

## Результаты ежегодного мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках Новгородской области

### *Результаты мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности (с указанием числа респондентов, участвующих в опросах по каждому рынку)*

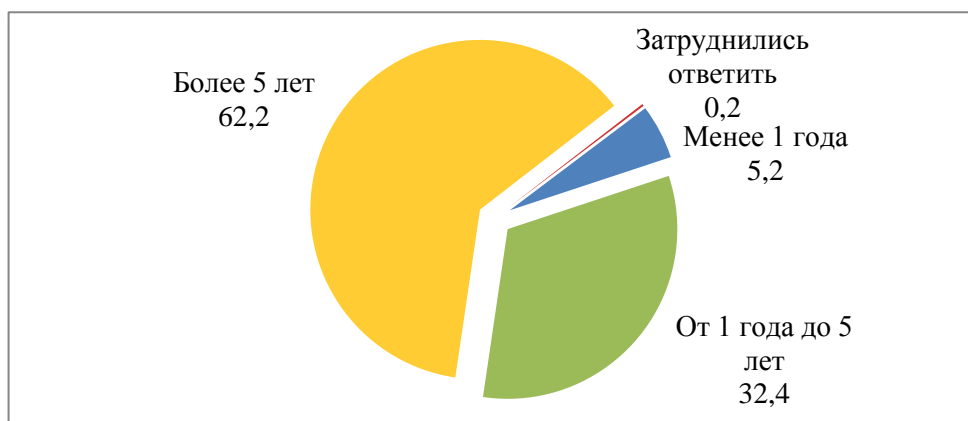
#### *Характеристика бизнеса субъектов предпринимательской деятельности - участников мониторинга*

В мониторинге 2019 года приняли участие 924 субъекта предпринимательской деятельности (3,1% от общего числа субъектов предпринимательской деятельности Новгородской области).

Территориально-географическое местонахождение респондентов:

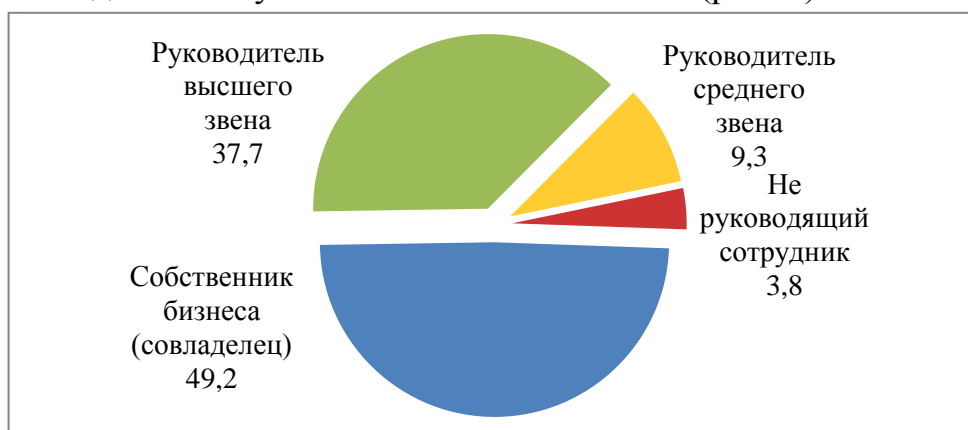
Великий Новгород	- 62,9%
Батецкий район	- 0,7%
Боровичский район	- 8,1%
Валдайский район	- 2,4%
Волотовский район	- 0,2%
Демянский район	- 0,7%
Крестецкий район	- 1,3%
Любытинский район	- 0,7%
Маловишерский район	- 1,7%
Маревский район	- 0,3%
Мошенской район	- 0,4%
Новгородский район	- 7,3%
Окуловский район	- 1,9%
Парфинский район	- 0,6%
Пестовский район	- 2,6%
Поддорский район	- 0,2%
Солецкий район	- 0,8%
Старорусский район	- 3,4%
Хвойнинский район	- 0,8%
Холмский район	- 0,2%
Чудовский район	- 2,1%
Шимский район	- 0,9%

В опросе приняли участие предприниматели, имеющие различный опыт в бизнесе. Почти 2/3 респондентов составили те, кто занимается предпринимательской деятельностью уже более 5 лет. Доля начинающих предпринимателей, которые в бизнесе менее года, составила около 5%. Примерно каждый третий респондент (32,4%) занимается бизнесом от 1 года до 5 лет (рис. 1).



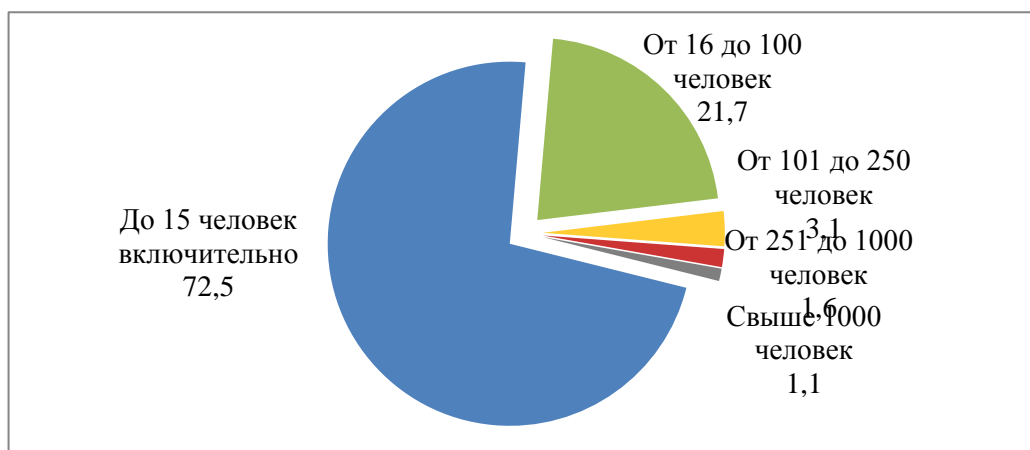
**Рис. 1.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «В течение какого периода времени Ваш бизнес осуществляет свою деятельность?», % от числа опрошенных

Примерно половина участников опроса являются владельцами или совладельцами бизнеса, доля руководителей высшего звена равна 37,7%. Количество руководителей среднего звена и не руководящих сотрудников среди респондентов в сумме составило около 13% (рис. 2)



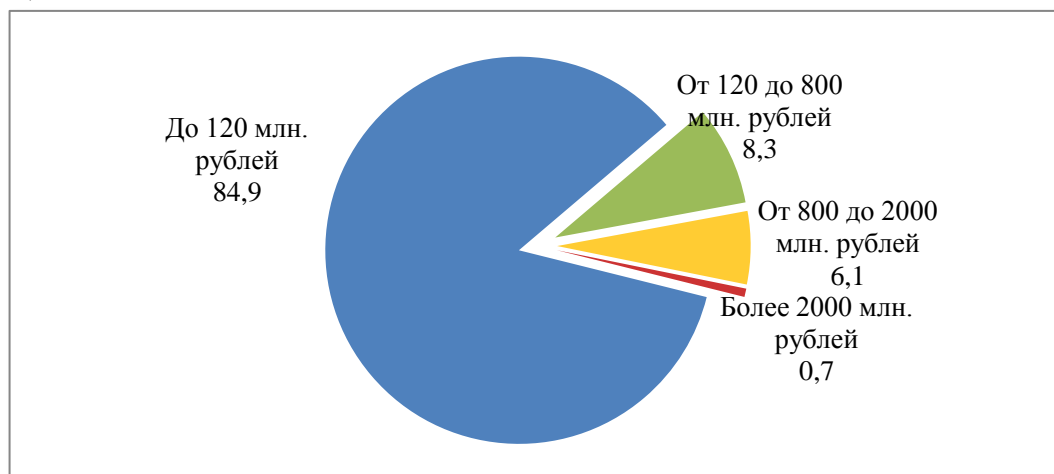
**Рис. 2.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какую должность Вы занимаете в организации, которую представляете?», % от числа опрошенных

Большинство участников опроса являются представителями бизнеса с небольшой (до 15 человек включительно) численностью сотрудников, каждый пятый работает в компании с численностью персонала от 16 до 100 человек. Группы респондентов, представляющие компании с численностью сотрудников от 101 человека и более являются немногочисленными и в сумме составляют менее 10% от общей совокупности опрошенных (рис. 3).



**Рис. 3.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова численность сотрудников вашей организации в настоящее время», % от числа опрошенных

Доля микропредприятий в структуре субъектов предпринимательской деятельности составляет почти 85%, еще 8,3% – это малые предприятия (рис. 4).



**Рис. 4.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какова примерная величина годового оборота бизнеса, который Вы представляете?», % от числа опрошенных

Структура опрошенных по сферам экономической деятельности, представляемой ими:

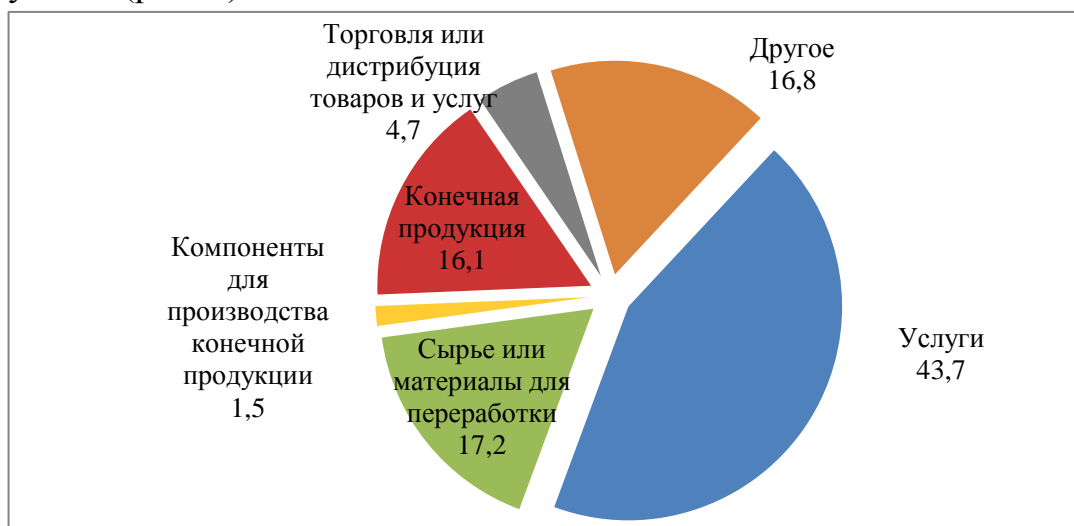
- сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство – 7,7%;
- добыча полезных ископаемых – 0,4%;
- производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака – 1,1%;
- текстильное и швейное производство – 0,9%;
- обработка древесины и производство изделий из дерева - 3,4%;
- целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность – 0,3%;
- производство резиновых и пластмассовых изделий – 0,3%;
- производство готовых металлических изделий – 1,3%;
- производство машин и оборудования – 0,2%;
- производство электрооборудования, электронного и оптического

оборудования – 0,3%;

- производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 0,4%;
- строительство – 11,8%;
- торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт – 3,9%;
- оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) – 9,7%;
- розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) – 22,6%;
- гостиницы и рестораны – 3,5%;
- транспорт и связь – 17,6%;
- финансовые услуги – 1,3%;
- операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг – 7,8%;
- образование – 3%;
- здравоохранение и предоставление социальных услуг - 1,6%;
- предоставление коммунальных услуг – 0,8%;
- другая – 0,1%.

В тройку самых распространенных видов деятельности входят розничная торговля (22,6%), транспорт и связь (17,6%) и строительство (11,8%)

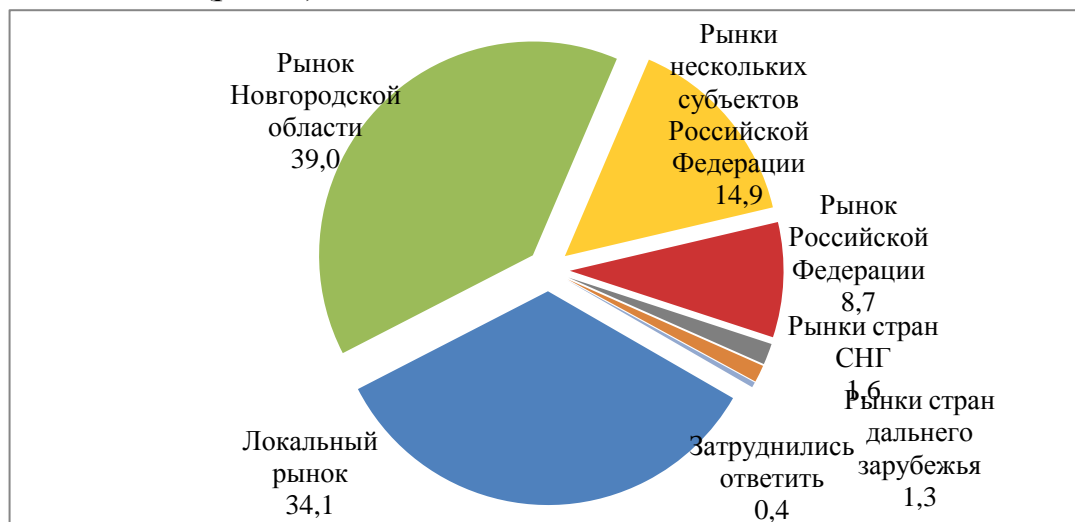
Почти 44% опрошенных субъектов предпринимательской деятельности являются поставщиками услуг, 17,3% поставляют на рынок сырье или материалы для дальнейшей переработки, 16,1% – конечную продукцию (рис. 5).



**Рис. 6.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Основной продукцией (товаром, работой, услугой) бизнеса, который Вы представляете, является:», % от числа опрошенных

Большинство субъектов предпринимательства поставляют свои товары и услуги на локальный (34,1%) или региональный (39,0%) рынок. Доля респондентов, бизнес которых выходит за пределы рынка Российской Федерации (на рынки стран СНГ и стран дальнего зарубежья), невелика – в

сумме около 3% (рис. 6).



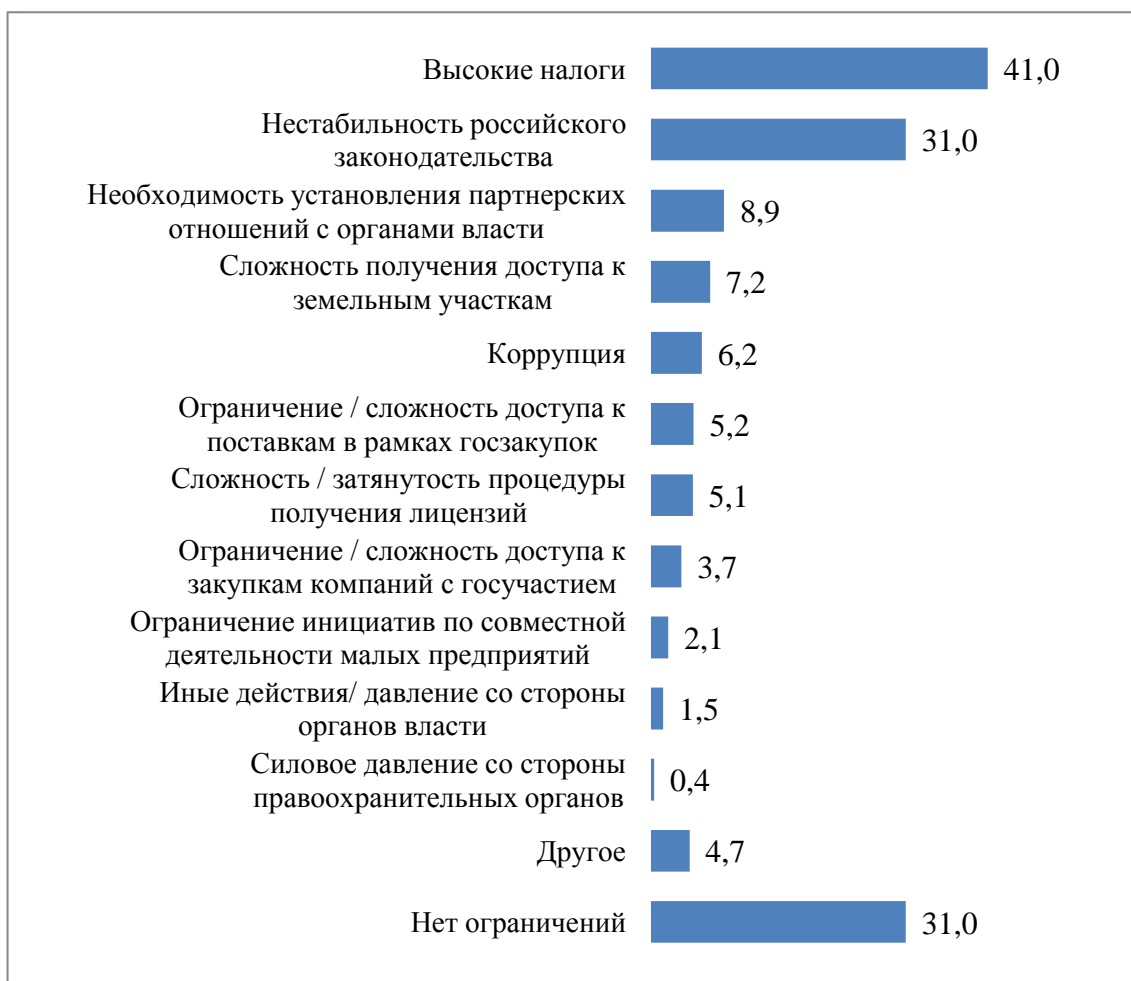
**Рис. 6.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какой географический рынок (рынки) является основным для бизнеса, который Вы представляете?», % от числа опрошенных

Большинство опрошенных не состоят ни в каких организациях, объединяющих предпринимателей (82,1%). Членами Общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА России» являются почти 8% респондентов, около 5% входят в Торгово-промышленную палату Новгородской области, 1,3% – в Общероссийскую общественную организацию «Российский союз промышленников и предпринимателей», 7,7% респондентов отметили, что являются членами иных организаций.

Таким образом, в ходе исследования оценку состояния конкурентной среды в Новгородской области давали субъекты предпринимательской деятельности, относящиеся ко всем группам бизнеса, представленным на территории региона.

#### *Оценка субъектами предпринимательства административных барьеров в разных сферах регулирования*

Барьеры, которые предприниматели считают существенными для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на основном для них рынке, представлены на рис. 7. К наиболее существенным респонденты отнесли высокие налоги (41%) и нестабильность российского законодательства (31%). В отсутствии каких-либо ограничений уверены 31% опрошенных.



**Рис. 7.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из перечисленных административных барьеров являются наиболее существенными для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке?», % от числа опрошенных

Большинство предложенных для оценки аспектов ведения бизнеса не вызывают у субъектов предпринимательской деятельности существенных проблем. Наименее проблематичными можно считать ведение налогового и бухгалтерского учета, трудовые отношения и квалификацию персонала. С этими составляющими деятельности сталкивается большинство опрошенных, при этом от 68% до 79% полагают, что эти аспекты осуществления предпринимательской деятельности не являются проблемой или являются проблемой в наименьшей степени. Средней проблемой считают указанные аспекты 10%, 16,8% и 21,7% респондентов, соответственно. Регистрация бизнеса, являющаяся необходимым этапом начала предпринимательской деятельности, не стала сколь-нибудь существенной проблемой для 59,4% опрошенных, на среднюю степень проблематичности процедур регистрации указали около 8% респондентов, а почти 31% затруднились оценить этот аспект.

К числу аспектов, которые у части предпринимателей вызывают проблемы разной степени сложности, можно отнести получение доступа к финансированию (11,2% считают эту проблему большой или непреодолимой, еще 13,8% – средней), доступ к инфраструктуре (4,4% и 8,2%), коррупцию (5,1% и 2,6%), аренду помещений (3,2% и 8,1%), хотя от

9,7% до 19,6% респондентов совсем не сталкивались с этими составляющими предпринимательской деятельности.

С такими аспектами осуществления деятельности, как строительство, приобретение и перевод в нежилые зданий и помещений, реорганизация бизнеса, сертификация и стандартизация, регистрация прав интеллектуальной собственности, ведение внешнеэкономической деятельности от четверти до 44,2% опрошенных бизнесменов не сталкивались, а от 38,4% до 49,4% затруднились их оценить. Большинство имеющих подобный опыт считают проблематичность этих аспектов бизнеса небольшой (рис. 8).



**Рис. 8.** Оценка респондентами степени проблематичности различных аспектов ведения бизнеса, % от числа опрошенных (со склейкой позиций «не проблема» и «минимальная проблема», «большая проблема» и «непреодолимая проблема»)

*Оценка субъектами предпринимательства взаимодействия органов власти и бизнеса*

Характер взаимодействия органов власти и бизнеса, по оценкам предпринимателей, за прошедший год не претерпел существенных изменений. На содействие органов власти бизнесу указали 12,4% опрошенных, а 22,1% отметили, что от органов власти не требуется никаких действий. Таким образом, в целом более трети респондентов положительно оценивает взаимодействие субъектов предпринимательской деятельности и властей.

Противоположной точки зрения придерживаются в сумме 18,4% опрошенных: 13,3% считают, что органы власти не совершают необходимых действий, а 5,1% – что власти только мешают бизнесу своими действиями.

На неоднозначность роли органов власти во взаимодействии с бизнесом указывают 23,9% предпринимателей, а еще 23% затруднились оценить эти взаимодействия (рис. 9).



**Рис. 9.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали деятельность органов власти на основном для бизнеса, который Вы представляете, рынке?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

Отвечая на вопрос о частоте проверок, 41% опрошенных субъектов предпринимательской деятельности указал, что за последний год их бизнес не подвергался проверкам, еще 38,5% сообщили, что проверки проходят один раз за 6-12 месяцев. На частые проверки – раз в 1-6 месяцев или чаще раза в месяц – указали 12,8% и 7,7% респондентов, соответственно.



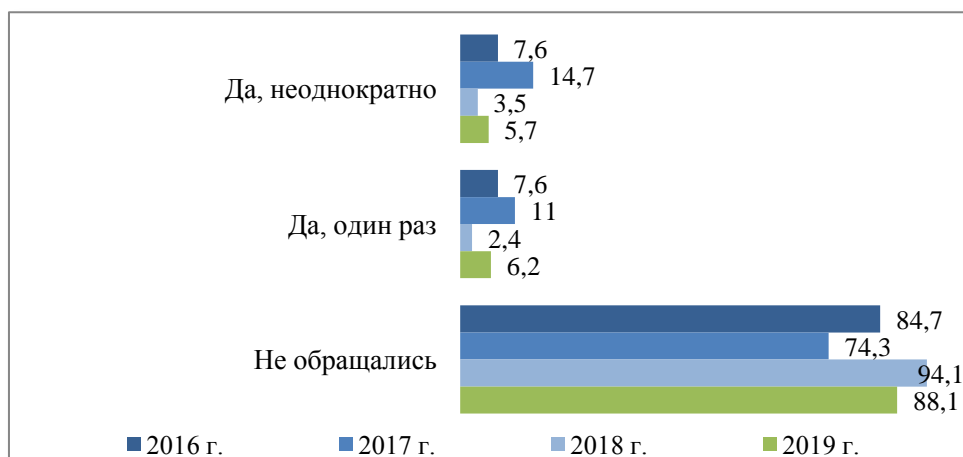
Одним из условий ведения успешной предпринимательской деятельности является отсутствие непреодолимых административных барьеров. В этом смысле ситуацию в Новгородской области можно считать вполне благоприятной: в целом около половины предпринимателей считают, что административных барьеров для ведения бизнеса в регионе нет (13,6%) или они преодолимы без существенных затрат (37,4%). Доля тех, кто уверен в отсутствии административных барьеров, за прошедший год выросла на 3,3% (рис. 10).

На наличие в области непреодолимых препятствий для ведения существующего бизнеса или открытия нового указали 3,2% респондентов, что соответствует уровню прошлого года. Необходимость осуществления значительных затрат для преодоления административных барьеров отметили около 13,7% субъектов предпринимательства, что на 2%-ных пункта больше, чем в 2018 году (эти различия, однако, статистически незначимы).



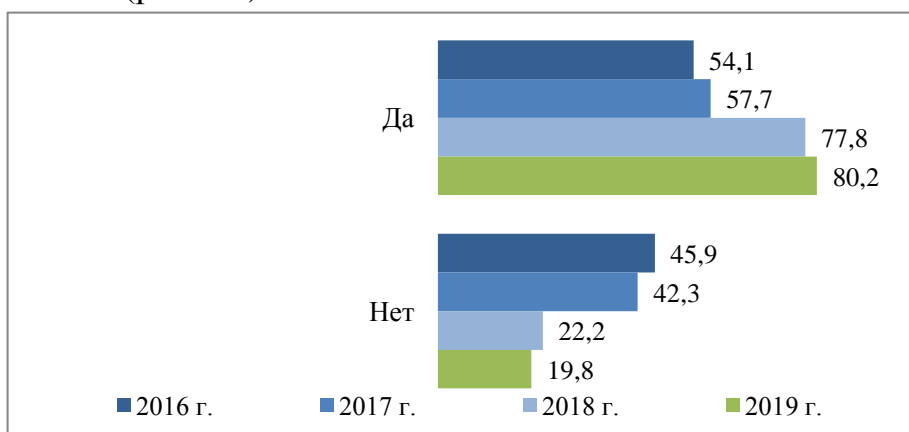
**Рис. 10.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «По Вашей оценке, насколько преодолимы административные барьеры для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

Анализ динамики обращений с жалобами в надзорные органы показал некоторый рост доли тех, кому однократно или неоднократно приходилось это делать. Однако в целом у подавляющего большинства предпринимателей по-прежнему нет необходимости решать проблемы при помощи жалоб (рис. 11).

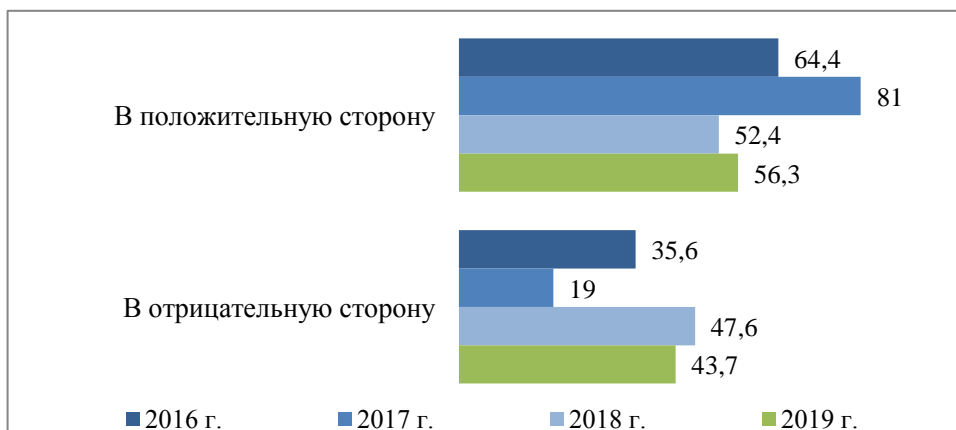


**Рис. 11.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Приходилось ли Вам обращаться с жалобой в надзорные органы?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

Среди тех предпринимателей, которые обращались в надзорные органы, смогли решить свою проблему более 80% (рис. 12), причем более чем у половины из них (56,3%) проблема решилась в их пользу. Доля положительных решений, по сравнению с данными 2018 года, выросла примерно на 4% (рис. 13).



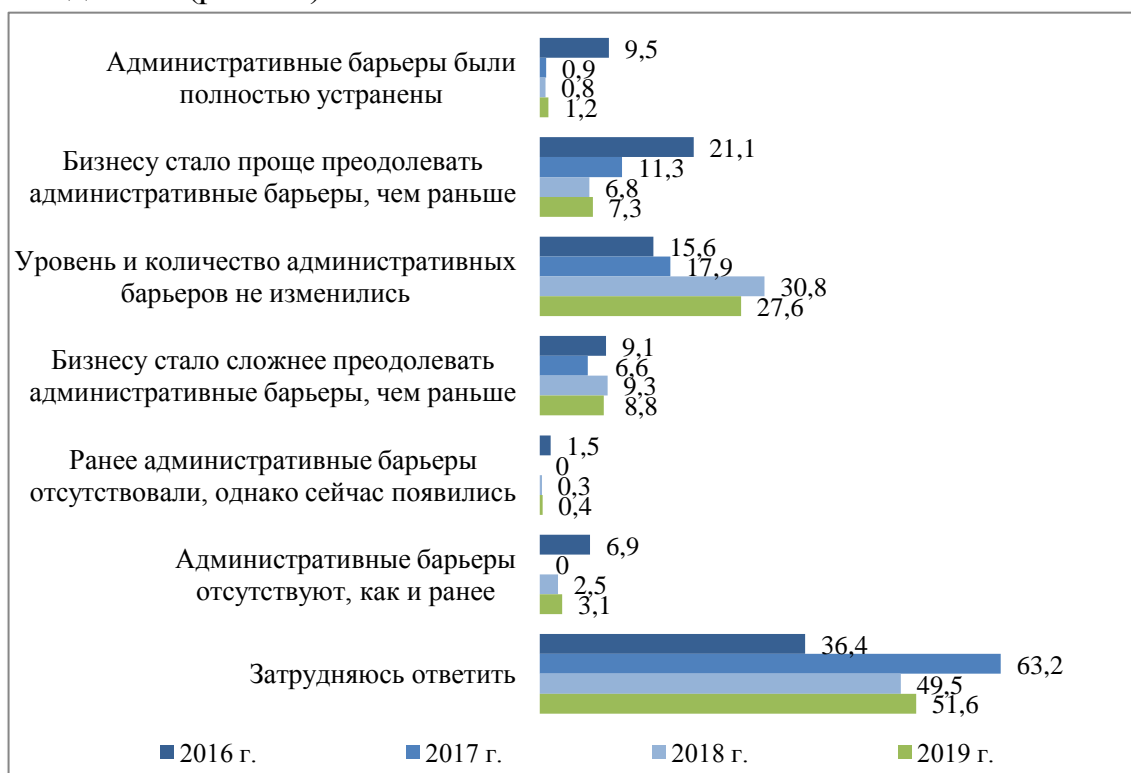
**Рис. 12.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Решилась ли Ваша проблема после обращения с жалобой?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа ответивших



**Рис. 13.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если обращались. Ваша проблема была решена?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа ответивших

Оценка изменений уровня административных барьеров на рынке в течение последних трех лет вызвала, как и в 2018 году, затруднения примерно у половины опрошенных. О неизменности уровня и количества административных барьеров говорят 27,6% респондентов (в 2018 г. – 30,8%). Отсутствие административных барьеров или их полное устранение за последние 3 года отмечают 3,1% и 1,2% предпринимателей, соответственно.

Доля представителей бизнеса, указывающих на более простое, чем ранее, преодоление административных барьеров, практически не изменилась и составляет в текущем году 7,3% (по сравнению в 6,8% в 2018 г.). О повышении сложности преодоления барьеров сообщили 8,8% респондентов (рис. 14).



**Рис. 14.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «По Вашей оценке, как изменился уровень административных барьеров на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете, в течение последних 3 лет?» (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

Для развития конкуренции на рынках товаров, работ и услуг Новгородской области необходимо, по мнению предпринимателей региона, оказывать помощь начинающим предпринимателям (30,8%), контролировать рост цен и деятельность естественных монополий (по 26,9%), информировать предпринимателей о различных формах поддержки, которая может быть им оказана (24,4%). Наименее востребованными мерами развития конкуренции можно считать контроль над качеством продукции и сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению за счет появления новых коммерческих предприятий – 12,8% и 5,1%, соответственно. В числе других направлений развития конкуренции респонденты назвали снижение налогов, уменьшение количества проверок,

повышение уровня жизни и покупательной способности населения, предоставление дешевых кредитов (рис. 15).

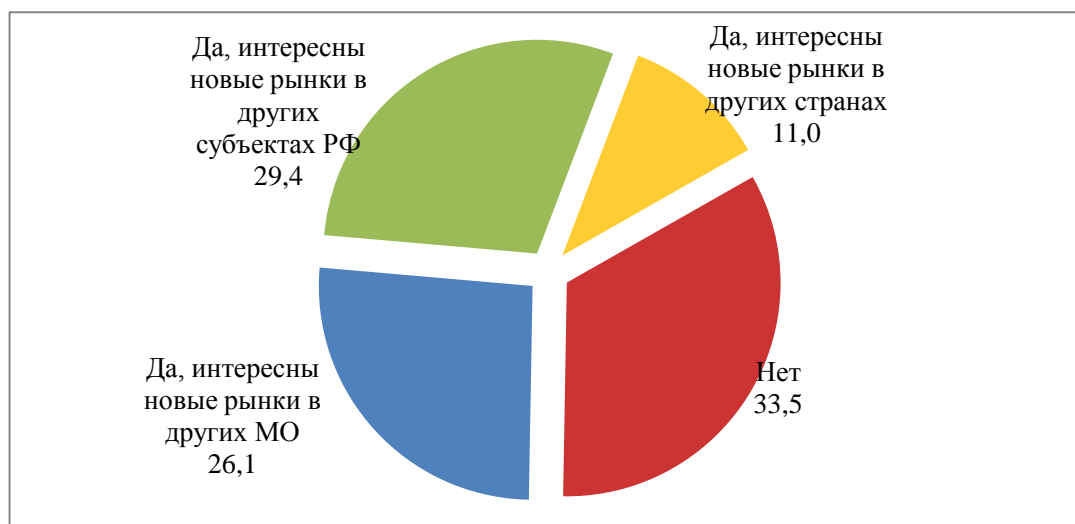


**Рис. 15.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «На что, по Вашему мнению, должна быть в первую очередь направлена работа по развитию конкуренции в Новгородской области?», % от числа опрошенных

Таким образом, основными барьерами при ведении предпринимательской деятельности являются высокие налоги и нестабильность российского законодательства. Деятельность органов власти на региональном рынке не создает существенных препятствий для ведения бизнеса.

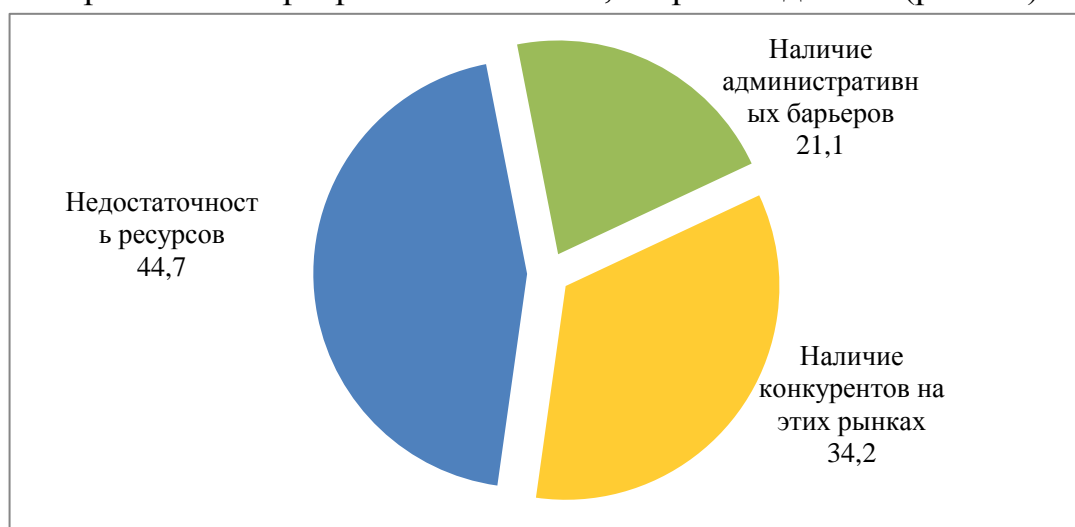
*Оценка субъектами предпринимательской деятельности состояния конкуренции и конкурентной среды*

Предприниматели Новгородской области демонстрируют достаточно высокую заинтересованность в выходе на новые для своего бизнеса рынки сбыта (рис. 16). Лишь каждого третьего респондента устраивает сложившаяся ситуация. Остальным интересны новые рынки как в Новгородской области (26,1%), так и в других субъектах Российской Федерации (29,4%) и в других странах (11,0%).



**Рис. 16.** Заинтересованность субъектов предпринимательской деятельности в выходе на новые рынки сбыта, % от числа опрошенных

Основным препятствием для выхода на новые рынки предприниматели считают недостаточность их собственных ресурсов (44,7%). Однако более трети опрошенных указали в качестве основного препятствия наличие конкурентов на этих рынках. Препятствия в виде административных барьеров отмечают 21,1% респондентов (рис. 17).



**Рис. 17.** Препятствия в выходе на новые рынки сбыта, % от числа ответивших

Результаты исследования демонстрируют умеренный уровень конкуренции в Новгородской области: 52% опрошенных субъектов предпринимательской деятельности отмечают, что им необходимо регулярно, не реже 1 раза в год, предпринимать меры по повышению конкурентоспособности своей продукции, работ, услуг – снижать цену, повышать качество, развивать сопутствующие услуги и т.п. Еще около 30% респондентов считают конкуренцию на представляемом ими рынке высокой (23%) или очень высокой (6,3%): им приходится не только предпринимать уже известные меры по повышению конкурентоспособности своей продукции, но и искать новые, не используемые ранее способы.

В динамике оценка предпринимателями условий ведения бизнеса стабильна, по сравнению с 2018 годом наблюдается некоторое снижение доли тех, кто оценивает уровень конкуренции как умеренный за счет роста количества выбравших соседние позиции шкалы – «слабая конкуренция» и «высокая конкуренция» (рис. 18).



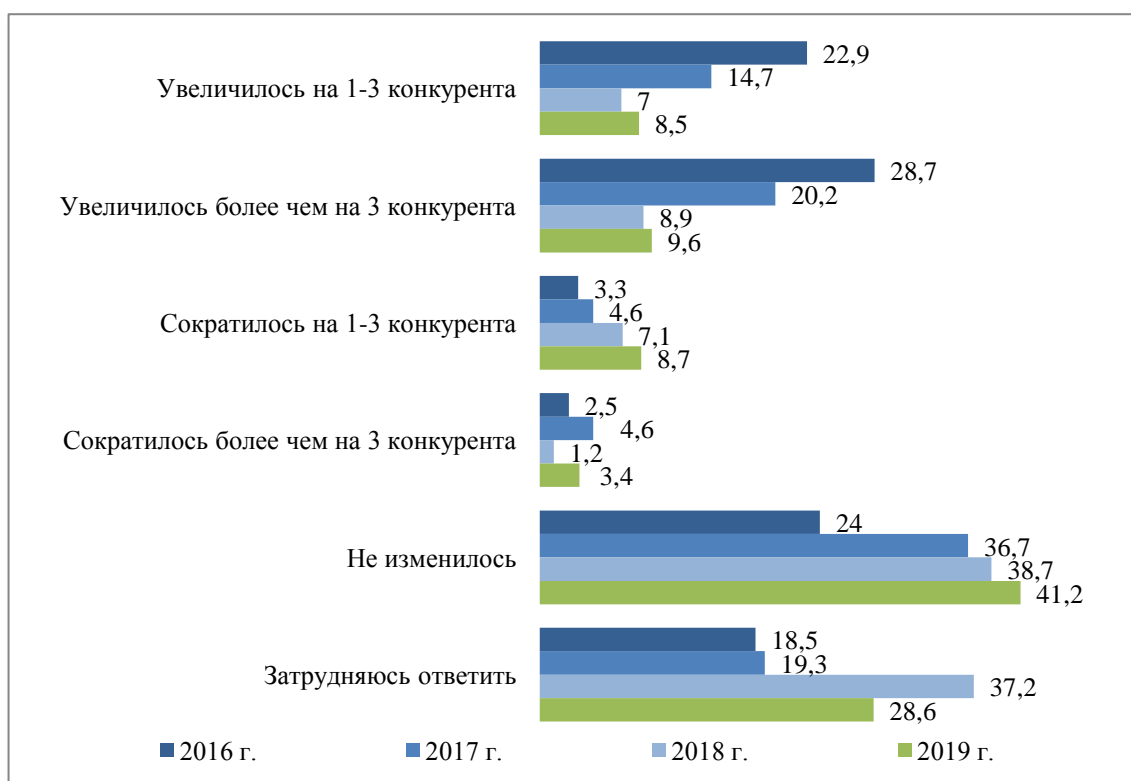
**Рис. 18.** Оценка респондентами условий ведения представляемого ими бизнеса (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

Не претерпело существенных изменений в 2019 году и количество конкурентов представляемого респондентами бизнеса. Почти у половины опрошенных (48,3%) на представляемом ими рынке имеется 4 и более конкурентов, представляющих аналогичную продукцию, товар, работу, услугу или ее заменители, а еще у каждого пятого (21%) конкурентов еще большее количество (рис. 19).

Сами предприниматели также чаще всего оценивают количество своих конкурентов как неизменное на протяжении последних 3 лет. Такой ответ дали 41,2% опрошенных (в исследовании 2018 года их было 38,7%). О сокращении конкуренции говорят в сумме около 12% респондентов, что несколько выше, чем года назад (8,3% по сумме позиций «сократилось на 1-3 конкурента» и «сократилось более чем на 3 конкурента») (рис. 20).



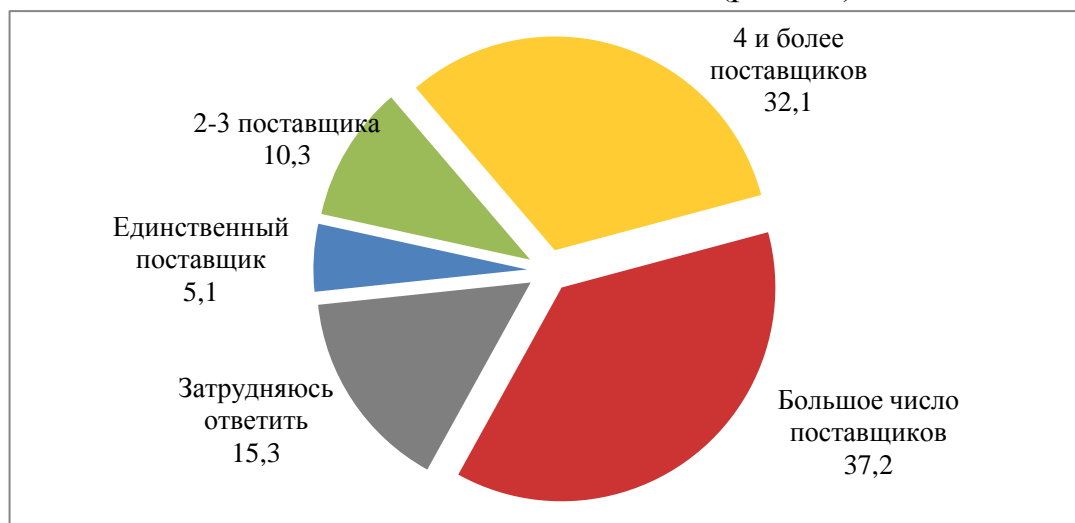
**Рис. 19.** Оценка респондентами количества конкурентов представляемого ими бизнеса (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных



**Рис. 20.** Оценка респондентами изменения количества конкурентов представляемого ими бизнеса за последние 3 года (динамика за 2016-2019 гг.), % от числа опрошенных

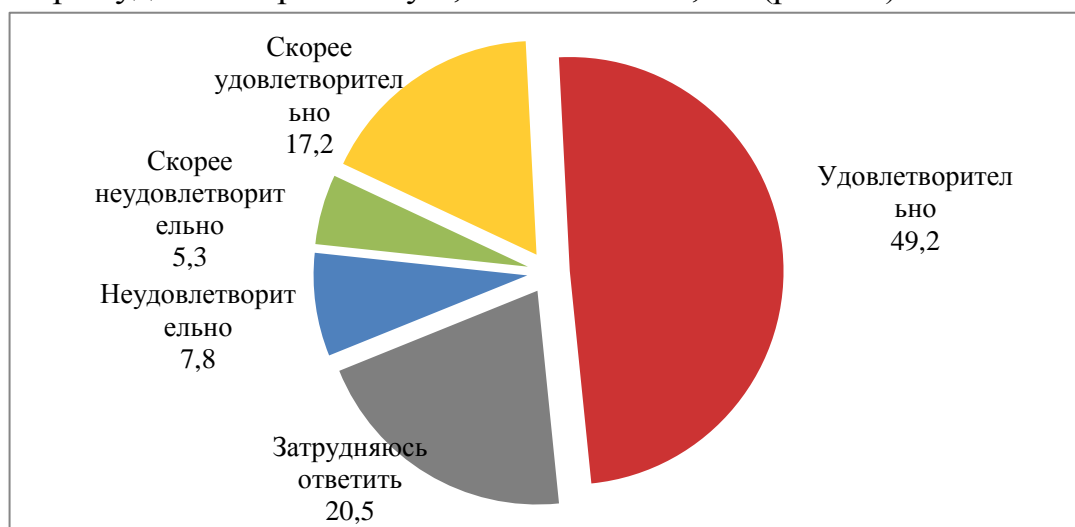
Конкуренция между поставщиками товаров, работ, услуг, приобретаемых бизнесом для производства и реализации собственной продукции, достаточно высока. Лишь 5% опрошенных закупают товары,

работы, услуги у единственного поставщика. Примерно каждый третий предприниматель пользуется услугами 4 и более поставщиков, а еще 37,2% указывают на большое количество поставщиков (рис. 21).



**Рис. 21.** Оценка респондентами примерного числа поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), % от числа опрошенных

Удовлетворенность субъектов предпринимательской деятельности состоянием конкуренции между поставщиками также является достаточно высокой – суммарная доля тех, кто оценивает ее как удовлетворительную или скорее удовлетворительную, составляет 66,4% (рис. 22).

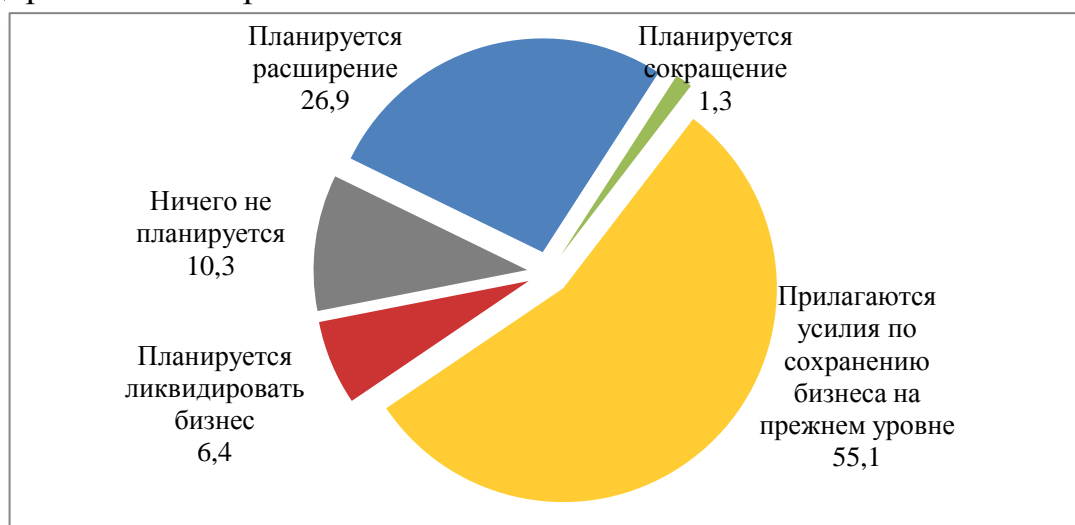


**Рис. 22.** Оценка респондентами удовлетворенности состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги), % от числа опрошенных

В ближайшие годы практически две трети опрошенных субъектов предпринимательской деятельности не планируют ни расширения, ни сокращения бизнеса. Усилия 55,1% респондентов будут направлены на сохранение бизнеса на прежнем уровне, а еще около 10% не собираются ничего предпринимать. Около четверти предпринимателей (26,9%) рассчитывают увеличить свои показатели и расширить бизнес. Сокращение или полная ликвидация бизнеса – в планах суммарно у 7,7% респондентов (рис. 23). Эти данные свидетельствуют о том, что состояние конкурентной

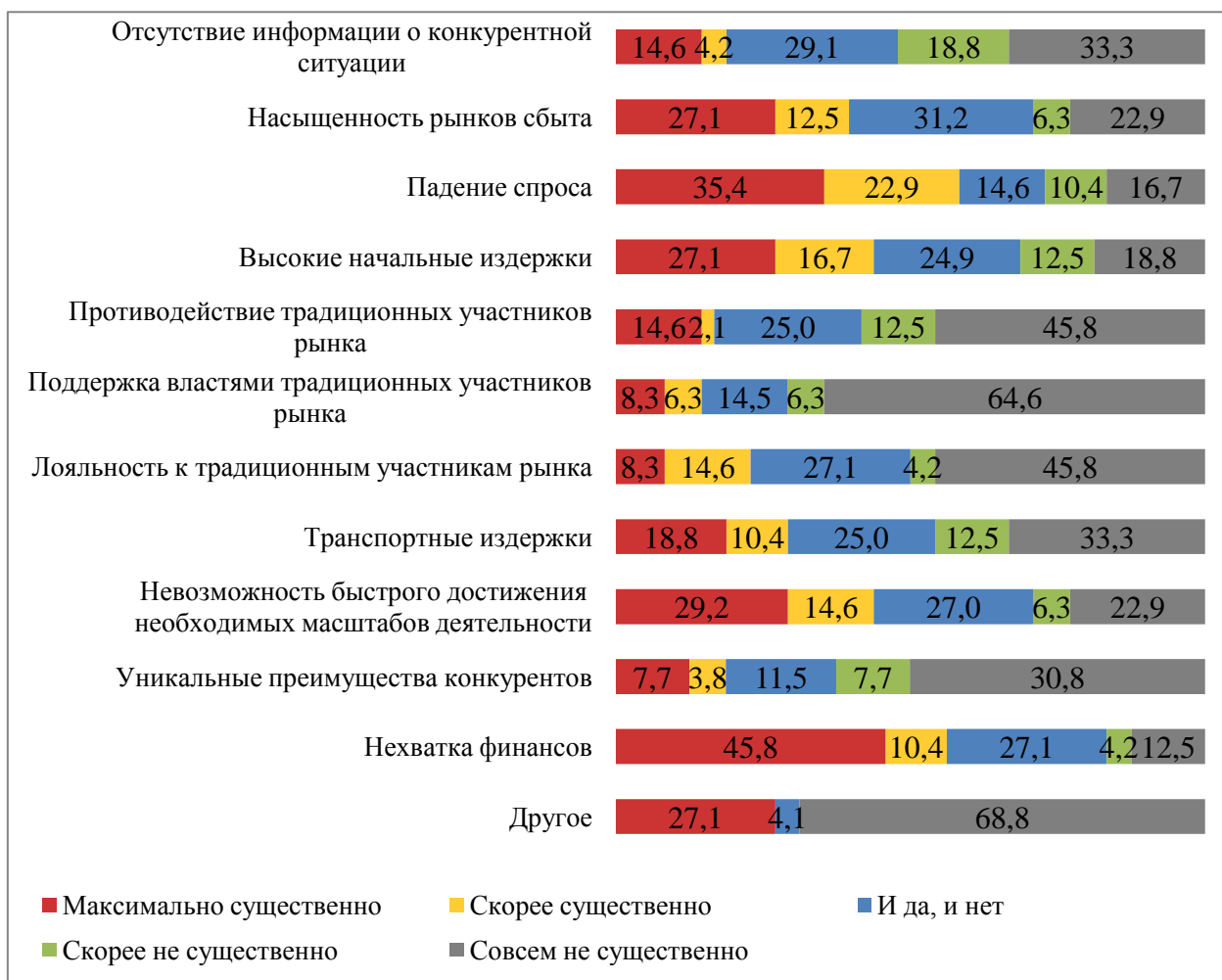


среды – это фактор, существенно влияющий на деятельность большинства предпринимателей региона.



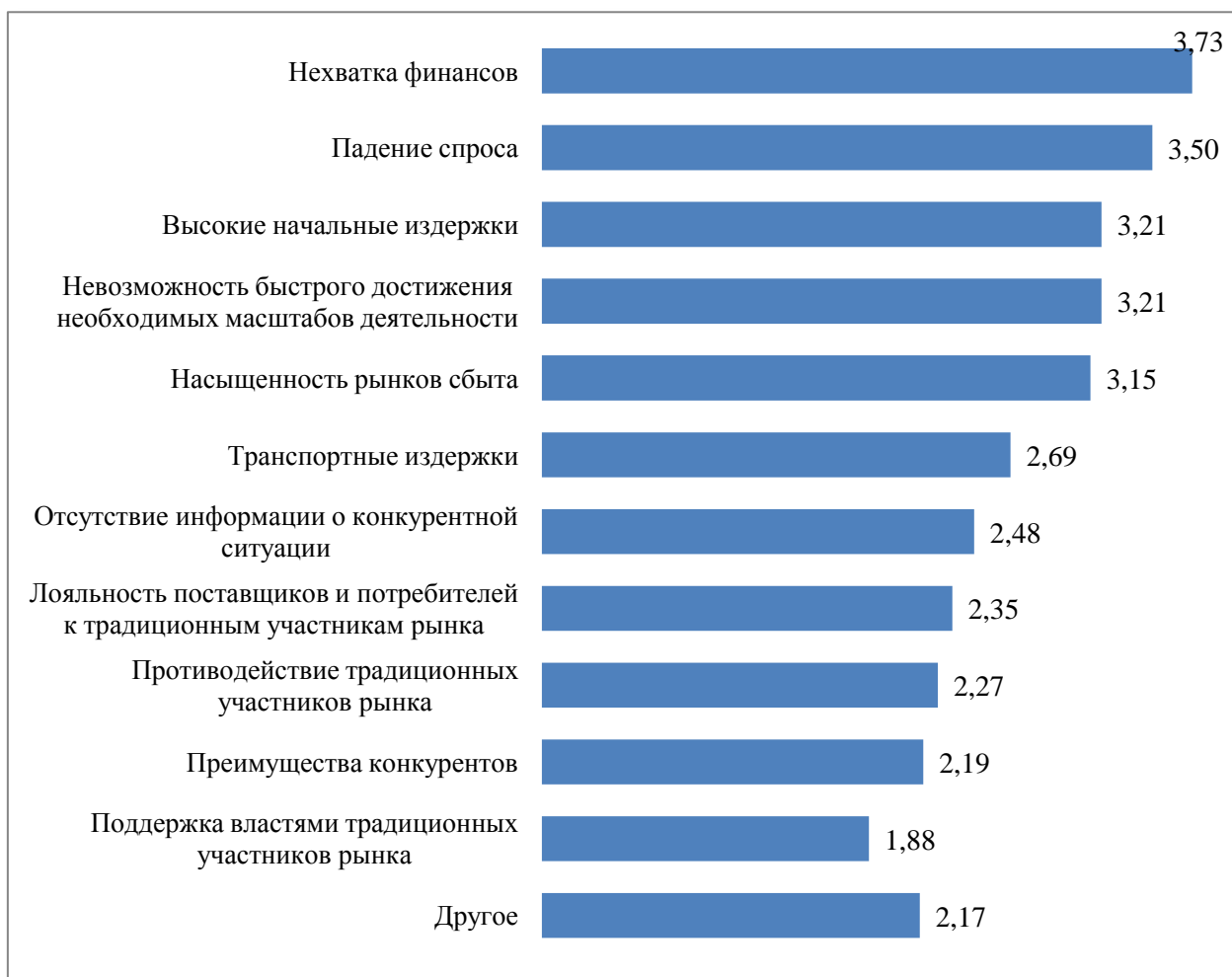
**Рис. 23.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируется ли осуществлять какие-либо из перечисленных действий в ближайший год-два?», % от числа опрошенных

В ходе опроса предпринимателям было предложено оценить по пятибалльной шкале (где 5 означало, что данное препятствие является максимально существенным, а 1 – данное препятствие является совсем несущественным) существенность различных препятствий для расширения действующего бизнеса. Следует отметить, что 38,5% опрошенных сообщили, что никаких препятствий и ограничений для этого не имеется. Остальные данные представлены на рис. 24. Как показал анализ полученных результатов, наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса являются падение спроса на продукцию (58,3% по сумме оценок «4» и «5»), нехватка финансовых ресурсов (56,2%), высокие начальные издержки и невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность (по 43,8%).



**Рис. 24.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «По Вашему мнению, какие препятствия являются наиболее существенными для расширения действующего бизнеса?», % от числа опрошенных

Также были рассчитаны средние оценки существенности различных препятствий для расширения действующего бизнеса. Они представлены на рис. 25. Эти данные также демонстрируют, что наиболее существенными субъекты предпринимательской деятельности считают препятствия, не связанные непосредственно с состоянием конкурентной среды.



**Рис. 25.** Средние оценки респондентами существенности различных препятствий для расширения бизнеса, баллы

Таким образом, рынок товаров, работ и услуг Новгородской области характеризуется умеренно-высоким уровнем конкуренции без существенной динамики за последний год. Конкуренция между поставщиками и удовлетворенность представителей бизнеса ее состоянием достаточно высокие. Наиболее существенные препятствия для расширения действующего бизнеса связаны скорее со снижением спроса на товары и услуги и ростом издержек, а не с состоянием конкурентной среды.

***Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках Новгородской области и состоянием ценовой конкуренции***

В рамках мониторинга обработаны 2100 анкет населения. В опросе приняли участие жители 21 муниципального района Новгородской области. Из общего числа опрошенных лиц женщины составили 80,4% , мужчины – 19,6%.

Возрастной состав респондентов сложился следующий:

- до 20 лет включительно – 12,7% от общего числа респондентов;
- от 21 до 35 лет включительно – 29,4% от общего числа респондентов;
- от 36 до 50 лет включительно – 31,9% от общего числа респондентов;

- старше 50 лет – 26% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе примерно равнозначно приняли участие респонденты возрастных групп от 21 года до 50 лет.

На вопрос «Укажите, в какой сфере вы трудитесь? Ваш социальный статус?» ответы распределились следующим образом:

- промышленное производство – 19,2% от общего числа респондентов;
- сфера торговли – 6% от общего числа респондентов;
- бытовые услуги – 4,4% от общего числа респондентов;
- социальные услуги (образование, медицина, культура и пр.) – 13,9% от общего числа респондентов;
- транспортная сфера – 1,9% от общего числа респондентов;
- финансы и кредит – 1,9% от общего числа респондентов;
- вооруженные силы, силовые структуры – 0,4% от общего числа респондентов;
- государственная (муниципальная служба) – 17,1% от общего числа респондентов;
- учеба в образовательных учреждениях – 7,6% от общего числа респондентов;
- нахожусь на пенсии – 19,9% от общего числа респондентов;
- нигде не работаю – 6,2% от общего числа респондентов;
- сельское хозяйство – 1,5% от общего числа респондентов.

На вопрос «Какое у Вас образование?» были получены следующие ответы:

- общее среднее образование – 10,9% от общего числа респондентов;
- среднее специальное – 29,3% от общего числа респондентов;
- неполное высшее – 6,8% от общего числа респондентов;
- высшее – 52,6% от общего числа респондентов;
- научная степень – 0,1% от общего числа респондентов;
- иное – 0,3% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие высшее и неполное высшее образование (более половины от общего числа респондентов).

Ответы на вопрос «Есть ли у Вас дети?» распределились следующим образом:

- нет детей – 22,2% от общего числа респондентов;
- 1 ребенок – 34,6% от общего числа респондентов;
- 2 ребенка – 37% от общего числа респондентов;
- 3 и более детей – 6,2% от общего числа респондентов.

То есть в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие детей.

На вопрос «Какой примерно среднемесячный доход в расчете на одного члена Вашей семьи?» были получены следующие ответы:

- до 10 тыс. рублей – 12% от общего числа респондентов;
- от 10 до 20 тыс. рублей – 48,1% от общего числа респондентов;
- от 20 до 30 тыс. рублей – 37,7% от общего числа респондентов;
- от 30 до 45 тыс. рублей – 5,7% от общего числа респондентов;

- от 45 до 60 тыс. рублей – 0,5% от общего числа респондентов;
- свыше 60 тыс. рублей – 0% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи от 10 до 30 тыс. рублей (85,8% от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что основную часть опрошенных составили работающие женщины с высшим образованием, проживающие на территории Новгородской области, в возрасте от 21 до 50 лет (экономически активное население), имеющие 1–2 детей, со среднемесячным доходом на одного члена семьи от 10 до 30 тыс. рублей.

В целях определения удовлетворенности потребителей качеством и ценами товаров, работ, услуг участвующим в опросе предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на товарных рынках Новгородской области. Результаты представлены в таблице 1:

Таблица 1.

(в % от общего числа)

Наименование рынков	Избыточно/ много	Достаточ но	Мало	Нет совсем	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	8,5	73,2	9,8	1,0	7,5
Рынок медицинских услуг	1,9	58,2	27,4	4,6	7,9
Рынок социальных услуг	1,3	19,0	60,2	4,5	15,0
Рынок услуг дополнительного образования детей	1,0	65,0	23,7	2,8	7,5
Рынок ритуальных услуг	3,0	71,6	11,0	1,9	12,5
Рынок жилищного строительства	2,3	70,5	15,6	0,8	10,8
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	1,0	32,5	16,2	8,6	41,7
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	0,0	10,0	64,6	9,7	15,7
Рынок архитектурно-строительного проектирования	2,3	25,	3	12,1	57,5
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	0,6	19,2	19,8	4,6	55,8
Рынок вылова водных биоресурсов	0,1	5,3	10,9	14,	69,7
Рынок переработки водных биоресурсов	0,2	33,5	7,9	17,2	41,2
Рынок товарной аквакультуры	0,0	1,6	11,6	17,7	69,1
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	0,1	19,0	19,9	14,9	46,1
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	0,1	33,8	9,4	1,2	55,5
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	0,2	35,9	33,4	5,5	25,0
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	1,3	18,7	50,4	6,0	23,5
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	2,0	15,7	49,3	7,2	25,8
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	0,3	60,6	14,8	4,9	19,4
Рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии	3,1	61,1	4,2	1,4	30,2
Рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации	2,8	59,7	6,8	2,1	28,6
Рынок нефтепродуктов (АЗС, АГЗС)	2,5	81,0	7,5	2,1	6,9
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	1,3	28,9	49,4	1,4	19,0
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных	1,1	23,7	51,8	1,4	22,0

Наименование рынков	Избыточно/ много	Достаточ но	Мало	Нет совсем	Затрудняюсь ответить
перевозок					
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	4,6	69,6	9,4	4,0	12,4
Рынок легкой промышленности	0,4	37,3	21,9	12,3	28,1
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	1,6	66,9	12,7	2,2	16,6
Рынок производства кирпича	1,1	61,7	5,0	16,0	16,2
Рынок производства бетона	0,2	52,7	7,7	16,8	22,6
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	4,3	68,7	10,6	2,1	14,3
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2,0	81,7	10,0	0,5	5,8
Рынок племенного животноводства	5,1	68,2	9,4	6,8	10,5
Рынок семеноводства	7,6	67,5	4,2	1,0	19,7

Большая часть респондентов отметила недостаточное количество организаций («мало» и «нет совсем»), оказывающих услуги на следующих товарных рынках Новгородской области:

- рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования) – 74,3% от общего числа опрошенных;
- рынок социальных услуг – 64,7%;
- рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме – 56,5%;
- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 56,4%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок – 53,2%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 50,8%.

При этом более половины респондентов считают достаточным («избыточно/много» и «достаточно») количество организаций, оказывающих услуги почти на половине товарных рынков Новгородской области:

- рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - 83,7% от общего числа опрошенных;
- рынок нефтепродуктов (АЗС, АГЗС) – 83,5%;
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 81,7%;
- рынок семеноводства – 75,1%;
- рынок ритуальных услуг – 74,6%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси – 74,2%;
- рынок племенного животноводства – 73,3%;
- рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств – 73%;
- рынок обработки древесины и производства изделий из дерева – 68,5%;
- рынок услуг дополнительного образования детей – 66%;

- рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии – 64,2%;
- рынок производства кирпича – 62,8%;
- рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации – 62,5%;
- рынок поставки сжиженного газа в баллонах – 60,9%;
- рынок производства бетона – 52,9%.

Следует отметить, что пяти товарных рынках (рынок архитектурно-строительного проектирования, рынок кадастровых и землеустроительных работ, рынок вылова водных биоресурсов, рынок товарной аквакультуры и рынок теплоснабжения (производства тепловой энергии) от 55% до 69% респондентов затруднились с ответом, что говорит о том, что в повседневной жизни население имеет слабое представление о специализации данных товарных рынков.

Таким образом, по итогам опроса 16 товарных рынков региона отличает достаточность организаций, оказывающих на них свои услуги, что говорит о развитой конкуренции в данных сферах деятельности.

Далее респондентам было предложено оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на товарных рынках Новгородской области (таблица 2).

Таблица 2.

(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Уровень цен					Качество					Возможность выбора				
	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	9,4	35,2	25,7	26,0	3,7	18,6	38,9	21,7	13,2	7,6	15,1	49,0	19,0	11,4	5,5
Рынок медицинских услуг	5,9	19,6	23,6	46,3	4,6	6,9	15,0	32,4	40,9	4,8	7,0	24,4	30,0	33,6	5,2
Рынок социальных услуг	8,7	28,1	28,6	17,8	16,8	9,5	34,2	20,9	17,7	17,7	10,4	30,7	26,1	11,1	21,7
Рынок услуг дополнительного образования детей	15,3	30,4	24,6	13,0	16,7	17,1	37,5	19,3	10,2	15,9	15,4	41,0	18,6	10,8	14,2
Рынок ритуальных услуг	14,7	34,6	18,7	15,6	16,4	11,2	45,7	15,1	11,0	17,0	14,6	44,4	13,7	9,7	17,6
Рынок жилищного строительства	3,8	18,5	30,0	30,6	17,1	8,6	22,7	22,6	26,4	19,7	7,8	23,7	20,0	21,3	27,2
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	4,2	16,4	32,1	28,7	18,6	9,1	24,5	22,2	23,1	21,1	8,1	23,9	19,9	21,0	27,2
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	4,0	20,1	26,2	26,9	22,8	6,2	20,8	27,1	28,5	17,4	7,3	22,4	23,8	22,4	24,1
Рынок архитектурно-строительного проектирования	14,5	34,8	18,4	15,6	16,7	17,1	37,5	19,5	10,0	15,9	14,6	44,4	13,7	9,7	14,2
Рынок кадастровых и	4,0	20,3	26,0	26,7	23,0	6,6	21,4	26,9	28,1	17,0	7,9	22,7	22,9	21,8	24,7

Наименование рынка	Уровень цен					Качество					Возможность выбора				
	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
землеустроительных работ															
Рынок вылова водных биоресурсов	8,0	17,8	21,9	18,8	33,5	3,8	20,0	20,0	17,6	38,6	8,6	21,2	17,7	16,0	36,5
Рынок переработки водных биоресурсов	6,2	19,5	17,7	18,5	38,1	6,6	18,8	17,8	17,5	39,3	9,1	17,4	18,9	15,5	39,1
Рынок товарной аквакультуры	8,4	18,9	21,5	17,7	33,5	7,9	31,8	15,6	17,7	27,0	8,9	21,7	17,2	16,0	36,2
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	7,1	17,7	15,1	19,3	40,9	4,1	20,7	18,9	15,8	40,5	6,8	21,9	14,5	14,9	41,9
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	4,0	20,1	26,2	26,9	22,8	6,2	20,8	27,1	28,5	17,4	7,3	22,4	23,8	22,4	24,1
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	10,5	23,4	28,0	21,9	16,2	11,5	23,4	25,8	23,0	16,3	11,7	23,7	24,6	25,3	14,7
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	10,7	31,6	24,3	16,7	16,7	12,0	30,6	25,4	21,9	10,1	12,3	28,5	23,4	19,0	16,8
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	5,1	22,2	34,8	17,8	20,1	7,7	18,3	30,7	28,6	14,7	9,0	21,0	36,1	15,7	18,2
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	8,8	28,4	24,1	12,6	26,1	13,2	40,6	21,3	11,9	28,6	13,2	30,0	16,8	10,0	30,0
Рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии	6,2	19,5	17,7	18,5	38,1	6,6	18,8	17,8	17,5	39,3	9,1	17,4	18,9	15,5	39,1
Рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации	7,1	17,7	15,1	19,3	40,9	4,1	20,7	18,9	15,8	40,5	6,8	21,9	14,5	14,9	41,9
Рынок нефтепродуктов (АЗС, АГЗС)	11,3	30,3	21,7	24,2	12,4	14,3	38,1	18,7	12,0	16,9	16,1	40,7	16,7	11,4	15,0
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	12,4	38,1	21,7	16,7	11,1	12,4	45,9	16,2	13,1	12,4	12,0	40,2	23,0	12,2	12,6
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	9,7	36,7	25,0	19,1	9,5	12,4	42,0	20,6	14,0	11,0	11,8	37,6	24,7	14,8	11,1
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	15,5	46,4	17,8	11,2	9,1	13,6	47,3	15,0	14,1	10,0	15,1	46,1	17,5	10,4	10,9
Рынок легкой промышленности	8,1	23,5	23,7	14,2	30,5	5,5	26,6	20,5	15,6	31,8	6,4	22,1	22,2	15,1	34,2
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	12,1	28,9	18,5	13,8	26,8	7,9	33,6	16,9	10,8	30,8	11,6	33,6	15,1	12,0	27,8
Рынок производства кирпича	10,0	29,0	15,4	11,1	34,5	8,8	30,2	12,9	12,9	35,2	9,9	33,8	13,3	8,7	34,3
Рынок производства бетона	7,0	22,3	20,4	13,0	37,3	9,2	29,2	13,4	11,7	36,5	9,2	28,3	14,4	10,5	37,6
Рынок оказания услуг по	11,6	31,1	21,6	14,0	21,7	10,6	37,6	17,3	16,4	18,1	16,4	34,8	14,8	12,0	22,0



Наименование рынка	Уровень цен					Качество					Возможность выбора				
	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
ремонт автотранспортных средств															
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	10,4	43,2	25,2	12,1	9,1	17,3	41,0	16,9	13,0	11,8	15,6	40,7	15,4	16,4	11,9
Рынок племенного животноводства	12,6	28,9	18,0	13,6	27,0	8,0	34,1	16,8	10,3	30,8	11,8	33,7	15,0	11,8	27,8
Рынок семеноводства	14,4	43,2	21,2	12,1	9,1	17,7	41,9	16,0	12,6	11,8	15,6	40,7	15,4	16,4	11,9

Как видно из таблицы 2 на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами 44,6% от общего числа респондентов удовлетворены и скорее удовлетворены уровнем цен. Полную или частичную неудовлетворенность высказали 51,7% потребителей. Качеством и доступностью (возможностью выбора) удовлетворены и скорее удовлетворены, соответственно, 57,5% и 64,1% от общего числа респондентов.

На рынке медицинских услуг значительная часть респондентов не удовлетворена ценами (69,9% от общего числа), качеством услуг (73,3%) и доступностью (63,6%).

На рынке социальных качеством услуг удовлетворены 43,7% от общего числа респондентов, доступностью – 41,1%. При этом полную или частичную неудовлетворенность уровнем цен высказали 46,4% потребителей

На рынке услуг дополнительного образования детей удовлетворены или скорее удовлетворены ценами, качеством и доступностью, соответственно, 45,7%, 54,6% и 56,4% от общего числа респондентов.

На рынке ритуальных услуг значительная часть респондентов оценили основные характеристики услуг (цена, качество, возможность выбора) удовлетворительно (49,3%, 56,9% и 59% соответственно).

На рынке жилищного строительства значительная часть респондентов не удовлетворена ценами (60,6% от общего числа), качеством услуг (45,3%) и возможностью выбора (41,3%).

На рынке строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства полную или частичную неудовлетворенность уровнем цен, качеством и доступностью высказали соответственно 47,3%, 45,3% и 40,9% потребителей

На рынке дорожной деятельности (за исключением проектирования) более половины потребителей не удовлетворены уровнем цен (53,1%) и качеством товаров (55,6%) и возможностью выбора (62,2%). При этом возможностью выбора свою неудовлетворенность выразили 46,2% опрошенных.

**На рынке архитектурно-строительного проектирования** удовлетворены или скорее удовлетворены ценами, качеством и доступностью, соответственно, 49,3%, 54,6% и 59% от общего числа респондентов.

**На рынке кадастровых и землеустроительных работ** уровнем цен не удовлетворены 52,7% потребителей, качеством – 55%, возможностью выбора – 44,7%.

Оценить характеристики услуг на рынках вылова и переработки водных биоресурсов, а также на рынке товарной аквакультуры не смогли более трети опрошенных. При этом **на рынке вылова водных биоресурсов** 40,7% опрошенных оценили уровень цен неудовлетворительно, а качеством и возможностью выбора недовольны 37,6% и 33,7% опрошенных соответственно.

**На рынке переработки водных биоресурсов** более трети потребителей высказали полную или частичную неудовлетворенность как уровнем цен, качеством, так и возможностью выбора – 36,2%, 35,3% и 34,4% соответственно.

**Рынок товарной аквакультуры** также отличает неудовлетворенность потребителей ценами, качеством и доступностью: уровнем цен не удовлетворены 39,2% потребителей, качеством – 33,3%, возможностью выбора – 33,2%.

**На рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения** также более 40% опрошенных затруднились с оценкой характеристик. При этом основные характеристики услуг (цена, качество, возможность выбора) респонденты оценили неудовлетворительно (34,3%, 34,7% и 29,4% соответственно).

**На рынке теплоснабжения (производства тепловой энергии)** более половины опрошенных выразили неудовлетворенность уровнем цен и качеством (53,1% и 55,6%), возможностью выбора недовольны 48,2%.

**По рынку услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов** сложилась следующая ситуация: уровень цен и качество удовлетворительно оценили по 34,9% опрошенных, доступность – 34,4%. При этом неудовлетворение высказали 49,9%, 48,9% и 49,9% соответственно.

**На рынке выполнения работ по благоустройству городской среды** ситуация сложилась следующим образом: свою удовлетворенность и неудовлетворенность уровнем цен выразило примерно одинаковое количество опрошенных (соответственно 42,3% и 41%), удовлетворенность качеством и возможностью выбора высказали соответственно 42,6% и 40,8% опрошенных.

**На рынке выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме** более четверти опрошенных (26%) оценили качество услуг удовлетворительно, а ценой и возможностью выбора высказали неудовлетворение 27,3% и 30% опрошенных соответственно. При этом

неудовлетворенность характеристиками высказали более половины респондентов (52,6%, 59,3% и 51,8%).

**На рынке поставки сжиженного газа в баллонах** уровнем цен удовлетворены 37,4% потребителей, качеством – 53,8%, возможностью выбора – 43,2%. Следует отметить, что с оценкой характеристик затруднились более четверти всех опрошенных.

Около 40% потребителей не смогли дать оценку уровню цен, качеству и возможности выбора **на рынке купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии**. Полную и частичную удовлетворенность выразили 25,7%, 25,4% и 34,4% опрошенных соответственно.

С оценкой **рынка производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации** у более чем 40% потребителей также возникли проблемы. При этом уровнем цен и качеством удовлетворены по 24,8% потребителей, а возможностью выбора – 27,7%.

**На рынке нефтепродуктов** свою удовлетворенность уровнем цен выразило 41,6% опрошенных, качеством – 52,4%, а доступностью – 56,8%.

**На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок** большая часть потребителей удовлетворена ценами (50,5% от общего числа), качеством услуг (58,3%) и возможностью выбора (52,2%).

**На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок** полную и частичную удовлетворенность характеристиками выразили 46,4%, 54,4% и 49,4% опрошенных соответственно.

**На рынке оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси** уровнем цен на услуги удовлетворены 61,9% от общего числа респондентов, качеством оказываемых услуг – 60,9%, возможностью выбора – 61,2%.

**На рынке легкой промышленности** оценку уровню цен, качеству услуг и доступности затруднилось дать более 30% потребителей. Полную и частичную удовлетворенность характеристиками выразили 31,6%, 32,1% и 28,5% опрошенных соответственно.

**На рынке обработки древесины и изделий из дерева** удовлетворены или скорее удовлетворены ценами, качеством и доступностью 41%, 41,5% и 45,2% соответственно от общего числа респондентов.

**При оценке характеристик как рынка производства кирпича так и рынка производства бетона** более трети респондентов затруднились с ответом. При этом **на рынке производства кирпича** положительную оценку уровню цен и качеству услуг дали по 39% от общего числа опрошенных, а доступности – 43,7%.

**На рынке производства бетона** уровнем цен удовлетворены 29,3% потребителей, а качеством услуг и возможностью выбора – 38,4% и 37,5% соответственно.

На рынке оказания услуг по ремонту автотранспортных средств уровнем цен удовлетворены 42,7% от общего числа респондентов, качеством услуг – 48,2%, возможностью выбора – 51,2%.

**На рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»** большая часть потребителей удовлетворена ценами (53,6% от общего числа), качеством услуг (58,3%) и возможностью выбора (56,3%).

**На рынке племенного животноводства** уровнем цен удовлетворены 41,5% от общего числа респондентов, качеством услуг – 42,1%, возможностью выбора – 45,5%.

**На рынке семеноводства** значительная часть респондентов удовлетворена ценами (57,6% от общего числа), качеством услуг (59,6%) и возможностью выбора (56,3%).

В целом результаты опроса показали, что развитие конкуренции на обозначенных товарных рынках Новгородской области имеет объективные предпосылки и направлено на повышение удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг (цена, качество, возможность выбора).

В ходе опроса респондентам было предложено ответить, как изменилось количество организаций, представляющих услуги на товарных рынках Новгородской области, в течение последних трех лет. Результаты опроса представлены в таблице 3.

Таблица 3.

(в % от общего числа)

Наименование рынков	Снизилось	Увеличилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	6,1	54,9	18,9	20,1
Рынок медицинских услуг	24,2	31,3	26,7	17,8
Рынок социальных услуг	5,5	18,3	29,5	46,7
Рынок услуг дополнительного образования детей	7,5	21,4	39,2	31,9
Рынок ритуальных услуг	2,4	15,5	42,3	39,8
Рынок жилищного строительства	11,1	22,4	28,3	38,2
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	10,7	21,6	29,4	38,3
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	14,7	10,5	27,4	47,4
Рынок архитектурно-строительного проектирования	3,2	7,6	25,6	63,6
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	2,4	4,2	32,5	60,9
Рынок вылова водных биоресурсов	3,2	7,6	25,6	63,6
Рынок переработки водных биоресурсов	3,5	5,1	19,7	71,7
Рынок товарной аквакультуры	2,4	4,2	32,5	60,9
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	5,2	3,6	21,7	69,5
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	1,8	14,0	27,1	57,1
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	12,9	8,3	28,8	50,0
Рынок выполнения работ по благоустройству городской	10,5	19,8	25,4	44,3

Наименование рынков	Снизилось	Увеличилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить
среды				
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	15,5	14,9	32,0	37,6
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	2,4	4,2	32,5	60,9
Рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии	3,2	7,6	25,6	63,6
Рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации	3,5	5,1	19,7	71,7
Рынок нефтепродуктов (АЗС, АГЗС)	1,8	24,0	37,1	27,1
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	17,3	21,9	27,2	33,6
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	21,8	14,3	27,6	36,3
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	3,1	27,1	46,6	23,2
Рынок легкой промышленности	8,3	18,9	22,1	50,7
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	7,3	10,7	18,9	63,0
Рынок производства кирпича	1,9	4,0	22,6	71,6
Рынок производства бетона	4,0	5,5	18,2	72,3
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	3,8	26,8	19,2	50,2
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4,2	33,8	33,2	28,8
Рынок племенного животноводства	7,5	21,4	39,2	31,9
Рынок семеноводства	6,1	18,3	28,9	46,7

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги на товарных рынках Новгородской области, в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси – 46,6% от общего числа респондентов;
- рынок ритуальных услуг – 42,3%;
- рынок услуг дополнительного образования детей и рынок племенного животноводства – по 39,2%;
- рынок нефтепродуктов – 37,1%.

При этом значительная часть респондентов отметила, что количество организаций на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами за последние 3 года увеличилось – 54,9% от общего числа респондентов, а треть респондентов отмечает увеличение организаций на рынке медицинских услуг и рынке услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

На остальных товарных рынках респонденты затруднились с ответом. В большей степени это связано узкой направленностью товарных рынков.

В ходе опроса потребителям предлагалось оценить изменение характеристик товаров, работ и услуг на товарных рынках региона в течение последних 3 лет (таблица 4)

Таблица 4.

Наименование рынка	Уровень цен				Качество				Возможность выбора			
	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	1,7	72,2	12,6	13,5	16,9	17,2	47,1	18,7	7,3	34,8	38,7	19,2
Рынок медицинских услуг	10,4	67,0	11,2	11,4	45,0	7,3	35,8	11,9	24,6	25,0	37,3	13,1
Рынок социальных услуг	2,9	43,9	13,0	39,2	17,1	13,4	33,8	35,7	11,1	13,4	36,1	39,3
Рынок услуг дополнительного образования детей	0,8	45,9	24,2	29,1	11,6	20,1	39,5	28,7	7,7	30,8	31,5	30,0
Рынок ритуальных услуг	0,8	52,1	16,1	31,0	6,1	16,4	41,4	36,0	11,1	18,0	39,6	31,3
Рынок жилищного строительства	6,6	45,8	14,6	33,0	23,6	7,7	30,3	38,3	12,9	14,9	35,6	36,6
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	2,9	43,9	14,0	39,2	17,1	13,4	33,8	35,7	11,1	13,4	36,1	39,3
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	2,7	29,2	11,6	56,5	25,1	8,9	28,1	37,9	13,3	10,9	28,0	47,8
Рынок архитектурно-строительного проектирования	2,3	30,0	14,2	53,5	7,0	10,4	30,9	51,7	6,5	7,5	31,0	55,0
Рынок кадастровых и землеустроительных работ	1,6	30,0	10,4	58,0	6,7	8,8	26,7	57,8	4,9	8,3	28,2	58,6
Рынок вылова водных биоресурсов	1,6	22,7	13,6	62,1	6,6	4,8	23,2	65,4	5,5	8,0	21,7	64,8
Рынок переработки водных биоресурсов	1,1	23,1	16,1	59,7	13,2	5,3	22,2	59,3	3,6	3,9	18,9	73,6
Рынок товарной аквакультуры	1,7	19,2	17,2	61,9	6,7	4,9	23,8	64,6	4,1	6,4	17,3	72,2
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	1,3	22,6	13,6	62,4	7,7	5,1	23,4	63,8	6,8	5,4	24,4	63,5
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	0,8	52,1	16,1	31,0	6,1	16,4	41,4	36,0	11,1	18,0	39,6	31,3
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	5,0	49,5	14,5	31,0	19,1	13,2	31,5	36,2	13,1	9,0	37,6	40,3
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	4,7	38,0	17,9	39,4	13,6	24,4	28,6	33,4	9,3	20,7	31,5	38,5
Рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме	6,3	48,1	14,7	30,9	9,1	12,7	38,0	40,2	15,9	11,1	44,0	29,0
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	2,1	35,4	16,5	46,0	5,6	9,4	35,7	49,3	3,4	7,0	38,4	51,2
Рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии	0,4	49,5	17,1	33,0	3,2	14,7	46,7	35,4	3,6	3,9	18,9	73,6
Рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации	0,6	52,4	12,5	34,5	6,1	16,4	41,4	36,0	4,6	8,3	29,7	57,4
Рынок нефтепродуктов (АЗС, АГЗС)	3,4	45,3	13,7	37,6	15,9	14,2	38,0	31,9	7,3	21,2	40,6	30,9
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	3,5	57,8	16,7	22,0	13,1	15,2	43,0	28,7	11,6	17,7	43,4	27,3
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	4,7	56,6	14,0	24,7	15,1	14,0	41,8	29,1	15,0	15,2	42,1	27,7
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси	3,1	51,8	22,9	22,2	9,7	21,3	44,6	24,4	5,0	32,7	39,1	23,1
Рынок легкой промышленности	3,2	33,1	23,0	40,7	8,3	8,1	30,1	53,5	9,8	11,1	30,1	49,0

Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	2,5	40,6	14,7	42,2	7,1	13,7	32,5	46,7	5,7	15,8	31,2	47,3
Рынок производства кирпича	2,3	30,0	14,2	53,5	7,0	10,4	30,9	51,7	6,5	7,5	31,0	55,0
Рынок производства бетона	1,6	30,0	10,4	58,0	6,7	8,8	26,7	57,8	4,9	8,3	28,2	58,6
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	3,2	47,7	14,0	35,1	10,2	14,7	34,2	40,9	5,7	21,6	21,1	40,6
Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4,2	58,3	16,0	21,5	11,8	23,8	39,5	24,9	7,2	23,7	49,9	19,2
Рынок племенного животноводства	2,7	52,1	16,1	29,1	6,1	16,4	41,4	36,0	9,3	20,7	31,5	38,5
Рынок семеноводства	2,1	45,4	26,5	26,0	5,6	19,4	45,7	29,3	8,4	7,2	49,4	35,0

По результатам опроса более трети всех респондентов отметили, что уровень цен увеличился практически на всех товарных рынках региона.

Более половины опрошенных затруднились дать оценку уровню цен на следующих узкоспециализированных товарных рынках: рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования), рынок архитектурно-строительного проектирования, рынок кадастровых и землеустроительных работ, рынок вылова водных биоресурсов, рынок переработки водных биоресурсов, рынок товарной аквакультуры, рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, рынки производства кирпича и бетона.

Прежнее качество услуг потребители отмечают на следующих товарных рынках:

- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 47,1% от общего числа опрошенных;
- рынок социальных услуг – 33,8%;
- рынок услуг дополнительного образования детей – 39,5%;
- рынок ритуальных услуг и рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) – по 41,4%;
- рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме – 38%;
- рынок купли-продажи электроэнергии на розничном рынке электроэнергии – 46,7%;
- рынок производства электроэнергии на розничном рынке электроэнергии, включая производство электроэнергии в режиме когенерации – 41,4%;
- рынок нефтепродуктов – 38%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 43%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок – 41,8%;
- рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси – 44,6%;
- рынок племенного животноводства – 41,4%;
- рынок семеноводства – 45,7%.

Примечательно, что снижение качества предоставляемых услуг за последние 3 года отмечено только на рынке медицинских услуг (45% опрошенных).

Значительного увеличения качества услуг не отмечается ни на одном товарном рынке региона.

При этом более половины респондентов не смогли оценить качество услуг на следующих товарных рынках: рынок архитектурно-строительного проектирования, рынок кадастровых и землеустроительных работ, 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 и рынок производства бетона.

При оценке изменения доступности или возможность выбора респонденты отвечали следующее: **на рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами** увеличение возможности выбора отмечают 34,8% респондентов;

**на рынке медицинских услуг** респонденты примерно одинаково оценили как снижение, так и увеличение возможности выбора – 24,6% и 25% соответственно, о неизменении возможности выбора заявили 37,3% опрошенных.

Также примерно одинаковое число респондентов считает об увеличении возможности выбора **на рынке услуг дополнительного образования детей** (30,8%) и о прежнем состоянии возможности выбора (31,5%).

Более трети респондентов отметили, о прежнем уровне доступности (возможности выбора) на следующих товарных рынках: рынок социальных услуг (36,1% от общего числа опрошенных), рынок ритуальных услуг (39,6%), рынок жилищного строительства (35,6%), рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства (36,1%), рынок теплоснабжения (39,6%), рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (37,6%), рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (44%), рынок нефтепродуктов (40,6%), рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок (43,4%), рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок (42,1%), рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (39,1%), рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (49,9%), рынок семеноводства (49,4%).

По информации Управления Роспотребнадзора по Новгородской



области (далее Управление) в 2019 году со стороны потребителей товаров, работ и услуг поступило 2537 обращений (увеличение в 1,24 раза по сравнению с 2018 годом), доля обращений, поступивших от граждан составляет-94,5 %. По вопросам защиты прав потребителей поступило 1582 обращения, что составило 62,4% от общего количества обращений, поступивших в Управление. По сравнению с 2018 годом количество обращений в сфере защиты прав потребителей увеличилось в 1.2 раза (1366). От социально-незащищенных слоев населения поступило 53 обращения.

Анализ обращений показывает, что в 2019 году, как и в 2018 году преобладают жалобы на нарушения прав потребителей в сфере услуг, доля которых составила 65,1%, всего на нарушения в сфере услуг поступило 1031 обращение. В сфере услуг актуальными являются вопросы нарушения прав потребителей при предоставлении жилищно-коммунальных услуг (241 обращения), бытового обслуживания населения (78 обращений), услуг связи (97 обращений), финансовых услуг (70 обращений).

Если говорить о динамике обращений, то по сравнению с 2018 годом увеличилось в 5,4 раза (с 5 до 27) количество обращений на нарушения прав потребителей при оказании услуг общественного питания; в 1,6 раза в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг, в 3,7 раза - в сфере предоставления образовательных услуг (11 обращений).

Почти в 1,3 раза снизилось количество обращений в сфере долевого строительства жилья (8 обращений), медицинских услуг (23 обращения). В 2019 году поступили обращения в сфере предоставления культурно-развлекательных услуг (9 обращений).

По-прежнему в Управление поступали обращения на оказание услуг: туристских, гостиничных, транспортных, их количество остается на уровне прошлого года.

По результатам рассмотрения обращений в сфере защиты прав потребителей Управлением было дано 999 разъяснений норм законодательства, 367 обращений направлено по подведомственности, проведено 93 внеплановых проверки, 40 административных расследований, 16 контрольных закупок. По результатам рассмотрения обращений, принятия административных мер потребителям в добровольном порядке возмещено 969,6 тыс. рублей, что в 2,3 раза меньше чем в 2018 году.

При рассмотрении поступивших письменных и устных обращений граждан по вопросам, связанным с защитой прав потребителей, применяются не только меры административного реагирования в соответствии с требованиями действующего законодательства, но и даются разъяснения законодательства о праве обращения граждан к продавцам товаров, исполнителям услуг, работ по фактам нарушений закрепленных законодательством их потребительских прав, как в досудебном, так и в судебном порядке, оформляются и направляются иски в суды в защиту прав потребителей. Наиболее часто меры реагирования применялись в отчетном году при рассмотрении обращений в сфере услуг кредитования граждан, розничной торговли, жилищно-коммунальных услуг, медицинских услуг.

По вопросам защиты прав потребителей в 2019 году удельный вес подтвердившихся при проведении проверок в результате рассмотрения обращений граждан, органов государственной власти и местного самоуправления Новгородской области составил 71%, подтвердившихся при проведении административных расследований - 70%.

Немаловажную роль в деле защиты прав потребителей, повышения уровня потребительской и правовой грамотности населения и развития на её основе института самозащиты права играет деятельность Центра по информированию и консультированию потребителей ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Новгородской области» (далее Центр).

Обеспечивая защиту прав потребителей специалистами Центра за 2019 год было проведено 4347 консультаций.

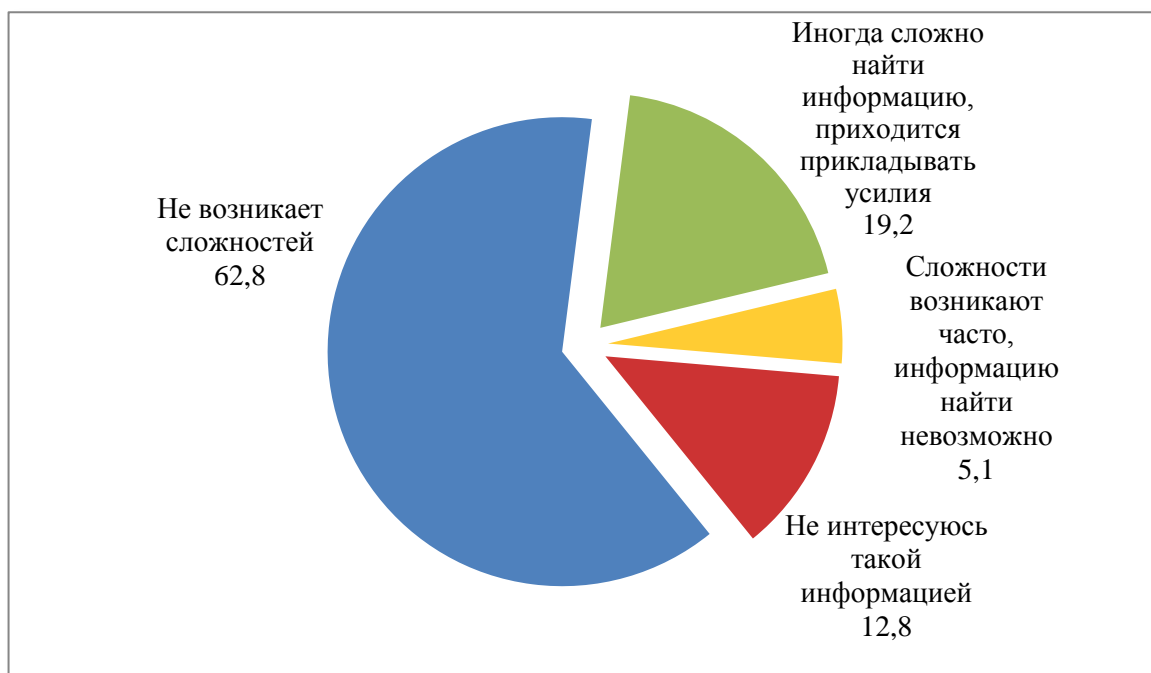
По-прежнему, чаще всего обращения потребителей касались ненадлежащего качества товаров и услуг, не предоставление полной информации о товарах и услугах, нарушения сроков исполнения поставки предварительно оплаченных товаров, нарушения сроков устранения недостатков в товарах и услугах, на нарушения сроков исполнения услуг и выполнения работ. В целом, структура обращений не изменилась: 55% - обращения по вопросам приобретения товаров (2018 год - 55,3%); 29,2% - обращения по вопросам оказания услуг (2018 год - 30,2%); 15,8% - обращения по прочим и общим вопросам применения законодательства Российской Федерации по защите прав потребителей (2018 год - 14,5%).

Структура обращений изменилась незначительно: преобладают, по-прежнему, обращения по бытовым услугам, затем коммунальные и финансовые услуги. В 2019 году рост обращений произошел по услугам связи, транспортным и медицинским услугам.

### ***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 Новгородской области и деятельности по содействию развитию конкуренции***

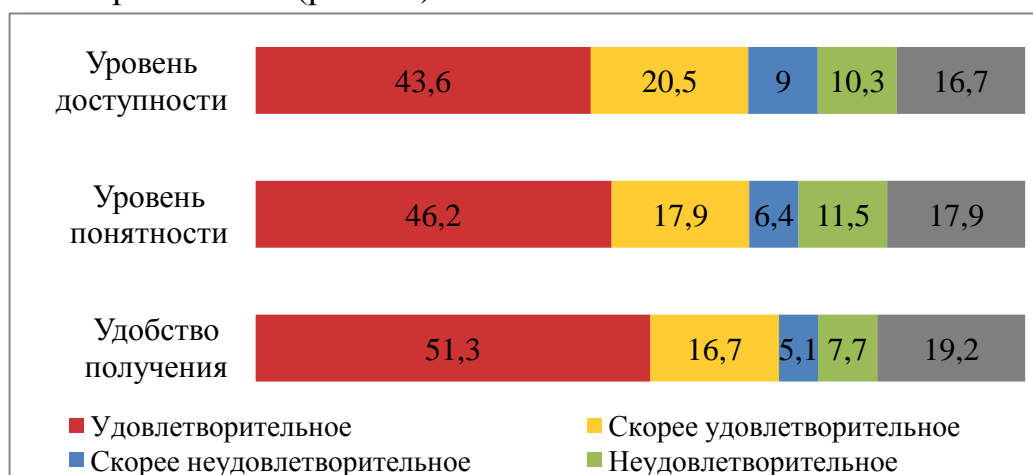
Существенным фактором развития конкуренции является качество официальной информации о состоянии рынка товаров, работ и услуг.

Как показали результаты исследования, у большинства предпринимателей (62,8%) не возникает сложностей с поиском информации о состоянии конкурентной среды на представляемом ими рынке и о защите их прав. Примерно каждому пятому приходится прикладывать усилия для поиска такой информации. О частом возникновении сложностей и невозможности найти необходимую информацию сообщили 5,1% респондентов. Следует также отметить, что примерно каждый восьмой респондент не интересуется информацией о состоянии конкурентной среды и защите прав предпринимателей (рис. 26).



**Рис. 26.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Возникают ли у Вас сложности с поиском информации о состоянии конкуренции на вашем рынке и защите прав предпринимателей?», % от числа опрошенных

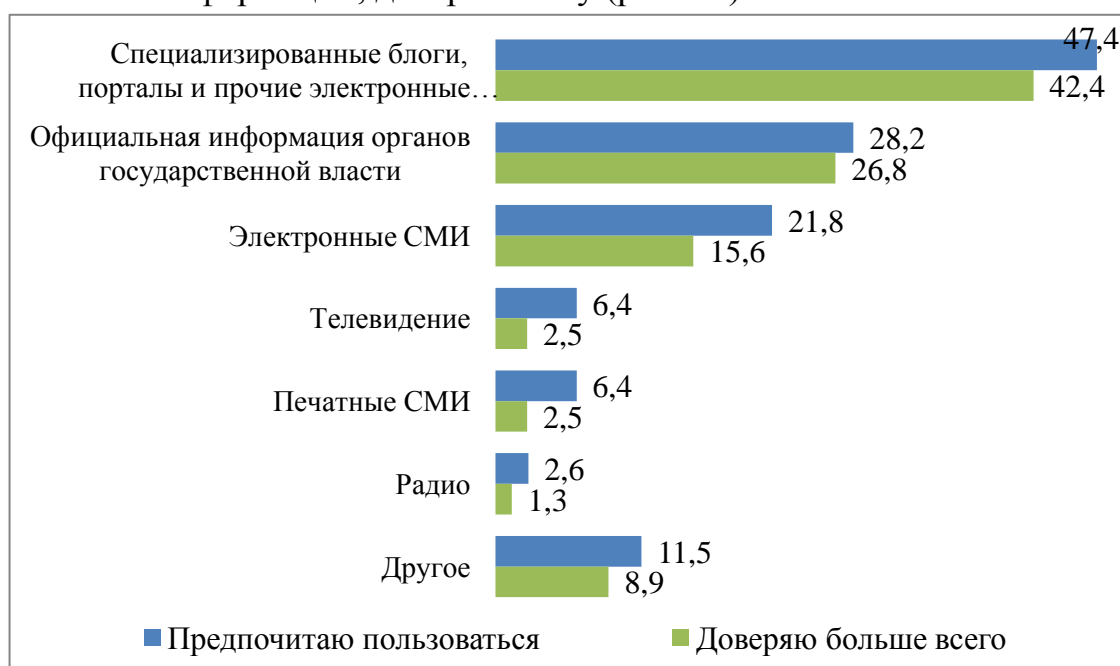
Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Новгородской области субъекты предпринимательской деятельности оценивают достаточно высоко. Уровнем ее доступности удовлетворены или скорее удовлетворены 64,1% опрошенных, уровнем понятности – 64,1%, удобством получения – 68%. Наибольшую неудовлетворённость вызывает уровень доступности информации о состоянии конкуренции: 10,3% предпринимателей оценивают этот параметр как неудовлетворительный, а 9% – как скорее неудовлетворительный (рис. 27).



**Рис. 27.** Оценки респондентами качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Новгородской области, % от числа опрошенных

Основными источниками информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции для субъектов

предпринимательской деятельности Новгородской области являются специализированные блоги, порталы и другие электронные ресурсы (47,4%), официальная информация органов государственной власти (28,2%) и электронные СМИ (21,8%). Эти же источники являются лидерами по показателю доверия. Следует также обратить внимание на разницу показателей популярности и доверия. У официальной информации органов государственной власти эта разница минимальна (1,4%). Это значит, что практически все предприниматели, которые пользуются указанным источником информации, доверяют ему (рис. 28).



**Рис. 28.** Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими источниками информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе Вы предпочитаете пользоваться и каким доверяете больше всего?», % от числа опрошенных

Таким образом, субъекты предпринимательской деятельности Новгородской области не испытывают сложностей с получением информации о состоянии конкуренции на рынке и о защите прав предпринимателей. Официальная информация является достаточно понятной и удобной для получения, однако примерно каждый пятый не удовлетворён или скорее не удовлетворён уровнем ее доступности.

В рамках мониторинга потребителям также было предложено оценить удовлетворенность официальной информацией, размещаемой в средствах массовой информации и сети «Интернет», о развитии конкуренции в Новгородской области.

При проведении опроса потребителей об оценке источников информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе сложилась следующая картина: в отличие от результатов опроса прошлых лет в 2019 году респонденты предпочитали пользоваться в качестве источника информации электронными СМИ (23,3% опрошенных) и телевидением (22,9%). 15%

респондентов ответили, что пользуются официальной информацией органов государственной власти, 16,1% - печатными СМИ, 14,3% - специализированными блогами и порталами.

УРОВНЕМ ДОСТУПНОСТИ официальной информации удовлетворены или скорее удовлетворены 70,3% потребителей.

Положительная оценка УРОВНЯ ПОНЯТНОСТИ официальной информации году составляет 67,8%, УРОВНЯ УДОБСТВА ПОЛУЧЕНИЯ официальной информации – 66,1%.

В связи с полученными результатами целесообразно усилить пропаганду официальных каналов с информацией о развитии конкуренции в Новгородской области среди предпринимателей, а также не снижать качество размещаемой информации.