

Аналитический отчет о результатах анализа состояния конкуренции на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики за период 2009 года

15 ноября 2010г.

г.Ижевск

I. Общие положения

Анализ и оценка состояния конкурентной среды на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики проведены в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным Приказом ФАС России от 28.04.2010г. №220 (далее – Порядок проведения анализа состояния конкуренции).

Для оценки состояния конкурентной среды на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива проведена расчетно-аналитическая работа по определению:

- ✓ временного интервала исследования;
- ✓ продуктовых границ товарного рынка;
- ✓ географических границ товарного рынка;
- ✓ состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке и покупателей, приобретающих товар;
- ✓ объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;
- ✓ уровня концентрации товарного рынка;
- ✓ барьеров входа на товарный рынок;
- ✓ оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке.

При исследовании данного товарного рынка была использована информация, представленная хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю моторным топливом, а также были использованы данные Федеральной службы государственной статистики по Удмуртской Республике, Западно-Уральского управления Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору, а также материалы с учетом отраслевых особенностей (информация общероссийских классификаторов, ГОСТов и пр.). Для более детального исследования локального рынка розничной реализации моторного топлива Управлением Федеральной антимонопольной службы были проведены опросы потребителей и хозяйствующих субъектов данного товарного рынка в разрезе по муниципальным образованиям Удмуртской Республики.

Настоящее исследование проводится в следующих целях:

- оценки состояния конкурентной среды в сфере розничной реализации нефтепродуктов в муниципальных образованиях Удмуртской Республики;
- использования результатов исследования для ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 %;

- квалификации доминирующего положения хозяйствующих субъектов на локальных розничных рынках нефтепродуктов согласно частям 1 и 3 статьи 5 Федерального закона №135-ФЗ от 26.07.2006г. «О защите конкуренции».

II. Временной интервал исследования розничного рынка бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

В соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции временной интервал исследования товарного рынка определяется в зависимости от цели исследования, особенностей товарного рынка и доступности информации.

В июле 2009 года на исследуемом рынке в границах муниципальных образований Удмуртской Республики произошли структурные изменения: ОАО «Челнынефтепродукт» в середине 2009 года прекратило деятельность по розничной реализации автомобильного топлива в Удмуртской Республике.

В 2009 году на исследуемом рынке появились новые субъекты, осуществляющие деятельность по реализации автомобильного топлива через сеть АЗС на территории Удмуртской Республики: в июле 2009г. – Челнинский филиал ООО «Татнефть-АЗС Центр», в августе 2009г. – ООО «Удмуртнефтепродукт-Л».

В связи с вхождением на розничный рынок реализации моторного топлива в муниципальных образованиях Удмуртской Республики новых участников, необходимо определить их долю по реализации моторного топлива через сеть АЗС в муниципальных образованиях Удмуртской Республики на исследуемом рынке, а также доли иных участников рынка в связи с появлением новых субъектов.

Таким образом, с учетом доступности информации, в целях исследования сложившейся на рынке ситуации, изучения изменений характеристик и состава товарного рынка с ситуацией, сложившейся в 2008 году, выбран временной интервал исследования розничного рынка бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики – 2009 год.

III. Определение продуктовых границ розничного рынка бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

Определение продуктовых границ в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции, представляет собой процедуру выявления товара, не имеющего заменителя, или взаимозаменяемых товаров (работ, услуг), обращающихся на одном и том же товарном рынке, которая включает в себя:

- предварительное определение товара;
- выявление свойств товара, определяющих выбор покупателя, и товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара;
- определение взаимозаменяемых товаров.

Определение продуктовых границ товарного рынка основывается на мнении покупателей (как физических, так и юридических лиц) о взаимозаменяемости товаров, составляющих одну товарную группу.

Мнение покупателей определяется в результате сплошного или выборочного опроса покупателей или анализа предмета договоров, на основании которых осуществляется реализация товара.

Первоначально, продуктовые границы определены как услуги розничной торговли моторным топливом (бензин автомобильный и дизельное топливо).

В последующем границы уточнены на основе общероссийских классификаторов продукции работ и услуг, видов экономической деятельности, нормативных актов, регулирующих данную деятельность, а также на основании мнения покупателей (как физических, так и юридических лиц) о взаимозаменяемости товаров.

В соответствии с общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) розничной торговле моторным топливом соответствует код – G 50.50.

Техническая особенность розничной торговли моторным топливом (бензины автомобильные, дизельное топливо) такова, что она осуществима только при наличии специализированных производственных мощностей – автомобильных заправочных станций (АЗС). Иной возможности, помимо как через АЗС, реализовать моторное топливо в розницу (непосредственно заправить автотранспорт) не возможно, что обусловлено технической особенностью данного вида деятельности.

Несмотря на существование многочисленных документов, устанавливающих требования к автомобильным бензинам и широкий спектр нормируемых характеристик, на практике единственным существенным показателем, классифицирующим автобензины с точки зрения конечного потребителя, является октановое число топлива.

При реализации автобензинов в розницу, по экспертным оценкам, выделяются четыре марочные группы автобензинов: «нормальный» (ОЧ=80), «регулярный» (ОЧ=91/92/93), «премиальный» (ОЧ=95), и «супер» (ОЧ=98).

Требования к дизельному топливу определяются национальными стандартами ГОСТ 305-82 и ГОСТ Р 52368-2005. Технический регламент устанавливает классы дизельного топлива. Тем не менее, покупатели, по экспертным оценкам, рассматривают рынок дизельного топлива как единый, не разбивая его на рынки продукта с различным содержанием серы или различными низкотемпературными свойствами.

По функциональному назначению заменителями автомобильных бензинов и дизельного топлива можно считать сжиженные углеводородные газы, но для работы на данном топливе необходимо переоборудование автотранспорта на газомоторное топливо, что сопряжено с рядом факторов экономического и технологического характера. Следовательно, сжиженные углеводородные газы не являются взаимозаменяемыми по отношению к автомобильным бензинам и дизельному топливу товаром и не входят в продуктовые границы рассматриваемого товарного рынка.

Необходимость разделения группы – «автомобильные бензины» на отдельные

группы подтверждается сложившимися предпочтениями потребителей.

Выборочный опрос потребителей автомобильного бензина и дизельного топлива в муниципальных образованиях Удмуртской Республики, приобретавших данные виды нефтепродуктов в 2009 году, показал следующее:

1. По автомобильному бензину марки А-76 (Аи-80):

В МО «Алнашский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Балезинский район» 73,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 80% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Воткинский район» 90,91% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 63,64% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Дебесский район» 72,73% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 63,64% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Ижевск» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 88,89% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Каракулинский район» 83,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 83,33% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Киясовский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 75% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Можгинский район» 65% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 75% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Сарапульский район» 83,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Сюмсинский район» 94,74% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 78,95% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Шарканский район» 80% потребителей данной марки бензина не

готовы ее заменить. 80% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Якшур-Бодьинский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 83,33% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики сложилась аналогичная ситуация: большинство потребителей бензина марки А-76 (Аи-80) не готовы ее заменить и продолжили бы ее приобретать, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

2. По автомобильному бензину марки Аи-92:

В МО «Вавожский район» 75,68% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 81,08% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Воткинск» 78,38% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 89,19% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Глазовский район» 72,73% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 90,91% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Граховский район» 76,19% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 80,95% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Завьяловский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Ижевск» 83,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 70% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Камбарский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 69,23% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Кезский район» 73,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Можга» 80,77% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 80,77% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

нее.

В МО «Селтинский район» 81,25% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 87,5% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Увинский район» 80% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 83,33% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Ярский район» 88,46% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 84,62% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики сложилась аналогичная ситуация: большинство потребителей бензина марки Аи-92 не готовы ее заменить и продолжили бы ее приобретать, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

3. По автомобильному бензину марки Аи-95:

В МО «Алнашский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Глазов» 80% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 60% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Игринский район» 69,23% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 53,75% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Ижевск» 82,35% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 82,35% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Кизнерский район» 66,67% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 75% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Киясовский район» 66,67% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 66,67% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Красногорский район» 100% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Малопургинский район» 77,78% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 88,89% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «город Сарапул» 88,89% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 83,33% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Сюмсинский район» 83,33% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 66,67% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В МО «Ярский район» 75% потребителей данной марки бензина не готовы ее заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать данную марку бензина, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

В остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики сложилась аналогичная ситуация: большинство потребителей бензина марки Аи-95 не готовы ее заменить и продолжили бы ее приобретать, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на нее.

4. По дизельному топливу:

В МО «Балезинский район» 90,91% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 72,73% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «город Воткинск» 100% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 66,67% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Глазовский район» 66,67% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Граховский район» 83,33% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 83,33% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Дебесский район» 58,33% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 58,33% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «город Ижевск» 100% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 90% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Камбарский район» 80% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Каракулинский район» 100% потребителей дизельного топлива не

готовы его заменить. 80% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Малопургинский район» 80% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 70% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «город Можга» 66,67% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 66,67% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Сюмсинский район» 81,82% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 100% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Увинский район» 85,71% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 57,14% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В МО «Юкаменский район» 100% потребителей дизельного топлива не готовы его заменить. 88,89% опрошенных продолжило бы приобретать дизельное топливо, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

В остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики сложилась аналогичная ситуация: большинство потребителей дизельного топлива не готовы его заменить и продолжили бы его приобретать, даже если бы произошло долговременное повышение цены (на 5-10%) на него.

Таким образом, учитывая сложившиеся предпочтения потребителей бензина автомобильного и дизельного топлива муниципальных образований Удмуртской Республики, исходя из особенностей функционального назначения, а также различий в технических характеристиках, в целях исследования определены четыре товарные группы невзаимозаменяемых нефтепродуктов, используемых в качестве моторных топлив:

- автомобильные бензины марки А-76, Аи-80;
- автомобильные бензины марки Аи-92;
- автомобильные бензины марки Аи-95;
- дизельное топливо.

Таким образом, продуктовые границы исследуемого рынка определены как розничная реализация автомобильного бензина марки А-76 (Аи-80); розничная реализация автомобильного бензина марки Аи-92; розничная реализация автомобильного бензина марки Аи-95; розничная реализация дизельного топлива.

IV. Географические границы розничного рынка бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

Определение продуктовых границ в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции представляет собой процедуру определения географических границ товарного рынка (границ территории, на которой приобретатель (приобретатели) приобретает или имеет экономическую, техническую или иную возможность приобрести товар и не имеет такой возможности за ее пределами) и включает:

- предварительное определение географических границ товарного рынка;
- выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (приобретателями);
- определение территорий, входящих в географические границы рассматриваемого товарного рынка.

В качестве предварительных географических границ локального розничного рынка нефтепродуктов с учетом экономико-географического положения и автотранспортной инфраструктуры определена территория 30 муниципальных образований Удмуртской Республики.

Уточнение географических границ исследуемого локального розничного рынка нефтепродуктов произведено путем оценки экономической возможности приобретения нефтепродуктов потребителем на территории 30 муниципальных образований Удмуртской Республики. Исходя из того, что места розничной реализации нефтепродуктов (АЗС) территориально фиксированы, основными ограничениями экономической возможности приобретения нефтепродуктов на АЗС являются организационно-транспортные схемы приобретения нефтепродуктов потребителем (расположение АЗС, расстояние, маршрут следования до АЗС) и транспортные расходы, связанные с поиском и приобретением потребителем нефтепродуктов на АЗС.

Организационно-транспортные схемы приобретения нефтепродуктов потребителем сформированы в пределах административных границ муниципальных образований Удмуртской Республики. При осуществлении ежедневных поездок в пределах муниципального образования по месту проживания (нахождения) потребителя, потребителю экономически невыгодно пересекать границы муниципального образования для потребления услуг розничной реализации нефтепродуктов, так как данное перемещение ведет к значительным временным и транспортным затратам, возрастающим по мере удаления от границ муниципального образования.

Результат выборочного опроса потребителей автомобильного бензина и дизельного топлива в 30 муниципальных образованиях Удмуртской Республики показал следующее:

1. По автомобильному бензину марки А-76 (Аи-80):

В МО «Балезинский район» 86,67% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Балезинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 13,33% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 6,67% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального

образования, 13,33% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Воткинский район» 63,64% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Воткинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 9,09% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 18,18% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 18,18% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Глазов» 69,28% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Глазов» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 15,38% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 15,38% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Дебесский район» 100% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Дебесский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 45,45% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 18,18% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Ижевск» 66,67% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Ижевск» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 22,22% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 44,44% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 11,11% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Камбарский район» 100% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Камбарский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 50% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 50% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Кизнерский район» 82,76% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Кизнерский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 17,24% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ

муниципального образования, 20,69% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Малопургинский район» 92,86% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Малопургинский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 7,14% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 7,14% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Можга» 85,71% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Можга» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 42,86% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 42,86% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 42,86% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Сарапульский район» 83,33% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Сарапульский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 16,67% опрошенных отметили значительные временные затраты.

В МО «Увинский район» 85,71% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Увинский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 64,29% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 7,14% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 7,14% сослались на значительные временные затраты.

Аналогичные результаты наблюдаются и в остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики: большинство потребителей приобретает бензин марки А-76 (Аи-80) в том муниципальном образовании, в котором проживает (расположено).

2. По автомобильному бензину марки Аи-92:

В МО «Алнашский район» 90% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Алнашский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 5% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов.

В МО «Вавожский район» 89,19% респондентов ответили, что приобретают

данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Вавожский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 13,51% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 16,22% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 8,11% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Воткинск» 94,59% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Воткинск», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 5,41% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 35,14% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 10,81% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Граховский район» 52,38% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Граховский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 9,52% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 19,05% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 19,05% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Ижевск» 83,33% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Ижевск», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 16,67% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 20% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 20% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Красногорский район» 94,12% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Красногорский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 5,88% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов.

В МО «Кезский район» 86,67% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Кезский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 26,67% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца,

расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 6,67% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Можгинский район» 67,5% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Можгинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 2,5% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 10% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 2,5% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Сюмсинский район» 91,89% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Сюмсинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 2,7% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 24,32% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 8,11% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Якшур-Бодьинский район» 74,07% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Якшур-Бодьинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 11,11% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 11,11% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 3,7% сослались на значительные временные затраты.

Аналогичные результаты наблюдаются и в остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики: большинство потребителей приобретает бензин марки Аи-92 в том муниципальном образовании, в котором проживает (расположено).

3. По автомобильному бензину марки Аи-95:

В МО «Балезинский район» 90,91% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Балезинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 18,18% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 36,36% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Вавожский район» 60% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Вавожский район», из

факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 15% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 15% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 5% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Дебесский район» 100% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Дебесский район» из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 16,67% респондентов отметили значительные временные затраты.

В МО «Игринский район» 53,85% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Игринский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 38,46% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 15,38% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 7,69% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Ижевск» 94,12% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Ижевск», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 17,65% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 17,65% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 23,53% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Киясовский район» 66,67% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Киясовский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 33,33% респондентов отметили значительные временные затраты.

В МО «Каракулинский район» 83,33% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Каракулинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 33,33% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 16,67% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Сарапул» 61,11% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «город Сарапул», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 5,56% респондентов отметили наличие ограничений со стороны

хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 5,56% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 27,78% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Селтинский район» 100% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Селтинский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 50% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 50% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Шарканский район» 66,67% респондентов ответили, что приобретают данную марку бензина на АЗС, расположенных в МО «Шарканский район», из факторов, затрудняющих приобретение данной марки бензина за пределами муниципального образования, 16,67% респондентов отметили значительные временные затраты.

Аналогичные результаты наблюдаются и в остальных муниципальных образованиях Удмуртской Республики: большинство потребителей приобретает бензин марки Аи-95 в том муниципальном образовании, в котором проживает (расположено).

4. По дизельному топливу:

В МО «Балезинский район» 100% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Балезинский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 36,36% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 36,36% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Игринский район» 53,33% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Игринский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 20% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 13,33% сослались на значительные временные затраты.

В МО «город Ижевск» 60% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «город Ижевск», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 10% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 30% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования.

образования, 30% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Камбарский район» 80% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Камбарский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 60% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 40% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Кизнерский район» 100% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Кизнерский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 12,5% респондентов отметили наличие ограничений со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов, 25% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования, 25% сослались на значительные временные затраты.

В МО «Малопургинский район» 60% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Малопургинский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 20% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования.

В МО «Селтинский район» 100% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Селтинский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 33,33% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования.

В МО «Юкаменский район» 77,78% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Юкаменский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 11,11% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования.

В МО «Ярский район» 71,43% респондентов ответили, что приобретают дизельное топливо на АЗС, расположенных в МО «Ярский район», из факторов, затрудняющих приобретение дизельного топлива за пределами муниципального образования, 14,29% респондентов отметили значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ муниципального образования.

Аналогичные результаты наблюдаются и в остальных муниципальных

образованиях Удмуртской Республики: большинство потребителей приобретает дизельное топливо в том муниципальном образовании, в котором проживает (расположено).

На основе вышеизложенного, географические границы исследуемого рынка определены как границы муниципальных образований Удмуртской Республики.

V. Состав хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

В состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, включаются хозяйствующие субъекты, реализующие в его границах рассматриваемый товар в пределах определенного временного интервала исследования товарного рынка.

Розничная торговля моторным топливом (бензины автомобильные, дизельное топливо) осуществима только при наличии специализированных производственных мощностей – автомобильных заправочных станций (АЗС). Поэтому субъектами – продавцами на рассматриваемом рынке являются компании, имеющие сеть АЗС в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики, и оказывающие услуги розничной торговли автобензинами и дизтопливом. Состав хозяйствующих субъектов, действующих в 2009 году на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива с указанием месторасположения и вхождения в группы лиц ВИНК приведен в таблице 1.

Таблица 1. Хозяйствующие субъекты, действующие в 2009 году на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в Удмуртской Республике

№	Наименование ХС	Адрес	Принадлежность к ВИНК
1	ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»	426033, УР, г.Ижевск, ул. 30 лет Победы, 2	ОАО «ЛУКОЙЛ»
2	ООО «АСПЭК-Нефтепродукт»	426011, УР, г. Ижевск, ул. Холмогорова, 3	независимый
3	СК «Колхоз «Молодая гвардия»	427880, Удмуртская Республика, Алнашский район, с.Нижнее Асаново	независимый
4	ОАО «Увинское дорожное предприятие»	427260, Удмуртская Республика, п.Ува, ул.Свердлова, 11	независимый
5	ООО «ЮНИКАМ»	426003, УР, г.Ижевск, ул. Карла Маркса, 130	независимый
6	ООО «АЗС-Сервис»	426039, УР, г.Ижевск, ул. Воткинское шоссе, 56	независимый
7	Челнинский филиал ООО «Татнефть-АЗС Центр»	426009, УР, г.Ижевск, ул.Ленина, 106	ОАО «Татнефть»
8	ОАО «Челнынефтепродукт»	423850, РТ, Тукаевский р-он, Пос. Нефтебаза	ОАО «Татнефть»
9	ООО «ФПК Радиозавод»	426035, УР, г.Ижевск, ул. 8 марта, 16/б	независимый
10	ООО «Игринская нефтебаза»	426000, УР, г.Ижевск, ул. М. Горького, 43а	независимый

11	ИП Баязитов Ю.Т.	427793, УР, г. Можга, ул. Солнечная, 5	независимый
12	СХК «Луч» Шарканского района УР	427076, УР, Шарканский район, д. Вортчино	
13	ООО «НК-Ойл»	427260, УР, пос.Ува, ул. Станционная, 2	независимый
14	ООО «PCY-сервис»	427070, Удмуртская Республика, с.Шаркан, ул.Коммунальная, 90	независимый
15	ООО «КМВ»	427960, УР, г. Сарапул, ул. Азина, 177а	независимый
16	ООО «Химпродукт-АЗС»	427433, УР, г. Воткинск, ул. Объездное шоссе, 20	независимый
17	ООО «Удмуртнефтепродукт-Л»	426028, УР, г.Ижевск, ул.Пойма, 5	независимый
18	ООО «Перспектива»	427260, УР, пос.Ува, ул.8 Марта, 9	независимый

ОАО «Челнынефтепродукт» на территории Удмуртской Республики прекратило осуществлять деятельность по реализации автомобильного бензина и дизельного топлива в середине 2009 года.

В середине 2009 года на исследуемый рынок вошли новые крупные хозяйствующие субъекты – Челнинский филиал ООО «Татнефть-АЗС Центр» (в июле) и ООО «Удмуртнефтепродукт-Л» (в августе).

VI. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

Объем товарного рынка розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива определяется как общий объем оказываемых услуг розничной торговли моторным топливом (сумма объемов реализации моторного топлива (бензин, дизельное топливо) всеми продавцами на данном рынке) в географических границах каждого муниципального образования Удмуртской Республики в натуральных показателях (литрах).

Доля хозяйствующего субъекта – продавца на рассматриваемом товарном рынке определяется как отношение объема предоставленных им услуг розничной торговли моторным топливом к общему объему реализации в географических границах каждого муниципального образования Удмуртской Республики (в разрезе по маркам топлива).

Доли хозяйствующих субъектов на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива представлены в приложении 1 к аналитическому отчету.

Наибольшей долей присутствия (более 35%) на товарном рынке в исследуемых географических границах обладают следующие хозяйствующие субъекты:

1. ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский

район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район»;

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район»;

- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Воткинск», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район»;

- по дизельному топливу в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Воткинск», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район».

2. ООО «АСПЭК-Нефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «Алнашский район»;

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Завьяловский район», «Каракулинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Якшур-Бодьинский район»;

- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Воткинский район», «город Глазов», «Завьяловский район», «Каракулинский район»;

- по дизельному топливу в муниципальном образовании: «город Глазов», «Ярский район».

3. ООО «Химпродукт-АЗС» по автобензину А-76 (Аи-80) и по дизельному топливу в муниципальном образовании «город Воткинск».

4. ООО «ЮНИКАМ» в муниципальном образовании «Киясовский район» по всем видам моторного топлива.

5. ООО «Удмуртнефтепродукт-Л» по автобензину Аи-95 в муниципальном образовании «Вавожский район» и дизельному топливу в муниципальном образовании «Каракулинский район».

6. ООО «АЗС-Сервис» по автобензину А-76 (Аи-80) и дизельному топливу в муниципальном образовании «Завьяловский район», по дизельному топливу в муниципальном образовании «Кезский район».

VII. Определение уровня концентрации на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

Для определения уровня концентрации на рынке розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива использовались следующие показатели:

- коэффициент рыночной концентрации (CR), который рассчитывается как сумма долей на товарном рынке (выраженных в процентах) определенного числа крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке.

Коэффициент рыночной концентрации CR-3 на изучаемом рынке принял значения в диапазоне $70\% \leq CR \leq 100\%$:

- по автобензину А-76 (Аи-80) CR-3 принял значение от 79,47% (в МО «Завьяловский район») до 100% (в МО «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район»);

- по автобензину Аи-92 CR-3 принял значение от 84,24% (в МО «город Можга») до 100% (в МО «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район»);

- по автобензину Аи-95 CR-3 принял значение от 88,26% (в МО «город Можга») до 100% (в МО «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район»);

- по дизельному топливу CR-3 принял значение от 83,62% (в МО «город Можга») до 100% (в МО «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов»,

«Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район»).

- индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ), который рассчитывается как сумма квадратов долей, занимаемых на рынке всеми действующими на нем исполнителями.

Показатель рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана ННІ на изучаемом рынке принял значения в диапазоне $2000 \leq \text{ННІ} \leq 10000$:

- по автобензину А-76 (Аи-80) ННІ принял значение от 2365 (в МО «Завьяловский район») до 10000 (в МО «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Юкаменский район»);

- по автобензину АИ-92 ННІ принял значение от 2599 (в МО «город Ижевск») до 10000 (в МО «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Юкаменский район»);

- по автобензину АИ-95 ННІ принял значение от 3054,85 (в МО «город Воткинск») до 10000 (в МО «Балезинский район», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Камбарский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район»);

- по дизельному топливу ННІ принял значение от 2700,78 (в МО «город Можга») до 10000 (в МО «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Кизнерский район», «Киясовский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район»).

В соответствии со значениями коэффициентов концентрации и индексов Герфиндаля-Гиршмана установлено, что по объемам розничной реализации нефтепродуктов исследуемый товарный рынок во всех муниципальных образованиях Удмуртской Республики относится к высококонцентрированному рынку, так как все рассчитанные показатели находятся в следующих границах: $70\% < \text{CR-3} < 100\%$; $2000 < \text{ННІ} < 10000$.

Следовательно, конкуренция на рынке розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики неразвита, рынок находится в состоянии олигополии.

VIII. Определение барьеров входа на розничный рынок бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

В целях оценки состояния конкурентной среды на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики необходимо определить основные факторы и особенности, влияющие на функционирование исследуемого рынка.

Хозяйствующие субъекты, реализующие в розницу бензин автомобильный и дизельное топливо отмечают следующие барьеры входа (выхода) на исследуемый рынок:

- особенности функционирования рынка, в том числе порядок выделения земельных участков под строительство АЗС;
- экономические (низкая норма прибыли, длительность окупаемости капитальных вложений, неплатежи, слабо эффективная поддержка малого предпринимательства);
- неразвитость рыночной инфраструктуры;
- административные (поддержка и лоббирование интересов определенных экономических субъектов; ограничение деятельности субъектов на данном товарном рынке органами власти);
- затрудненный доступ хозяйствующих субъектов к ресурсам, предложение которых ограничено и которые распределены между хозяйствующими субъектами, обладающими значительным влиянием на товарном рынке;
- поведение хозяйствующих субъектов, обладающих значительным влиянием на рынке;
- маркетинговая политика оптовых продавцов (перепродавцов) в части ценообразования.

ООО «НК-Ойл» и ООО «Перспектива» считают, что барьеров входа (выхода) на розничный рынок бензина автомобильного и дизельного топлива нет.

ООО «АЗС-Сервис» информацией о наличии барьеров входа (выхода) на розничный рынок автомобильного бензина и дизельного топлива не располагает.

IX. Оценка состояния конкурентной среды на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики

Из значений коэффициента рыночной концентрации и индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана видно, что рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива является высококонцентрированным и находится в состоянии олигополии.

Доминирующее положение на исследуемом рынке занимают следующие хозяйствующие субъекты:

1. ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город

Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район»;

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Балезинский район», «Вавожский район», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район»;

- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район»;

- по дизельному топливу в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район».

2. ООО «АСПЭК-Нефтепродукт»: по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «город Глазов», «Завьяловский район», «Каракулинский район», по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Завьяловский район», «Каракулинский район».

3. ООО «Химпродукт-АЗС» по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «город Воткинск».

4. ООО «ЮНИКАМ» в муниципальном образовании «Киясовский район» по всем видам моторного топлива.

5. ООО «Удмуртнефтепродукт-Л» по автобензину Аи-95 в муниципальном образовании «Вавожский район», по дизельному топливу в муниципальном образовании «Каракулинский район».

6. ООО «АЗС-Сервис» по дизельному топливу в муниципальном образовании «Завьяловский район».

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт» и ООО «АСПЭК-Нефтепродукт» занимают коллективное доминирование в следующих муниципальных образованиях: «город Воткинск» по автобензину Аи-92 и по автобензину Аи-95; «Воткинский район» по автобензину Аи-92 и по автобензину Аи-95; «город Ижевск» по автобензину Аи-92 и по автобензину Аи-95; «город Можга» по автобензину Аи-92, по автобензину Аи-95; «Якшур-Бодьинский район» по автобензину Аи-92, по автобензину Аи-95.

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт» и Челнинский филиал ООО «Татнефть-АЗС Центр» в муниципальном образовании «город Можга» по дизельному топливу.

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт» и ОАО «Челнынефтепродукт» в муниципальном образовании «Воткинский район» по автобензину А-76.

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт» и ООО «Химпродукт-АЗС» в муниципальном образовании «город Воткинск» по дизельному топливу.

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт» и ООО «АЗС-Сервис» по автобензину А-76 в муниципальном образовании «Завьяловский район».

ООО «АСПЭК-Нефтепродукт» и ООО «АЗС-Сервис» по автобензину Аи-95 в муниципальном образовании «Завьяловский район».

Х. Выводы и предложения по включению хозяйствующих субъектов в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 процентов

Мероприятия Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике по развитию конкуренции и ограничению возможных негативных процессов на рынке розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики:

1. Необходимо осуществлять контроль за рыночным поведением хозяйствующих субъектов, в том числе пресечение нарушений антимонопольного законодательства со стороны участников рынка.

2. Необходимо осуществлять контроль за деятельностью ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт», ООО «АСПЭК-Нефтепродукт», ООО «ЮНИКАМ», ООО «Химпродукт-АЗС», ООО «Татнефть-АЗС Центр», ООО «АЗС-Сервис» как хозяйствующих субъектов, имеющих значительное влияние на исследуемом товарном рынке.

3. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 35% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «Воткинский район»;

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Якшур-Бодьинский район»;

- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Вавожский район», «город Воткинск», «Воткинский район», «город Ижевск», «город Можга», «Якшур-Бодьинский район»;

- по дизельному топливу в муниципальных образованиях: «город Воткинск», «город Можга».

4. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 35% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «АСПЭК-Нефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «Алнашский район»;

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Воткинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Якшур-Бодьинский район»;
- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Воткинский район», «город Глазов»;
- по дизельному топливу в муниципальных образованиях: «город Глазов», «Ярский район».

5. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 35% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «АЗС-Сервис» по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «Завьяловский район», по дизельному топливу в муниципальном образовании «Кезский район».

6. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»:

- по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Каракулинский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «город Можга», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район».

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Балезинский район», «Вавожский район», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район».

- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Ярский район».

- по дизельному топливу в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «Балезинский район», «Вавожский район», «Воткинский район», «город Глазов», «Глазовский район», «Граховский район», «Дебесский район», «Игринский район», «город Ижевск», «Камбарский район», «Кезский район», «Кизнерский район», «Красногорский район», «Малопургинский район», «Можгинский район», «город Сарапул», «Сарапульский район», «Селтинский район», «Сюмсинский район», «Увинский район», «Шарканский район», «Юкаменский район», «Якшур-Бодьинский район», «Ярский район».

7. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «АСПЭК-Нефтепродукт»:

- по автобензину Аи-92 в муниципальных образованиях: «Алнашский район», «город Глазов», «Завьяловский район», «Каракулинский район»,
- по автобензину Аи-95 в муниципальных образованиях: «Завьяловский район», «Каракулинский район».

8. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «Химпродукт-АЗС» по автобензину А-76 (Аи-80) в муниципальном образовании «город Воткинск».

9. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «ЮНИКАМ» в муниципальном образовании «Киясовский район» по всем видам моторного топлива.

10. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «Удмуртнефтепродукт-Л»:

- по автобензину Аи-95 в муниципальном образовании «Вавожский район»,
- по дизельному топливу в муниципальном образовании «Каракулинский район».

11. Включить в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю более чем 50% на розничном рынке бензина автомобильного и дизельного топлива ООО «АЗС-Сервис» по дизельному топливу в муниципальном образовании «Завьяловский район».

12. Дальнейшее исследование рынка розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики за период 2010 года.

Приложение: Результаты анкетирования потребителей на рынке розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года. МО «Алнашский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 29,03%
 - б) от 31 до 40 лет – 35,48%
 - в) от 41 до 50 лет – 12,9%
 - г) старше 50 лет – 22,58%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 19,35%
 - б) рабочий – 19,35%
 - в) офисный работник – 35,48%
 - г) пенсионер – 16,13%
 - д) безработный – 6,45%
 - е) иная – 3,23%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 18,18%
 - б) один раз в месяц – 18,18%
 - в) несколько раз в месяц – 54,55%
 - г) один раз в год – 3,03%
 - д) иное – 6,06%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 36,36%
 - б) нет – 63,64%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 60,61%
- б) нет – 39,39%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 95%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 5%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 90%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 5%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 5%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 90%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 5%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 5%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 95%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 9,09%
- б) нет – 90,91%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 27,27%
 - б) нет – 72,73%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 88,89%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 100%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 78,79%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 15,15%
 - в) возможностью выбора не было – 6,06%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 96,97%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 0%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Балезинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 26%
 - б) от 31 до 40 лет – 24%
 - в) от 41 до 50 лет – 16%
 - г) старше 50 лет – 34%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 2%
 - б) рабочий – 28%
 - в) офисный работник – 20%
 - г) пенсионер – 6%
 - д) безработный – 10%
 - е) иная – 32%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 14,81%
 - б) один раз в месяц – 14,81%
 - в) несколько раз в месяц – 66,67%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 1,85%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 96,3%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 5,56%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 27,78%
 - б) нет – 66,67%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 73,33%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 13,33%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 80%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 6,67%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 86,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 6,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 46,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 13,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 6,67%
- г) значительные временные затраты – 13,33%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 87,04%
- б) нет – 12,96%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 80,85%
- б) да, на бензин марки А-76 – 2,13%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,89%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 85,11%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 6,38%
- г) иное – 4,26%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 82,98%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 17,02%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 74,47%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 6,38%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 10,64%
- г) значительные временные затраты – 12,77%
- д) иные ограничения – 2,13%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 20,37%
- б) нет – 74,07%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 63,64%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 27,27%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 45,45%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 45,45%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 90,91%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 45,45%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 18,18%
- г) значительные временные затраты – 36,36%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 20,37%
 - б) нет – 70,37%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 90,91%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 9,09%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 72,73%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 18,18%
 - г) иное – 9,09%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 36,36%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 36,36%
 - г) значительные временные затраты – 36,36%
 - д) иные ограничения – 9,09%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 51,85%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 29,63%
 - в) возможностей выбора не было – 5,56%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 68,52%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 20,37%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Вавожский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 18,18%
 - б) от 31 до 40 лет – 25%
 - в) от 41 до 50 лет – 22,73%
 - г) старше 50 лет – 31,82%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 4,55%
 - б) рабочий – 36,36%
 - в) офисный работник – 15,91%
 - г) пенсионер – 6,82%
 - д) безработный – 4,55%
 - е) иная – 31,82%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 18,75%
 - б) один раз в месяц – 12,5%
 - в) несколько раз в месяц – 58,33%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 10,42%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 89,58%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 10,42%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 20,83%
 - б) нет – 75%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 60%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 10%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 10%

д) иное – 10%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 70%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 10%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 10%
- г) иное – 10%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 80%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 20%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 30%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 10%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 50%
- г) значительные временные затраты – 10%
- д) иные ограничения – 20%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 77,08%
- б) нет – 18,75%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 75,68%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,51%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 5,41%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 81,08%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 5,41%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 5,41%
- г) иное – 8,11%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 89,19%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 29,73%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 2,7%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 59,46%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 13,51%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16,22%
- г) значительные временные затраты – 8,11%
- д) иные ограничения – 8,11%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 41,67%
- б) нет – 54,17%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 60%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 25%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 5%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 50%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 45%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 30%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 55%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 15%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 15%
- г) значительные временные затраты – 5%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 14,58%
 - б) нет – 75%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 85,71%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 14,29%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 71,43%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 28,57%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 71,43%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 28,57%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 42,86%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 28,57%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 14,29%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 14,29%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 29,17%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 37,5%
 - в) возможностей выбора не было – 29,17%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 62,5%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 29,17%
 - в) иное – 2,08%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «город Воткинск»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 17,02%
 - б) от 31 до 40 лет – 46,81%
 - в) от 41 до 50 лет – 27,66%
 - г) старше 50 лет – 8,51%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 6,38%
 - б) рабочий – 34,04%
 - в) офисный работник – 36,17%
 - г) пенсионер – 6,38%
 - д) безработный – 2,13%
 - е) иная – 12,77%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 21,28%
 - б) один раз в месяц – 10,64%
 - в) несколько раз в месяц – 68,09%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 97,87%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 2,13%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 10,64%
 - б) нет – 89,36%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 60%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 20%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%

- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 60%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 80%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 60%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 20%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 78,72%
- б) нет – 21,28%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 78,38%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,51%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 89,19%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 2,7%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 8,11%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 94,59%

- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 8,11%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 59,46%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5,41%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 35,14%
- г) значительные временные затраты – 10,81%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 17,02%
- б) нет – 78,72%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 12,5%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 75%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 37,5%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 37,5%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 12,5%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 37,5%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 12,5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 25%
- г) значительные временные затраты – 12,5%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 12,77%
- б) нет – 85,11%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 50%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 16,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 16,67%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 85,11%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 14,89%
- в) возможностей выбора не было – 0%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 91,49%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 6,38%

в) иное – 2,13%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Воткинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 19,35%
 - б) от 31 до 40 лет – 22,58%
 - в) от 41 до 50 лет – 35,48%
 - г) старше 50 лет – 19,35%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 6,45%
 - б) рабочий – 48,39%
 - в) офисный работник – 19,35%
 - г) пенсионер – 6,45%
 - д) безработный – 3,23%
 - е) иная – 16,13%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 19,35%
 - б) один раз в месяц – 12,9%
 - в) несколько раз в месяц – 64,59%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 3,23%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 87,1%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 12,9%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 35,48%
 - б) нет – 48,39%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 90,91%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 9,09%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 9,09%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 63,64%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 27,27%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 9,09%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 63,64%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 45,45%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 45,45%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 9,09%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 18,18%
- г) значительные временные затраты – 18,18%
- д) иные ограничения – 18,18%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 67,74%
- б) нет – 29,03%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 80,95%
- б) да, на бензин марки А-76 – 4,76%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,29%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 76,19%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 14,29%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 14,29%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 57,14%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 42,86%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 4,76%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 61,9%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 14,29%
- г) значительные временные затраты – 14,29%
- д) иные ограничения – 4,76%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 29,03%
- б) нет – 51,61%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 44,44%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 11,11%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 44,44%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 22,22%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,11%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 11,11%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 22,22%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 11,11%
- г) значительные временные затраты – 11,11%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 12,9%
 - б) нет – 70,97%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 50%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 25%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 25%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 50%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 25%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 70,97%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 6,45%
 - в) возможностей выбора не было – 16,13%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 51,61%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 35,48%
 - в) иное – 6,45%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «город Глазов»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 19,35%
 - б) от 31 до 40 лет – 32,26%
 - в) от 41 до 50 лет – 19,38%
 - г) старше 50 лет – 29,03%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 3,23%
 - б) рабочий – 29,03%
 - в) офисный работник – 48,39%
 - г) пенсионер – 3,23%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 16,13%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 13,51%
 - б) один раз в месяц – 8,11%
 - в) несколько раз в месяц – 67,57%
 - г) один раз в год – 5,41%
 - д) иное – 2,7%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 86,49%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 2,7%
 - г) иное – 2,7%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 35,14%
 - б) нет – 56,76%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 61,54%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 15,38%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 15,38%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 69,23%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 23,08%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 7,69%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 69,29%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 23,08%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 30,77%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 69,23%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 15,38%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 15,38%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 78,38%
- б) нет – 16,22%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 72,41%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,79%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 68,97%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 10,34%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 10,34%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 82,76%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 13,79%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 6,9%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 62,06%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 10,34%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 3,45%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 3,45%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 40,54%
- б) нет – 43,24%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 80%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,33%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 60%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 40%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 73,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 6,67%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 24,32%
 - б) нет – 54,05%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 88,89%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 88,89%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 44,44%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 44,44%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 44,44%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 77,78%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 11,11%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 70,27%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 21,62%
 - в) возможностей выбора не было – 0%
 - г) иное – 5,41%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 72,97%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 13,51%
 - в) иное – 5,41%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Глазовский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 37,5%
 - б) от 31 до 40 лет – 31,25%
 - в) от 41 до 50 лет – 12,5%
 - г) старше 50 лет – 18,75%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 0%
 - б) рабочий – 56,25%
 - в) офисный работник – 25%
 - г) пенсионер – 18,75%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 0%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 12,5%
 - б) один раз в месяц – 6,25%
 - в) несколько раз в месяц – 37,5%
 - г) один раз в год – 12,5%
 - д) иное – 31,25%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 81,25%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 6,25%
 - г) иное – 6,25%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 25%
 - б) нет – 75%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 75%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 25%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 75%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 50%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 65,75%
- б) нет – 31,25%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 72,73%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 27,27%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 90,91%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 9,09%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 27,27%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 72,73%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 45,45%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 54,55%
- г) значительные временные затраты – 36,36%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 43,75%
- б) нет – 56,25%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 14,29%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 14,29%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 57,14%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 57,14%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 28,57%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 14,29%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 14,29%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 71,43%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 14,29%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 28,57%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 14,29%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 57,14%
- г) значительные временные затраты – 14,29%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 18,75%
 - б) нет – 75%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 66,67%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 33,33%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 33,33%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 66,67%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 33,33%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 12,5%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 37,5%
 - в) возможностей выбора не было – 43,75%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 43,75%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 43,75%
 - в) иное – 6,25%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Граховский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) да
- б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):

- а) от 18 до 30 лет – 14,29%
- б) от 31 до 40 лет – 38,1%
- в) от 41 до 50 лет – 33,33%
- г) старше 50 лет – 14,29%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):

- а) студент учебного учреждения – 14,29%
- б) рабочий – 47,62%
- в) офисный работник – 9,52%
- г) пенсионер – 4,76%
- д) безработный – 4,76%
- е) иная – 14,29%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) ежедневно – 32%
- б) один раз в месяц – 12%
- в) несколько раз в месяц – 44%
- г) один раз в год – 8%
- д) иное – 4%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 88%
- б) с целью перепродажи – 4%
- в) с целью обмена на другой товар – 0%
- г) иное – 8%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:

- а) да – 64%
- б) нет – 32%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:

- а) нет – 75%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 25%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 81,25%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 12,5%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 6,25%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 68,75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 18,75%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 6,25%
- г) иное – 6,25%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 43,75%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 12,5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 31,25%
- г) значительные временные затраты – 37,5%
- д) иные ограничения – 6,25%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 84%
- б) нет – 16%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 76,19%
- б) да, на бензин марки А-76 – 9,52%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,29%
- г) да, на дизельное топливо – 4,76%
- д) иное – 4,76%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 80,95%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 4,76%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 9,52%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 52,38%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 19,05%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 23,81%

г) иное – 4,76%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 61,9%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 9,52%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 19,05%

г) значительные временные затраты – 19,05%

д) иные ограничения – 4,76%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

а) да – 12%

б) нет – 84%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

а) нет – 66,67%

б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 33,33%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 33,33%

б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%

г) иное – 33,33%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 33,33%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 33,33%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 100%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%

г) значительные временные затраты – 0%

д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 48%
- б) нет – 52%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 83,33%
- б) да, на бензин марки А-76 – 8,33%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 8,33%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 8,33%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 8,33%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 16,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 8,33%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 25%
- г) значительные временные затраты – 25%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 20%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 24%
- в) возможностей выбора не было – 52%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 64%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 32%
- в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Дебесский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 25,53%
 - б) от 31 до 40 лет – 23,4%
 - в) от 41 до 50 лет – 17,02%
 - г) старше 50 лет – 23,4%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 10,64%
 - б) рабочий – 31,91%
 - в) офисный работник – 21,28%
 - г) пенсионер – 21,28%
 - д) безработный – 12,77%
 - е) иная – 2,13%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 14,29%
 - б) один раз в месяц – 14,29%
 - в) несколько раз в месяц – 69,39%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 2,04%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 93,88%
 - б) с целью перепродажи – 2,04%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 22,45%
 - б) нет – 75,51%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 72,73%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 18,18%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 9,09%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 63,64%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 18,18%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 18,18%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 45,45%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 45,45%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 53,06%
- б) нет – 45,94%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 30,77%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 15,38%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 3,85%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 80,77%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 15,38%
- г) иное – 3,85%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92,31%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 26,92%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 61,54%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 30,77%
- г) значительные временные затраты – 11,54%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 12,24%
- б) нет – 85,71%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 33,33%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 24,49%
- б) нет – 71,43%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 58,33%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 58,33%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 33,33%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 58,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 50%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 8,33%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16,67%
- г) значительные временные затраты – 8,33%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 46,94%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 4,08%
- в) возможностей выбора не было – 46,94%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 73,47%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 26,53%
- в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Завьяловский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 0%
 - б) от 31 до 40 лет – 0%
 - в) от 41 до 50 лет – 0%
 - г) старше 50 лет – 0%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 0%
 - б) рабочий – 0%
 - в) офисный работник – 0%
 - г) пенсионер – 0%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 0%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 40%
 - б) один раз в месяц – 20%
 - в) несколько раз в месяц – 0%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 20%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 20%
 - б) нет – 80%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 80%
- б) нет – 20%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 25%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 50%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 25%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 75%
- г) значительные временные затраты – 25%
- д) иные ограничения – 25%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 20%
- б) нет – 80%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 0%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 100%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 0%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 100%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 20%
 - б) нет – 80%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 0%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 100%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 100%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 80%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 0%
 - в) возможностей выбора не было – 20%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 100%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 0%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Игринский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 30,61%
 - б) от 31 до 40 лет – 26,53%
 - в) от 41 до 50 лет – 26,53%
 - г) старше 50 лет – 16,33%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 8,16%
 - б) рабочий – 32,65%
 - в) офисный работник – 24,49%
 - г) пенсионер – 12,24%
 - д) безработный – 8,16%
 - е) иная – 16,33%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 25,45%
 - б) один раз в месяц – 10,91%
 - в) несколько раз в месяц – 54,55%
 - г) один раз в год – 1,82%
 - д) иное – 5,45%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 90,91%
 - б) с целью перепродажи – 3,64%
 - в) с целью обмена на другой товар – 3,64%
 - г) иное – 3,64%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 25,45%
 - б) нет – 72,73%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 21,43%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 71,43%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 7,14%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 42,86%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 35,71%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 28,57%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92,86%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 14,29%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 14,29%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 7,14%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 35,71%
- г) значительные временные затраты – 21,43%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 76,36%
- б) нет – 21,82%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 76,19%
- б) да, на бензин марки А-76 – 4,76%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 16,67%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 14,29%
- г) иное – 2,98%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 78,57%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 26,19%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 9,52%
- г) иное – 2,38%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 59,52%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 16,67%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16,67%
- г) значительные временные затраты – 14,29%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 23,64%
- б) нет – 70,91%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 69,29%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 30,77%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 53,75%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 38,46%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 7,69%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 53,85%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 38,46%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 30,77%
- г) иное – 7,69%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 53,85%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 38,46%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 15,38%
- г) значительные временные затраты – 7,69%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 27,27%
- б) нет – 67,27%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 66,67%
- б) да, на бензин марки А-76 – 6,67%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 13,33%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 6,67%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 73,33%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 13,33%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 6,67%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 53,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 26,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 13,33%
- г) иное – 13,33%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 60%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 20%
- г) значительные временные затраты – 13,33%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 36,36%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 50,91%
- в) возможностью выбора не было – 9,09%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 54,55%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 400%
- в) иное – 3,64%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «город Ижевск»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 31,91%
 - б) от 31 до 40 лет – 36,17%
 - в) от 41 до 50 лет – 8,51%
 - г) старше 50 лет – 14,89%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 14,89%
 - б) рабочий – 23,4%
 - в) офисный работник – 31,91%
 - г) пенсионер – 8,51%
 - д) безработный – 2,13%
 - е) иная – 10,64%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 35,29%
 - б) один раз в месяц – 3,92%
 - в) несколько раз в месяц – 33,33%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 19,61%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 92,16%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 17,65%
 - б) нет – 68,63%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 88,89%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,11%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 22,22%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 11,11%
- г) иное – 11,11%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 44,44%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 22,22%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 44,44%
- г) значительные временные затраты – 11,11%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 58,82%
- б) нет – 29,41%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 83,33%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 10%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 3,33%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 70%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 13,33%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 83,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 13,33%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 3,33%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 60%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 16,67%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 20%
- г) значительные временные затраты – 20%
- д) иные ограничения – 3,33%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 33,33%
- б) нет – 52,94%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 82,35%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 17,65%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 82,35%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 17,65%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 94,12%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 11,76%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 5,88%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 58,82%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 17,65%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 17,65%
- г) значительные временные затраты – 23,53%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 19,61%
- б) нет – 58,82%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 90%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 10%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 20%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 30%
- г) иное – 10%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 10%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 30%
- г) значительные временные затраты – 30%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 60,78%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 27,45%
- в) возможностей выбора не было – 7,84%
- г) иное – 1,96%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 90,2%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 7,84%
- в) иное – 1,96%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Камбарский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 40%
 - б) от 31 до 40 лет – 20%
 - в) от 41 до 50 лет – 10%
 - г) старше 50 лет – 30%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 0%
 - б) рабочий – 0%
 - в) офисный работник – 80%
 - г) пенсионер – 10%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 10%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 35,71%
 - б) один раз в месяц – 0%
 - в) несколько раз в месяц – 57,14%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 7,14%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 92,86%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 7,14%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 28,57%
 - б) нет – 71,43%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 75%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 25%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 50%
- г) значительные временные затраты – 50%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 92,86%
- б) нет – 7,14%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 69,23%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 7,69%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 15,38%
- г) иное – 7,69%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92,31%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 15,38%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 7,69%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 53,85%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 7,69%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 38,46%
- г) значительные временные затраты – 30,77%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 28,57%
- б) нет – 71,43%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 75%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 25%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 25%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 25%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 75%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 25%
- г) значительные временные затраты – 25%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 35,71%
- б) нет – 64,29%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 80%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 80%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 20%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 20%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 40%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 60%
- г) значительные временные затраты – 40%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 28,57%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 71,43%
- в) возможностей выбора не было – 0%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 50%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 42,86%
- в) иное – 7,14%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Кезский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 26,32%
 - б) от 31 до 40 лет – 31,58%
 - в) от 41 до 50 лет – 31,58%
 - г) старше 50 лет – 5,26%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 10,53%
 - б) рабочий – 10,53%
 - в) офисный работник – 47,37%
 - г) пенсионер – 10,53%
 - д) безработный – 5,26%
 - е) иная – 15,79%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 31,82%
 - б) один раз в месяц – 4,55%
 - в) несколько раз в месяц – 63,64%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 4,55%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 36,36%
 - б) нет – 63,64%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 50%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 37,5%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 50%
- г) значительные временные затраты – 12,5%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 68,18%
- б) нет – 31,82%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 73,33%
- б) да, на бензин марки А-76 – 13,33%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,33%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 6,67%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 86,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 13,33%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 6,67%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали 60%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 26,67%
- г) значительные временные затраты – 6,67%
- д) иные ограничения – 6,67%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 40,91%
- б) нет – 59,09%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 77,78%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 11,11%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 33,33%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 33,33%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 33,33%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 88,89%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 11,11%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 33,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 11,11%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 66,67%
- г) значительные временные затраты – 11,11%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 18,18%
 - б) нет – 77,27%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 75%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 25%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 75%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 25%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 25%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 75%
 - г) значительные временные затраты – 25%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 63,64%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 31,82%
 - в) возможностей выбора не было – 0%
 - г) иное – 4,55%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 86,36%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 13,64%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Кизнерский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 24%
 - б) от 31 до 40 лет – 16%
 - в) от 41 до 50 лет – 32%
 - г) старше 50 лет – 28%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 8%
 - б) рабочий – 26%
 - в) офисный работник – 22%
 - г) пенсионер – 16%
 - д) безработный – 10%
 - е) иная – 12%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 5,56%
 - б) один раз в месяц – 24,07%
 - в) несколько раз в месяц – 64,81%
 - г) один раз в год – 1,85%
 - д) иное – 1,85%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 92,59%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 9,26%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 53,7%
 - б) нет – 38,89%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 75,86%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 24,14%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 89,66%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 6,9%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 3,45%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 82,76%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 17,24%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 3,45%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 62,07%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 17,24%
- г) значительные временные затраты – 20,69%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 70,37%
- б) нет – 29,63%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 76,32%
- б) да, на бензин марки А-76 – 2,63%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 13,16%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 86,84%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 5,26%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 5,26%
- г) иное – 2,63%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92,11%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 10,53%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 78,95%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 7,89%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 5,26%
- г) значительные временные затраты – 7,89%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 22,22%
- б) нет – 72,22%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 66,67%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 33,33%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 75%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 25%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 8,33%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 8,33%
- г) значительные временные затраты – 33,33%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 59,26%
 - б) нет – 81,48%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 87,5%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 12,5%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 87,5%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 12,5%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 50%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 12,5%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 25%
 - г) значительные временные затраты – 25%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 62,96%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 29,63%
 - в) возможностей выбора не было – 1,85%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 85,19%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 9,26%
 - в) иное – 1,85%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Киясовский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 203%
 - б) от 31 до 40 лет – 20%
 - в) от 41 до 50 лет – 30%
 - г) старше 50 лет – 30%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 5%
 - б) рабочий – 20%
 - в) офисный работник – 55%
 - г) пенсионер – 5%
 - д) безработный – 5%
 - е) иная – 10%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 18,18%
 - б) один раз в месяц – 18,18%
 - в) несколько раз в месяц – 59,09%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 4,55%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 90,91%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 9,09%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 18,18%
 - б) нет – 72,73%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 75%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 25%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 25%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 25%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 25%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 52%
- г) значительные временные затраты – 25%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 95,45%
- б) нет – 4,55%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 80,95%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,29%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 4,76%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 76,19%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 9,52%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 14,29%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 76,19%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 23,81%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 4,760%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 47,62%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 4,76%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 47,62%
- г) значительные временные затраты – 33,32%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 13,64%
- б) нет – 81,82%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 66,67%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 33,33%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 33,33%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 33,33%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 13,64%
 - б) нет – 77,27%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 66,67%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 33,33%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 33,33%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 33,33%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 66,67%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 9,09%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 13,64%
 - в) возможностей выбора не было – 72,73%
 - г) иное – 4,55%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 54,55%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 40,91%
 - в) иное – 4,55%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Каракулинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 25%
 - б) от 31 до 40 лет – 25%
 - в) от 41 до 50 лет – 25%
 - г) старше 50 лет – 25%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 12,5%
 - б) рабочий – 37,5%
 - в) офисный работник – 25%
 - г) пенсионер – 25%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 0%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 23,08%
 - б) один раз в месяц – 23,08%
 - в) несколько раз в месяц – 38,46%
 - г) один раз в год – 7,69%
 - д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 84,62%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 46,15%
 - б) нет – 53,85%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 83,33%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 16,67%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16,67%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 53,85%
- б) нет – 46,15%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 71,43%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 28,57%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 71,43%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 57,14%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 14,29%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 46,15%
- б) нет – 53,85%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 66,67%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 33,33%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 83,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 50%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 33,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 38,46%
 - б) нет – 38,46%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 80%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 20%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 80%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 60%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 20%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 80%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 20%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 46,15%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 30,77%
 - в) возможностей выбора не было – 15,38%
 - г) иное – 7,69%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 53,85%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 38,46%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Красногорский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 19,23%
 - б) от 31 до 40 лет – 50%
 - в) от 41 до 50 лет – 7,69%
 - г) старше 50 лет – 23,08%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 7,69%
 - б) рабочий – 30,77%
 - в) офисный работник – 42,31%
 - г) пенсионер – 7,69%
 - д) безработный – 3,85%
 - е) иная – 7,69%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 10,71%
 - б) один раз в месяц – 28,57%
 - в) несколько раз в месяц – 57,14%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 3,57%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 35,71%
 - б) нет – 64,29%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 90%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 80%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 10%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 90%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 70%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 10%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 10%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 60,71%
- б) нет – 35,71%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 88,24%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 11,76%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 94,12%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 11,76%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 94,12%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5,88%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 14,29%
- б) нет – 85,71%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 100%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 25%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 75%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 75%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 21,43%
 - б) нет – 75%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 83,33%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 16,67%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 16,67%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 71,43%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 25%
 - в) возможностей выбора не было – 3,57%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 100%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 0%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.

Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Малопургинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 35,29%
 - б) от 31 до 40 лет – 29,41%
 - в) от 41 до 50 лет – 32,35%
 - г) старше 50 лет – 2,94%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 5,88%
 - б) рабочий – 14,71%
 - в) офисный работник – 50%
 - г) пенсионер – 0%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 29,41%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 34,21%
 - б) один раз в месяц – 5,26%
 - в) несколько раз в месяц – 52,63%
 - г) один раз в год – 5,26%
 - д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 94,74%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 5,26%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 36,846%
 - б) нет – 60,53%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 85,71%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 21,43 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%
 - д) иное – 14,29%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 71,43%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 21,43%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 7,14%
- г) иное – 7,14%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92,86%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 14,29%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 7,14%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 71,43%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 7,14%
- г) значительные временные затраты – 7,14%
- д) иные ограничения – 7,14%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 89,47%
- б) нет – 7,89%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 85,29%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 11,76%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 82,35%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 5,88%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 5,88%
- г) иное – 5,88%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 82,35%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 17,65%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 2,94%

г) иное – 2,94%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 70,59%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8,82%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 11,76%

г) значительные временные затраты – 2,94%

д) иные ограничения – 2,94%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

а) да – 23,68%

б) нет – 73,68%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

а) нет – 77,78%

б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 44,44%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 88,89%

б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 22,22%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,11%

г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 88,89%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 100%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%

г) значительные временные затраты – 0%

д) иные ограничения – 22,22%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 26,32%
 - б) нет – 71,05%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 80%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 10%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 10%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 70%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 10%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 10%
 - г) иное – 10%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 300%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 10%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 60%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 20%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 10%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 52,63%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 23,68%
 - в) возможностей выбора не было – 15,79%
 - г) иное – 2,63%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 78,95%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 13,16%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «город Можга»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 27,59%
 - б) от 31 до 40 лет – 48,28%
 - в) от 41 до 50 лет – 13,79%
 - г) старше 50 лет – 10,34%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 3,45%
 - б) рабочий – 34,48%
 - в) офисный работник – 27,59%
 - г) пенсионер – 3,45%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 31,03%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 36,67%
 - б) один раз в месяц – 3,33%
 - в) несколько раз в месяц – 53,33%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 6,67%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 93,33%
 - б) с целью перепродажи – 3,33%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 3,33%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 23,33%
 - б) нет – 73,33%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 42,86%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 28,57%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,29%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 57,14%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 14,29%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 14,29%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 85,71%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 14,29%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 0%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 42,86%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 42,86%

г) значительные временные затраты – 42,86%

д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 86,67%

б) нет – 13,33%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 80,77%

б) да, на бензин марки А-76 – 7,69%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 3,85%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 80,77%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 3,85%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 3,85%

г) иное – 3,85%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 73,08%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 34,62%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 7,69%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 38,46%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 26,92%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 23,08%
- г) значительные временные затраты – 7,69%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 33,33%
- б) нет – 60%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 60%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 20%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 10%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 60%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 20%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 30%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 10%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 30%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 30%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 10%
- г) значительные временные затраты – 20%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 10%
 - б) нет – 66,67%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 66,67%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 33,33%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 66,67%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 33,33%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 33,33%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 100%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 33,33%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 100%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 53,33%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 26,67%
 - в) возможностей выбора не было – 3,33%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 76,67%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 13,33%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Можгинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 21,28%
 - б) от 31 до 40 лет – 25,53%
 - в) от 41 до 50 лет – 29,79%
 - г) старше 50 лет – 23,4%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 8,51%
 - б) рабочий – 36,17%
 - в) офисный работник – 23,4%
 - г) пенсионер – 2,13%
 - д) безработный – 4,26%
 - е) иная – 19,15%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 2,13%
 - б) один раз в месяц – 19,15%
 - в) несколько раз в месяц – 65,96%
 - г) один раз в год – 4,26%
 - д) иное – 6,38%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 82,98%
 - б) с целью перепродажи – 2,13%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 10,64%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 42,55%
 - б) нет – 53,19%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 65%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 25%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 5%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 75%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 15%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 75%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 15%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 5%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 60%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 10%

г) значительные временные затраты – 10%

д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 85,11%

б) нет – 14,89%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 92,5%

б) да, на бензин марки А-76 – 2,5%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 5%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 82,5%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 10%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 2,5%

г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 67,5%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 27,5%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 2,5%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 70%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 2,5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 10%
- г) значительные временные затраты – 2,5%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 17,02%
- б) нет – 70,21%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 75%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 25%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 50%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 25%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 50%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 25%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 62,5%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 12,5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 12,5%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 21,28%
 - б) нет – 70,21%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 70%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 10%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 90%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 10%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 50%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 30%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 20%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 60%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 10%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 10%
 - д) иные ограничения – 10%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 63,83%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 10,64%
 - в) возможностью выбора не было – 21,28%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 85,11%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 6,38%
 - в) иное – 2,13%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «город Сарапул»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 37,78%
 - б) от 31 до 40 лет – 35,56%
 - в) от 41 до 50 лет – 13,33%
 - г) старше 50 лет – 13,33%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 15,56%
 - б) рабочий – 26,67%
 - в) офисный работник – 33,33%
 - г) пенсионер – 2,22%
 - д) безработный – 8,89%
 - е) иная – 8,89%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 37,5%
 - б) один раз в месяц – 4,17%
 - в) несколько раз в месяц – 54,17%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 4,17%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 95,83%
 - б) с целью перепродажи – 2,08%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 2,08%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 18,75%
 - б) нет – 75%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 77,78%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 22,22%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 33,33%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 55,56%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 11,11%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 22,22%
- г) значительные временные затраты – 11,11%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 75%
- б) нет – 22,92%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 69,44%
- б) да, на бензин марки А-76 – 2,78%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 19,44%
- г) да, на дизельное топливо – 2,78%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам 66,67 90%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 5,56%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 19,44%
- г) иное – 5,56%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 77,78%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 22,22%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 2,78%
- г) иное – 2,78%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 52,78%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8,33%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 19,44%
- г) значительные временные затраты – 22,22%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 37,5%
- б) нет – 58,33%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 88,89%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 11,11%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 5,56%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,11%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 61,11%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 38,89%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 72,22%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5,56%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 5,56%
- г) значительные временные затраты – 27,78%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 25%
 - б) нет – 66,67%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 91,67%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 66,67%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 8,33%
 - г) иное – 25%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 8,33%
 - г) иное – 8,33%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 16,67%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16,67%
 - г) значительные временные затраты – 16,67%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 47,92%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 27,08%
 - в) возможностей выбора не было – 20,83%
 - г) иное – 2,08%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 72,92%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 22,92%
 - в) иное – 2,08%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Сарапульский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 26,32%
 - б) от 31 до 40 лет – 5,26%
 - в) от 41 до 50 лет – 26,32%
 - г) старше 50 лет – 42,11%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 0%
 - б) рабочий – 31,58%
 - в) офисный работник – 21,05%
 - г) пенсионер – 10,53%
 - д) безработный – 10,53%
 - е) иная – 21,05%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 36,84%
 - б) один раз в месяц – 10,53%
 - в) несколько раз в месяц – 47,37%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 5,26%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 94,74%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 5,26%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 31,58%
 - б) нет – 52,63%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 83,33%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 16,67%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 83,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 16,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 66,67%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 16,67%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 78,95%
- б) нет – 21,05%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 73,33%
- б) да, на бензин марки А-76 – 6,67%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 6,67%
- г) да, на дизельное топливо – 6,67%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 86,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 6,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 6,67%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 6,67%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 80%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 6,67%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 6,67%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 31,58%
- б) нет – 57,89%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 50%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 33,33%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 16,67%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 50%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 33,33%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 33,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 33,33%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 10,53%
 - б) нет – 78,95%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 0%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 100%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 0%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 100%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 100%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 36,84%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 26,32%
 - в) возможностей выбора не было – 21,05%
 - г) иное – 5,26%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 57,89%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 31,58%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Селгинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 28,57%
 - б) от 31 до 40 лет – 28,57%
 - в) от 41 до 50 лет – 21,43%
 - г) старше 50 лет – 21,43%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 7,14%
 - б) рабочий – 21,43%
 - в) офисный работник – 35,71%
 - г) пенсионер – 7,14%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 28,57%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 27,78%
 - б) один раз в месяц – 5,56%
 - в) несколько раз в месяц – 66,67%
 - г) один раз в год – 0%
 - д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 50%
 - б) нет – 44,44%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 88,89%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 11,11%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 33,33%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 88,89%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 11,11%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 88,89%
- б) нет – 11,11%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 81,25%
- б) да, на бензин марки А-76 – 6,25%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 6,25%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 87,5%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 11,11%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 93,75%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 6,25%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 93,75%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 13,33%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 22,22%
- б) нет – 77,78%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 25%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 50%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 25%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 25%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 25%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 50%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 50%
- г) значительные временные затраты – 50%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 33,33%
 - б) нет – 61,11%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 50%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 33,33%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 33,33%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 38,89%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 22,22%
 - в) возможностей выбора не было – 38,89%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 83,33%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 16,67%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Сюмсинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 25,64%
 - б) от 31 до 40 лет – 35,9%
 - в) от 41 до 50 лет – 20,51%
 - г) старше 50 лет – 17,95%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 2,56%
 - б) рабочий – 33,33%
 - в) офисный работник – 35,9%
 - г) пенсионер – 0%
 - д) безработный – 10,26%
 - е) иная – 15,38%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 7,14%
 - б) один раз в месяц – 16,67%
 - в) несколько раз в месяц – 59,52%
 - г) один раз в год – 2,38%
 - д) иное – 7,14%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 90,48%
 - б) с целью перепродажи – 2,38%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 2,38%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 45,24%
 - б) нет – 47,62%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 94,74%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 78,95%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 10,53%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 84,21%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 15,79%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 31,58%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5,26%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 52,63%

г) значительные временные затраты – 10,53%

д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 88,1%

б) нет – 11,9%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 81,08%

б) да, на бензин марки А-76 – 5,41%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 10,81%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 78,38%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 8,11%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 10,81%

г) иное – 2,7%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 91,89%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 13,51%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 64,86%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 2,7%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 24,32%
- г) значительные временные затраты – 8,11%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 14,29%
- б) нет – 78,57%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 83,33%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 16,67%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 50%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 16,67%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 16,67%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 26,19%
- б) нет – 76,19%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 81,82%
- б) да, на бензин марки А-76 – 18,18%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 9,09%
- г) иное – 9,09%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 90,91%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 9,09%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 63,64%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 27,27%
- г) значительные временные затраты – 9,09%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 19,05%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 9,52%
- в) возможностей выбора не было – 66,67%
- г) иное – 0%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 71,43%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 23,81%
- в) иное – 2,38%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Увинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 34,04%
 - б) от 31 до 40 лет – 25,53%
 - в) от 41 до 50 лет – 21,28%
 - г) старше 50 лет – 19,15%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 14,89%
 - б) рабочий – 19,15%
 - в) офисный работник – 48,94%
 - г) пенсионер – 4,26%
 - д) безработный – 12,77%
 - е) иная – 0%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 10%
 - б) один раз в месяц – 38%
 - в) несколько раз в месяц – 42%
 - г) один раз в год – 6%
 - д) иное – 4%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 34%
 - б) нет – 60%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 82,35%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 17,65%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 64,71%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 23,53%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,76%
- г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 82,35%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 5,88%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 11,76%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 29,41%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 52,94%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 17,65%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 5,88%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 60%
- б) нет – 40%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 80%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 3,33%
- д) иное – 13,33%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 6,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 3,33%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 96,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 13,33%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 3,33%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 60%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 26,67%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 3,33%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 3,33%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 12%
- б) нет – 84%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 83,33%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 16,67%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 83,33%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 83,33%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 16,67%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 33,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 66,67%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 14%
 - б) нет – 84%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 85,71%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 57,14%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 28,57%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 57,14%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 14,29%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 28,57%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 28,57%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 14,29%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 42,86%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 14,29%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 32%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 64%
 - в) возможностей выбора не было – 4%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 82%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 10%
 - в) иное – 6%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Шарканский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 29,41%
 - б) от 31 до 40 лет – 52,94%
 - в) от 41 до 50 лет – 17,65%
 - г) старше 50 лет – 0%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 11,76%
 - б) рабочий – 17,65%
 - в) офисный работник – 47,06%
 - г) пенсионер – 0%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 23,53%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 38,1%
 - б) один раз в месяц – 0%
 - в) несколько раз в месяц – 52,38%
 - г) один раз в год – 4,76%
 - д) иное – 4,76%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 100%
 - б) с целью перепродажи – 0%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 0%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 23,81%
 - б) нет – 76,19%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 80%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 80%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 20%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 60%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 40%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 80%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 20%

г) значительные временные затраты – 0%

д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 95,24%

б) нет – 4,76%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 90%

б) да, на бензин марки А-76 – 0%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 5%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 70%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 10%

г) иное – 15%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 80%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 15%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 40%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 5%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 35%
- г) значительные временные затраты – 35%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 28,57%
- б) нет – 61,9%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 83,33%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 16,67%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 66,67%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 16,67%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 16,67%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 4,76%
 - б) нет – 80,95%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 100%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 100%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 38,1%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 33,33%
 - в) возможностей выбора не было – 19,05%
 - г) иное – 0%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 80,95%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 9,52%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Юкаменский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) да
- б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):

- а) от 18 до 30 лет – 26,83%
- б) от 31 до 40 лет – 29,27%
- в) от 41 до 50 лет – 26,83%
- г) старше 50 лет – 17,07%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):

- а) студент учебного учреждения – 7,32%
- б) рабочий – 34,15%
- в) офисный работник – 34,15%
- г) пенсионер – 14,63%
- д) безработный – 4,88%
- е) иная – 4,88%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) ежедневно – 17,07%
- б) один раз в месяц – 21,95%
- в) несколько раз в месяц – 46,34%
- г) один раз в год – 14,63%
- д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 90,24%
- б) с целью перепродажи – 0%
- в) с целью обмена на другой товар – 7,32%
- г) иное – 2,44%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:

- а) да – 26,83%
- б) нет – 68,29%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:

- а) нет – 81,82%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 18,18%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 63,64%
- б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 9,09%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 9,09%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 45,45%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 27,27%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 18,18%
- г) значительные временные затраты – 9,09%
- д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

- а) да – 60,98%
- б) нет – 31,71%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

- а) нет – 76%
- б) да, на бензин марки А-76 – 20%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 8%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 60%
- б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 20%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16%
- г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 92%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 12%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 64%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 8%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 16%
- г) значительные временные затраты – 20%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 29,27%
- б) нет – 68,29%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 50%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 8,33%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 41,67%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 25%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 50%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 83,33%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 8,33%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 21,95%
 - б) нет – 73,17%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 88,89%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 11,11%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 77,78%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 11,11%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 88,89%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 11,11%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 12,2%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 2,44%
 - в) возможностей выбора не было – 75,61%
 - г) иное – 7,32%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 68,29%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 9,76%
 - в) иное – 17,07%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

**Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году.
Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.**

МО «Якшур-Бодьинский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) да
 - б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):
 - а) от 18 до 30 лет – 39,29%
 - б) от 31 до 40 лет – 17,86%
 - в) от 41 до 50 лет – 21,43%
 - г) старше 50 лет – 21,43%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):
 - а) студент учебного учреждения – 0%
 - б) рабочий – 35,71%
 - в) офисный работник – 35,71%
 - г) пенсионер – 7,14%
 - д) безработный – 0%
 - е) иная – 21,43%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) ежедневно – 24,14%
 - б) один раз в месяц – 10,34%
 - в) несколько раз в месяц – 58,62%
 - г) один раз в год – 3,45%
 - д) иное – 3,45%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:
 - а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 93,1%
 - б) с целью перепродажи – 3,45%
 - в) с целью обмена на другой товар – 0%
 - г) иное – 3,45%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:
 - а) да – 20,69%
 - б) нет – 75,86%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:
 - а) нет – 100%
 - б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
 - г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 83,33%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 16,67%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 66,67%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 33,33%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 66,67%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%

г) значительные временные затраты – 16,67%

д) иные ограничения – 0%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 93,1%

б) нет – 6,9%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 70,37%

б) да, на бензин марки А-76 – 3,7%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 14,81%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 81,48%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 11,11%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 3,7%

г) иное – 3,7%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО 74,07%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 25,93%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 74,07%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 11,11%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 11,11%
- г) значительные временные затраты – 3,7%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 17,24%
- б) нет – 79,31%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 60%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 40%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 80%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 20%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 60%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 4 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 80%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:
- а) да – 10,34%
 - б) нет – 79,31%
22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:
- а) нет – 33,33%
 - б) да, на бензин марки А-76 – 0%
 - в) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
 - г) да, на бензин марки Аи-95 – 33,33%
 - д) иное – 0%
23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:
- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 66,67%
 - б) заменили бы дизельное топливо на другой товар – 0%
 - в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%
 - г) иное – 0%
24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:
- а) на АЗС, расположенных в МО – 0%
 - б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 66,67%
 - в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
 - г) иное – 0%
25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:
- а) ограничения отсутствовали – 0%
 - б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 33,33%
 - в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
 - г) значительные временные затраты – 0%
 - д) иные ограничения – 0%
26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году
- а) да, такая возможность существовала – 75,86%
 - б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 13,79%
 - в) возможностей выбора не было – 6,9%
 - г) иное – 3,45%
27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:
- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 89,66%
 - б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 6,9%
 - в) иное – 0%

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

Рынок розничной реализации бензина автомобильного и дизельного топлива в географических границах муниципальных образований Удмуртской Республики в 2009 году. Анкетирование проведено в период с апреля по май 2010 года.

МО «Ярский район»

1. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) да
- б) нет

2. Ваша принадлежность к возрастной группе (для физ. лиц):

- а) от 18 до 30 лет – 14,29%
- б) от 31 до 40 лет – 14,29%
- в) от 41 до 50 лет – 21,43%
- г) старше 50 лет – 50%

3. Ваша принадлежность к социальной группе (для физ. лиц):

- а) студент учебного учреждения – 3,57%
- б) рабочий – 28,57%
- в) офисный работник – 28,57%
- г) пенсионер – 7,14%
- д) безработный – 0%
- е) иная – 25%

4. Как часто Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) ежедневно – 3,45%
- б) один раз в месяц – 24,14%
- в) несколько раз в месяц – 62,07%
- г) один раз в год – 10,34%
- д) иное – 0%

5. С какой целью Вы (Ваше предприятие) приобретали моторное топливо в розницу (бензин автомобильный и дизельное топливо) в 2009 году:

- а) с целью удовлетворения личных потребностей (собственных потребностей предприятия) – 86,21%
- б) с целью перепродажи – 0%
- в) с целью обмена на другой товар – 0%
- г) иное – 13,79%

6. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки А-76 в розницу в 2009 году:

- а) да – 44,83%
- б) нет – 44,83%

7. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки А-76:

- а) нет – 84,62%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 7,69%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

8. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки А-76, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки А-76 и по новым ценам – 84,62%

б) заменили бы бензин марки А-76 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 0%

г) иное – 0%

9. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки А-76 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 84,62%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 7,69%

в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%

г) иное – 0%

10. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки А-76 за пределами МО в 2009 году:

а) ограничения отсутствовали – 46,15%

б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%

в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной удаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 23,08%

г) значительные временные затраты – 7,69%

д) иные ограничения – 15,38%

11. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-92 в розницу в 2009 году:

а) да – 89,66%

б) нет – 6,9%

12. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-92:

а) нет – 88,46%

б) да, на бензин марки А-76 – 7,69%

в) да, на бензин марки Аи-95 – 3,85%

г) да, на дизельное топливо – 0%

д) иное – 0%

13. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-92, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-92 и по новым ценам – 84,62%

б) заменили бы бензин марки Аи-92 на другой товар – 0%

в) отказались бы от приобретения данного товара – 3,85%

г) иное – 0%

14. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-92 в 2009 году:

а) на АЗС, расположенных в МО – 80,77%

б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 15,38%

- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

15. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-92 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 65,38%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 3,85%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 3,85%
- д) иные ограничения – 0%

16. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) бензин марки Аи-95 в розницу в 2009 году:

- а) да – 13,79%
- б) нет – 68,97%

17. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемый Вами в розницу бензин марки Аи-95:

- а) нет – 75%
- б) да, на бензин марки Аи-92 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-95 – 500%
- г) да, на дизельное топливо – 0%
- д) иное – 0%

18. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на бензин марки Аи-95, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать бензин марки Аи-95 и по новым ценам – 100%
- б) заменили бы бензин марки Аи-95 на другой товар – 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 25%
- г) иное – 0%

19. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу бензин марки Аи-95 в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 100%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 25%

20. Какие факторы затрудняли приобретение бензина марки Аи-95 за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 100%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 0%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

21. Укажите, приобретали ли Вы (Ваше предприятие) дизельное топливо в розницу в 2009 году:

- а) да – 24,14%
- б) нет – 51,72%

22. Готовы ли Вы (Ваше предприятие) были в 2009 году заменить приобретаемое Вами в розницу дизельное топливо:

- а) нет – 71,43%
- б) да, на бензин марки А-76 – 0%
- в) да, на бензин марки Аи-92 – 14,29%
- г) да, на бензин марки Аи-95 – 0%
- д) иное – 0%

23. В случае, если бы в 2009 году произошло долговременное повышение розничных цен (на 5-10%) на дизельное топливо, Ваши действия (действия Вашего предприятия) были бы следующими:

- а) продолжили бы приобретать дизельное топливо и по новым ценам – 71,43%
- б) заменили бы дизельное топливо на другой товар 14,29 0%
- в) отказались бы от приобретения данного товара – 14,29%
- г) иное – 0%

24. Укажите, где Вы (Ваше предприятие) чаще всего приобретали в розницу дизельное топливо в 2009 году:

- а) на АЗС, расположенных в МО – 71,43%
- б) на АЗС, расположенных на территории УР, но за пределами МО – 0%
- в) на АЗС, расположенных за пределами УР – 0%
- г) иное – 0%

25. Какие факторы затрудняли приобретение дизельного топлива за пределами МО в 2009 году:

- а) ограничения отсутствовали – 57,14%
- б) ограничения присутствовали со стороны хозяйствующих субъектов (продавцов), имеющих значительное влияние на рынке нефтепродуктов: высокий уровень отпускных розничных цен, некачественное топливо – 0%
- в) значительные транспортные расходы, связанные с территориальной отдаленностью потребителя от АЗС продавца, расположенного за пределами административных границ МО – 14,29%
- г) значительные временные затраты – 0%
- д) иные ограничения – 0%

26. Существовала ли у Вас (Вашего предприятия) возможность выбора продавцов моторного топлива и используемой Вами марки на территории МО в 2009 году

- а) да, такая возможность существовала – 62,07%
- б) да, но выбор был ограничен небольшим количеством хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию нефтепродуктов с приблизительно одинаковыми условиями (в том числе и по ассортименту) – 20,69%
- в) возможностей выбора не было – 0%
- г) иное – 3,45%

27. На Ваш взгляд, был ли удовлетворен спрос на моторное топливо используемой Вами марки на территории МО в 2009 году:

- а) да, спрос был полностью удовлетворен – 75,86%
- б) нет, спрос в полной мере удовлетворен не был – 10,34%
- в) иное – 0%

