**Доклад**

**о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках**

**товаров, работ и услуг в Палехском муниципальном районе**

**за 2024 год**

В соответствии с Соглашением между Правительством Ивановской области и администрацией Палехского муниципального района о внедрении в Ивановской области стандарта развития конкуренции от 09.12.2016 №101-с, в целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Палехского муниципального района, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции, и выработки мероприятий по развитию конкуренции в районе администрацией был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг.

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Палехском муниципальном районе проведено анкетирование с общей выборкой в 80 респондентов.

1. **Результаты анализа ситуации на товарных рынках для содействия развитию конкуренции в Палехском муниципальном районе.**

Анализ состояния конкурентной среды проведен на основе статистических данных, результатов мониторингов. Одним из основных показателей, отражающих состояние конкурентной среды, является динамика числа зарегистрированных хозяйствующих субъектов в муниципальном образовании. По состоянию на 01.01.2025 г. на территории района зарегистрировано более 100 юридических лиц, 226 индивидуальных предпринимателей и 618 плательщиков налога на профессиональный доход.

Палехский муниципальный район является сельскохозяйственно-промышленным. Предприятия, в основном, малые. Ведущая отрасль промышленности – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, основное направление в сельскохозяйственном производстве – молочное животноводство. Малый бизнес сосредоточен в таких отраслях как художественные промыслы, деревообработка, торговля, производство швейных изделий.

Администрацией Палехского муниципального района утвержден план мероприятий (далее – дорожная карта) по содействию развитию конкуренции в Палехском муниципальном районе на 2022-2025 годы (актуальная версия утверждена распоряжением от 28.03.2022г. № 65-р).

В план мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Палехском муниципальном районе включены:

1. Рынок услуг дополнительного образования. В 2024 году в районе дополнительные образовательные услуги предоставляли 8 учреждений из них 2 частных учреждения дополнительного образования детей. Численность детей, посещающих частные учреждения дополнительного образования, в 2024 году составила 80 человек, что составляет 9,0% от общего количества посещающих учреждения дополнительного образования в Палехском муниципальном районе.

2. Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами. На территории района по состоянию на 31.12.2024 года функционируют 2 аптеки и 4 аптечных пункта. Доля организаций частной формы собственности составляет 100%.

 3. Рынок медицинских услуг. Основными субъектами конкуренции на рынке медицинских услуг Палехского муниципального района являются ОБУЗ «Палехская ЦРБ» и 3 частные медицинские организации (ООО «ПалехМед», ООО «Дантист», И.П. Кляузов С.В.).

4. Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева. В 2024 году в Палехском муниципальном районе деятельность по обработке древесины и производству изделий из дерева осуществляли 2 юридических лица и 7 индивидуальных предпринимателей. Все предприятия частной формы собственности.

5. Рынок нефтепродуктов. Рынок нефтепродуктов в районе представлен 2 автозаправочными станциями, (АЗС №124 ООО «Газпромнефть-Центр» и АЗС №7 И.П. Кулигин Валерий Сергеевич) все они относятся к частной форме собственности.

**2. Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности.**

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Палехском муниципальном районе проведено анкетирование субъектов предпринимательской деятельности с общей выборкой в 30 респондентов (10,6 % от общего количества субъектов малого и среднего предпринимательства, зарегистрированных на территории Палехского муниципального района).

Наибольший удельный вес респондентов относится к субъектам предпринимательской деятельности, осуществляющих свою деятельность на следующих рынках:

Социальные услуги– 60,0% (18 респондентов);

Обработка древесины и производство изделий из дерева – 6,7% (2 респондента);

Розничная торговля лекарственными препаратами – 6,7% (2 респондента);

Ремонт автотранспортных средств – 6,7% (2 респондента):

Медицинские услуги - 6,7% (2 респондента);

В опросе приняло участие 18 индивидуальных предпринимателей (60%) и 12 представителей юридических лиц (40%).

По периоду времени, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, респонденты распределились следующим образом:

менее 1года - 3,3% (1 респондент);

от 1 года до 5 лет - 10,0 % (3 респондента);

более 5 лет - 86,7% (26 респондентов).

В основном, в проведении анкетирования принимали участие собственники бизнеса - 70,0% (21 респондент), руководители высшего звена -26,7% (8 респондентов), руководители среднего звена - 3,3% (1 респондент).

23 респондента (76,7%) работают на предприятиях с численностью сотрудников до 15 человек, от 16 до 100 человек - 6 (20,0%), от 251 до1000 человек - 1 (3,3%).

На вопрос: «Какова примерная величина годового оборота бизнеса, который Вы представляете?». Представители бизнеса ответили следующим образом:

величина годового оборота до 120 млн.рублей - 96,7% (29 респондентов);

величина годового оборота свыше 800 млн.рублей - 3,3% (1 респондент).

Большинство респондентов осуществляют свою деятельность на локальном рынке – 66,7 % (20 респондентов), на рынке Ивановской области - 20,0%, ( 6 респондентов), на рынке стран СНГ – 3,3% (1), на рынке нескольких субъектов Российской Федерации - 10,0% (3).

 В рамках мониторинга были получены оценки представителей хозяйствующих субъектов относительно уровня конкурентной среды на представляемых ими рынках. Согласно полученным данным - 100 % (30 респондентов) оценили конкурентную среду на местном рынке как «высокую». Для повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг, представители бизнеса предпринимали за последние 3 года следующие мероприятия:

приобретение технического оборудования - 63,3% (19 респондентов);

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – 16,7% (5 респондентов)

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) - 10% (3 респондента);

обучение и переподготовка персонала -6,7% (2 респондента).

На вопрос о примерном количестве конкурентов бизнеса, который они представляют, предлагающих аналогичную продукцию или ее заменители, субъекты предпринимательской деятельности ответили следующим образом:

от 1 до 3 конкурентов – 26,7% (8 респондентов);

4-8 конкурентов - 43,3% (13 респондентов);

большое число конкурентов – 30,0% (9 респондентов).

Респонденты считают, что число конкурентов на представляемом ими рынке за последние три года:

не изменилось - 23,4% (7 респондентов);

увеличилось на 1-3 конкурента - 53,3% (16 респондентов);

увеличилось более чем на 4 конкурента - 20,0% (6 респондентов);

 затруднились ответить - 3,3% (1 респондент).

По числу поставщиков основного товара (работы, услуги), а также по удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками этого товара ответы респондентов распределились следующим образом:

4 и более поставщика/скорее удовлетворительно – 63,4% (19 респондентов);

большое количество поставщиков/удовлетворительно – 23,3% (7 респондентов);

2-3 поставщика/скорее неудовлетворительно - 3,3% (1 респондент);

 затруднились ответить – 10,0% (3 респондента).

Согласно полученным данным можно сделать вывод, что состояние конкуренции между поставщиками основного товара (работы, услуги) 86,7% респондентов в целом оценивают удовлетворительно.

 На вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на основном для бизнеса, который Вы представляете, рынке?». Представители бизнеса ответили:

скорее удовлетворен - 76,7% (23 респондента);

удовлетворен - 10,0% (3 респондента);

 затруднились ответить - 13,3% (4 респондента).

При этом 73,3% (22 респондента) отметили, что административные барьеры отсутствуют, 16,7 % ( 5 респондентов) считают, что административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в Палехском муниципальном районе преодолимы без существенных затрат, затруднились ответить на поставленный вопрос 10,0% ( 3 респондента). Большинство респондентов отмечают в качестве ограничений ведения предпринимательской деятельности нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность и высокие налоги.

На вопрос: «Как изменился уровень административных барьеров на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете, в течение последних 3 лет?» Представители бизнеса ответили:

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – 66,7% (20 респондентов);

 бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше - 30,0% (9 респондентов);

 затруднились ответить - 3,3% (1 респондентов).

**3. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров,**

**работ и услуг на товарных рынках Палехского муниципального района и состоянием ценовой конкуренции.**

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в Палехском муниципальном районе проведено анкетирование с общей выборкой в 50 респондентов (0,6% от численности населения района).

В анкетировании приняло участие 13 мужчин и 37 женщин.

По возрастным группам респонденты распределились следующим образом: 4 респондента (8,0 %) принадлежат к возрастной группе от 18 до 24 лет, 7 респондентов (14,0%) в возрасте от 25 до 34 лет, 14 респондентов (28,0%) от 35 до 44 лет, 14 респондентов (28,0%) в возрасте от 45 до 54 лет, 6 респондентов (12,0%) от 55 до 64 лет, 5 респондентов (10,0%) от 65 лет и старше.

По социальному статусу респонденты распределились следующим образом: работают - 36 человек (72,0%), пенсионеры - 7 (14,0%), студенты - 2 (4,0%), домохозяйки -2 (4,0%), Самозанятые -2 (4,0%), безработные -1 (2%); 15 (30,0%) респондентов имеют 2 детей, 23 (46,0%) - 1 ребенка, 1 (2,0%) - имеют троих детей и более, у 11 (22,0%) респондентов детей нет.

20 респондентов (40,0%) имеют высшее специальное образование, 9 высшее- бакалавриат (18,0%), среднее профессиональное образование имеют 18 респондентов (36,0%), основное общее 2 (4%),общее среднее - 1 (2,0%).

Среднемесячный доход на одного члена семьи до 10 тыс.рублей имеет 4 респондента (8,0%), от 10 до 20 тыс.рублей 9 респондентов (18,0 %), от 20 до 30 тыс.рублей 23 респондента (46,0 %), от 30 до 45 тыс.рублей 8 респондентов (16,0 %), от 45 до 60 тыс.рублей 4 респондента (8,0 %), более 60 тыс.рублей 2 респондента (4,0%).

 По итогам оценки потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках Палехского муниципального района, получены следующие результаты (таблица 1).

 *Таблица 1*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Избыточ-но (много)** | **Достаточно** | **Мало** | **Нет совсем** | **Затрудняюсь ответить** |
| Рынок услуг дошкольного образования | 0 | 36 | 6 | 0 | 8 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 0 | 29 | 12 | 1 | 8 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 0 | 25 | 11 | 3 | 11 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 0 | 13 | 11 | 12 | 14 |
| Рынок медицинских услуг | 0 | 29 | 15 | 1 | 5 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | 11 | 35 | 1 | 0 | 3 |
| Рынок социальных услуг | 0 | 32 | 11 | 0 | 7 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) |  | 43 | 3 | 1 | 3 |
| Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО) |  | 44 | 0 | 3 | 3 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды |  | 33 | 12 | 0 | 5 |
| Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке  | 1 | 36 | 5 | 2 | 6 |
| Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации. | 1 | 18 | 2 | 6 | 23 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 1 | 27 | 14 | 4 | 4 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок |  | 32 | 16 | 0 | 2 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации |  | 28 | 11 | 2 | 9 |
| Рынок услуг связи в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" |  | 35 | 9 | 0 | 6 |
| Рынок жилищного строительства |  | 3 | 0 | 16 | 31 |
| Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства |  | 1 | 0 | 19 | 30 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) |  | 16 | 3 | 10 | 21 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования |  | 1 | 1 | 20 | 28 |
| Рынок племенного животноводства |  | 0 | 3 | 16 | 31 |
| Рынок семеноводства |  | 2 | 6 | 12 | 30 |
| Рынок вылова водных биоресурсов |  | 0 | 0 | 22 | 28 |
| Рынок переработки водных биоресурсов |  | 0 | 0 | 23 | 27 |
| Рынок товарной аквакультуры |  | 0 | 2 | 21 | 27 |
| Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения |  | 9 | 1 | 16 | 24 |
| Рынок нефтепродуктов |  | 29 | 0 | 9 | 12 |
| Рынок легкой промышленности |  | 25 | 2 | 6 | 17 |
| Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева |  | 27 | 6 | 3 | 14 |
| Рынок производства кирпича |  | 1 | 2 | 20 | 27 |
| Рынок производства бетона |  | 0 | 1 | 22 | 27 |
| Сфера наружной рекламы |  | 2 | 1 | 21 | 26 |
| Рынок ремонта автотранспортных средств |  | 21 | 13 | 2 | 14 |

 По мнению респондентов на рынке мало представлено организаций, действующих в следующих сферах:

Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок- 16 (32,0%);

Рынок медицинских услуг - 15 (30,0%);

Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок -14 (28,0%);

Рынок ремонта автотранспортных средств -13 (26,0%).

Количество организаций, предоставляющих услуги на достаточном уровне по мнению более 35 респондентов (70%) представляют следующие рынки:

Рынок услуг дошкольного образования, Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами, Рынок теплоснабжения, Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке.

Затруднились ответить или решили, что на рынке не присутствуют такие отрасли как: Рынок племенного животноводства, Рынок семеноводства Рынок вылова водных биоресурсов, Рынок переработки водных биоресурсов, Рынок товарной аквакультуры, Рынок производства кирпича, Рынок производства бетона, Сфера наружной рекламы.

Ассортиментом товаров и услуг потребители удовлетворены и скорее удовлетворены на большинстве рынках района. Самый большой ассортимент, как считают опрошенные, представлен на следующих рынках:

Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее - ТКО) - 86,0 % (43 респондента);

Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 84,0 % (42 респондента);

Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды - 78,0 % (39 респондентов);

Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) - 74,0 % (37 респондентов);

 Вместе с тем более половины респондентов – 54,0%, не удовлетворены и скорее не удовлетворены ассортиментом товаров и услуг на рынке медицинских услуг, при этом более 45 респондентов (95%) затруднились ответить об ассортименте товаров и услуг на рынках племенного животноводства, семеноводства, вылова водных биоресурсов, товарной аквакультуры, архитектурно-строительного проектирования и сферы наружной рекламы.

По итогам оценки удовлетворенности характеристиками (уровень цен и качество) товаров, работ и услуг на рынках Палехского муниципального района, получены следующие результаты (таблица 2).

*Таблица 2*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Уровень цен** | **Качество** |
|  | **Затруд****ответить** | **Не****удовлетворен** | **Скорее не удовлетворен** | **Скорее удовл** | **Удовлетв** | **Затруд****ответить** | **Не****удовлетворен** | **Скорее не удовлетворен** | **Скорее удовл** | **Удовлетв** |
| Рынок услуг дошкольного образования | 18 | 17 | 5 | 9 | 1 | 21 | 1 | 2 | 22 | 4 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 17 | 17 | 6 | 8 | 2 | 27 | 2 | 1 | 19 | 1 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 20 | 17 | 6 | 5 | 2 | 27 | 1 | 1 | 19 | 2 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 22 | 18 | 6 | 3 | 1 | 29 | 1 | 7 | 13 | 0 |
| Рынок медицинских услуг | 7 | 18 | 23 | 1 | 1 | 5 | 5 | 26 | 14 | 0 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | 7 | 17 | 25 | 0 | 1 | 5 | 1 | 7 | 36 | 1 |
| Рынок социальных услуг | 13 | 17 | 18 | 2 | 0 | 13 | 1 | 5 | 31 | 0 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 9 | 17 | 19 | 4 | 1 | 14 | 1 | 3 | 31 | 1 |
| Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО) | 4 | 18 | 19 | 6 | 3 | 7 | 2 | 1 | 39 | 1 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 14 | 17 | 15 | 4 | 0 | 13 | 1 | 3 | 33 | 0 |
| Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке  | 5 | 18 | 20 | 5 | 2 | 19 | 1 | 12 | 29 | 0 |
| Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации. | 20 | 18 | 7 | 4 | 1 | 34 | 1 | 2 | 13 | 0 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 7 | 17 | 20 | 5 | 1 | 17 | 1 | 6 | 26 | 0 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок | 4 | 18 | 23 | 5 | 0 | 15 | 1 | 8 | 26 | 0 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации | 12 | 18 | 17 | 3 | 0 | 18 | 2 | 4 | 25 | 1 |
| Рынок услуг связи | 9 | 18 | 18 | 3 | 2 | 14 | 3 | 2 | 27 | 4 |
| Рынок жилищного строительства | 30 | 16 | 4 | 0 | 0 | 45 | 1 | 1 | 3 | 0 |
| Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 31 | 16 | 3 | 0 | 0 | 46 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 30 | 16 | 4 | 0 | 0 | 32 | 2 | 0 | 16 | 0 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 48 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Рынок племенного животноводства | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 48 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Рынок семеноводства | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 47 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| Рынок вылова водных биоресурсов | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 48 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Рынок переработки водных биоресурсов | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 48 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Рынок товарной аквакультуры | 32 | 15 | 2 | 1 | 0 | 47 | 12 | 1 | 1 | 0 |
| Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения | 33 | 15 | 2 | 0 | 0 | 41 | 1 | 0 | 8 | 0 |
| Рынок нефтепродуктов | 18 | 19 | 13 | 0 | 0 | 25 | 1 | 0 | 24 | 0 |
| Рынок легкой промышленности | 20 | 18 | 9 | 2 | 1 | 23 | 1 | 0 | 25 | 1 |
| Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева | 17 | 18 | 10 | 4 | 1 | 19 | 1 | 0 | 29 | 1 |
| Рынок производства кирпича | 26 | 18 | 6 | 0 | 0 | 42 | 1 | 0 | 7 | 0 |
| Рынок производства бетона | 27 | 18 | 5 | 0 | 0 | 45 | 1 | 0 | 4 | 0 |
| Сфера наружной рекламы | 30 | 17 | 3 | 0 | 0 | 48 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Рынок ремонта автотранспортных средств | 18 | 18 | 12 | 2 | 0 | 26 | 1 | 5 | 18 | 0 |

Согласно проведенному анкетированию, «неудовлетворительным» и «скорее неудовлетворительным» большинство респондентов считают уровень цен на следующих рынках:

Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами (84,0%), Рынок медицинских услуг (82,0%), Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (82,0%), Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности) (76,0%), Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО) (74,0%), Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (74,0%), Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии), Рынок социальных услуг, Рынок услуг связи ( по 72,0%).

В большинстве респонденты удовлетворены качеством услуг. Но 31 респондент (62,0%) не удовлетворены качеством предлагаемых услуг на Рынке медицинских услуг. Респонденты затруднились с ответом по уровню цен и качеству продукции таких рынков как: Рынок архитектурно-строительного проектирования, Рынок племенного животноводства, Рынок семеноводства, Рынок вылова водных биоресурсов, Рынок переработки водных биоресурсов, Рынок товарной аквакультуры, Рынок производства кирпича, Рынок производства бетона, Сфера наружной рекламы.

По мнению респондентов, цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами на электроэнергию ответили 22 респондента (44,0%), ЖКХ 8 (16,0%), нефтепродукты 5 (10,0%), медицинские услуги 4 (8%).

На вопрос: «На каких рынках товаров и услуг, на Ваш взгляд, слабо развита конкуренция, что негативно сказывается на качестве товара или ценах?», мнения респондентов разошлись, но большинство потребителей отметили Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке - 22 респондента (44,0%), Рынок нефтепродуктов – 3 респондента (6,0%).

Изменение количества доступных продавцов на рынках Ивановской области в течение последних 3 лет приведены в таблице 3

*Таблица 3*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметры** | **Количество** | **Качество** | **Ассортимент** |
|  | **Затрудняюсь****ответить** | **Не****изменилось** | **Увеличилось** | **Снизилось** | **Затрудняюсь****ответить** | **Не****изменилось** | **Увеличилось** | **Снизилось** | **Затрудняюсь****ответить** | **Не****изменился** | **Увеличился** | **Снизился** |
| Рынок услуг дошкольного образования | 21 | 26 | 0 | 3 | 28 | 9 | 12 | 1 | 26 | 19 | 4 | 1 |
| Рынок услуг среднего профессионального образования | 20 | 25 | 3 | 2 | 28 | 13 | 6 | 3 | 27 | 19 | 4 | 1 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 23 | 16 | 8 | 3 | 30 | 6 | 12 | 2 | 29 | 14 | 7 | 0 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 24 | 14 | 9 | 3 | 31 | 7 | 10 | 2 | 32 | 11 | 7 | 0 |
| Рынок медицинских услуг | 6 | 3 | 33 | 8 | 18 | 18 | 3 | 11 | 13 | 9 | 19 | 9 |
| Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами | 7 | 4 | 34 | 5 | 20 | 19 | 7 | 4 | 12 | 8 | 26 | 4 |
| Рынок социальных услуг | 8 | 15 | 23 | 4 | 21 | 16 | 11 | 2 | 19 | 15 | 16 | 0 |
| Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) | 10 | 38 | 1 | 1 | 23 | 20 | 7 | 0 | 18 | 32 |  |  |
| Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО) | 9 | 35 | 5 | 1 | 20 | 22 | 8 | 0 | 18 | 32 | 0 | 0 |
| Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды | 13 | 23 | 13 | 1 | 21 | 17 | 12 | 0 | 18 | 25 | 7 | 0 |
| Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке  | 13 | 34 | 2 | 1 | 27 | 23 | 0 | 0 | 27 | 23 | 0 | 0 |
| Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации. | 24 | 23 | 2 | 1 | 30 | 20 | 0 | 0 | 29 | 21 | 0 | 0 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок | 11 | 30 | 1 | 8 | 22 | 24 | 1 | 3 | 19 | 25 | 1 | 5 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок | 11 | 32 | 1 | 6 | 21 | 26 | 0 | 2 | 18 | 27 | 1 | 4 |
| Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации | 15 | 31 | 2 | 2 | 20 | 28 | 1 | 1 | 21 | 27 | 2 | 0 |
| Рынок услуг связи | 16 | 19 | 14 | 1 | 22 | 13 | 15 | 0 | 23 | 16 | 11 | 0 |
| Рынок жилищного строительства | 35 | 12 | 2 | 1 | 41 | 9 | 0 | 0 | 41 | 8 | 1 | 0 |
| Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства | 35 | 12 | 1 | 2 | 43 | 7 | 0 | 0 | 43 | 6 | 1 | 0 |
| Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) | 26 | 15 | 7 | 2 | 29 | 12 | 8 | 1 | 33 | 12 | 5 | 0 |
| Рынок архитектурно-строительного проектирования | 41 | 8 | 0 | 1 | 44 | 6 | 0 | 0 | 46 | 4 | 0 | 0 |
| Рынок племенного животноводства | 42 | 7 | 0 | 1 | 46 | 4 | 0 | 0 | 46 | 4 | 0 | 0 |
| Рынок семеноводства | 42 | 7 | 0 | 1 | 45 | 3 | 2 | 0 | 46 | 4 | 0 | 0 |
| Рынок вылова водных биоресурсов | 42 | 7 | 0 | 1 | 46 | 4 | 0 | 0 | 46 | 4 | 0 | 0 |
| Рынок переработки водных биоресурсов | 42 | 7 | 0 | 1 | 46 | 4 | 0 | 0 | 46 | 4 | 0 | 0 |
| Рынок товарной аквакультуры | 43 | 5 | 1 | 1 | 46 | 4 | 0 | 0 | 45 | 4 | 1 | 0 |
| Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения | 32 | 18 | 0 | 0 | 34 | 16 | 0 | 0 | 34 | 16 | 0 | 0 |
| Рынок нефтепродуктов | 22 | 27 | 1 | 0 | 26 | 24 | 0 | 0 | 25 | 23 | 2 | 0 |
| Рынок легкой промышленности | 21 | 14 | 15 | 0 | 24 | 19 | 7 | 0 | 22 | 14 | 14 | 0 |
| Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева | 19 | 10 | 21 | 0 | 21 | 19 | 10 | 0 | 22 | 14 | 14 | 0 |
| Рынок производства кирпича | 38 | 10 | 1 | 1 | 39 | 9 | 1 | 1 | 40 | 9 | 1 | 0 |
| Рынок производства бетона | 39 | 10 | 1 | 0 | 41 | 9 | 0 | 0 | 41 | 9 | 0 | 0 |
| Сфера наружной рекламы | 40 | 10 | 0 | 0 | 45 | 5 | 0 | 0 | 42 | 7 | 1 | 0 |
| Рынок ремонта автотранспортных средств | 25 | 22 | 3 | 0 | 27 | 21 | 1 | 1 | 25 | 23 | 1 | 1 |

В целом потребители считают, что количество доступных продавцов на рынках Ивановской области в течение последних 3 лет осталось на прежнем уровне или увеличилось. Так 33 респондента (66,0%) отметили увеличение количества медицинских учреждений, 34 респондента (68,0%) рост объектов розничной торговли реализующих лекарственные препараты, медицинские изделия и сопутствующие товары.

Большинство потребителей отмечают, что качество и ассортимент товаров, работ и услуг за последние 3 года не изменились. Однако ряд респондентов отметили рост ассортимента товаров, работ и услуг на следующих рынках: Рынок медицинских услуг 19 респондентов (38,0%), Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 26 респондентов (52,0%), Рынок социальных услуг 16 респондентов (32,0%), Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева 14 респондент (28,0%), Рынок легкой промышленности 14 респондентов (28,0%).

Подавляющее большинство респондентов отметили увеличение цен на товары, работы и услуги за последние 3 года.

Согласно проведенному анкетированию, респонденты практически не обращались за защитой своих прав как потребители из-за некачественных товаров и услуг.

**4. Результаты мониторинга удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе.**

4.1 Результаты мониторинга удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности представлены в таблице 4.

*Таблица 4*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры | **Затрудняюсь ответить** | **Скорее удовлетворительное** | **Удовлетворительное** | **Неудовлетворительное** | **Скорее неудовлетворительное** |
| Уровень доступности | 14 | 13 | 2 | 0 | 1 |
| Уровень понятности | 14 | 14 | 1 | 0 | 1 |
| Удобство получения | 14 | 13 | 2 | 0 | 1 |
| Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе | 14 | 15 | 0 | 0 | 1 |
| Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе | 18 | 11 | 0 | 0 | 1 |
| Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона | 17 | 12 | 0 | 0 | 1 |
| Обеспечение доступности "дорожной карты" региона | 17 | 12 | 0 | 0 | 1 |
| Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона | 18 | 11 | 0 | 0 | 1 |
| Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе | 17 | 12 | 0 | 0 | 1 |

По данным, приведенным в таблице 4, можно сделать вывод, что часть респондентов (46,7-60,0%) затрудняются ответить на поставленные вопросы. Оценили качество официальной информации о состоянии конкурентной среды как удовлетворительное или скорее удовлетворительное 11-15 респондентов или (36,7-50,0%).

На вопрос: «Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг субъекта Российской Федерации и деятельности по содействию развитию конкуренции Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?» Представители бизнеса ответили следующим образом. Результаты мониторинга приведены в таблице 5.

*Таблица 5*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Доверяю****больше всего** | **Предпочитаю пользоваться** |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 9 | 21 |
| Официальная информация, размещенная на интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации | 11 | 19 |
| Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 10 | 20 |
| Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"  | 12 | 18 |
| Телевидение | 13 | 17 |
| Печатные средства массовой информации | 9 | 21 |
| Радио | 11 | 19 |
| Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы | 11 | 19 |

 Большинство представителей бизнеса 70,0% (21респондент) предпочитают пользоваться официальной информацией, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и информацией, размещенной в печатных средствах массовой информации.

 3.2. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей.

При оценке качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, выяснилось, что затруднились ответить на вопросы об уровне доступности, понятности и получения информации 56,0% опрошенных или 28 респондентов. «Удовлетворены» и «скорее удовлетворены» уровнем доступности, понятности и получения информации 42,0% опрошенных или 21 респондент.

На вопрос: «Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды Вы предпочитаете пользоваться и доверяете больше всего?»- большинство респондентов затруднились ответить. 42% (21 респондент) предпочитают пользоваться печатными средствами массовой информации, 42% (21 респондент) - телевидением, а 44,0% (22 респондента) - специальными порталами и прочими электронными ресурсами.

**5. Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на**

**территории Ивановской области.**

В целях мониторинга проведено анкетирование с общей выборкой в 30 респондентов. Мониторинг осуществлялся на основании следующих критериев:

оценка сроков получения доступа к услугам субъектов естественных монополий в Ивановской области;

оценка сложности (количество) процедур подключения к услугам субъектов естественных монополий в Ивановской области;

оценка стоимости услуг субъектов естественных монополий в Ивановской области.

**Оценка сроков получения доступа к услугам и цены на них субъектов естественных монополий в Ивановской области среди предпринимателей.**

*Таблица 6*

|  |  |
| --- | --- |
| **Сфера** | **Срок получения доступа** |
|  | **Удовлетво****рительно** | **Скорее удовлетво****рительно** | **Скорее****неудовлетво****рительно, неудовлетво****рительно** | **Затрудняюсь****ответить** |
| Водоснабжение, водоотведение | 16 | 9 | 0 | 5 |
| Водоочистка | 17 | 8 | 0 | 5 |
| Газоснабжение | 7 | 17 | 2/0 | 4 |
| Электроснабжение | 9 | 16 | 2/0 | 3 |
| Теплоснабжение | 6 | 8 | 0 | 16 |
| Телефонная связь | 18 | 9 | 0 | 3 |
| **Сложность процедуры подключения** |
|  | **Удовлетво****рительно** | **Скорее удовлетво****рительно** | **Скорее****неудовлетво****рительно** | **Затрудняюсь****ответить** |
| Водоснабжение, водоотведение | 13 | 6 |  | 11 |
| Водоочистка | 12 | 5 |  | 15 |
| Газоснабжение | 2 | 7 | 10 | 11 |
| Электроснабжение | 3 | 8 | 9 | 10 |
| Теплоснабжение | 2 | 6 | 0 | 22 |
| Телефонная связь | 15 | 6 | 0 | 9 |
| **Стоимость подключения** |
|  | **Удовлетво****рительно** | **Скорее удовлетво****рительно** | **Скорее****неудовлетво****рительно/****неудовлетво****рительно** | **Затрудняюсь****ответить** |
| Водоснабжение, водоотведение | 12 | 7 | 0 | 11 |
| Водоочистка | 12 | 7 | 0 | 11 |
| Газоснабжение | 1 | 6 | 12 | 11 |
| Электроснабжение | 2 | 11 | 7 | 10 |
| Теплоснабжение | 1 | 7 | 0 | 22 |
| Телефонная связь | 14 | 6 | 0 | 10 |

Сроками получения доступа к услугам субъектов естественных монополий удовлетворены или скорее удовлетворены большинство респондентов. Скорее неудовлетворенны сроками получения доступа к сетям газоснабжения и электроснабжения 6,7% представителей бизнеса соответственно.

Поскольку среди участников анкетирования большинство осуществляет свою деятельность более 5 лет (86,7%), оценка получения доступа и стоимость подключения к услугам субъектов естественных монополий не в полной мере отражает текущую ситуацию в данной сфере.

**Оценка качества услуг естественных монополий среди**

**потребителей - физических лиц.**

 *Таблица7*

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Оценка качества** |
| **Удовлетво****рительное** | **Скорее удовлетво****рительное** | **Неудовлетво****рительное** | **Скорее не удовлетво****рительное** | **Затрудняюсь****ответить** |
| Услуги по водоснабжению | 11 | 24 | 2 | 6 | 7 |
| Услуги газоснабжения | 15 | 26 | 1 | 1 | 7 |
| Улуги электроснабжения | 14 | 28 | 0 | 1 | 7 |
| Услуги теплоснабжения | 5 | 29 | 0 | 2 | 14 |
| Услуги проводной телефонной связи | 14 | 25 | 0 | 2 | 9 |
| Услуги почтовой связи | 13 | 29 | 0 | 2 | 6 |

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что большинство опрошенных отметили удовлетворительное качество услуг естественных монополий (услуги по водоснабжению (70,0%), услуги газоснабжения (82,0%), электроснабжения (84,0%), теплоснабжения (68,0%), услуги проводной телефонной связи (78,0%), услуги почтовой связи (84,0%)). Затруднились ответить на вопрос о качестве услуг проводной телефонной связи - 9 респондентов или 18,0% , услуг теплоснабжения – 14 респондентов ( 28,0%).

Согласно проведенному анкетированию 16,0% (8 респондентов) не удовлетворены качеством водоснабжения.

Не сталкивались с проблемами при взаимодействии с субъектами естественных монополий 64,0 % (32 респондента), 8 респондентов (16,0%) затруднились ответить на поставленный вопрос. Вместе с тем ряд потребителей 3 респондента (6,0%) отметили, что субъекты естественных монополий навязывают дополнительные услуги, 6 респондента (12,0%) отметили, что взимается дополнительная плата.

**6. Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия**

**субъекта Российской Федерации или муниципального образования**

**в которых составляет 50 и более процентов.**

Результаты мониторинга деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов представлены в приложении №1 к Докладу.

**7. Мониторинг доступности и удовлетворенности населения**

**деятельностью в сфере финансовых услуг.**

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды одним из вопросов для исследования являлась оценка удовлетворенности населения деятельностью финансовых организаций, а также оценка доступности финансовых услуг. Согласно проведенному анкетированию услугами финансовых организаций пользуется все респонденты, но с разной периодичностью:

1 раз в год и реже – 32,0% (16 респондентов);

не реже, чем раз в неделю пользуются данными услугами – 54,0% (27 респондентов);

не реже, чем раз в месяц – 8,0% (4 респондента);

не реже, чем раз в 3 месяца – 6,0% (3 респондента).

За последние 12 месяцев 20,0 % опрошенных (10 респондентов) имели банковский вклад, другие финансовые продукты практически не были востребованы. Большинство респондентов (48%) не пользовались финансовыми услугами за последние 12 месяцев по причине отсутствия свободных денежных средств, 11 респондентов (22,0%) отметили, что предлагаемая процентная ставка слишком низкая.

За последние 12 месяцев большинство респондентов не пользовались кредитами в банке, в потребительских кооперативах, микрофинансовых организациях, не имели онлайн-заем в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах.

Основной причиной невостребованности данных финансовых продуктов 9 респондентов (18,0%) опрошенных ответили, что не любят кредиты и не хотят жить в долг, 22 респондента (44,0%) отметили, что процентная ставка слишком высока, используют другие способы получить заем отметили 3 респондента (6,0%), не испытывают необходимости в заемных средствах 3 респондента (6,0%).

На вопрос: «Какими из перечисленных платежных карт Вы пользовались за последние 12 месяцев?», респонденты ответили:

зарплатная карта 70,0% (35 респондентов);

расчетная (дебетовая) карта для получения пенсий и иных социальных выплат 42,0% (21 респондент);

другая расчетная карта 14,0% (7 респондентов);

кредитная карта 28,0% (14 респондентов).

Практически половина респондентов пользовались за последние 12 месяцев дистанционным доступом к банковскому счету. В тоже время основным сдерживающим фактором для дистанционного доступа к банковским продуктам 4,0% (2 респондента) отметили неуверенность в безопасности интернет-сервисов, 6,0% (3 респондента) отметили, что нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона, 12,0% (6 респондентов) отметили, что не обладают навыками использования таких технологий.

Страховыми продуктами не пользовались за последние 12 месяцев более 78% опрошенных. Основные причины, по которым респонденты не пользуются услугами страховых организаций:

не вижу смысла в страховании, ответили 20 респондентов (40,0%);

договор добровольного страхования есть у других членов семьи- 2 (4,0%);

стоимость страхового полиса слишком высокая- 3 (6,0%);

я не доверяю страховым организациям- 7 (14,0%);

другие невыгодные условия страхового договора 3 (6,0%).

Результаты мониторинга о количестве и удобстве расположения финансовых организаций, о возможности дистанционного обслуживания, о качестве интернет-связи и мобильной связи в Палехском районе приведены в таблице 8.

*Таблица 8*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вопросы** | **Не сталкивался(-лась)** | **Полно****стью не удовлетворен(-а)** | **Полно****стью удовлетво****рен(-а)** | **Скорее не удовлетворен(-а)** | **Скорее удовл-****ворен(-а)** |
| Количеством и удобством расположения банковских отделений | 3 | 3 | 10 | 11 | 23 |
| Качеством дистанционного банковского обслуживания | 9 | 2 | 14 | 3 | 22 |
| Имеющимся у Вас выбором различных банков для получения необходимых Вам банковских услуг | 11 | 6 | 6 | 12 | 15 |
| Количеством и удобством расположения микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов | 41 | 3 | 1 | 0 | 5 |
| Имеющимся у Вас выбором различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов для получения необходимых Вам услуг | 42 | 2 | 1 | 5 | 0 |
| Количеством и удобством расположения субъектов страхового дела | 36 | 1 | 0 | 2 | 11 |
| Имеющимся у Вас выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых Вам страховых услуг | 36 | 1 | 0 | 3 | 10 |
| Количеством и удобством расположения негосударственных пенсионных фондов | 42 | 1 | 0 | 0 | 7 |
| Количеством и удобством расположения брокеров | 47 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| Качеством интернет-связи | 15 | 1 | 4 | 5 | 25 |
| Качеством мобильной связи | 12 | 2 | 7 | 1 | 28 |

Большинство респондентов удовлетворены выбором, удобством расположения и дистанционным обслуживанием банковских отделений. Практически все респонденты отметили, что не пользовались услугами микрофинансовых организаций, ломбардов, негосударственных пенсионных фондов. Поэтому не могут дать оценку работы данных предприятий. Качеством интернет-связи удовлетворены 58,0% (29 респондентов), качеством мобильной связи - 70% (35 респондентов).

На вопрос насколько удовлетворены работой банков, респонденты ответили следующим образом:

скорее удовлетворен(-а) – 60,0% (30 респондентов);

полностью удовлетворен(-а) – 24,0% (12 респондентов);

полностью не удовлетворен(-а) – 2,0% (1 респондент);

скорее не удовлетворен(-а) – 2,0% (1 респондент);

Не сталкивался(-лась) – 12,0% (6 респондентов).

Подавляющее большинство 41 респондент (82,0%) высказали доверие банкам, страховым организациям доверяют 10 респондентов (20%).

Каналы обслуживания банковскими продуктами и удобство их использования отражены в таблицах 9 и 10.

***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.***

*Таблица 9*

|  |  |
| --- | --- |
| **Каналы обслуживания** | **Оценка** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Касса в отделении банка | 3 | 0 | 10 | 18 | 19 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка | 5 | 0 | 9 | 19 | 17 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка | 4 | 2 | 10 | 14 | 20 |
| POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 3 | 0 | 3 | 10 | 34 |
| Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 3 | 1 | 11 | 13 | 22 |
| Отделение почтовой связи | 2 | 1 | 10 | 14 | 23 |

***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.***

 *Таблица 10*

|  |  |
| --- | --- |
| **Каналы обслуживания** | **Оценка** |
| **1**  | **2** | **3** | **4** | **5**  |
| Касса в отделении банка | 3 | 0 | 16 | 12 | 19 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка | 2 | 1 | 14 | 14 | 19 |
| Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств), установленный не в отделении банка | 5 | 1 | 11 | 14 | 19 |
| POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг) | 4 | 0 | 4 | 10 | 32 |
| Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров (услуг) | 7 | 1 | 10 | 12 | 20 |
| Отделение почтовой связи | 3 | 2 | 11 | 11 | 23 |

Из приведенных таблиц можно сделать вывод, что более 68 % опрошенных признали, что доступны и легко доступны кассы в отделении банка, банкоматы в банках и вне банка, платежные терминалы. На данные каналы они не тратят много времени и могут воспользоваться быстро. Отделения почтовой связи доступны, и ими легко можно воспользоваться считают около 70 % респондентов.

Данные проведенного исследования показывают, что большинство респондентов осуществляют расчеты и переводы денежных средств через банки и банкоматы, только 30 % респондентов имеют банковские вклады, практически не пользуются потребительскими кредитами, более 70% респондентов не пользуются услугами страховых организаций, услуги других финансовых организаций практически не востребованы.

Анализ данных показал, что основные барьеры, мешающие доступу к финансовым услугам и продуктам: низкий уровень дохода граждан, недоверие и осторожное отношение клиентов к агентской инфраструктуре.