**Результаты проведенного ежегодного мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Окуловского муниципального района и состоянием ценовой конкуренции.**

В рамках мониторинга обработаны 90 анкет населения. В опросе приняли участие жители Окуловского муниципального района.

Из общего числа опрошенных лиц женщины составили 75,6% , мужчины – 24,4%.

Возрастной состав респондентов сложился следующий:

- до 20 лет включительно – 1,1% от общего числа респондентов;

- от 21 до 35 лет включительно – 22,2% от общего числа респондентов;

- от 36 до 50 лет включительно – 25,6% от общего числа респондентов;

- старше 50 лет – 51,1% от общего числа респондентов.

Таким образом, возраст большинства опрошенных старше 50 лет. Примерно равнозначно приняли участие респонденты возрастных групп от 21 года до 35 лет и от 36 до 50 лет.

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

- промышленное производство – 5,56% от общего числа респондентов;

- сфера торговли – 7,78% от общего числа респондентов;

- бытовые услуги - 1,11% от общего числа респондентов;

- социальные услуги (образование, медицина, культура и пр.) – 15,56% от общего числа респондентов;

- транспортная сфера – 3,33% от общего числа респондентов;

- финансы и кредит – 2,22% от общего числа респондентов;

- вооруженные силы, силовые структуры – 1,11% от общего числа респондентов;

- государственная (муниципальная служба) – 16,67% от общего числа респондентов;

- учеба в образовательных учреждениях – 5,56% от общего числа респондентов;

- нахожусь на пенсии – 37,77% от общего числа респондентов;

- нигде не работаю – 3,33% от общего числа респондентов.

Следовательно, большинство респондентов находятся на пенсии.

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

- общее среднее образование – 10,0% от общего числа респондентов;

- среднее специальное – 40,0% от общего числа респондентов;

- неполное высшее – 3,3% от общего числа респондентов;

- высшее – 46,7% от общего числа респондентов;

- научная степень – 0% от общего числа респондентов;

- иное – 0% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие высшее и среднее специальное образование.

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

- нет детей – 16,7% от общего числа респондентов;

- 1 ребенок – 25,5% от общего числа респондентов;

- 2 ребенка – 50,0% от общего числа респондентов;

- 3 и более детей – 7,8% от общего числа респондентов.

То есть в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие детей, что позволит оценить уровень развития конкуренции на «детских» социально значимых рынках Окуловского района.

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

- до 10 тыс. рублей – 21,1% от общего числа респондентов;

- от 10 до 20 тыс. рублей – 66,7% от общего числа респондентов;

- от 20 до 30 тыс. рублей – 11,1% от общего числа респондентов;

- от 30 до 45 тыс. рублей – 0% от общего числа респондентов;

- от 45 до 60 тыс. рублей – 1,1% 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 20 тыс. рублей (66,7% от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что основную часть опрошенных составили находящиеся на пенсии женщины с высшим и средним специальным образованием, проживающие на территории Окуловского района, имеющие 2 детей, со среднемесячным доходом на одного члена семьи от 10 до 20 тыс. рублей.

В целях определения удовлетворенности потребителей качеством и ценами товаров, работ, услуг участвующим в опросе предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках Окуловского района. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1. (% от общего числа респондентов)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынков | Избыточно/ много | Достаточно | Мало | Нет совсем | Затрудняюсь ответить |
| Рынок услуг дошкольного образования | 0,00 | 31,11 | 32,22 | 4,44 | 32,22 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 0,00 | 7,78 | 50,00 | 14,44 | 27,78 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 0,00 | 12,22 | 58,89 | 1,11 | 27,78 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 0,00 | 11,11 | 26,67 | 5,56 | 56,67 |
| Рынок медицинских услуг | 0,00 | 5,56 | 80,00 | 6,67 | 7,78 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 1,11 | 35,56 | 48,89 | 2,22 | 12,22 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 0,00 | 36,67 | 33,33 | 5,56 | 24,44 |
| Розничная торговля | 13,33 | 70,00 | 10,00 | 0,00 | 6,67 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 0,00 | 48,89 | 38,89 | 2,22 | 10,00 |
| Рынок услуг связи | 0,00 | 80,00 | 11,11 | 1,11 | 7,78 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 0,00 | 21,11 | 41,11 | 2,22 | 35,56 |
| Рынок туристских услуг | 0,00 | 12,22 | 37,78 | 28,89 | 21,11 |
| Рынок производства сельскохозяйственной продукции | 0,00 | 20,00 | 60,00 | 6,67 | 13,33 |

Большая часть респондентов отметила недостаточное количество организаций, оказывающих услуги на следующих социально значимых и приоритетных рынках Окуловского района:

- рынок медицинских услуг – 80,00% от общего числа опрошенных;

- рынок производства сельскохозяйственной продукции – 60,00%;

- рынок услуг дополнительного образования детей – 58,89%;

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 50,00%;

- рынок услуг в сфере культуры – 48,89%;

- рынок услуг социального обслуживания населения – 41,11%

- рынок туристских услуг – 37,78%.

При этом значительная часть респондентов считает достаточным количество организаций, оказывающих услуги на рынке услуг связи (80,0% от общего числа опрошенных), на рынке розничной торговли (70,0%).

Среди крайних значений следует отметить, что 13,33% респондентов указала на избыточное количество организаций в сфере розничной торговли, а 28,89% от общего числа опрошенных отметили отсутствие организаций на рынке туристских услуг.

Далее респондентам было предложено оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на социально значимых и приоритетных рынках Окуловского района (таблица 2).

Таблица 2. (% 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 дошкольного образования | 17,78 | 14,44 | 11,11 | 13,33 | 43,33 | 21,11 | 23,33 | 7,78 | 2,22 | 45,56 | 15,56 | 12,22 | 12,22 | 10,00 | 50,00 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 8,89 | 6,67 | 10,00 | 22,22 | 52,22 | 8,89 | 8,89 | 11,11 | 14,44 | 56,67 | 6,67 | 3,33 | 7,78 | 30,00 | 52,22 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 13,33 | 12,22 | 10,00 | 21,11 | 43,33 | 16,67 | 17,78 | 7,78 | 12,22 | 45,56 | 13,33 | 11,11 | 13,33 | 17,78 | 44,44 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 7,78 | 10,00 | 2,22 | 10,00 | 70,00 | 10,00 | 8,89 | 2,22 | 6,67 | 72,22 | 6,67 | 4,44 | 4,44 | 11,11 | 73,33 |
| Рынок медицинских услуг | 7,78 | 8,89 | 26,67 | 54,44 | 2,22 | 7,78 | 11,11 | 16,67 | 56,67 | 7,78 | 8,89 | 7,78 | 15,56 | 60,00 | 7,78 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 18,89 | 30,00 | 18,89 | 11,11 | 21,11 | 17,78 | 22,22 | 18,89 | 13,33 | 27,78 | 11,11 | 20,00 | 17,78 | 27,78 | 23,33 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 10,00 | 7,78 | 23,33 | 47,78 | 11,11 | 8,89 | 11,11 | 13,33 | 43,33 | 23,33 | 7,78 | 7,78 | 13,33 | 42,22 | 28,89 |
| Розничная торговля | 13,33 | 22,22 | 22,22 | 34,44 | 7,78 | 23,33 | 31,11 | 13,33 | 16,67 | 15,56 | 27,78 | 33,33 | 14,44 | 12,22 | 12,22 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 15,56 | 27,78 | 17,78 | 17,78 | 21,11 | 16,67 | 26,67 | 13,33 | 20,00 | 23,33 | 17,78 | 22,22 | 14,44 | 23,33 | 22,22 |
| Рынок услуг связи | 22,22 | 42,22 | 12,22 | 12,22 | 11,11 | 28,89 | 38,89 | 11,11 | 6,67 | 14,44 | 25,56 | 33,33 | 13,33 | 8,89 | 18,89 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 10,00 | 13,33 | 12,22 | 16,67 | 47,78 | 11,11 | 7,78 | 11,11 | 16,67 | 53,33 | 7,78 | 8,89 | 7,78 | 21,11 | 54,44 |
| Рынок туристских услуг | 11,11 | 5,56 | 5,56 | 23,33 | 54,44 | 10,00 | 6,67 | 3,33 | 21,11 | 58,89 | 6,67 | 6,67 | 3,33 | 35,56 | 47,78 |
| Рынок производства сельскохозяйственной продукции | 17,78 | 28,89 | 13,33 | 17,78 | 22,22 | 27,78 | 25,56 | 7,78 | 16,67 | 22,22 | 14,44 | 17,78 | 20,00 | 24,44 | 23,33 |

Как видно из таблицы 2 на **рынке услуг дошкольного образования** 32,22% от общего числа респондентов удовлетворены и скорее удовлетворены уровнем цен, при этом большинство респондентов (43,33%) затруднились оценить степень удовлетворенности ценовой ситуацией на указанном рынке. Полную или частичную неудовлетворенность высказали соответственно 13,33% и 11,11% потребителей. Качеством и возможностью выбора на рынке дошкольного образования удовлетворены и скорее удовлетворены, соответственно, 44,44% и 27,78% от общего числа респондентов. Не удовлетворены или частично не удовлетворены качеством и возможностью выбора 10,0% и 22,22% потребителей. 50% респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

**На рынке услуг детского отдыха и оздоровления** значительная часть респондентов высказала неудовлетворение ценами (32,22% от общего числа), качеством услуг (25,55%) и возможностью выбора (37,78%). При этом в среднем 52%-56% от общего числа респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

**На рынке услуг дополнительного образования детей** не удовлетворены или скорее не удовлетворены ценами, качеством и возможностью выбора, соответственно, 31,11%, 20,0% и 31,11% от общего числа респондентов. При этом 43%-45% от общего числа респондентов затруднились оценить характеристики услуг на рынке дополнительного образования детей.

Оценить характеристики услуг **на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья** не смогли более 70% от общего числа опрошенных. При этом 18% опрошенных удовлетворены уровнем цен и качеством услуг, а 15,55% респондентов не удовлетворены возможностью выбора на данном рынке.

**На рынке медицинских услуг** значительная часть респондентов не удовлетворена ценами (54,44% от общего числа), качеством услуг (56,67%) и возможностью выбора (60%).

**На рынке услуг в сфере культуры** значительная часть респондентов не удовлетворена возможностью выбора (45,56% от общего числа). При этом качеством услуг удовлетворены 40% от общего числа респондентов, ценами – 48,89% от общего числа респондентов.

**На рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства** абсолютно или частично не удовлетворены ценами 71,11% от общего числа респондентов, качеством услуг – 56,66%, возможностью выбора – 55,55%.

**На рынке розничной торговли** значительная часть потребителей не удовлетворена уровнем цен (56,66% от общего числа). При этом большая часть опрошенных удовлетворены возможностью выбора 61,11% и качеством услуг 54,44% от общего числа респондентов.

**На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом** возможностью выбора удовлетворены 40% от общего числа респондентов, уровнем цен и качеством оказываемых услуг 43,34% опрошенных.

**На рынке услуг связи** большая часть потребителей удовлетворена ценами (64,44% от общего числа), качеством услуг (67,78%) и возможностью выбора (58,89%).

**На рынке услуг социального обслуживания населения** неудовлетворены или скорее не удовлетворены характеристиками услуг (уровнем цен, качеством услуг и возможностью выбора) 27% – 28% от общего числа респондентов. При этом в среднем 47%-54% от общего числа респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На приоритетных рынках ситуация сложилась следующим образом: **на рынке туристских услуг** неудовлетворенность ценами, качеством и возможностью выбора высказали соответственно 28,89%, 24,44% и 38,89% опрошенных. При этом оценить характеристики услуг не смогли более 50% респондентов.

**На рынке производства сельскохозяйственной продукции** удовлетворены ценами и качеством услуг соответственно 46,67% и 53,34% от числа опрошенных. При этом 44,44% от общего числа респондентов не удовлетворены возможностью выбора.

Также респондентам было предложено указать, как изменились характеристики товаров, работ и услуг на рынках Окуловского муниципального района в течение последних трех лет (таблица 3).

Таблица 3. (% от общего числа респондентов)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 дошкольного образования | 0,00 | 42,22 | 10,00 | 47,78 | 0,00 | 8,89 | 40,00 | 51,11 | 2,22 | 7,78 | 43,33 | 46,67 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 0,00 | 32,22 | 10,00 | 57,78 | 6,67 | 0,00 | 33,33 | 60,00 | 7,78 | 3,33 | 35,56 | 53,33 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 0,00 | 33,33 | 15,56 | 51,11 | 2,22 | 8,89 | 40,00 | 48,89 | 4,44 | 11,11 | 33,33 | 51,11 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 0,00 | 13,33 | 12,22 | 74,44 | 1,11 | 2,22 | 22,22 | 74,44 | 2,22 | 4,44 | 21,11 | 72,22 |
| Рынок медицинских услуг | 5,56 | 63,33 | 15,56 | 15,56 | 34,44 | 1,11 | 54,44 | 10,00 | 20,00 | 11,11 | 55,56 | 13,33 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 1,11 | 32,22 | 30,00 | 36,67 | 3,33 | 15,56 | 57,78 | 23,33 | 3,33 | 14,44 | 52,22 | 30,00 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 1,11 | 78,89 | 8,89 | 11,11 | 34,44 | 4,44 | 47,78 | 13,33 | 11,11 | 4,44 | 63,33 | 21,11 |
| Розничная торговля | 1,11 | 85,56 | 4,44 | 8,89 | 18,89 | 13,33 | 56,67 | 11,11 | 6,67 | 50,00 | 28,89 | 14,44 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 1,11 | 62,22 | 16,67 | 20,00 | 18,89 | 5,56 | 57,78 | 17,78 | 21,11 | 20,00 | 34,44 | 24,44 |
| Рынок услуг связи | 0,00 | 64,44 | 20,00 | 15,56 | 5,56 | 18,89 | 61,11 | 14,44 | 4,44 | 25,56 | 51,11 | 18,89 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 2,22 | 24,44 | 21,11 | 52,22 | 4,44 | 2,22 | 43,33 | 50,00 | 4,44 | 3,33 | 38,89 | 53,33 |
| Рынок туристских услуг | 0,00 | 27,78 | 10,00 | 62,22 | 1,11 | 1,11 | 31,11 | 66,67 | 1,11 | 3,33 | 32,22 | 63,33 |
| Рынок производства сельскохозяйственной продукции | 1,11 | 62,22 | 10,00 | 26,67 | 6,67 | 7,78 | 53,33 | 32,22 | 21,11 | 16,67 | 33,33 | 28,89 |

Исходя из значений таблицы 3, по мнению большинства опрошенных прослеживается увеличение уровня цен в течение последних трех лет на следующих рынках Окуловского муниципального района:

- рынок розничной торговли – 85,56% из числа опрошенных;

- рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства - 78,89%;

- рынок услуг связи – 64,44%;

- рынок медицинских услуг – 63,33%;

- рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом – 62,22%;

- рынок производства сельскохозяйственной продукции – 62,22%.

Большая часть респондентов затруднились оценить изменение уровня цены в течение последних трех лет на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (74,44%), на рынке туристских услуг (62,22%), на рынке услуг детского отдыха и оздоровления (57,78%), на рынке услуг социального обслуживания населения (52,22%), на рынке услуг дополнительного образования детей (51,11%), на рынке услуг дошкольного образования (47,78%), на рынке услуг в сфере культуры (36,67%).

47%-61% опрошенных отметили отсутствие изменений за трехлетний период качества услуг на следующих рынках: дошкольного образования, детского отдыха и оздоровления, дополнительного образования детей, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, социального обслуживания населения, туристских услуг. Большинство респондентов затруднились оценить изменение качества товаров, работ и услуг в течение последних трех лет на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (74,44%), на рынке туристских услуг (66,67%), на рынке услуг детского отдыха и оздоровления (60%), на рынке услуг дошкольного образования (51,11%), на рынке услуг социального обслуживания населения (50%), на рынке услуг дополнительного образования детей (48,89%).

При оценке изменения возможности выбора услуг за трехлетний период значительная часть опрошенных отметили отсутствие изменений на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства (63,33%), на рынке медицинских услуг (55,56%), на рынке услуг в сфере культуры (52,22%), на рынке услуг связи (51,11%), на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (34,44%), на рынке производства сельскохозяйственной продукции (33,33%). При этом 50% опрошенных отметили увеличение выбора на рынке розничной торговли в течение последних трех лет. Большинство респондентов не смогли оценить изменение возможности выбора в течение последних трех лет на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (72,22%), на рынке туристских услуг (63,33%), на рынке услуг социального обслуживания населения (53,33%), на рынке услуг детского отдыха и оздоровления (53,33%), на рынке услуг дополнительного образования детей (51,11%), на рынке услуг дошкольного образования (46,67%).

В ходе опроса респондентам было предложено ответить, как изменилось количество организаций, представляющих услуги на приоритетных и социально значимых рынках Новгородской области, в течение последних трех лет. Результаты опроса представлены в таблице 4.

Таблица 4. (% от общего числа респондентов)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынков |

|  |
| --- |
| Снизилось |

 |

|  |
| --- |
| Увеличилось |

 |

|  |
| --- |
| Не изменилось |

 |

|  |
| --- |
| Затрудняюсь ответить |

 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 4,44 | 10,00 | 50,00 | 35,56 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 8,89 | 4,44 | 43,33 | 43,33 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 6,67 | 6,67 | 46,67 | 40,00 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 1,11 | 4,44 | 30,00 | 64,44 |
| Рынок медицинских услуг | 18,89 | 4,44 | 61,11 | 15,56 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 11,11 | 15,56 | 53,33 | 20,00 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 10,00 | 6,67 | 61,11 | 22,22 |
| Розничная торговля | 2,22 | 66,67 | 15,56 | 15,56 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 21,11 | 26,67 | 27,78 | 24,44 |
| Рынок услуг связи | 3,33 | 31,11 | 46,67 | 18,89 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 2,22 | 4,44 | 42,22 | 51,11 |
| Рынок туристских услуг | 2,22 | 8,89 | 41,11 | 47,78 |
| Рынок производства сельскохозяйственной продукции | 17,78 | 20,00 | 34,44 | 27,78 |

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги на социально значимых и приоритетных рынках Окуловского района, в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- услуги жилищно-коммунального хозяйства – 61,11% от общего числа респондентов;

- медицинские услуги – 61,11%;

- услуги в сфере культуры – 53,33%;

- дошкольное образование – 50%;

- дополнительное образование детей – 46,67%;

- услуги связи – 46,67%;

- детский отдых и оздоровление – 43,33%;

- социальное обслуживание населения – 42,22%;

- услуги в сфере туризма – 41,11%;

- производство сельскохозяйственной продукции – 34,44%.

При этом значительная часть респондентов отметила, что количество организаций в сфере торговли за последние 3 года увеличилось – 66,67% от общего числа респондентов. Около третьей части опрошенных указали на увеличение числа организаций в сфере услуг связи и перевозок пассажиров наземным транспортом.

Примечательно, что 21,11% опрошенных считает, что за последние 3 года произошло сокращение количества организаций в сфере перевозок пассажиров наземным транспортом, 18,89% опрошенных указали на снижение количества организаций на рынке медицинских услуг и 17,78% отметили снижение числа организаций на рынке производства сельскохозяйственной продукции.

Также следует отметить, что 64,44% от общего числа респондентов затруднились оценить изменения на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья. В большей степени это связано с недостаточным уровнем развития указанного рынка, по сути, он еще только формируется.

Кроме того, большинство респондентов не смогли оценить изменения, происходящие на рынках социального обслуживания населения, туристских услуг, детского отдыха и оздоровления, дошкольного образования, дополнительного образования детей. В основном это обусловлено недостаточным уровнем информированности населения об организациях, оказывающих услуги на данных рынках.

С целью оценки деятельности субъектов естественных монополий населению предлагалось дать характеристику качеству услуг, оказываемых этими организациями. Итоги опроса населения представлены в таблице 5.

Таблица 5. (% от общего числа респондентов)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование рынков | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить |
| Водоснабжение, водоотведение | 20,00 | 13,33 | 21,11 | 41,11 | 4,44 |
| Водоочистка | 16,67 | 8,89 | 27,78 | 37,78 | 8,89 |
| Газоснабжение | 34,44 | 42,22 | 4,44 | 6,67 | 12,22 |
| Электроснабжение | 35,56 | 54,44 | 3,33 | 1,11 | 5,56 |
| Теплоснабжение | 23,33 | 35,56 | 13,33 | 13,33 | 14,44 |
| Телефонная связь | 40,00 | 46,67 | 3,33 | 1,11 | 8,89 |

Большая часть опрошенного населения относительно удовлетворена качеством услуг электроснабжения (90% от общего числа), услуг телефонной связи (86,67%), газоснабжения (76,66%), а также теплоснабжения (58,89%).

Наибольшую неудовлетворенность респондентов вызвало качество услуг водоснабжения, водоотведения (62,22%) и водоочистки (65,56% от общего числа).

В ходе опроса населения респондентам предлагалось оценить удовлетворенность официальной информацией, размещаемой в средствах массовой информации и сети Интернет, о развитии конкуренции в Окуловском районе. Результаты опроса отражены в таблице 6.

Таблица 6. (% от общего числа респондентов)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии оценки | Удовлетворительное | Скорее удовлетворительное | Скорее неудовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить |
| Уровень доступности | 38,89 | 12,22 | 14,44 | 5,56 | 28,89 |
| Уровень понятности | 33,33 | 20,00 | 14,44 | 3,33 | 28,89 |
| Уровень получения | 31,11 | 17,78 | 14,44 | 5,56 | 31,11 |

Полное или частичное удовлетворение доступностью информации, размещаемой о развитии конкуренции, высказали 51,11% от общего числа респондентов, о том, что размещаемая информация понятна и удобна для получения, подтвердили 53,33% и 48,89% респондентов соответственно.

При этом доступностью, понятностью размещаемой информации, а также удобством ее размещения не удовлетворены или скорее не удовлетворены 17,77%-20,00% респондентов.

Треть респондентов отметила, что не могут оценить степень удовлетворенности официальной информацией о развитии конкуренции, в том числе по причине того, что ничего не знают о наличии такой информации.

При проведении опроса потребителей об оценке источников информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции в районе сложилась следующая картина: 72,22% опрошенного населения получает всю информацию посредством телевидения; 52,22% респондентов ответили, что пользуются печатными СМИ; специализированными блогами, порталами и прочими электронными ресурсами, а также электронными средствами массовой информации предпочитают пользоваться 36,67% опрошенных; официальной информацией органов государственной власти пользуются 34,44% респондентов.

В связи с полученными результатами целесообразно усилить пропаганду в СМИ путем размещения информации о развитии конкуренции среди населения, а также не снижать качество размещаемой информации.