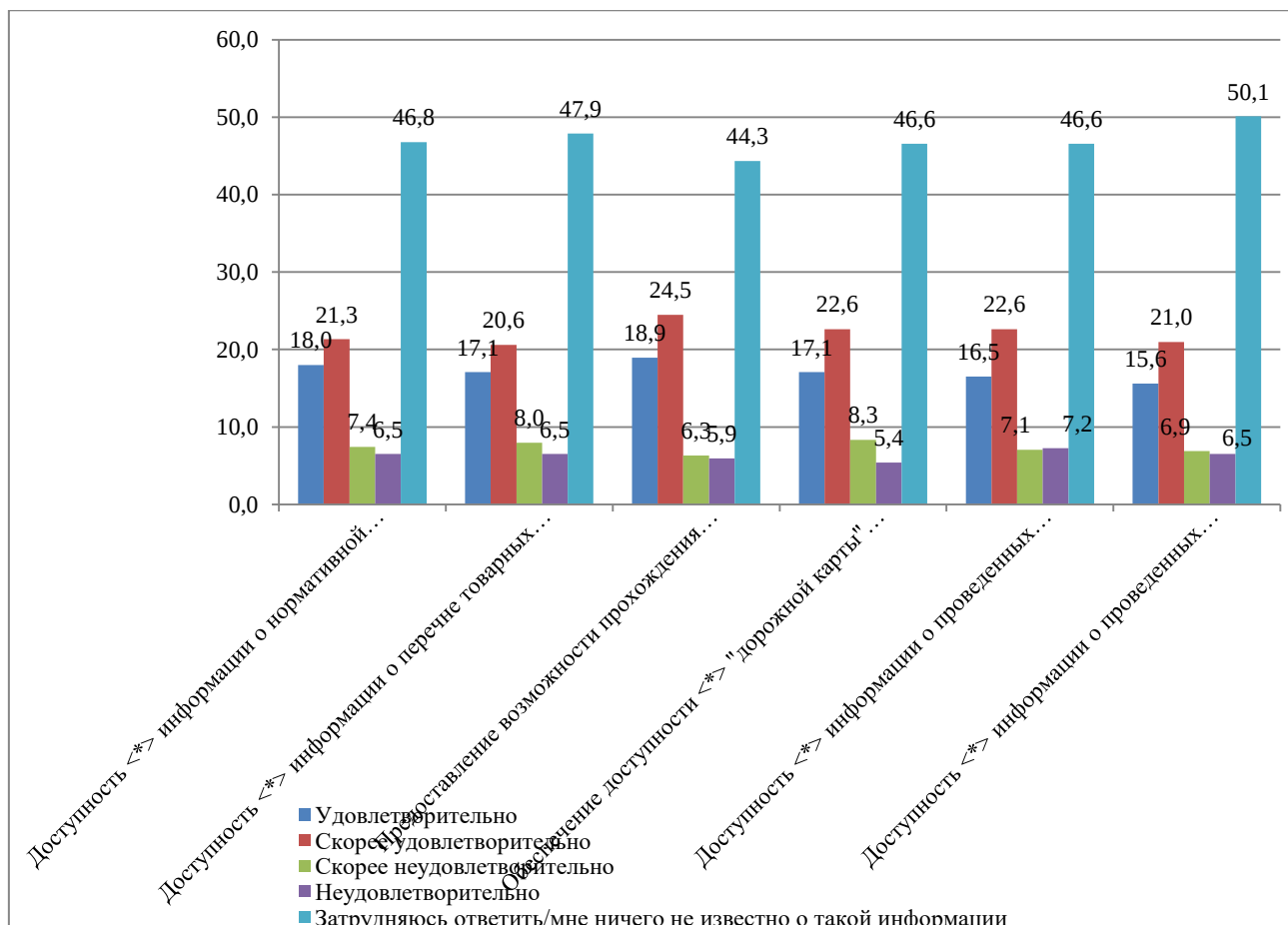


Рисунок 42 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Оцените, полноту размещенной министерством экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области и муниципальными образованияами информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Оренбургской 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): субъекты предпринимательства оценили следующим образом (рисунок 43):

– Водоснабжение и водоотведение: оценка «удовлетворительно» составила 43,9%, оценка «скорее удовлетворительно» 26,8%. В сравнении с 2024 годом по срокам получения доступа к водоснабжению и водоотведению оценка «удовлетворительно» увеличилось на 36,8%, оценка «скорее удовлетворительно» снизилась на 36,1%.

– Электроснабжение: оценка «удовлетворительно» составила 46,3%, что меньше показателя 2024 года на 18%, «скорее удовлетворительно» 24,4%, в сравнении с 2024 годом показатель увеличился на 18,7%. Оценка «скорее неудовлетворительно» 9,8% увеличилась на 6,9% в сравнении с предыдущим периодом (2,9 % в 2024 году).

– Теплоснабжение: оценка «удовлетворительно» снижается с 64,3% в 2024 году до 46,3% в 2025 году, оценка «скорее удовлетворительно» составила 26,8%, увеличилась на 19,7% относительно 2024 года.

подавляющее большинство опрошенных «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» оценили услуги водоснабжения, водоотведения, электроснабжения, теплоснабжения по срокам получения доступа (процент опрошенных варьирует от 70,7% до 73,1%).

Ответы респондентов по характеристикам услуг субъектов естественных монополий в Оренбургской области (по сложности (количеству) процедур подключения) в сравнении с 2024 годом кардинально изменились. Большая часть опрошенных в 2025 году ответили «удовлетворительно», «скорее удовлетворительно» (от 70,8% до 75,6% в совокупности), по остальным показателям ответы составляют не более 12,2%, что значительно выше по сравнению с показателями прошлого года (рисунок 44).

Ответы респондентов по характеристикам услуг субъектов естественных монополий в Оренбургской области (по критерию стоимости услуг субъектов естественных монополий) в сравнении с 2024 годом также кардинально изменились. Большая часть опрошенных в 2025 году ответили «удовлетворительно», «скорее удовлетворительно» (от 61% до 63,5% в совокупности), по остальным показателям ответы составляют не более 17,1%, что значительно выше по сравнению с показателями прошлого года (рисунок 45):

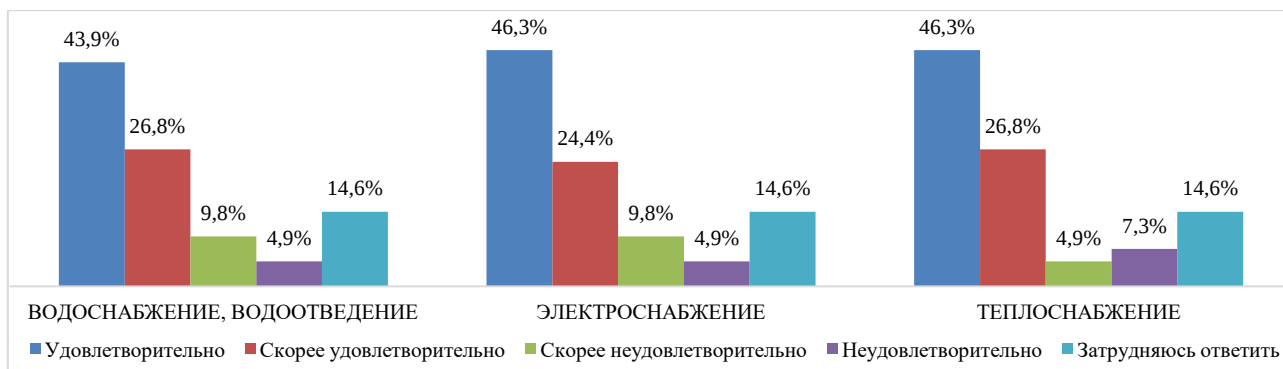


Рисунок 43 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по срокам получения доступа, 2025 год, %

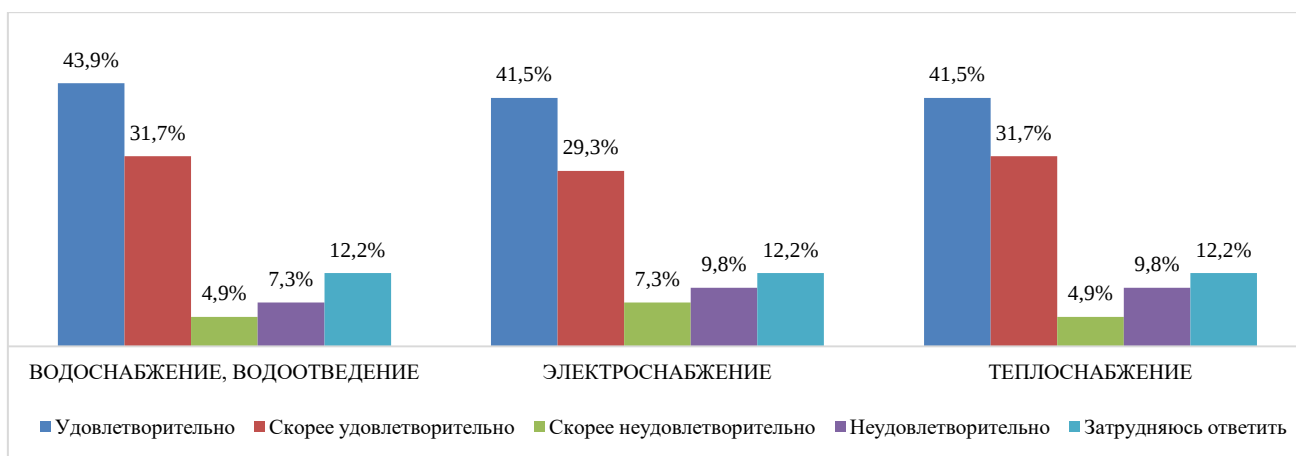


Рисунок 44 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по сложности (количеству) процедур подключения, 2025 год, %

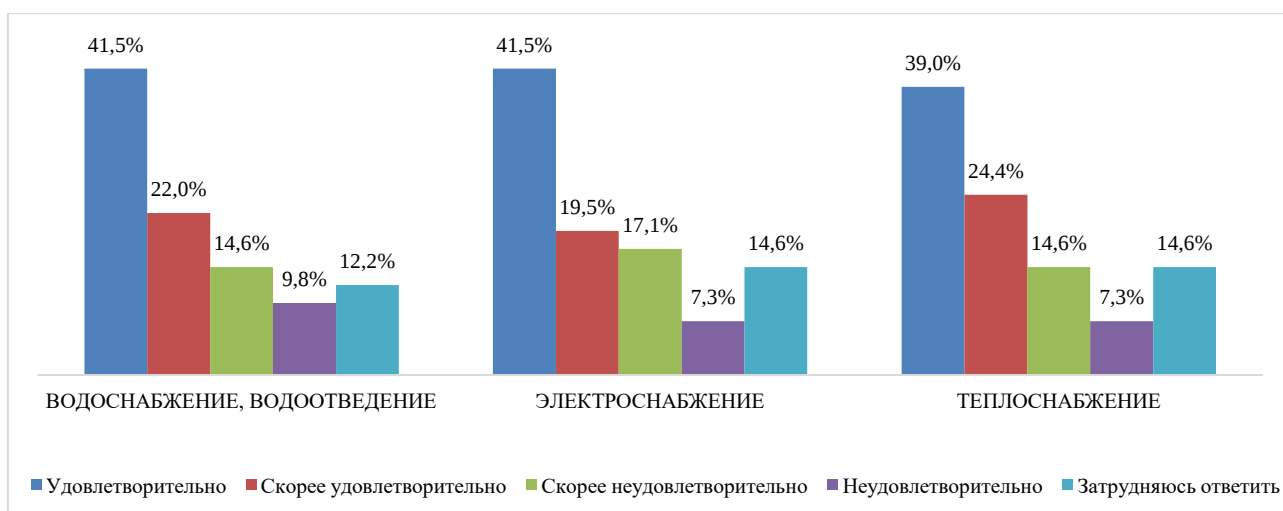


Рисунок 45 – Распределение ответов представителей бизнеса по характеристике услуг субъектов естественных монополий по стоимости подключения, 2025 год, %

Качество услуг субъектов естественных монополий в городе Оренбург (рисунок 46): по оценке потребителей, самое высокое качество услуг – 39,9% приходится на электроснабжение, 34% на водоснабжение, 34,7% на теплоснабжение. Больше всего потребителей 21,7% скорее не удовлетворены качеством услуг водоснабжения, 18,6% теплоснабжения, 15,8% электроснабжением.

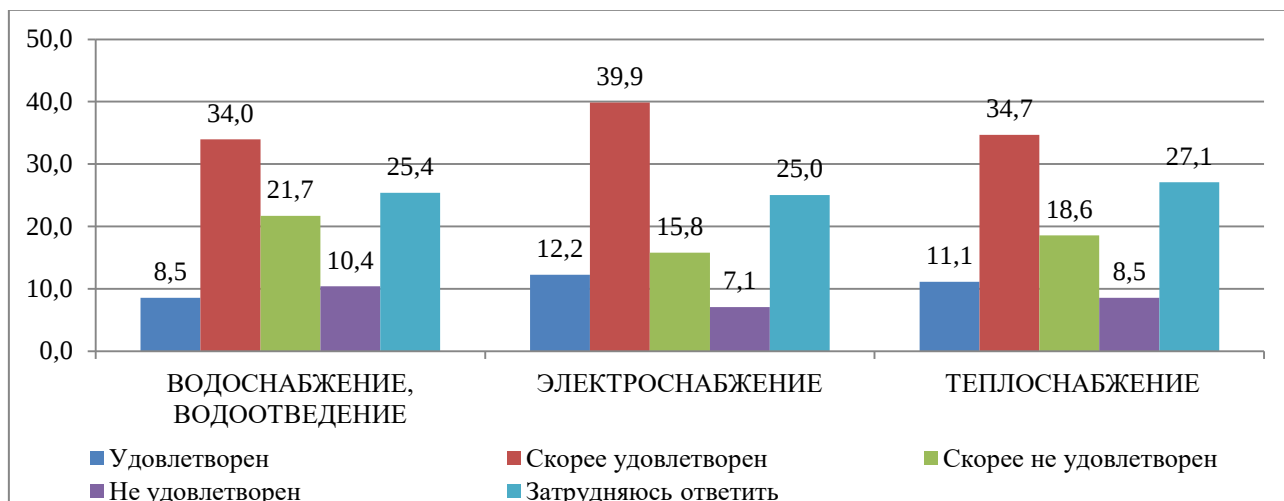


Рисунок 46 – Распределение ответов потребителей по качеству услуг субъектов естественных монополий, 2025 год, %

Ответы потребителей на вопрос «С какими проблемами Вы столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий» представлены на рисунке 47.

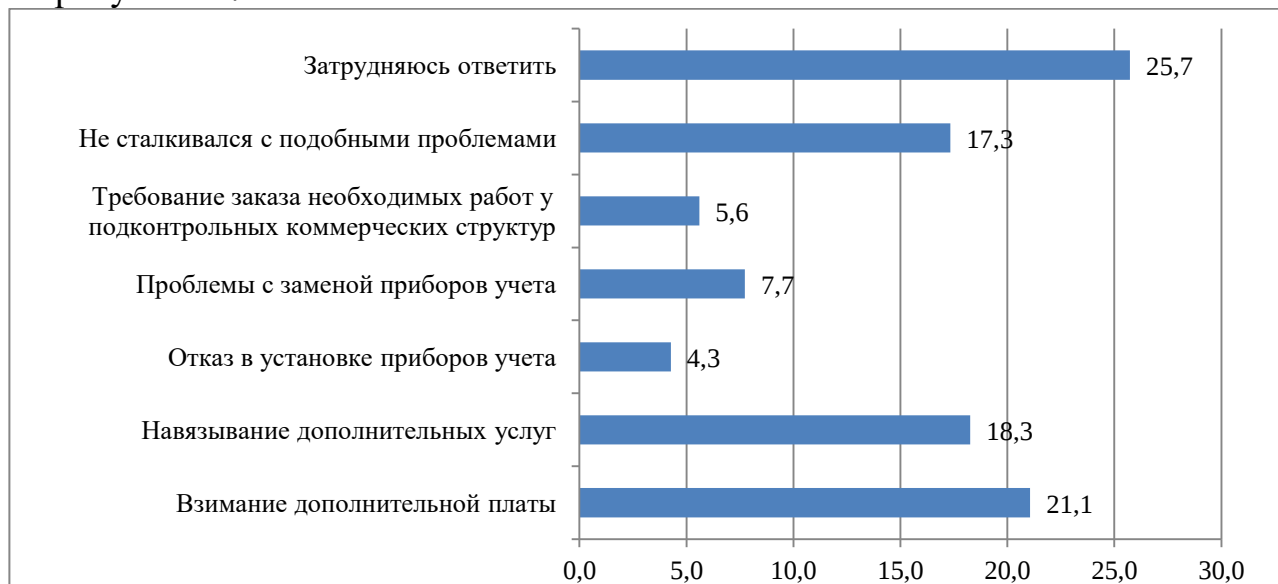


Рисунок 47 – Распределение ответов потребителей: «С какими проблемами Вы столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий?», %

Большинство потребителей (25,7%) затруднились ответить, 18,3% столкнулись с навязыванием дополнительных услуг, 21,1% – с взиманием

дополнительной платы, 17,3% не сталкивались с подобными проблемами. С проблемой замены приборов учета столкнулись 7,7% потребителей, у 5,6% требовали осуществлять заказ необходимых работ у подконтрольных организаций, 4,3% отказали в установке приборов учета.

Ответы субъектов предпринимательства на вопрос: «С какими проблемами вы столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий» представлены на рисунке 48. Большинство респондентов не сталкивались с подобными проблемами (33%), затруднились ответить (22%), 16% предпринимателей столкнулись с взиманием дополнительной платы, 10% с навязыванием дополнительных услуг, по остальным проблемам процент ответов представителей бизнеса составил менее 10%.



Рисунок 48 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «С какими проблемами вы столкнулись при взаимодействии с субъектами естественных монополий?», %.

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 рисунке 49.

Большая часть представителей бизнеса оценивают «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно» качество услуг по присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области. По критерию «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно» качество услуг в электронном виде по техническому присоединению к водоснабжению, водоотведению, к газоснабжению, к электроснабжению и теплоснабжению составляет от 82,93% до 87,81%.

Другая часть респондентов соотносит качество услуг в электронном виде по техническому присоединению к водоснабжению, водоотведению, к газоснабжению, к электроснабжению и теплоснабжению по критерию «скорее не удовлетворительно» и критерию «не удовлетворительно» от 12,2% до 17,07% в совокупности.

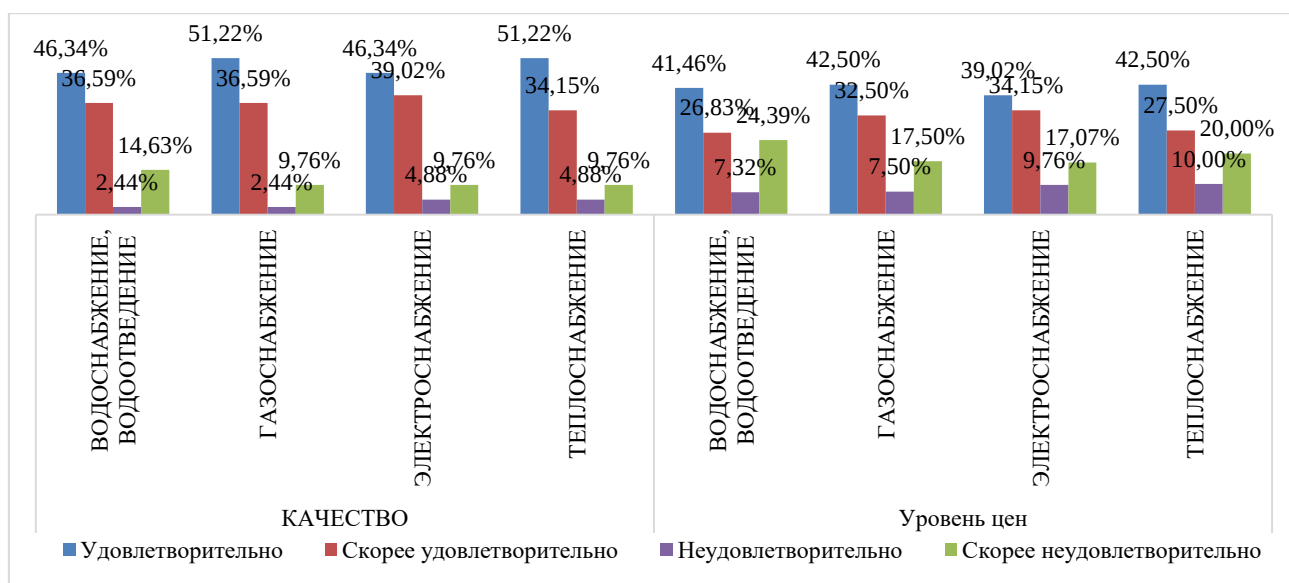


Рисунок 49 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «Оцените характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области по критерию качество и уровень цен», %

Большая часть респондентов считают уровень цен на услуги субъектов естественных монополий «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительным» (в совокупности от 68,29% до 75,0%). Часть респондентов от 10% и менее считают уровень цен «неудовлетворительным» и от 24,39% и менее – «скорее неудовлетворительным».



Рисунок 50 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «Сталкивались ли Вы с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, основной для бизнеса, который Вы представляете?», %

В соответствии с ответами предпринимателей (отраженными на рисунке 50) 49% опрошенных не сталкивались с дискриминацией, 20% – затруднились

ответить, по 11% – столкнулись с отсутствием организации и проведением торгов на право заключения договоров в случаях, когда законодательство требует их и с ценовой дискриминацией, 2% столкнулись с продажей товаров только в определенном ассортименте, продажей в нагрузку, с разными условиями поставки.

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 и уровню цен: ответы субъектов предпринимательства представлены на рисунке 51.

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 (более 56,1%) и незначительная часть (31,71% и менее) – что качество улучшилось.

Что касается уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий по мнению большинства опрошенных предпринимателей 56,10% ситуация не изменилась, 26,83% опрошиваемых считают, что ситуация ухудшилась и лишь 24,39% считают, что улучшилась.

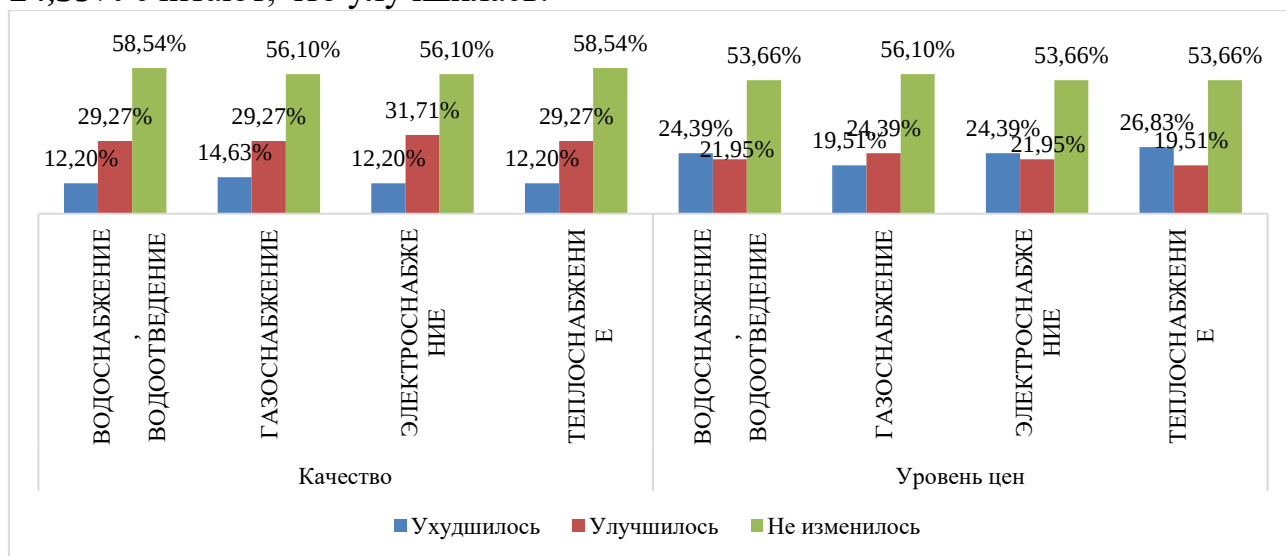


Рисунок 51 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «Оцените, как изменились характеристики услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий в Оренбургской области за последние 3 года по качеству и уровню цен», %

Подавляющее большинство представителей бизнеса (73,17%) не обращались в контрольно-надзорные органы с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров в течение

последних 3 лет (рисунок 52). Оставшаяся часть респондентов разделилась следующим образом: 9,76% обращались, но им не удалось отстоять свои права с помощью контрольно-надзорных органов; 9,76% частично удалось отстоять свои права; 4,88% обращались и им полностью удалось отстоять свои права.

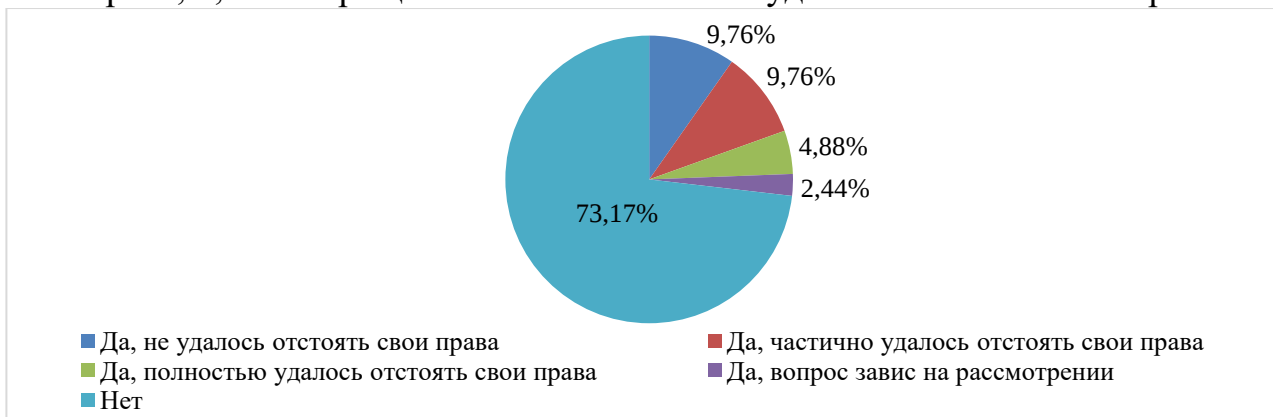


Рисунок 52 – Распределение ответов представителей бизнеса на вопрос: «Обращались ли Вы в контрольно-надзорные органы с жалобами в защиту прав предпринимателей и устранении административных барьеров за последние 3 года?», 2025 год, %

Ситуация в 2025 году с обращениями в надзорные органы за защитой прав потребителей (рисунок 53) сложилась следующим образом. Большая часть респондентов 91,3% не обращались в надзорные органы, 3% обращались, не удалось отстоять свои права, 2,4% – обращались, частично удалось отстоять свои права, 1,7% потребителей полностью отстояли свои права, 1,7% – обращались, но «вопрос завис на рассмотрении».

Большинство предпринимателей (рисунок 54) (70,73%) 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», 14,63% общественные организации.

Большая часть опрошенных потребителей (88,7%) в отчетном году не обращалась в надзорные органы. В Общество защиты прав потребителей обращались 2% респондентов, 1,7% обращались в органы местного самоуправления, 2% – в прокуратуру и УМВД, 3% – в государственные органы власти, 2,2% – в Управление Роспотребнадзора по Оренбургской области, 0,4% – в УФАС по Оренбургской области (рисунок 55).

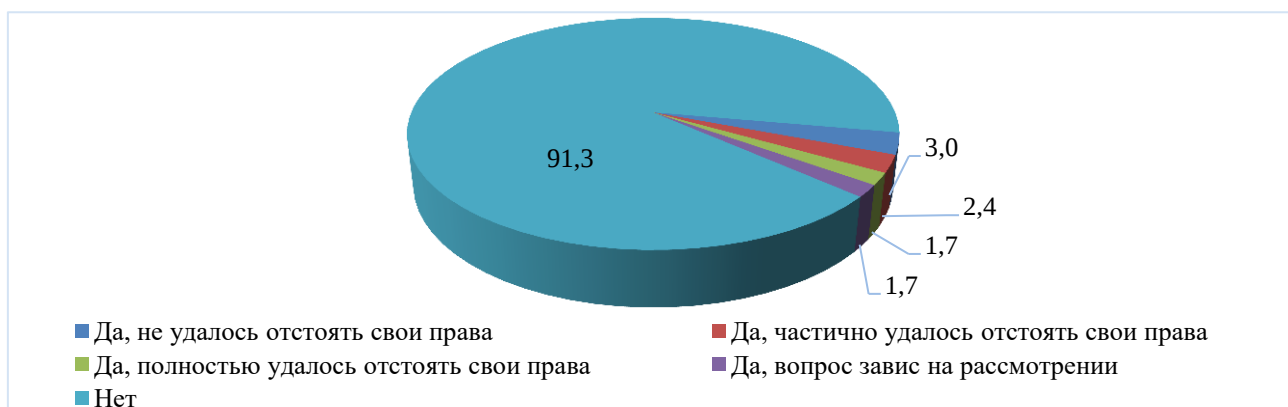


Рисунок 53 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Обращались ли Вы в отчетном году в надзорные органы за защитой прав потребителей?», 2025 год, %

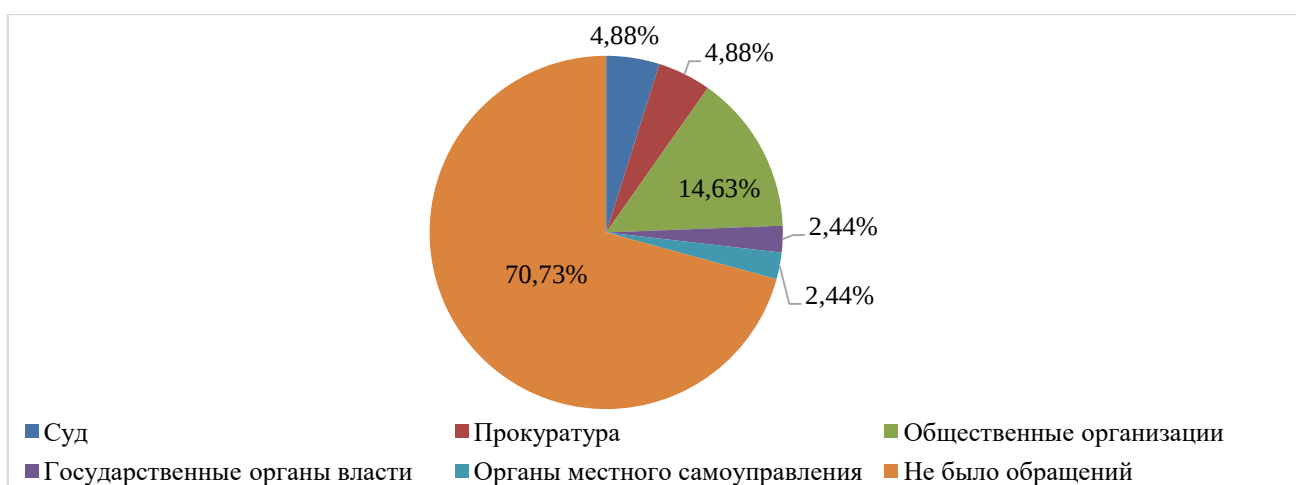


Рисунок 54 – Распределение ответов предпринимателей на вопрос: «В какие надзорные органы в отчетном году Вы обращались за защитой прав потребителей?», %

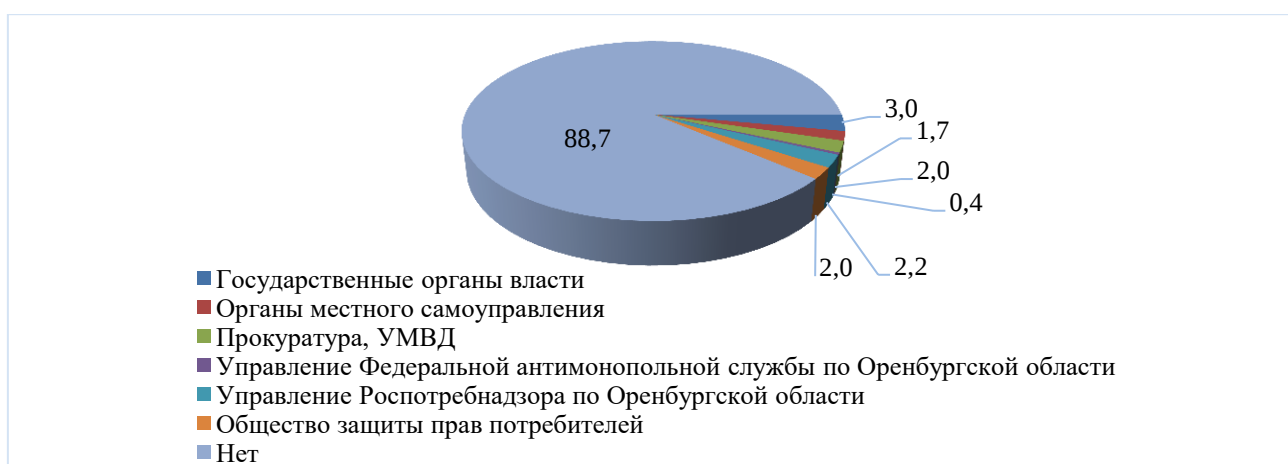


Рисунок 55 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «В какие надзорные органы в отчетном году Вы обращались за защитой прав потребителей?», %

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 активно пользовались кредитованием – 50%, зарплатным проектом – 52,38%. Практически не использовали микрофинансовые займы 90,48%, банковские гарантии 80,95%, факторинг 88,1%, ДМС работников 83,33% (рисунок 56).

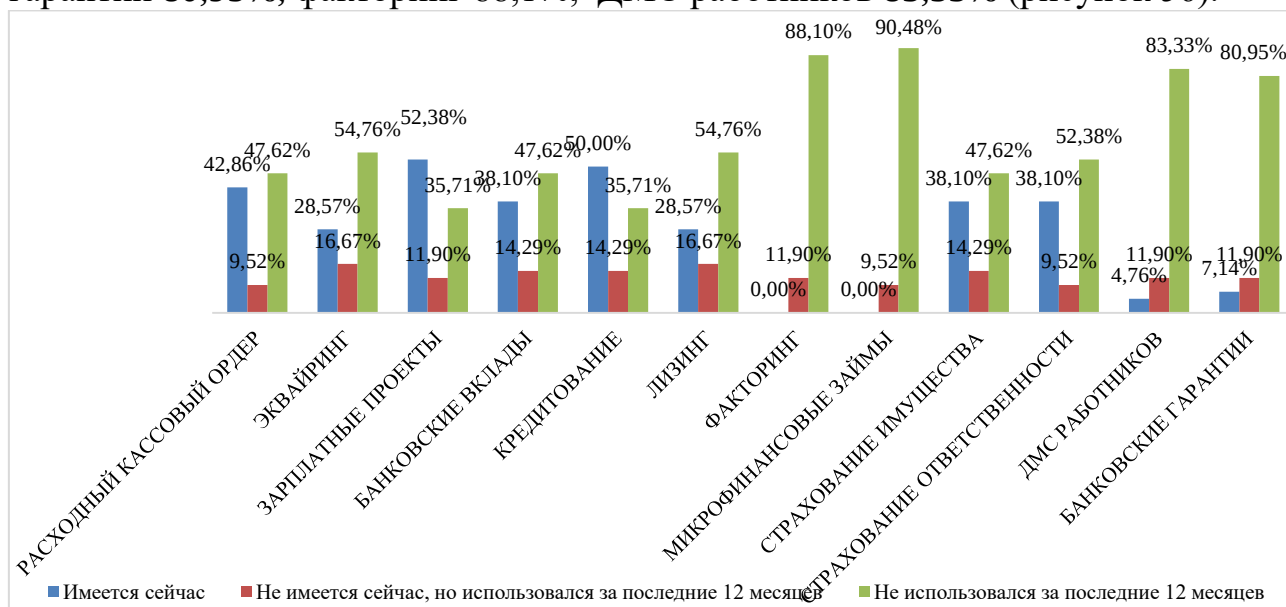


Рисунок 56 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %

Большинство потребителей – от 51,39 и более в течение года не пользовались финансовыми продуктами (услугами). При этом из всех финансовых услуг наиболее активно использовался Банковский вклад (37,04% потребителей выбрали Банковский вклад). 11,57% потребителей не имели его на момент опроса, но использовали в течение последних 12 месяцев (рисунок 57).

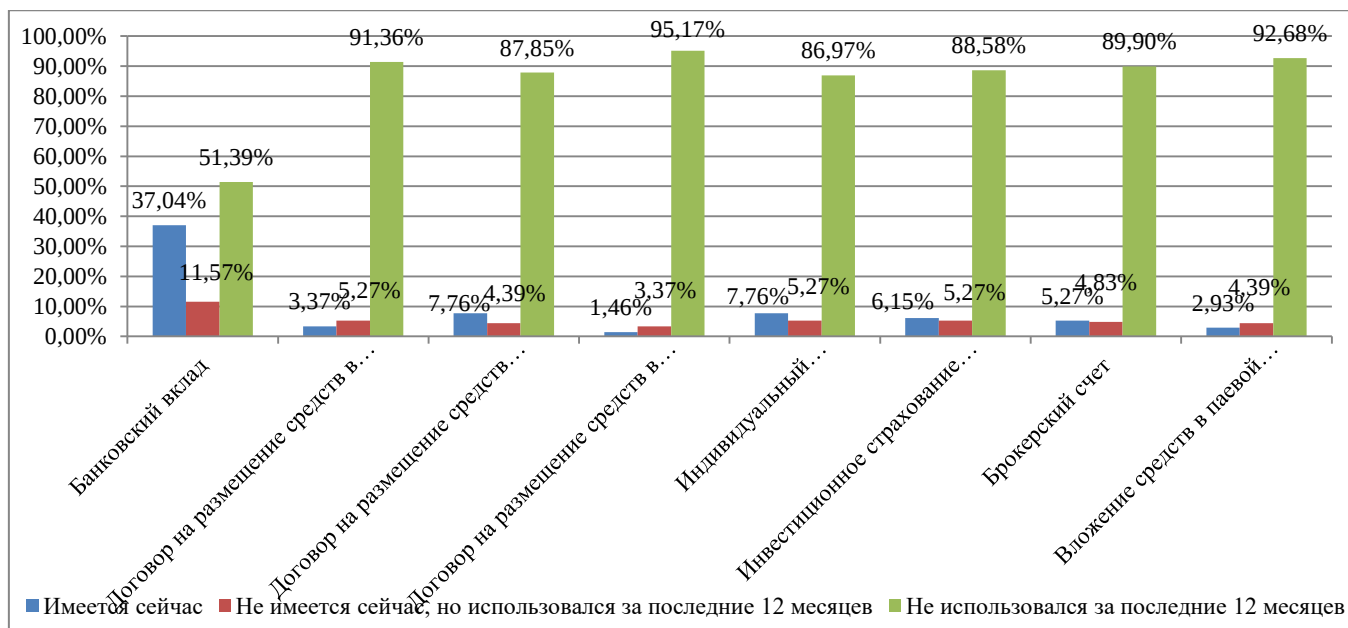


Рисунок 57 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %

Причины, по которым финансовые продукты (услуги) не использовались субъектами предпринимательской деятельности, представлены на рисунке 58. Основная причина, которую указали предприниматели, это «У меня не достаточно свободных денег» – 55,88%; «Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства – 14,71%, «Предлагаемая процентная ставка слишком низкая (для продуктов с процентным доходом) – 14,71%» и другие ответы с меньшим процентом.



Рисунок 58 – Распределение ответов субъектов предпринимательства 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 потребители не пользовались финансовыми продуктами (по кредитным операциям) представлены на рисунке 59. Большая часть потребителей (64,2%) ответили «у меня недостаточно свободных денег», 14,3% потребителей ответили «я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства», 7,3% ответили, что данными услугами уже пользуются другие члены семьи, 7,3% – предлагаемая процентная ставка слишком низкая, 4,3% потребителей используют другие способы размещения свободных денежных средств.

Незначительная часть потребителей отметили, что отделения финансовых организаций находятся слишком далеко 2,7%.



Рисунок 59 – Распределение ответов потребителей 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?», %

Большинство потребителей (более 69,4%) (рисунок 60) не пользовались финансовыми услугами, а из тех, кто пользовался большинство отдали свое предпочтение использованию кредитного лимита по кредитной карте 24,74%. 19,62% потребителей получили кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом, 16,69% потребителей оформили онлайн-кредит в банке. Лишь 1,76% потребителей оформили онлайн-заем в микрофинансовой организации. По остальным финансовым организациям процент пользования составил 2,64% и ниже.

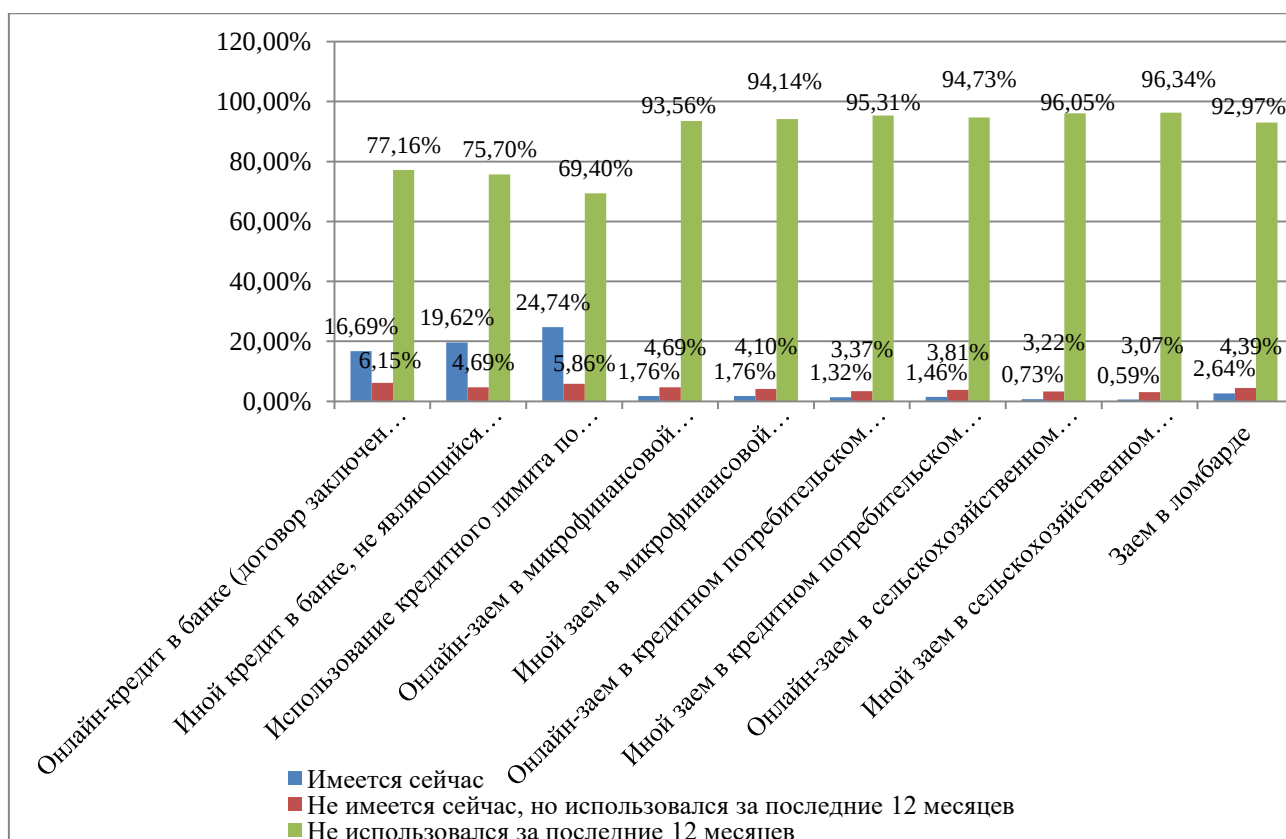


Рисунок 60 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %.

Как оказалось, 36,72% потребителей не любят кредиты, займы и не хотят жить в долг. У 17,32% потребителей нет необходимости в заемных средствах. Для 16,93% потребителей процентная ставка по кредитам слишком велика. Не доверяют финансовым организациям 12,24% потребителей. Не уверены в технической безопасности онлайн-сервисов 6,64% потребителей. Уже имеют кредит или заем на других членов семьи 3,65% потребителей. Менее 3% потребителей указали ряд других причин, отраженных на рисунке 61.



Рисунок 61 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Если Вы не пользовались за последние 12 месяцев продуктами (услугами), перечисленными в предыдущем вопросе, отметьте высказывания, которые описывают причину отсутствия у Вас этих продуктов?», %

Более половины опрошенных субъектов предпринимательства в отчетном году пользовались дистанционным доступом к банковскому счету, из них: 78,57% использовали денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета, 59,52% – денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона – с помощью отправки смс на короткий номер, 61,90% – денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер) (рисунок 62).

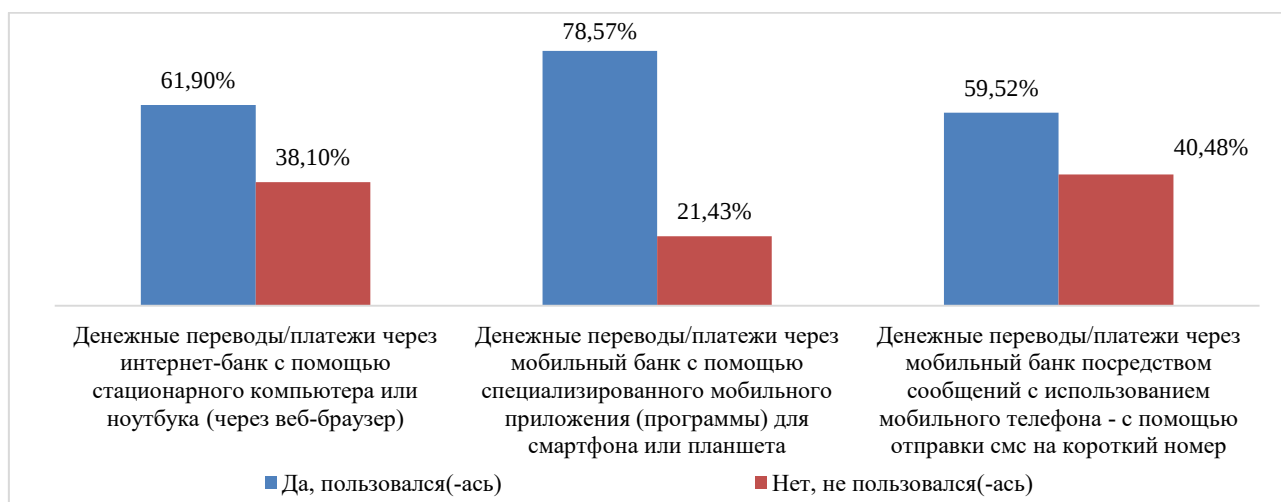


Рисунок 62 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Пользовались ли Вы следующими типами дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты) за последние 12 месяцев?», %

Больше всего опрошенных потребителей – 71% – пользовались денежными переводами (платежами) через мобильный банк с помощью специального мобильного приложения для смартфона или планшета. Менее предпочтительным для потребителей оказались денежные переводы (платежи) через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона - с помощью отправки смс на короткий номер (24% потребителей), при этом 76% потребителей не использовали данный тип дистанционного доступа. По остальным типам дистанционного доступа по показателям «да, пользовался»/ «нет, не пользовался» значения приведены на рисунке 63.

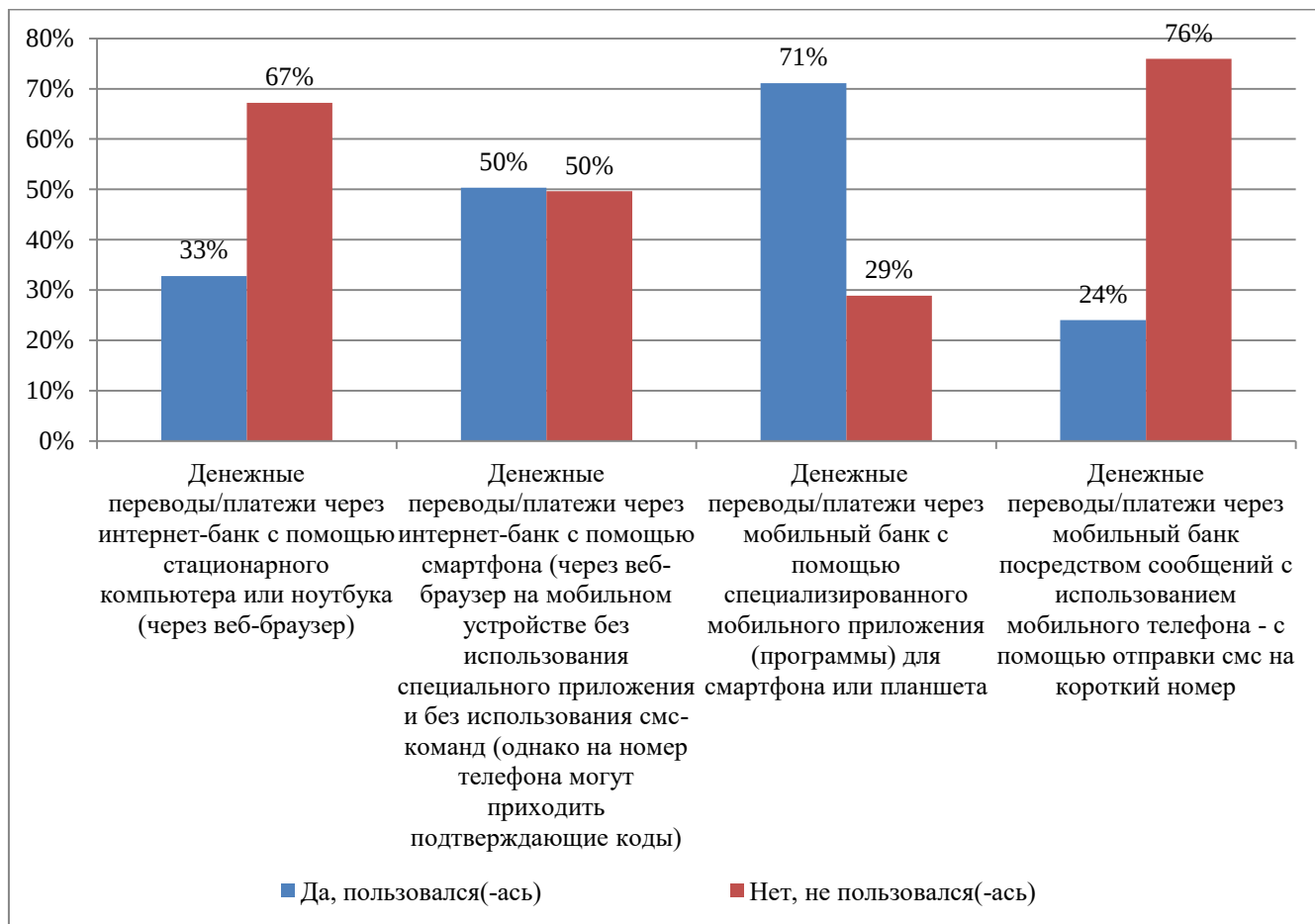


Рисунок 63 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Пользовались ли Вы следующими типами дистанционного доступа к банковскому счету (расчетному счету, счету по вкладу, счету платежной карты) за последние 12 месяцев?», %

Основными причинами, по которым предприниматели не пользовались дистанционным доступом к банковскому счету (рисунок 64) 56,25% опрошенных указали «я не уверен в безопасности интернет-сервисов»; 25,0%

опрошенных указали, что они не обладают навыками использования таких технологий; 18,75% – у меня нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона.



Рисунок 64 – Распределение ответов субъектов предпринимательства 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 потребители не пользовались дистанционным доступом к банковскому счету (рисунок 65) стали: 60% опрошенных не уверены в безопасности интернет – сервисов, 25% потребителей указали «я не обладаю навыками использования таких технологий», 11 ответили, что не имеют компьютера, ноутбука, планшета, у 4% потребителей отсутствует возможность интернет – подключения/ качество интернета не позволяет получить дистанционный доступ к финансовым услугам.

Большинство потребителей – более 80% – не использовали за последние 12 месяцев страховые продукты, указанные на рисунке 66. На момент проведения опроса в среднем 12% потребителей уже имели страхование, а порядка 5% потребителей не имели страхового продукта, но использовали его в течение последних 12 месяцев.

Потребители, которые в предыдущем вопросе указали, что не пользовались добровольным страхованием последние 12 месяцев, отметили следующие высказывания, описывающие основные причины: 39% не видят смысла в страховании; 19% не доверяют страховым организациям; 22% считают, что стоимость страхового полиса слишком высокая; 8% – договор добровольного страхования есть у других членов моей семьи; 9% – другие невыгодные условия страхового договора; 3% – отделения страховых организаций находятся слишком далеко от меня (рисунок 67).

Самый высокий процент (более 50%) 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. 33% и более полностью удовлетворены работой банков, микрофинансовых организаций, субъектов страхового дела, от 19,05% и менее респондентов скорее удовлетворены, 14,29% – скорее не удовлетворены, от 4,76% и менее полностью не удовлетворены (рисунок 68).



Рисунок 65 – Распределение ответов потребителей 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?», %



Рисунок 66 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Какими из перечисленных страховых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев?», %.



Рисунок 67 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Если Вы не пользовались за последние 12 месяцев добровольным страхованием, отметьте высказывания, которые описывают причину отсутствия у Вас этих продуктов?», %.

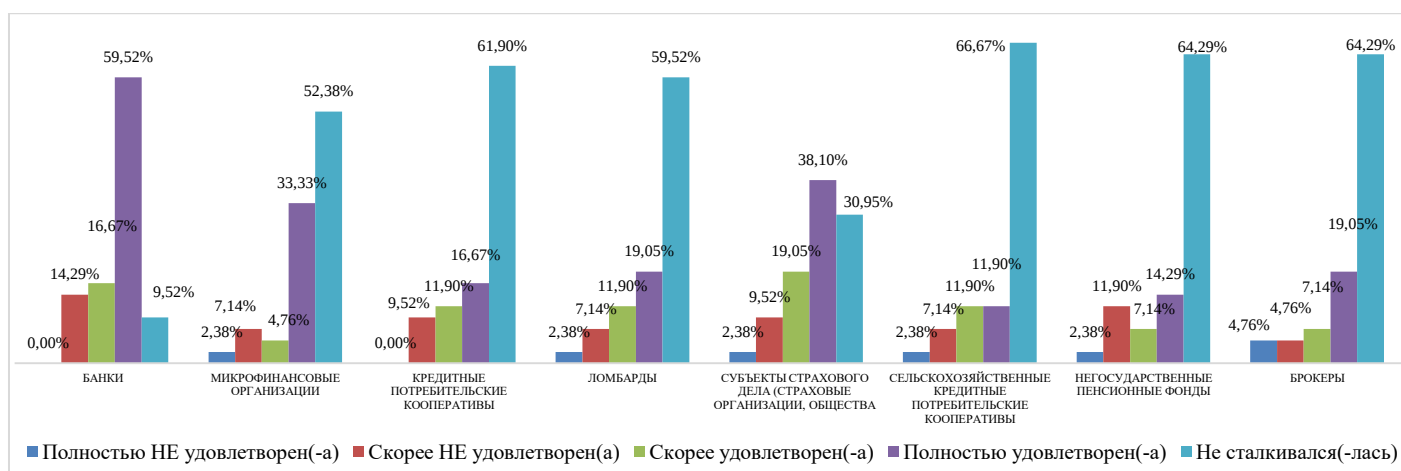


Рисунок 68 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Удовлетворенность работой/сервисом финансовых организаций при оформлении и/или использовании финансовых услуг или в любых других случаях?», %

Наибольшее количество опрошенных (50% и более) указали, что не сталкивались со следующими продуктами/услугами финансовых организаций: индивидуальными инвестиционными счетами, негосударственным пенсионным обеспечением, размещение средств в форме договора займа в с/х кредитных потребительских кооперативах, займами в с/х кредитных потребительских кооперативах, добровольным страхованием жизни, займами в ломбардах, размещением средств в форме договора займа в кредитных потребительских кооперативах, займами в кредитных потребительских кооперативах, размещение средств в форме договора займа в микрофинансовых организациях,

займами в микрофинансовых организациях. Удовлетворенность финансовыми продуктами по критерию «удовлетворен» и «скорее удовлетворен» достигла максимальных значений в работе коммерческих банков в отношении кредитов, вкладов, расчетных и кредитных карт, переводов (от 19,05 до 45,24% соответственно) и субъектов страхового дела в отношении обязательного страхования, медицинского страхования и добровольного страхования жизни (до 33,33%). Предприниматели полностью «не удовлетворенные» и «скорее не удовлетворенные» финансовыми продуктами/услугами практически отсутствуют, максимальные значения от числа опрошенных по 2,38% по вкладам и кредитам банков соответственно.

Анализируя данные, представленные на рисунке 69, 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 финансовыми организациями .

Анализируя ответы предпринимателей (рисунок 70) по удовлетворенности стоимостью продуктов/услуг финансовых организаций следует отметить, что наибольший процент по ответам предпринимателей, удовлетворенных и скорее удовлетворенных стоимостью продуктов/услуг относится к расчетным (дебетовым) картам, включая зарплатные (78,58% в совокупности), обязательному медицинскому страхованию (69,04% в совокупности). Максимальный процент не удовлетворенных и скорее не удовлетворенных предпринимателей – 40,47% (в совокупности) отмечен по банковским кредитам и 23,81% по банковским вкладам.

Удовлетворенность предпринимательского сообщества инфраструктурой финансовых организаций в городе Оренбурге представлена на рисунке 71. Больше всего предприниматели «удовлетворены» и «скорее удовлетворены»: количеством и удобством расположения банковских отделений 78,57%, а также качеством дистанционного банковского обслуживания и выбором различных банков по 80,95%, интернет-связи 71,42%, мобильной связи 73,81%.

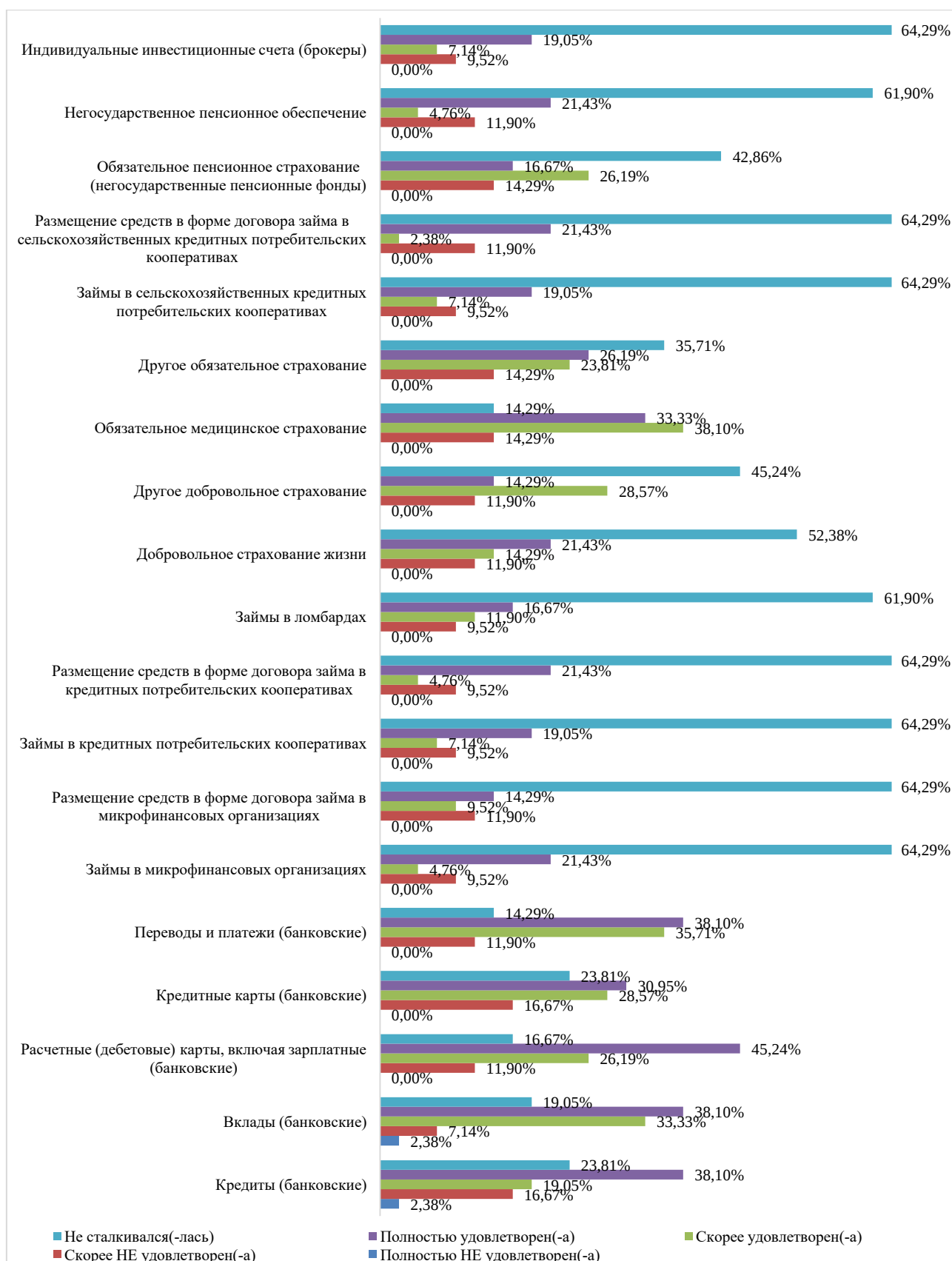


Рисунок 69 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда Вы сталкивались с ними? (Если Вы ранее не сталкивались с такими организациями, укажите.)», %

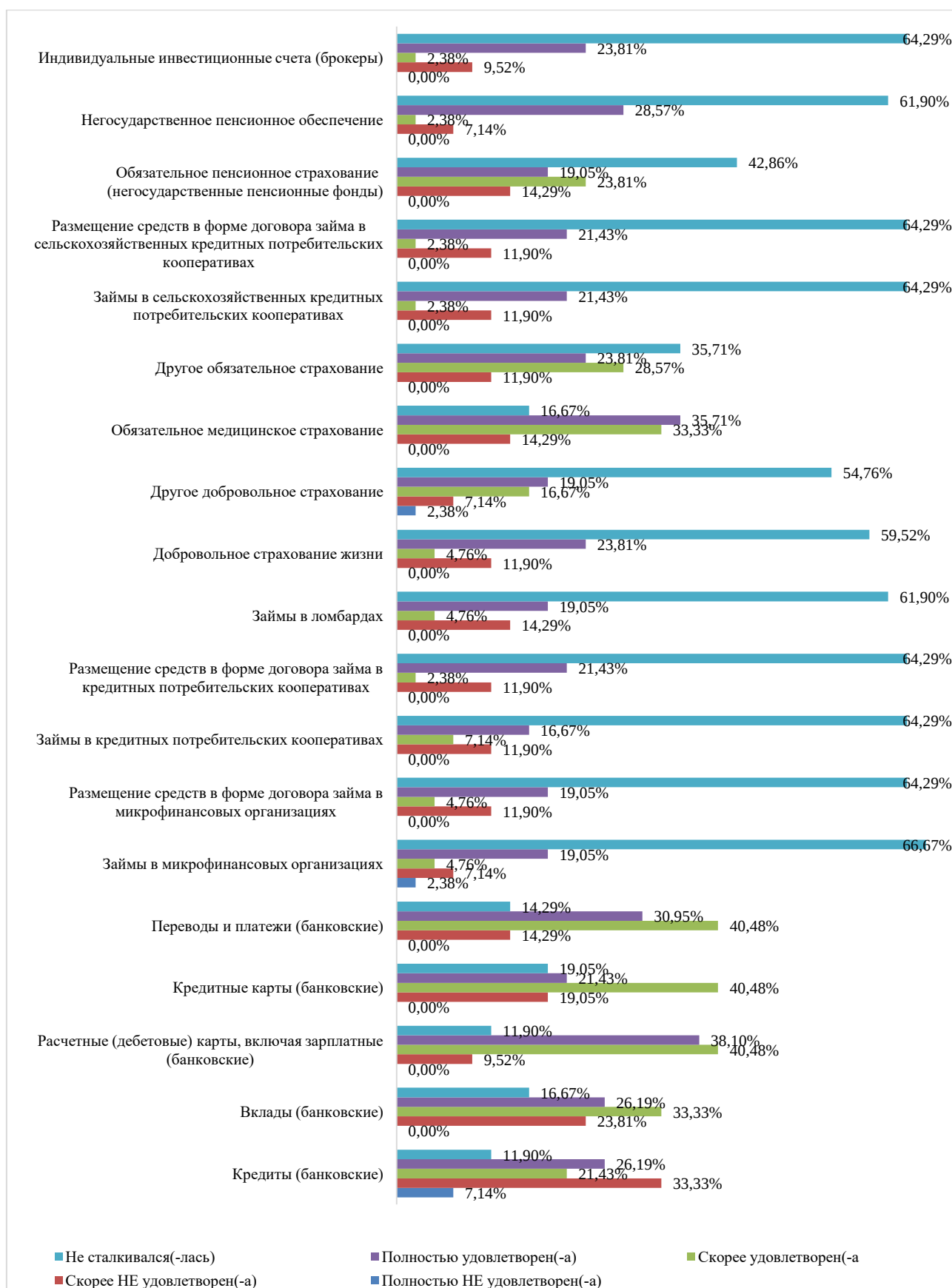


Рисунок 70 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены стоимостью продуктов/услуг финансовых организаций? (если Вы ранее не сталкивались с такими организациями, укажите.)», %

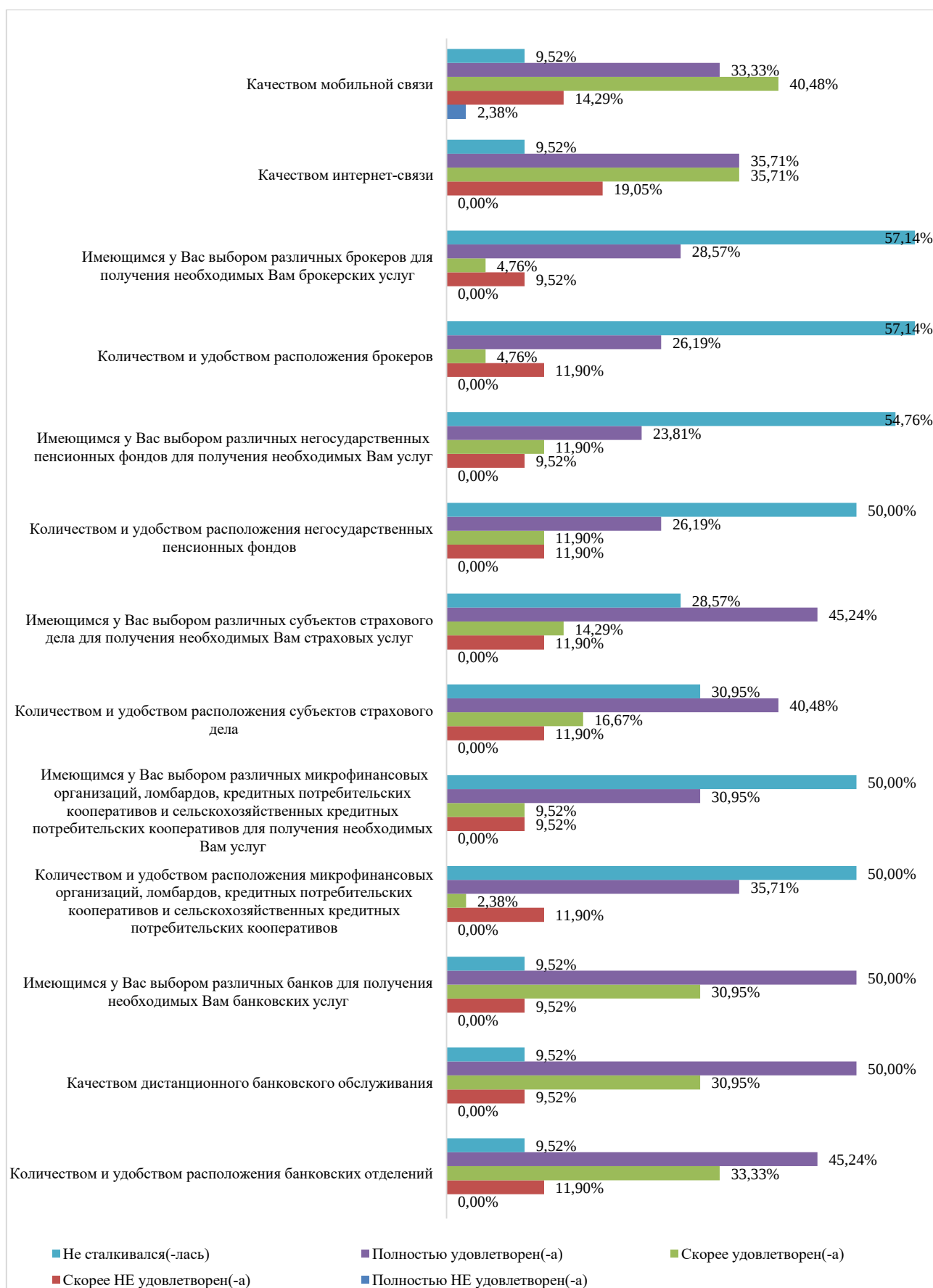


Рисунок 71 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Если говорить о Вашем населенном пункте, насколько Вы удовлетворены...?», %

Большинство потребителей не сталкивались с соответствующими продуктами / услугами финансовых организаций (за исключением использования банковских услуг, обязательного медицинского и пенсионного страхования), при их оформлении и/или использовании (рисунок 72).

Из всех представленных финансовых организаций 67% потребителей «полностью удовлетворены» и «скорее удовлетворены» банковскими переводами и платежами, 63% расчетными (дебетовыми) банковскими картами, включая зарплатными.

Из числа «не удовлетворенных» и «скорее не удовлетворенных» потребителей 19-20% (в совокупности) отметили «обязательное медицинское страхование» и «кредиты банков». По другим финансовым организациям процент неудовлетворенности ниже.

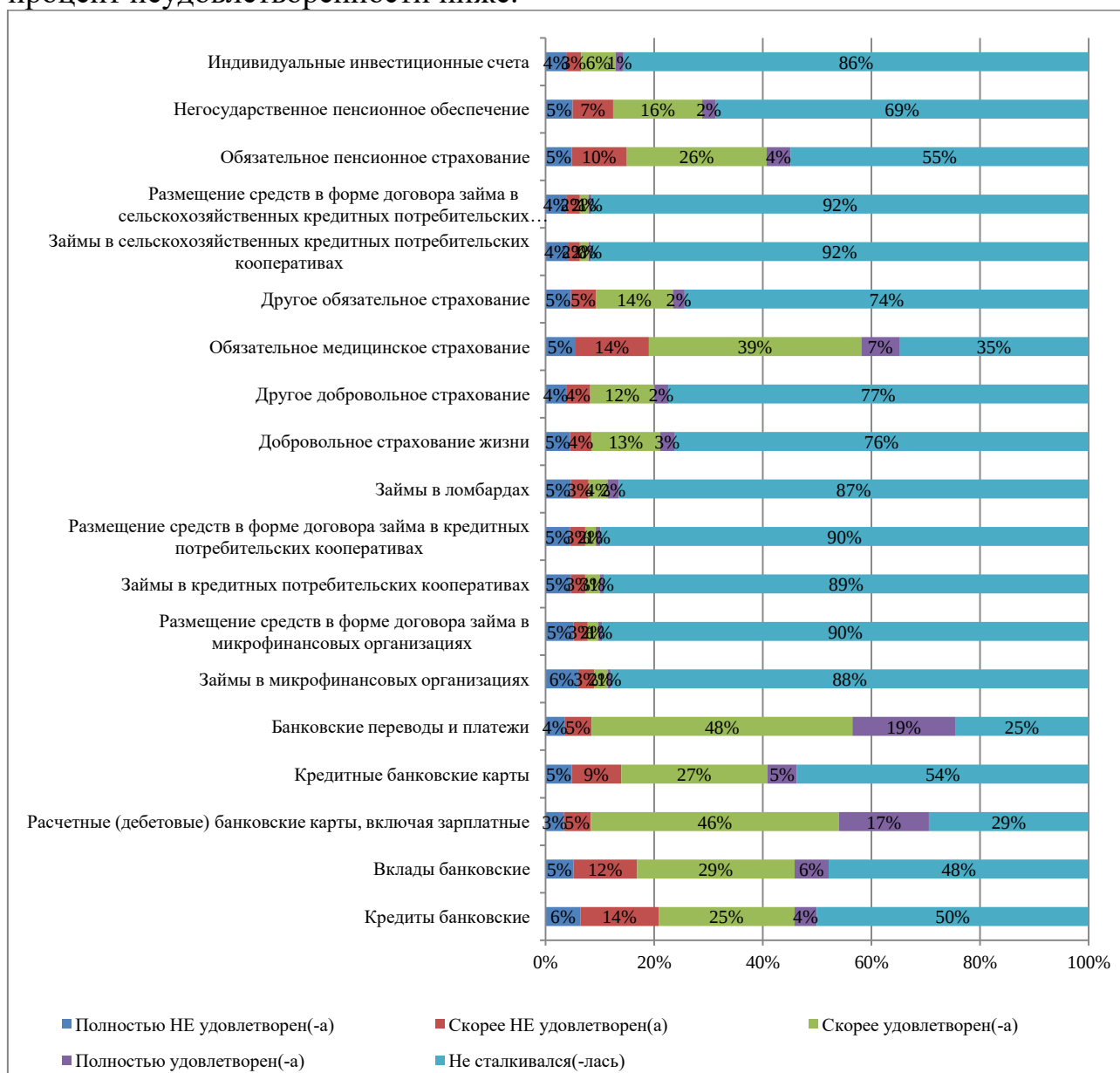


Рисунок 72 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены следующими продуктами/услугами финансовых организаций при их оформлении и/или использовании или в любых других случаях, когда Вы сталкивались с ними?», %.

Удовлетворенность потребителей инфраструктурой финансовых организаций в городе Оренбурге представлена на (рисунке 73).

По критерию «полностью удовлетворен» и «скорее удовлетворен» ответы потребителей распределились следующим образом: наибольший процент 63% количеством и удобством расположения банковских отделений, 48% за качество мобильной связи; качеством дистанционного банковского обслуживания и выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг 63% и 62% соответственно; 44% качеством интернет-связи. При этом наибольший процент не удовлетворенных и скорее не удовлетворенных потребителей по качеству мобильной связи 31% и интернет-связи 31%.

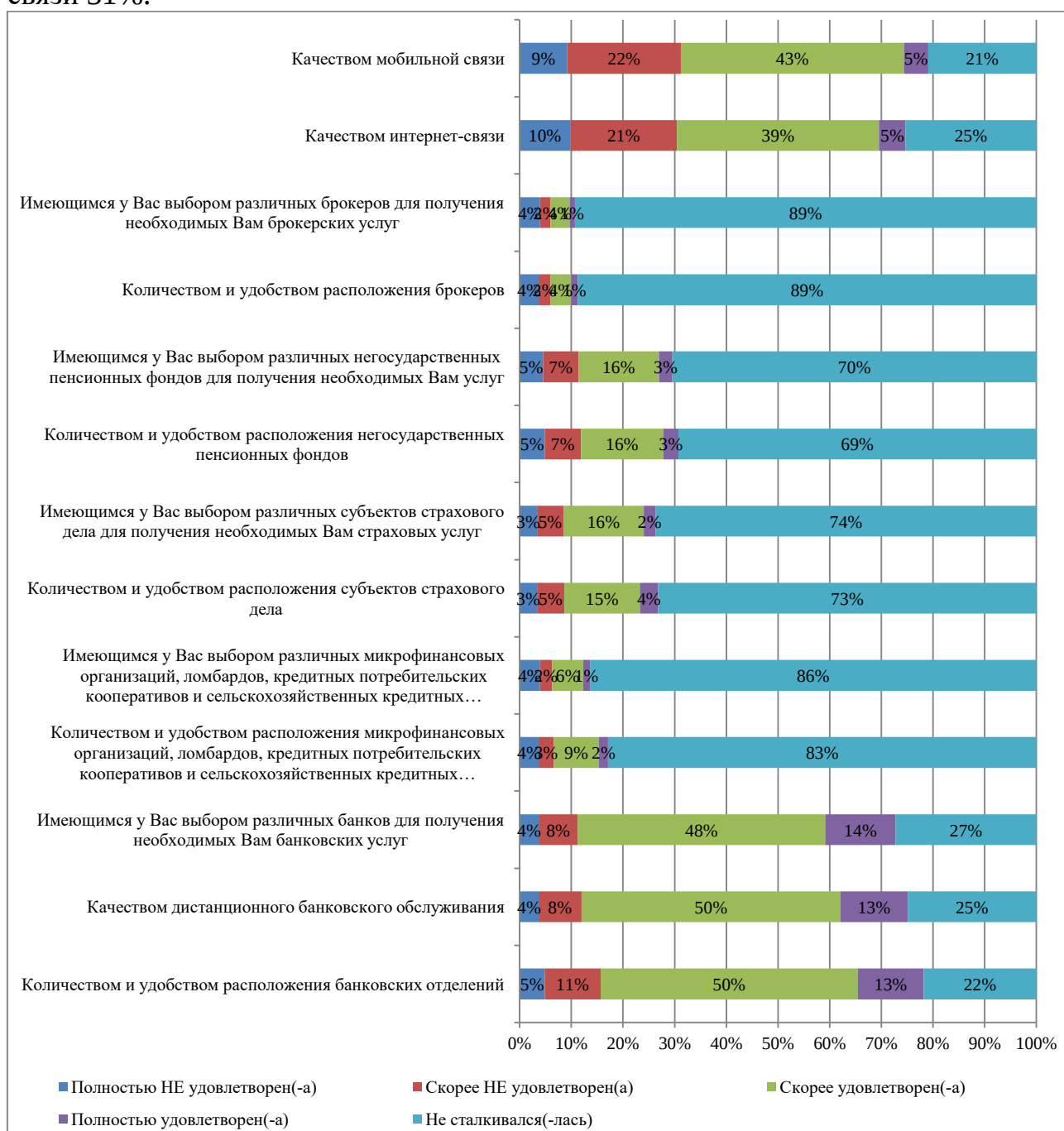


Рисунок 73 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Если говорить о Вашем населенном пункте, насколько Вы удовлетворены...?», %

Субъектам предпринимательства для оценки было предложено использовать шкалу от 1 до 5, где 1 – практически не доступно, а 5 – легко доступно (рисунок 74). По всем каналам обслуживания более 38,1% предпринимателей ответили «легко доступно». Противоположное мнение 14,29% имеется по всем каналам обслуживания, что в сравнении с 2024 годом значительно увеличилось. По остальным параметрам значение составляет менее 12%.

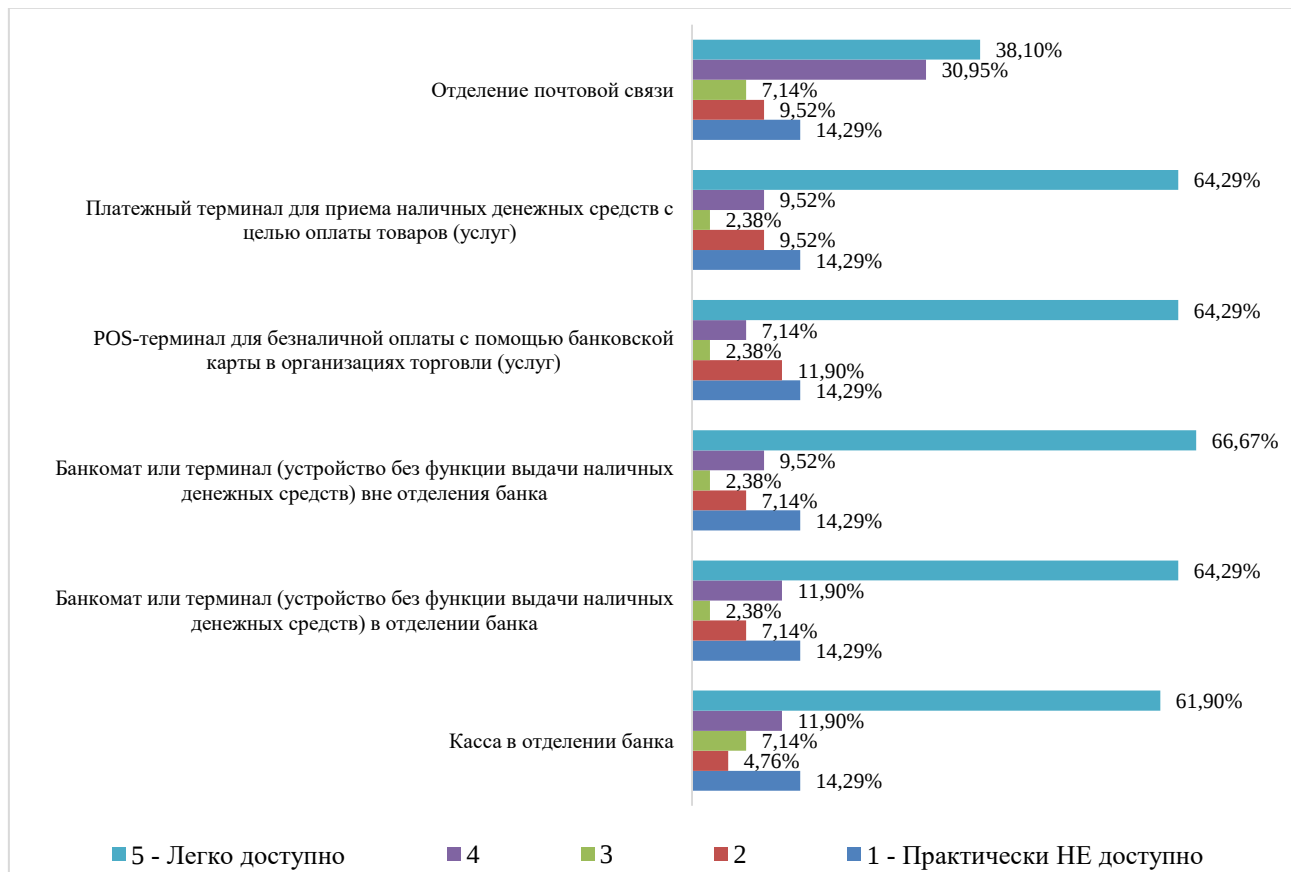


Рисунок 74 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Какие каналы обслуживания есть практически везде в Вашем населенном пункте, а каких не хватает? Для оценки используйте шкалу от 1 до 5, где 1 – практически не доступно, а 5 – легко доступно», %

Для значительной части предпринимателей (от 26,19% до 69,05%), участвующих в опросе, использование указанных каналов обслуживания не требует много времени на доступ и ожидание (рисунок 75). Для 69,05% платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) является самым быстрым каналом обслуживания.

По сравнению с предпринимателями процент удовлетворенности каналами финансовых организаций у потребителей значительно ниже и составляет от 43% до 53%. Практически не доступно отметили потребители по следующим каналам: «POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг)» 11%, «Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка» 11%, по 9% «Платежный терминал для приема наличных

денежных средств с целью оплаты товаров (услуг)», отделение почтовой связи, а также касса в отделении почтовой связи (рисунок 76).



Рисунок 75 – Распределение ответов субъектов предпринимательства 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», %



Рисунок 76 – Распределение ответов потребителей 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», %

Большинство субъектов предпринимательства (31,51%) на вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?» ответили, что умение эффективно управлять личными финансами.

Для 17,81% предпринимателей финансовая грамотность – это иметь актуальную информацию о ситуации на финансовых рынках. 9,59% под финансовой грамотностью подразумевают умение принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг и нести ответственность за такие решения, 15,07% умение разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг. 19,18% считают, что это умение грамотно вести учет своих доходов и расходов и лишь 6,85% предпринимателей затруднились ответить (рисунок 77).



Рисунок 77 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?»

Большинство потребителей (26,02%) на вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?» ответили, что финансовая грамотность – это умение грамотно вести учет своих доходов и расходов; 24,96% умение эффективно управлять личными финансами; 18,34% умение принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг, и нести ответственность за такие решения; 15,23% умение разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг; 9,10% иметь актуальную информацию о ситуации на финансовых рынках. Это фиктивное понятие, не имеющее отношение к реальной жизни, такого ответа придерживается всего 1,20% опрошиваемых. Затруднились ответить 5,15%. (рисунок 78).



Рисунок 78 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Как Вы считаете, что означает понятие «финансовая грамотность?»»

Для повышения уровня своей финансовой грамотности большая часть предпринимателей (46,30%) узнают информацию от знакомых, друзей и благодаря СМИ, 20,37% читает специализированную литературу, 12,96% – посещают вебинары, пользуются услугами независимых финансовых консультантов, 14,81% затруднились ответить, 5,56% – не повышают (рисунок 79).

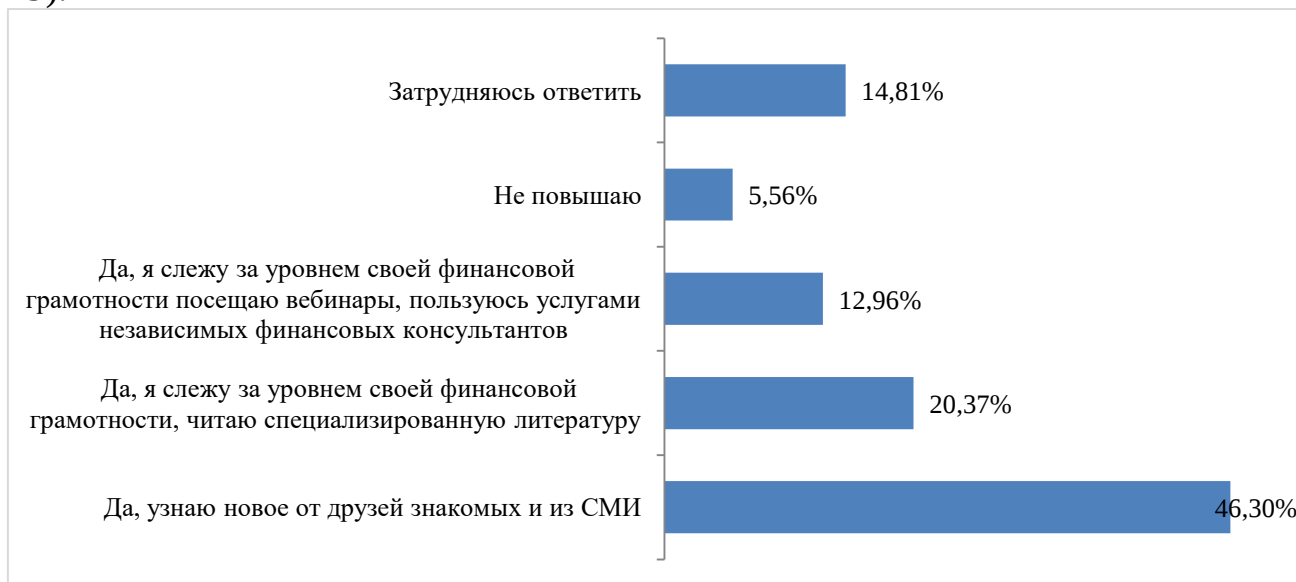


Рисунок 79 – Распределение ответов субъектов предпринимательства на вопрос: «Повышаете ли Вы уровень своей финансовой грамотности? Каким образом?», %

Большинство потребителей (49%) считают, что обладают достаточными знаниями и навыками в сфере финансов; 16% потребителей считают, что имеют плохие знания и навыки; у 14% хорошие знания и навыки; 9% потребителей

оценили, что знаний и навыков нет. Лишь по 3% потребителей считают, что обладают очень хорошими/отличными знаниями и навыками в сфере финансов 5% (рисунок 80).

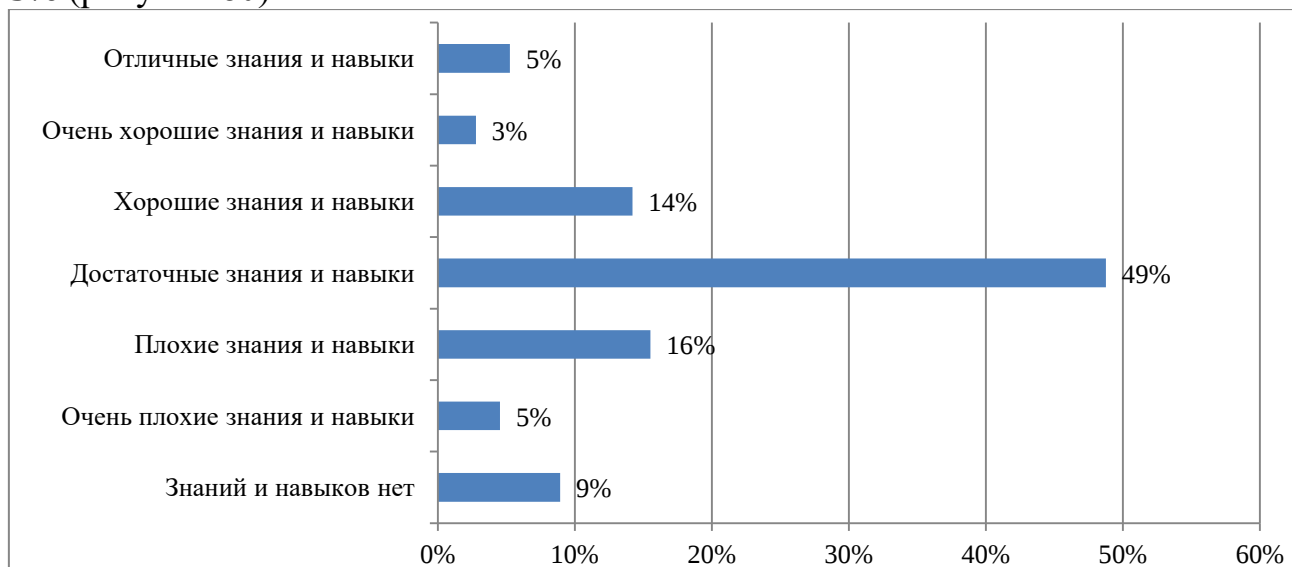


Рисунок 80 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Считаете ли Вы себя финансово грамотным человеком?», %.

Для повышения уровня своей финансовой грамотности большая часть потребителей 46% узнают информацию от знакомых, друзей и благодаря СМИ, 20% следят за уровнем финансовой грамотности и читают специализированную литературу, 7% – посещают вебинары, пользуются услугами независимых финансовых консультантов, 27% – не повышают финансовую грамотность (рисунок 81).

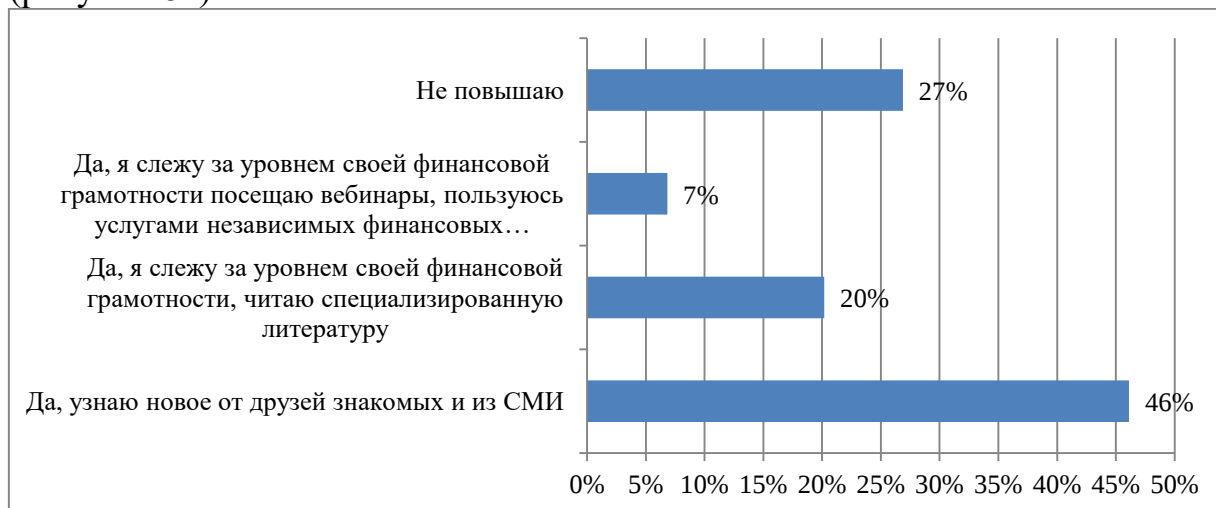


Рисунок 81 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Повышаете ли Вы уровень своей финансовой грамотности? Каким образом?», %

В плане повышения уровня финансовой грамотности потребителей интересуют следующие вопросы: 22,26% потребителей интересует вопрос

«планирование личного бюджета»; 18% потребителей ничего не интересует, 18,43% потребителей – «Функционирование пенсионной системы», 17,13% – вопрос «Банковские услуги»; 12,17% потребителей налогообложение физических лиц. Остальные вопросы интересуют менее 7% потребителей (рисунок 82).



Рисунок 82 – Распределение ответов потребителей на вопрос: «Какие вопросы Вас больше всего интересуют в плане повышения уровня своей финансовой грамотности?», %

Мониторинг логистических возможностей муниципального образования «город Оренбург»

Предприниматели, участвующие в опросе, осуществляли в 2025 году свою деятельность в других субъектах РФ помимо Оренбургской области, имеющих общую границу таких как республика Татарстан 2,6%, Самарская область 10,5%, при этом большая часть предпринимателей все же осуществляли деятельность в Оренбургской области 86,8% (рисунок 83).

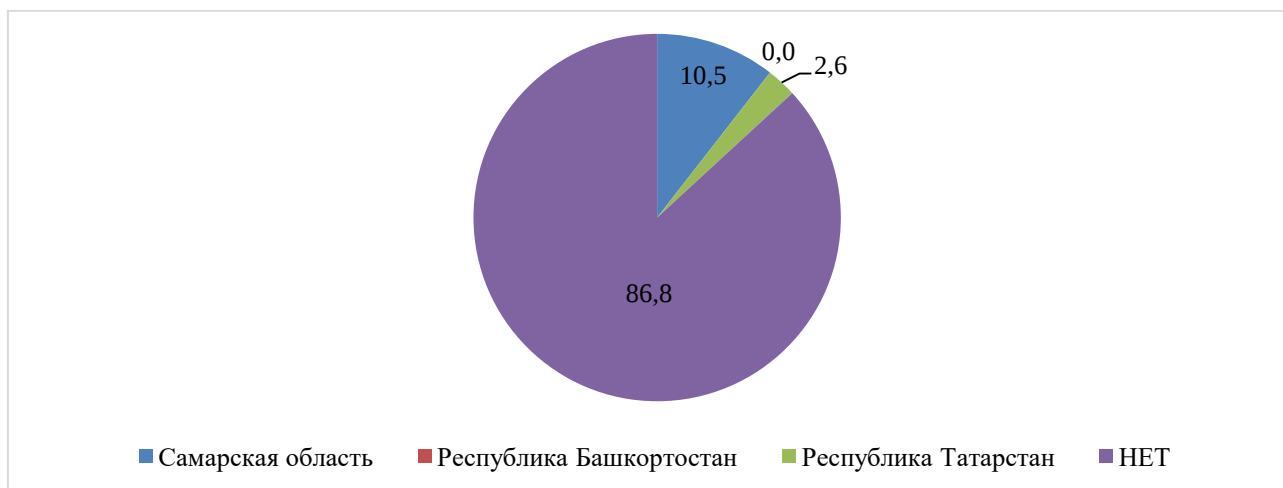


Рисунок 83 – Распределение ответов на вопрос: «Осуществляли ли Вы ранее и (или) осуществляете в настоящее время свою деятельность, помимо Оренбургской области, в субъектах Российской Федерации, имеющих общую границу с Оренбургской областью? Если да, то укажите субъект Российской Федерации», %

Большая часть предпринимателей (63,4%) не сталкивались с дискриминационными условиями доступа на товарный рынок, 14,6% отметили беспрепятственные, равные условия для входа на товарный рынок, равное количество респондентов, 12,2% отметили отдельные случаи дискриминационных при вхождении на товарный рынок и затруднительный вход на товарный рынок 9,8% (рисунок 84).

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.



Рисунок 84 – 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?»

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

В числе положительных тенденций отмечено:

– 42,9% субъектов предпринимательства отметили умеренную и высокую конкуренцию в осуществляемых ими условиях ведения бизнеса на представляемом ими рынке товаров и услуг. 34,1% предпринимателей отметили увеличение на 1-3 конкурента; 29,3% отметили увеличение более чем на 4 конкурента на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года. Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара 80,5% (в совокупности) респондентов оценили «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно»;

– дана положительная оценка деятельности субъектов естественных монополий на территории муниципального образования. Подавляющее большинство опрошенных «удовлетворительно» или «скорее удовлетворительно» оценили услуги водоснабжения, водоотведения, газоснабжения, электроснабжения и теплоснабжения по срокам, сложности, качеству и стоимости получения доступа. Положительная оценка качества услуг субъектов естественных монополий остается весьма высокой и стабильной;

– большая часть представителей бизнес-сообщества считают, что за последние 3 года качество услуг и уровень цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном

виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий не изменилась (более 53,66%), 19,51% (и более) – что качество улучшилось;

– 53,7% предпринимателей отметили отсутствие ограничений для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке. 58,54% предпринимателей отметили, что органы власти помогают бизнесу своими действиями. Также большая часть опрошиваемых респондентов 36,6% отметили отсутствие административных барьеров.

– 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, полнота 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»;

– большая часть опрошенных представителей бизнеса (73,17%) в отчетном году не обращалась в контрольно-надзорные органы за последние 3 года, также как и 91,3% потребителей не обращались в отчетном году в надзорные органы за защитой прав потребителей. В соответствии с ответами предпринимателей 49% опрошенных не сталкивались с дискриминацией доступа на товарный рынок, основной для бизнеса.

Реестр хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования «город Оренбург»
в которых составляет 50 и более процентов, осуществляющих деятельность в 2025 году

№ п/п	Наименование хозяйствующего субъекта	ИНН организации	Доля МО в УК (%)	Основной вид деятельности (ОКВЭД)	Вид товара, (работы, услуги), реализуемого бюджетным учреждением в соответствии с ОКВЭД	Товарный рынок, на котором осуществляется основной вид деятельности	Доля занимаемо го рынка, %	Объем выручки от реализации товара (выполнения, работ, услуг), тыс. руб.	Объем (доля) реализованных товаров (работ, услуг) в натуральном выражении от общего количества единиц товара (работ, услуг), реализованных на территории МО «город Оренбург», ед./%	Суммарный объем финансирования хоз. субъекта, в рублях, предоставление имущества со стороны муниципального образования, в том числе путем его участия в торгах наравне с другими, руб.
1.	МКУ «Специализированная служба ритуальных услуг» города Оренбурга	5609197923	100	96.03 Организация похорон и представление связанных с ними услуг	Организация похорон и представление связанных с ними услуг	Рынок ритуальных услуг	0	0	0	0
2.	ООО «Новая неделя»	5610057215	98,9	58.13 Издание газет	Издание газет	*	31,37	13 097	155 207	Суммарный объем финансирования хоз. субъекта – 9 900 000,00

3.	МКП «Оренбургские пассажирские перевозки»	5609074632	100	49.31 Деятельность сухопутного пассажирского транспорта: внутригородские и пригородные перевозки пассажиров	Перевозка пассажиров	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным (межмуниципаль- ным) маршрутам регулярных перевозок	69,3	1 533 007,620	14 792 690	Бюджетные ассигнования и иное целевое финансирование: за счет средств областного бюджета (возмещение по СТК) - 50 696,27 руб. за счет средств местного бюджета (садовые перевозки) - 22 402,64 руб. за счет местного бюджета (городские перевозки) - 211 440,35 руб. финансовое обеспечение затрат, возникающих при оплате лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) подвижного состава наземного общественного транспорта (автобусов) - 598 140,04 руб. Итого 882 679,300 руб.
4.	Муниципальное бюджетное учреждение «Архив города Оренбурга»	5611052322	100	91.01 Деятельность библиотек и архивов	Деятельность библиотек и архивов	*	4,5	1 533,3	18	26 107 415,00
5.	МБУ «Центр здорового питания»	5610066330	100	10.5 Производство молочной продукции	Молочная продукция собственного производства	*	**	19 354,96	-	28 293 053,17

6.	МАУ «Официальный Интернет-портал города Оренбурга»	5612074696	100	63.12 Деятельность WEB-порталов	Размещение информации	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосно го доступа к информационно телекоммуника ционной сети «Интернет»	**	-	-	7 470 300,00
7.	МБУ «ДМШ № 1 им. П.И. Чайковского»	5610046213	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Деятельность в области исполнительских искусств	Рынок дополнительног о образования детей	0,013	54	-	64 514 443,77
8.	МБУДО «ДШИ № 2»	5611017127	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Дополнительное детское образование	Рынок дополнительног о образования детей	0,018	74,5	-	34 483 732,67
9.	МБУДО «ДМШ № 3»	5612030843	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Дополнительное детское образование	Рынок дополнительног о образования детей	**	0	-	37 207 090,22
10.	МБУДО «ДМШ № 4»	5609033153	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	**	0	-	56 281 535,90
11.	МБУДО «ДМШ № 5»	5610063096	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	**	0	-	33 524 774,33
12.	МБУДО «ДШИ № 6»	5609032819	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	0,0006	2,45	-	47 884 005,71
13.	МБУДО «ДШИ № 7»	5611029563	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	**	0	-	9 601 502,59

14.	МБУДО «ДШИ № 9 им. А.А.Алябьева»	5610042995	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	**	0	-	57 202 713,33
15.	МБУДО «ДХШ»	5611017110	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительног о образования детей	0,18	735,50	-	15 983 374,97
16.	МБУ ДК «Орбита»	5609083108	100	90.04.3 Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	Рынок дополнительног о образования детей	0,83	1 989,95	-	30 223 027,21
17.	МБУ «БИС»	5610111173	100	91.01 Деятельность библиотек и архивов	Деятельность библиотек и архивов	Рынок дополнительног о образования детей	3,7	1 257,44	-	153 988 058,22
18.	МБУ «ДК Радуга»	5610142929	100	91.01 Деятельность библиотек и архивов	Деятельность библиотек и архивов	Рынок дополнительног о образования детей	1,2	416,00	-	33 331 878,33
19.	МБУ ДО «Оренбург»	5612025610	100	90.01 Деятельность в области исполнительских искусств	Деятельность в области исполнительски х искусств	*	0,4	1 322,52	-	30 024 931,38
20.	МБУ СДК «Самородово»	5611065836	100	90.04.3 Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	*	0,008	20,45	-	8 648 639,33
21.	МАУ «Оренбургский камерный хор»	5610042843	100	90.01 Деятельность в области исполнительских искусств	Деятельность в области исполнительских искусств	*	0,23	889,2	-	32 513 594,68

22.	МАУДО «ОДШИ имени А.С.Пушкина»	5609029291	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительного образования детей	0,19	758,48	-	55 714 357,16
23.	МАУДО «ДШИ № 8»	5612033266	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок дополнительного образования детей	0,007	31,25	-	24 722 003,57
24.	МБУ «Дом культуры «Заря»	5609086229	100	90.04.3 Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества	*	0,014	35,3	-	19 925 385,53
25.	МБУ «Музей истории Оренбурга»	5610142887	100	91.02 Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры	Деятельность музеев	*	13,06	4 907,78	-	40 247 565,73
26.	МБУ «Ансамбль русской песни «Раздолье»	5612023980	100	91.01 Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры	Деятельность ансамблей	*	4,4	1 488,68	-	28 305 959,05
27.	МБУ «ДК «Молодежный»	5609031389	100	90.04.3 Культурно-массовые мероприятия	Культурно-массовые мероприятия	*	1,5	3 562,4	-	191 892 865,28
28.	МАУ «Оренбургский театр кукол Пьеро»	5609006255	100	90.01 Деятельность в области исполнительских искусств	Театральные представления	*	2,5	9 323,22	-	35 013 894,24
29.	МАУ «ЦГМ»	5612163579	100	93.29.9 Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки	Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки	*	**	5 846,4	27	75 281,2

30.	МБУ «Спортивная школа № 1 им. Л.Д. Ковалевского	5610061170	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	Рынок дополнительного образования детей	0,27	1106,45	755	16 662 349,27
31.	МБУ «Спортивная школа № 2 «Прогресс»	5609031413	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	Рынок дополнительного образования детей	0,88	3497,38	1667	39 582 090,11
32.	МБУ «Спортивная школа № 3»	5610064533	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	Рынок дополнительного образования детей	0,1	405,14	165	28 373 330,00
33.	МБУ «Спортивная школа олимпийского резерва № 4 «Урал»	5612077055	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	Рынок дополнительного образования детей	0,7	2998,77	15557	18 635 190,00
34.	МБУ «Спортивная школа № 5 «Орбита»	5609034453	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,4	1638,31	447	16 502 514,73
35.	МБУ «Спортивная школа № 6»	5610110885	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,71	2842,65	7273	19 002 750,00
36.	МБУ «Спортивная школа № 7»	5612036250	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,13	533,13	145	13 981 507,00
37.	МАУ «Спортивная школа № 8»	5612060407	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,48	1938,03	526	15 087 686,67
38.	МАУ «Спортивная школа № 9 «Сармат»	5611067505	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	1,4	5487,56	17703	64 214 090,00
39.	МАУ «Спортивная школа № 10»	5609028770	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,65	2575,61	9000	29 187 138,25

40.	МАУ «Спортивная школа № 11 им. Э.Н. Цоя»	5609196670	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	0,99	3960,54	9000	21 704 810,00
41.	МАУ «Спортивная школа олимпийского резерва ДЗЮДО»	5611065226	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	2,6	10487,79	34903	30 065 990,00
42.	МАУ «Спортивная школа олимпийского резерва по боксу»	5610147500	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Осуществление деятельности в области спорта	*	1,99	7924,85	23627	29 982 820,01
43.	МАУЦСК «Оренбург»	5611056158	100	93.11 Деятельность спортивных объектов	Осуществление деятельности в области спорта	*	2,03	4676,06	27032	71 596 221,03
44.	МКУ «Благоустройство и Озеленение»	5612160144	100	81.29.9 Деятельность по чистке и уборке прочая, не включенная в другие группировки	Механизированная уборка и санитарное содержание автомобильных дорог, озеленение и благоустройство прилегающих к ним территорий	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	**	-	-	490 392 298,37
45.	МКУ «Комсервис»	5609175824	100	81.29.9 Деятельность по чистке и уборке прочая, не включенная в другие группировки	Работы по благоустройству ландшафта, подметанию улиц и уборке снега, а также прочие работы по чистке и уборке территории	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды,	**	-	-	-
46.	МДОАУ № 1 Краснохолм	5609034140	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,27	1 247,51	-	26 150 957,02
47.	МДОАУ № 1	5612034809	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,29	1 355,86	-	17 638 586,65
48.	МДОАУ № 2	5612034710	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,71	3 331,98	-	28 848 398,39

49.	МДОАУ № 3	5610070960	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,50	2 319,24	-	25 488 826,05
50.	МДОАУ № 4	5612034982	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,71	3 347,51	-	43 503 745,82
51.	МДОАУ № 5	5609024399	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,27	1 247,51	-	26 150 957,02
52.	МДОАУ № 6	5609021479	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,09	5 107,69	-	54 929 159,53
53.	МДОАУ № 7	5611022310	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,64	2 979,97	-	26 457 080,53
54.	МДОАУ № 8	5609021493	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,80	3 761,14	-	43 072 783,46
55.	МДОАУ № 10	5609024092	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,53	2 471,64	-	30 089 604,72
56.	МДОАУ № 11	5609087864	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,28	1 313,33	-	24 270 493,00
57.	МДОАУ № 12	5611016243	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,49	2 287,81	-	21 790 251,27
58.	МДОАУ № 13	5610065946	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,34	1 587,32	-	22 010 100,65
59.	МДОАУ № 14	5609024423	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,40	1 879,37	-	21 645 531,37
60.	МДОАУ № 17	5610155004	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	2,99	13 987,97	-	100 284 014,50
61.	МДОАУ № 18	5610123034	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,87	8 733,78	-	78 423 984,10
62.	МДОАУ № 19	5610162724	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	2,08	9 734,06	-	87 810 174,84

63.	МДОАУ № 20	5610069940	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	3,89	18 209,97	-	108 504 079,40
64.	МДОАУ № 21	5610251692	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,40	6 564,34	-	43 657 400,60
65.	МДОАУ № 22	5611025858	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,25	1 184,61	-	22 618 464,58
66.	МДОАУ № 27	5610041342	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,50	2 324,65	-	26 502 021,83
67.	МДОАУ № 32	5609176560	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,83	3 906,12	-	30 886 824,80
68.	МДОАУ № 34	5612018349	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,30	1 424,40	-	18 034 413,88
69.	МДОАУ № 35	5609081125	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,16	5 454,31	-	47 746 358,58
70.	МДОАУ № 37	5610041335	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	2,09	9 777,09	-	77 508 450,01
71.	МДОАУ № 39	5612028308	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,31	1 450,39	-	18 679 362,78
72.	МДОАУ № 44	5611069220	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,28	1 309,28	-	18 291 196,35
73.	МДОАУ № 45	5611016275	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,05	217,41	-	20 351 067,68
74.	МДОАУ № 46	5612023772	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,59	2 740,53	-	24 357 692,51
75.	МДОАУ № 47	5609024504	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,25	1 174,07	-	14 420 951,13
76.	МДОАУ № 48	5612031903	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,29	1 366,27	-	17 893 891,58

77.	МДОАУ № 49	5611062916	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,27	1 278,70	-	21 428 940,75
78.	МДОАУ № 50	5609024085	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,79	3 692,44	-	46 065 015,45
79.	МДОАУ № 51	5609023998	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,77	3 610,11	-	39 197 254,23
80.	МДОАУ № 56	5611026636	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,23	5 747,01	-	63 641 952,44
81.	МДОАУ № 59	5612023846	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,44	2 043,80	-	23 467 245,05
82.	МДОАУ № 64	5611062909	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,55	2 594,12	-	39 046 742,06
83.	МДОАУ № 66	5610111800	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,29	6 021,60	-	64 919 240,26
84.	МДОАУ № 67	5610070047	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,94	4 402,83	-	41 732 452,29
85.	МДОАУ № 69	5612028523	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,48	2 238,50	-	24 333 202,08
86.	МДОАУ № 72	5612023797	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,37	1 716,96	-	14 652 578,11
87.	МДОАУ № 73	5610126606	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,48	6 916,84	-	68 125 679,80
88.	МДОАУ № 75	5611022053	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,37	1 715,22	-	23 573 611,96
89.	МДОАУ № 77	5611025103	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,31	6 111,34	-	56 237 122,36
90.	МДОАУ № 78	5611022582	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,35	1 647,86	-	18 724 108,10

91.	МДОАУ № 83	5612018363	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,55	2 562,77	-	25 294 125,02
92.	МДОАУ № 84	5611022046	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,45	2 106,35	-	23 333 098,78
93.	МДОАУ № 86	5611016250	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,48	2 228,21	-	19 270 166,14
94.	МДОАУ № 88	5612031861	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	2,20	10 305,81	-	78 034 341,64
95.	МДОАУ № 89	5610111825	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,36	1 692,97	-	71 081 613,26
96.	МДОАУ № 90	5612023780	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,41	1 901,42	-	32 590 175,80
97.	МДОАУ № 92	5609024060	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,22	5 714,81	-	40 619 983,75
98.	МДОАУ № 95	5612032008	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,10	475,75	-	10 941 761,57
99.	МДОАУ № 99	5610067245	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,25	1 173,06	-	17 161 474,20
100.	МДОАУ № 100	5610065897	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,50	7 042,62	-	61 502 460,37
101.	МДОАУ № 101	5611026570	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,54	2 524,97	-	29 866 655,23
102.	МДОАУ № 102	5609021415	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,49	2 317,39	-	34 790 526,00
103.	МДОАУ № 103	5612018483	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,42	1 974,38	-	21 305 177,48
104.	МДОАУ № 104	5609019430	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,78	3 641,99	-	37 045 168,05

105.	МДОАУ № 106	5610067189	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,58	2 736,05	-	30 777 399,50
106.	МДОАУ № 107	5609024494	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,60	2 828,52	-	33 116 446,00
107.	МДОАУ № 108	5609024409	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,64	3 010,52	-	28 440 516,06
108.	МДОАУ № 109	5612018324	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,52	2 443,29	-	25 457 935,59
109.	МДОАУ № 110	5609024053	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,78	8 332,16	-	70 440 290,57
110.	МДОАУ № 112	5609024159	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,97	4 564,58	-	27 106 418,14
111.	МДОАУ № 115	5610041416	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,56	2 632,44	-	27 356 298,04
112.	МДОАУ № 116	5610041423	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,28	1 334,01	-	25 508 826,27
113.	МДОАУ № 117	5610041409	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,40	1 884,19	-	21 031 632,60
114.	МДОАУ № 118	5609081118	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,65	3 064,78	-	38 975 295,22
115.	МДОАУ № 121	5612018451	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,57	2 654,19	-	24 680 512,98
116.	МДОАУ № 122	5610067213	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,51	7 064,29	-	62 358 571,72
117.	МДОАУ № 123	5609024110	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,20	914,80	-	26 642 923,77
118.	МДОАУ № 124	5610041381	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,40	1 880,68	-	21 906 346,42

119.	МДОАУ № 126	5610041455	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,48	2 260,45	-	24 367 624,92
120.	МДОАУ № 133	5610056719	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,94	4 418,74	-	61 482 227,49
121.	МДОАУ № 134	5609024039	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,79	3 712,08	-	30 561 001,66
122.	МДОАУ № 138	5609024448	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,50	2 344,78	-	30 081 636,32
123.	МДОАУ № 140	5610148832	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,29	1 360,26	-	19 847 166,14
124.	МДОАУ № 141	5609019896	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,92	4 329,90	-	45 213 980,49
125.	МДОАУ № 142	5609021398	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,94	4 396,49	-	40 739 382,02
126.	МДОАУ № 143	5610041494	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,81	3 770,80	-	35 535 279,60
127.	МДОАУ № 144	5609089798	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,74	3 464,39	-	41 719 645,38
128.	МДОАУ № 145	5610041367	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,61	7 531,59	-	44 570 200,21
129.	МДОАУ № 146	5609019335	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,42	1 949,84	-	27 262 208,03
130.	МДОАУ № 147	5612018331	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,43	2 001,78	-	21 851 770,68
131.	МДОАУ № 148	5609024166	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,79	3 697,73	-	38 264 877,44
132.	МДОАУ № 150	5609024430	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,31	1 448,58	-	21 194 789,21

133.	МДОАУ № 152	5610041399	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,41	1 911,06	-	21 899 684,12
134.	МДОАУ № 153	5610044181	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,95	4 446,73	-	45 813 051,17
135.	МДОАУ № 154	5610041448	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,39	1 814,44	-	21 521 369,40
136.	МДОАУ № 155	5610041374	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,36	1 670,30	-	19 891 698,29
137.	МДОАУ № 156	5609091684	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,84	3 919,89	-	34 245 464,06
138.	МДОАУ № 157	5611021892	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,10	5 148,67	-	41 568 735,84
139.	МДОАУ № 159	5610038300	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,52	2 441,72	-	23 209 269,82
140.	МДОАУ № 160	5609024173	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,00	4 681,14	-	40 822 019,63
141.	МДОАУ № 161	5609024462	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,63	2 967,44	-	36 432 466,88
142.	МДОАУ № 162	5611019413	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,83	3 903,77	-	41 670 437,74
143.	МДОАУ № 165	5612020299	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,83	3 885,45	-	39 712 717,56
144.	МДОАУ № 166	5611025537	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,55	2 591,44	-	24 466 416,98
145.	МДОАУ № 169	5611026347	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,35	6 313,81	-	47 110 580,34
146.	МДОАУ № 170	5611019090	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,76	3 573,00	-	39 691 716,86

147.	МДОАУ № 171	5611016194	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,19	5 590,48	-	51 041 380,89
148.	МДОАУ № 173	5612018469	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,30	1 396,85	-	18 128 549,63
149.	МДОАУ № 174	5612033322	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,82	3 852,61	-	34 422 927,51
150.	МДОАУ № 175	5609024046	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,73	3 396,88	-	37 448 141,75
151.	МДОАУ № 176	5611026587	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,24	1 141,43	-	14 766 492,76
152.	МДОАУ № 179	5611019195	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,35	1 648,24	-	18 901 041,18
153.	МДОАУ № 180	5611018410	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,45	2 129,98	-	24 113 175,15
154.	МДОАУ № 181	5610155822	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,25	5 836,50	-	40 194 476,96
155.	МДОАУ № 182	5611021853	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,24	5 817,25	-	39 861 895,04
156.	МДОАУ № 183	5609024102	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,38	1 798,60	-	22 843 806,23
157.	МДОАУ № 184	5611019357	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,79	3 722,13	-	38 408 725,95
158.	МДОАУ № 189	5609012347	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,74	3 476,79	-	41 478 561,20
159.	МДОАУ № 190	5610056885	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,93	4 343,87	-	44 067 023,31
160.	МДОАУ № 192	5610067622	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,00	4 684,11	-	43 213 160,27

161.	МДОАУ № 195	5610041350	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,43	6 675,70	-	38 834 410,55
162.	МДОАУ № 196	5610044858	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,44	2 072,27	-	23 349 455,75
163.	МДОАУ № 197	5609021461	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,31	1 453,16	-	29 687 880,65
164.	МДОАУ № 199	5609021454	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	1,24	5 791,59	-	50 619 725,58
165.	МДОАУ № 200	5610041504	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,61	2 866,61	-	39 912 397,58
166.	МДОАУ № 201	5609023250	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,61	2 872,99	-	32 676 032,89
167.	МДОАУ № 205	5612032826	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,12	580,38	-	28 642 046,33
168.	МДОАУ № 222	5611032862	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,92	4 284,64	-	46 782 802,17
169.	МОАУ «СОШ № 37»	5612018395	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,06	285,08	-	3 097 711,55
170.	МОАУ "СОШ № 60"	5610069436	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,13	595,00	-	99,68
171.	МОАУ "СОШ № 70"	5611021300	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,13	601,24	-	10 877 876,22
172.	МОАУ «СОШ № 80»	5611025907	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,12	539,45	-	12 001 720,87
173.	МОАУ «СОШ № 83»	5610051990	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,11	536,39	-	13 034 520,94
174.	МОАУ «СОШ № 95»	5609035880	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,08	376,63	-	3 014 983,85

175.	МОАУ «Бердянская СОШ»	5610065512	100	85.11 Образование дошкольное	Образование дошкольное	Рынок услуг дошкольного образования	0,05	222,13	-	7 922 050,98
176.	МОАУ «Гимназия № 1»	5610046083	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	13,49	17 676,34	-	82 471 094,37
177.	МОАУ «Гимназия № 2»	5610052030	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	12,34	16 162,20	-	87 613 596,63
178.	МОАУ «Гимназия № 3»	5611021282	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	4,86	6 363,80	-	118 102 013,62
179.	МОАУ «Гимназия № 4»	5610057511	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	11,53	15 107,87	-	79 695 204,06
180.	МОАУ «Гимназия № 5»	5610069122	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,35	3 082,46	-	72 561 924,64
181.	МОАУ «Гимназия № 6»	5609038176	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	4,10	5 377,70	-	76 437 155,45
182.	МОАУ «Гимназия № 7»	5612043169	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	7,80	10 212,13	-	118 425 141,11
183.	МОАУ «Гимназия № 8»	5609024303	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,28	1 671,95	-	89 813 631,73
184.	МОАУ «Лицей № 1»	5612033731	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,16	1 520,77	-	98 687 173,59
185.	МОАУ «Лицей № 2»	5610051125	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,65	3 467,12	-	165 442 841,08
186.	МОАУ «Лицей № 3»	5609024328	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	3,70	4 842,31	-	86 668 051,40
187.	МОАУ «Лицей № 4»	5609035979	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	13,52	17 713,90	-	128 324 078,82
188.	МОАУ «Лицей № 5»	5609024215	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	19,12	25 048,86	-	169 439 790,55

189.	МОАУ «Лицей № 6»	5612031727	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	4,63	6 068,91	-	97 119 903,68
190.	МОАУ «Лицей № 7»	5610070128	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	3,81	4 990,78	-	73 269 682,79
191.	МОАУ «Лицей № 8»	5612018564	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	3,33	4 364,86	-	81 326 554,33
192.	МОАУ «Лицей № 9»	5610065167	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,57	3 368,47	-	104 617 065,66
193.	МОАУ «ФМЛ»	5610064614	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,11	1 449,12	-	52 460 719,18
194.	МОАУ «СОШ № 1»	5611024276	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,15	1 505,80	-	68 919 400,90
195.	МОАУ «ООШ № 3»	5610038195	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,11	146,73	-	32 748 635,12
196.	МОАУ «СОШ № 3»	5610069517	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,06	2 692,29	-	75 223 580,53
197.	МОАУ «СОШ № 4»	5611024332	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,25	324,97	-	88 451 687,48
198.	МОАУ «СОШ № 5»	5612018652	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,22	1 603,79	-	62 758 476,45
199.	МОАУ «СОШ № 6»	5610064741	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,06	1 382,98	-	84 449 493,38
200.	МОАУ «СОШ № 8»	5610065255	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,79	1 030,63	-	63 607 881,62
201.	МОАУ «СОШ № 10»	5609024381	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	3,47	4 546,58	-	53 017 679,84
202.	МОАУ «СОШ № 11»	5610066788	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,18	234,24	-	66 681 097,59

203.	МОАУ «ООШ № 14»	5609028629	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,48	631,61	-	36 263 907,78
204.	МОАУ «СОШ № 15»	5611024692	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,43	1 872,24	-	69 042 645,71
205.	МОАУ «СОШ № 16»	5611024607	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,54	704,96	-	53 010 352,91
206.	МОАУ «СОШ № 17»	5612018557	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,75	978,74	-	51 043 026,31
207.	МОАУ «СОШ № 18»	5609013510	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,93	1 217,30	-	65 998 264,63
208.	МОАУ «СОШ № 19»	5609024367	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,73	950,96	-	76 970 099,00
209.	МОАУ «СОШ № 21»	5609024350	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,26	1 653,58	-	46 554 843,14
210.	МОАУ «СОШ № 23»	5609009312	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,83	1 090,38	-	54 636 975,26
211.	МОАУ «СОШ № 24»	5612018645	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,44	570,08	-	61 240 256,86
212.	МОАУ «СОШ № 31»	5609024335	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,55	726,18	-	58 475 987,23
213.	МОАУ «СОШ № 32»	5612018540	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,19	1 555,13	-	71 764 859,26
214.	МОАУ «НОШ № 33»	5610064734	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,36	1 781,29	-	42 511 753,95
215.	МОАУ «СОШ № 34»	5610064766	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	4,75	6 222,40	-	87 025 475,69
216.	МОАУ «СОШ № 35»	5610064893	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	4,73	6 203,00	-	110 617 918,01

217.	МОАУ «СОШ № 37»	5612018395	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,27	359,92	-	35 596 924,82
218.	МОАУ «СОШ № 38»	5612028690	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,26	336,13	-	42 996 680,48
219.	МОАУ «СОШ № 39»	5611014493	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,41	542,39	-	52 507 611,32
220.	МОАУ «СОШ № 40»	5611024371	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,15	1 504,19	-	67 563 777,95
221.	МОАУ «СОШ № 41»	5611024734	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,51	669,10	-	33 098 350,53
222.	МОАУ «СОШ № 46»	5612018596	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,58	2 071,32	-	75 447 565,12
223.	МОАУ «СОШ № 47»	5612018525	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,74	971,11	-	52 703 141,29
224.	МОАУ «СОШ № 48»	5611024420	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,54	704,33	-	53 208 820,84
225.	МОАУ «СОШ № 49»	5612031678	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,60	783,25	-	54 635 646,14
226.	МОАУ «СОШ № 51»	5610069764	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,84	2 415,91	-	72 649 196,28
227.	МОАУ «СОШ № 52»	5610065801	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,67	882,85	-	73 931 405,83
228.	МОАУ «СОШ № 53»	5611024325	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,76	1 002,06	-	44 557 016,48
229.	МОАУ «СОШ № 54»	5609024286	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,32	423,39	-	59 030 836,58
230.	МОАУ «ООШ № 55»	5611015641	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,00	0,00	-	46 747 022,05

231.	МОАУ «СОШ № 56»	5611020112	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,62	810,07	-	81 503 667,42
232.	МОАУ «СОШ № 57»	5609024279	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,53	1 999,84	-	84 893 059,46
233.	МОАУ «ООШ № 58»	5611024300	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,12	157,37	-	36 491 878,10
234.	МОАУ «СОШ № 60»	5610069436	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,30	388,83	-	46 438 563,96
235.	МОАУ «СОШ № 61»	5611024188	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,92	1 208,24	-	51 073 040,04
236.	МОАУ «СОШ № 62»	5611024364	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,11	2 759,08	-	62 375 062,01
237.	МОАУ «СОШ № 63»	5609024261	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,49	647,07	-	79 946 202,35
238.	МОАУ «СОШ № 64»	5610069429	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,49	646,74	-	53 656 164,43
239.	МОАУ «СОШ № 65»	5610065103	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,00	0,00	-	237 173 616,51
240.	МОАУ «СОШ № 67»	5609024254	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,61	2 107,59	-	62 340 209,87
241.	МОАУ «СОШ № 68»	5611024438	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,39	511,35	-	90 387 823,24
242.	МОАУ «СОШ № 69»	5609024247	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,09	1 431,65	-	74 235 763,34
243.	МОАУ «СОШ № 70»	5611021300	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,18	233,70	-	33 531 211,65
244.	МОАУ «СОШ № 71»	5609024222	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,94	1 226,31	-	86 370 119,78

245.	МОАУ «СОШ № 72»	5610065022	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,69	3 525,63	-	77 092 566,77
246.	МОАУ «СОШ № 76»	5610062102	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	2,67	3 504,24	-	105 082 107,62
247.	МОАУ «СОШ № 78»	5611016772	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,88	2 467,03	-	97 238 708,75
248.	МОАУ «СОШ № 79»	5609193686	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	5,79	7 590,96	-	154 691 117,24
249.	МОАУ «СОШ № 80»	5611025907	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,08	108,75	-	27 278 188,78
250.	МОАУ «СОШ № 83»	5610051990	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,11	142,76	-	44 893 829,64
251.	МОАУ «СОШ № 84»	5609024208	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	1,44	1 890,21	-	72 413 129,57
252.	МОАУ «СОШ № 85»	5610162770	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	7,58	9 925,12	-	134 573 183,96
253.	МОАУ «СОШ № 86»	5610223906	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	9,48	12 415,60	-	183 527 812,39
254.	МОАУ «СОШ № 87»	5610229601	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	3,42	4 486,73	-	143 283 647,40
255.	МОАУ «СОШ № 88»	5610231488	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	7,07	9 262,11	-	152 891 181,24
256.	МОАУ «СОШ № 89»	5610243860	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	7,41	9 712,16	-	156 795 831,33
257.	МОАУ «СОШ № 91»	5609204112	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	5,95	7 799,01	-	114 820 159,80
258.	МОАУ «СОШ № 95»	5609035880	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,61	794,15	-	86 609 601,59

259.	МОАУ «Бердянская СОШ»	5610065512	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,65	856,14	-	33 549 888,42
260.	МОАУ «ООШ № 90»	5609035778	100	85.14 Образование среднее общее	Образование общее	Рынок услуг общего образования	0,14	185,79	-	27 743 569,57
261.	МАУДО «ДТДиМ»	5610032718	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	1,02	4 025,50	-	397 248 486,66
262.	МАУДО ДЭБЦ	5610045361	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,00	0,00	-	32 644 713,81
263.	МАУДО «МЦДОД»	5610054013	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,06	250,32	-	52 658 950,06
264.	МАУДО «СДТТ» г. Оренбурга	5612014714	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,00	0,00	-	56 512 991,60
265.	МАУДО "СШ им. Н.Б. Радзевич"	5612037165	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,00	0,00	-	42 495 522,07
266.	МАУДО СДЮТЭ	5612016341	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,005	18,00	-	18 252 964,12
267.	МАУДО «ЦРТДиЮ»	5610054310	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,08	301,39	-	61 021 269,55
268.	МАУДО ЦДТ г. Оренбурга	5609021863	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,05	214,40	-	120 560 864,80
269.	МАУДО ЦДТ Промышленного района	5611014408	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,16	651,76	-	81 637 279,96

270.	МАУДО «ЦВР «Подросток»	5611005185	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,25	975,80	-	199 606 628,07
271.	МАУДО СЮТ	5609035150	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,00	0,00	-	27 137 558,29
272.	МАУДО «ДТДиМ»	5610032718	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	3 724 228,47
273.	МАУДО «МЦДОД»	5610054013	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	69 738 018,57
274.	МАУДО ЦДТ Промышленного района	5611014408	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	5 603 576,56
275.	МАУДО ЦДТ г. Оренбурга	5609021863	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	3 855 392,16
276.	МАУДО СДЮТЭ	5612016341	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	3 256 431,85
277.	МАУДО «ЦРТДиЮ»	5610054310	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,78	3 098,83	-	361 950 903,69
278.	МАУДО «СДТТ» г. Оренбурга	5611014246	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное детей и взрослых	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0,00	0,00	-	3 707 702,22
279.	МАУДО «ЦВР «Подросток»	5611005185	100	85.41 Образование дополнительное детей и взрослых	Образование дополнительное	Рынок услуг дополнительно го образования детей	0,00	0,00	-	0,00

280.	МАУ «Импульс - центр»	5612164572	100	63.99.1 Деятельность по оказанию консультационных и информационных услуг	Деятельность по оказанию консультационных и информационных услуг	Рынок психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями и здоровья	**	0,00	-	12 132 906,89
281.	МКУ «Городской центр градостроительства»	5610138305	100	71.11.1 Деятельность в области архитектуры, связанная с созданием архитектурного объекта	Деятельность в области архитектуры, связанная с созданием архитектурного объекта	Рынок архитектурно-строительного проектирования	0,05	1 068,4	-	103 529 242,00
282.	МБУ «УКС»	5610127286	100	71.11.1 Деятельность в области архитектуры, связанная с созданием архитектурного объекта	Осуществление строительного контроля, разработка сметной документации, подготовка научно-проектной документации	Рынок архитектурно-строительного проектирования	0,2	4 093,29	11	85 941 325,25 – субсидии на выполнение муниципального задания, 2 627 800,00 – субсидии на иные цели
283.	МКУ «Оренбургторгсервис»	5610069210	100	70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления	нет	*	**	-	-	18 511 860,64

284.	МБУ «Аварийно-спасательная служба» муниципального образования «город Оренбург»	5610093661	100	84.25 Деятельность по обеспечению безопасности в чрезвычайных ситуациях; деятельность по обеспечению безопасности в области использования атомной энергии	Обеспечение функционирования спасательных служб и организаций по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера	*	**	2 639,3	-	-
285.	МБУ «Муниципальный диспетчерский центр»	5610124246	100	84.25 Деятельность по обеспечению безопасности в чрезвычайных ситуациях; деятельность по обеспечению безопасности в области использования атомной энергии	Обеспечение функционирования спасательных служб и организаций по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера	*	**	2 408,8	-	-

* - рынок не определен

** - показатель не рассчитывается в связи с отсутствием данных

Начальник управления
экономики и перспективного развития
администрации города Оренбурга



Е.А. Бинковский