

ДОКЛАД

о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова за 2017 год

Развитие эффективной конкурентной среды является необходимым условием стабильного экономического роста и решением социальных проблем. На фоне замедления роста ВВП основными приоритетами социально-экономического развития становятся улучшение инвестиционного климата, развитие конкуренции и снижение административного давления на бизнес.

В целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции, и выработке мероприятий по развитию конкуренции в городе Иванове, Администрацией города Иванова был проведен мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городе Иванове.

Анкетирование проводилось по двум направлениям: опрос субъектов предпринимательской деятельности для оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг и потребителей товаров и услуг для оценки удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках Ивановской области.

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городе Иванове проведено анкетирование с общей выборкой в 120 респондентов.

Результаты анкетирования субъектов предпринимательской деятельности в рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова

В рамках мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды в городе Иванове были проанкетированы представители субъектов предпринимательской деятельности города Иванова. В анкетировании приняли участие 70 респондентов.

Объект исследования – население города Иванова (представители субъектов предпринимательской деятельности).

Предмет исследования – наличие (отсутствие) административных барьеров и оценка состояния конкурентной среды в городе Иванове.

По периоду времени, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, респонденты распределились следующим образом (рис. 1).

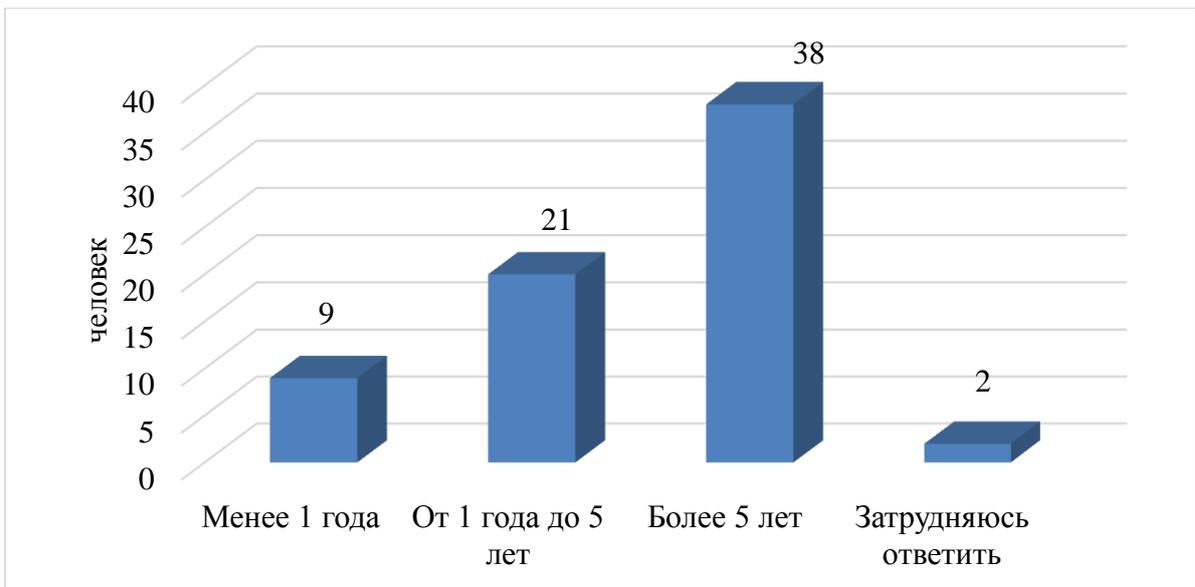


Рис. 1. Период времени, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности

В анкетировании принимали участие: 29 респондентов (41%) - собственники бизнеса (совладельцы), 18 человек (26%) - руководители высшего звена, 11 человек (16%) - руководители среднего звена и 12 человек (17%) не руководящие сотрудники.

Из общего числа субъектов бизнеса 35 респондентов ответили, что в их организации работает до 15 человек, 32 предпринимателя ответили, что их организация численностью - от 16 до 100 сотрудников и только 3 респондента ответили, что численность сотрудников их организации составляет - от 101 до 250 человек (рис.2).

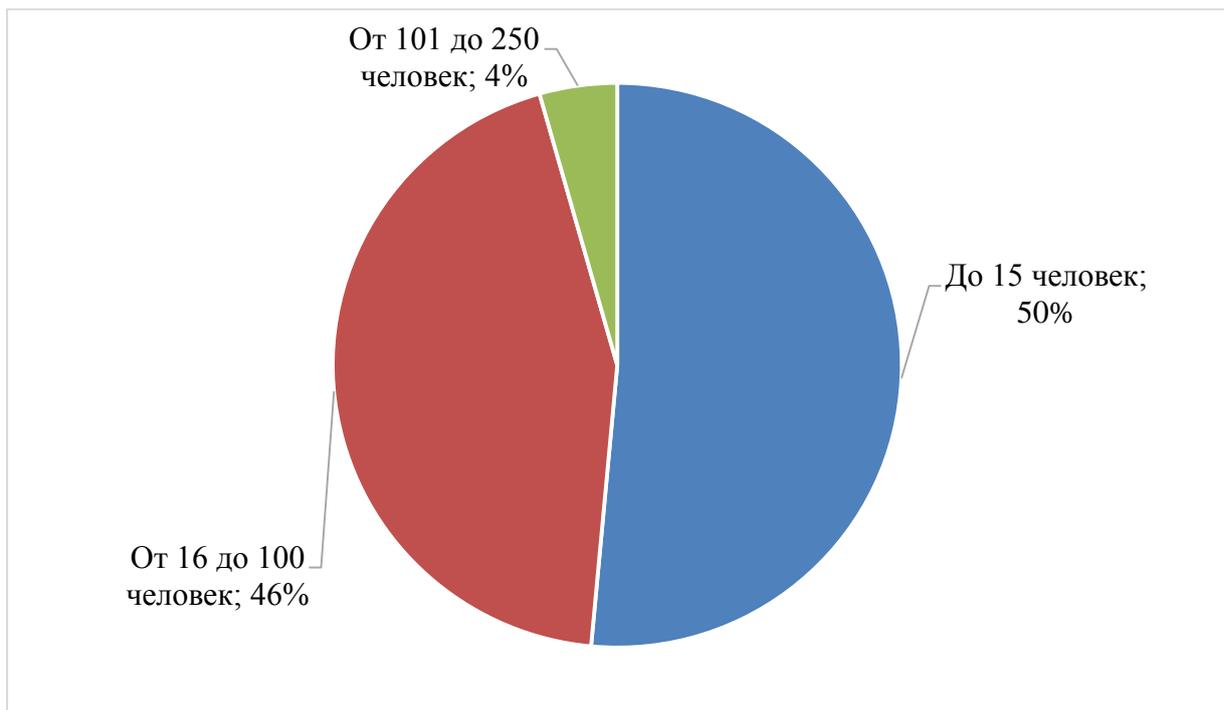


Рис. 2. Структура опрошенных по численности работников

По величине годового оборота бизнеса данные разделились следующим образом: 46 респондентов (66%) ответили, что имеют оборот до 120 млн.руб. (микро предприятие), 4 респондента (9 %) - от 120 до 800 млн.руб. (малое предприятие) и 20 человек (28%) - опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.

Отраслевая принадлежность респондентов отражена в табл.1

Таблица 1. Распределение респондентов по сферам деятельности

| Наименование сферы деятельности | Количество, чел. | Доля, % |
|--|------------------|---------|
| Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) | 12 | 17 |
| Транспорт и связь | 10 | 14,3 |
| Образование | 10 | 14,3 |
| Текстильное и швейное производство | 6 | 8,6 |
| Строительство | 6 | 8,6 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 3 | 4,3 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 3 | 4,3 |
| Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака | 2 | 2,9 |
| Производство резиновых и пластмассовых изделий | 2 | 2,9 |
| Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт | 2 | 2,9 |
| Гостиницы и рестораны | 2 | 2,9 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 2 | 2,9 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | 1 | 1,4 |
| Целлюлозно-бумажное производство; издательская деятельность | 1 | 1,4 |
| Производство готовых металлических изделий | 1 | 1,4 |
| Производство машин и оборудования | 1 | 1,4 |

| | | |
|---|----|-----|
| Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования | 1 | 1,4 |
| Предоставление коммунальных услуг | 1 | 1,4 |
| Другое | 4 | 5,7 |
| Итого | 70 | 100 |

По результатам опроса респондентов можно сделать вывод, что наибольший удельный вес пришелся на субъекты предпринимательской деятельности, осуществляющие свою деятельность в розничной торговле 17 %, транспорт и связь – 14,3%, образование 14,3%, текстильное и швейное производство – 8,6% и строительство – 8,6%.

Большинство субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в опросе, оказывают услуги населению – 43%, 44% - осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, 9% - производят конечную продукцию и 4% - занимаются компонентами для производства конечной продукции.

Большинство респондентов осуществляют свою деятельность на рынке Ивановской области – 53%, на локальном рынке (отдельное муниципальное образование) – 37%, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – 6% и 3% на рынке Российской Федерации (рис.3).



Рис.3 Распределение респондентов по географическим рынкам

В рамках мониторинга были получены оценки представителей хозяйствующих субъектов относительно уровня конкурентной среды на представляемых ими рынках. Согласно полученным данным, респонденты в целом позитивно оценивают состояние конкурентной среды в городе Иванове. Около трети респондентов (34%) оценили конкурентную среду на рынках как «умеренную» (табл. 2).

Таблица 2. Оценка состояния конкурентной среды

| Утверждение | Количество респондентов |
|--|-------------------------|
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – нет конкуренции | 4 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – слабая конкуренция | 19 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год и чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – умеренная конкуренция | 24 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год и чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3года) применять новые способные повышения, не используемые компанией ранее – высокая конкуренция | 10 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее – высокая конкуренция | 6 |
| Затрудняюсь ответить | 7 |

Большинство респондентов считают, что на представляемом ими рынке большое число конкурентов – 36 чел. (рис. 4).

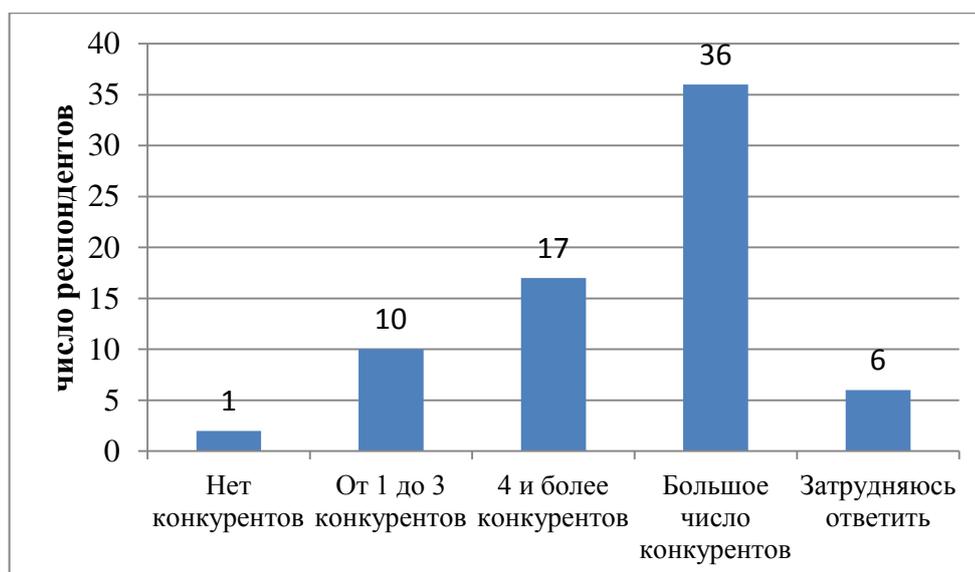


Рис. 4. Число конкурентов бизнеса, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу)

По мнению 17 опрошенных представителей бизнеса, число конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке составило 4 и более конкурентов, 10 чел. считают, что количество конкурентов - от 1 до 3, 1 – нет конкурентов и 6 - затрудняются ответить.

За последние 3 года, по мнению 26 опрошенных представителей бизнеса (37%), число конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента, 20 респондентов (29%) считают, что увеличилось более чем на 4 единицы, 7 человек (10%) - не изменилось, 6 человек (8%) сократилось и 11 человек (16%) - затруднились ответить.

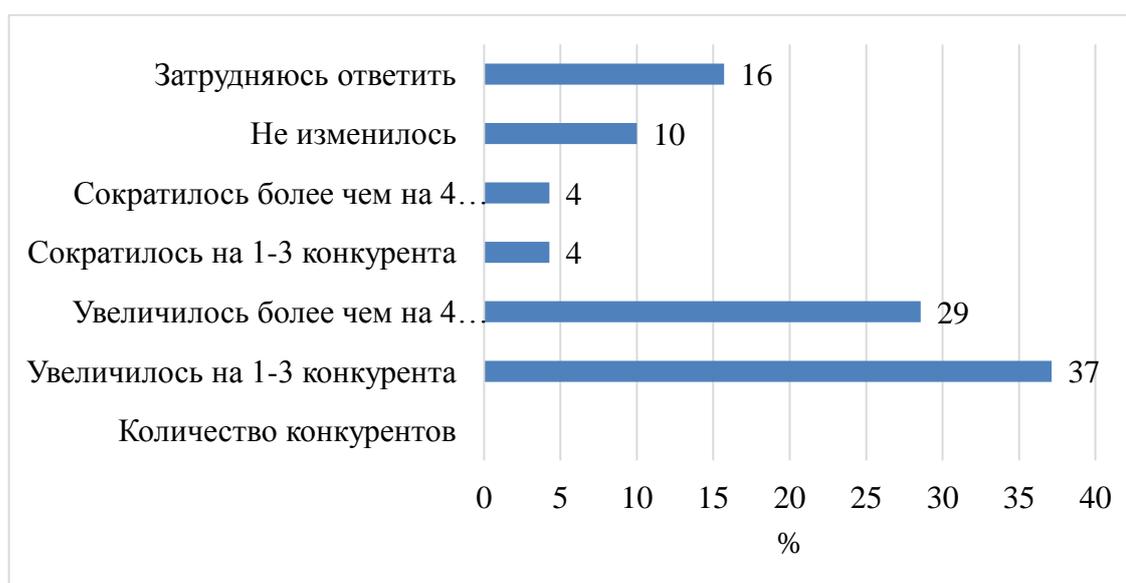


Рис.5 Изменение числа конкурентов бизнеса за последние 3 года (%)

Основное количество респондентов удовлетворительно оценивают качество информации о состоянии конкурентной среды.

Основное нарекание вызывает уровень понятности данной информации (табл.3).

Таблица 3. Результаты оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ивановской области (число ответивших)

| | Удовлетворительное | Скорее удовлетворительное | Скорее неудовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить/мне ничего не известно о такой информации |
|---------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------|--|
| Уровень доступности | 33 | 20 | 6 | 3 | 8 |
| Уровень понятности | 29 | 16 | 16 | 1 | 8 |
| Удобство получения | 29 | 19 | 8 | 5 | 9 |

По данным опроса большинство респондентов ориентируются на достаточно большое число поставщиков (4 и более) и удовлетворительно оценивают состояние конкуренции между поставщиками (табл. 4).

Таблица 4. Оценка предпринимателями уровня поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для производства и реализации собственной продукции (число ответивших)

| | Единственный поставщик/ Неудовлетво | 2-3 поставщика/ Скорее | 4 и более поставщика/ Скорее удовлетвори | Большое количество поставщиков / | Затрудняюсь ответить |
|---|-------------------------------------|------------------------|--|----------------------------------|----------------------|
| Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги) | 5 | 17 | 21 | 14 | 13 |
| Удовлетворенность состоянием | 7 | 10 | 23 | 12 | 18 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги) | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

Основными видами закупаемого товара являются: продукты питания, алкоголь, запчасти, ГСМ, текстильная продукция, услуги дополнительного образования, сырье, металл, оборудование, недвижимость, строительные материалы и перевозки пассажиров.

На вопрос об указании наименования товара, работ, услуг, закупаемых бизнесом для производства и реализации собственной продукции, конкуренция между поставщиками которых оценивается как неудовлетворительная, многие респонденты ответили «затрудняюсь ответить».

По мнению некоторых опрошенных представителей бизнеса, товарами и услугами, на которые конкуренция между поставщиками оценивается как неудовлетворительная – являются ГСМ, запчасти, бытовая химия, материальные базы, оснащение, транспорт, реклама, логистика (табл.5).

Таблица 5. Распределение вариантов ответа респондентов относительно видов товаров, работ и услуг, закупаемых для производства и реализации собственной продукции, конкуренцию между поставщиками которых оценивается как неудовлетворительная

| Вид товара | Количество респондентов |
|---|-------------------------|
| ГСМ, запчасти, бытовая химия | 6 |
| материальные базы, оснащение | 3 |
| транспорт, реклама, логистика | 3 |
| детское питание(готовые обеды) | 1 |
| древесина, оборудование | 1 |
| инновационное оборудование | 1 |
| литература | 1 |
| недвижимость | 1 |
| печатные | 1 |
| производство инструментов | 1 |
| строительные материалы | 1 |
| ткань, текстильное производство | 1 |
| чернила для оргтехники, электронная программа | 1 |
| затрудняюсь ответить | 48 |

Приоритетными и социально-значимыми для развития конкуренции большинство опрошенных респондентов считают в основном торговлю и промышленность.

Таблица 6. Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос: КАКОЙ ОТРАСЛЕВОЙ РЫНОК В ВАШЕМ РАЙОНЕ/ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ВЫ СЧИТАЕТЕ ПРИОРИТЕТНЫМИ И СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫМИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ?

| | Количество респондентов |
|------------------------------------|-------------------------|
| торговля | 6 |
| промышленный комплекс | 2 |
| деревообработка | 1 |
| здравоохранение | 1 |
| услуги дополнительного образования | 1 |
| недвижимость | 1 |
| рынок медицинских услуг | 1 |
| строительство | 1 |
| текстильная промышленность | 1 |
| типографический | 1 |
| затрудняюсь ответить | 54 |

На вопрос «СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО КОНКУРЕНЦИЯ НА ВАШЕМ ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ В ВАШЕМ РАЙОНЕ/ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ИМЕЕТ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ?» ответили утвердительно 22 респондента, а 7 респондентов ответили «нет», остальные не дали никакого ответа.

Распределение мнений респондентов относительно существования административных барьеров для ведения и открытия бизнеса отражены в табл. 7.

Таблица 7. Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса

| Наименование административного барьера | Количество респондентов |
|---|-------------------------|
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 12 |
| Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность | 35 |
| Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях) | 9 |
| Сложность/затянутость процедуры получения лицензий | 15 |
| Высокие налоги | 43 |

| | |
|--|---|
| Необходимость установления партнерских отношений с органами власти | 5 |
| Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий | 5 |
| Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок | 6 |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.) | 5 |
| Иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников | 3 |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.) | 4 |
| Нет ограничений | 6 |
| Другое (пожалуйста укажите) | 0 |

Из представленных данных можно сделать вывод, что большинство респондентов отмечают в качестве ограничений ведения предпринимательской деятельности высокие налоги и нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность. Также существенная часть субъектов предпринимательской деятельности отмечают сложности в получении доступа к земельным участкам и сложность (затянутость) процедуры получения лицензий. Вместе с тем, 6 респондентов считают, что административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в городе Иванове отсутствуют.

Большинство респондентов (21) считают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают ведению бизнеса. Значительная часть опрошенных (20 чел.) затруднились ответить на данный вопрос. При этом 8 опрошенных представителей бизнеса отметили, что органы власти помогают бизнесу своими действиями (табл.8).

Таблица 8. Оценка субъектами бизнеса деятельности органов власти в отношении ведения бизнеса

| Деятельность органов власти | Количество респондентов |
|--|-------------------------|
| Органы власти помогают бизнесу своими действиями | 8 |
| Органы власти ничего не предпринимают, что и требуется | 4 |
| Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо | 8 |
| Органы власти только мешают бизнесу своими действиями | 9 |
| В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают | 21 |
| Затрудняюсь ответить | 20 |
| Другое | 0 |

По результатам мониторинга получены следующие оценки субъектами предпринимательской деятельности наличия и возможности преодоления административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке (табл. 9).

Таблица 9. Наличие административных барьеров для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса и возможности их преодоления

| Утверждение по административным барьерам | Количество респондентов | % |
|--|-------------------------|----|
| Есть непреодолимые административные барьеры | 4 | 6 |
| Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат | 23 | 33 |
| Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат | 24 | 34 |
| Нет административных барьеров | 12 | 17 |
| Затрудняюсь ответить | 7 | 10 |

Из представленных данных можно сделать вывод, что большинство респондентов (34%) отмечают наличие административных барьеров, которые возможно преодолеть без существенных затрат. Также большая часть субъектов предпринимательской деятельности (33%) считают, что на рынке присутствуют административные барьеры и они преодолимы только при осуществлении значительных затрат. Вместе с тем, 6% хозяйствующих субъектов утверждают, что административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса непреодолимы. 17% опрошенных представителей бизнеса отметили, что административных барьеров нет.

При этом 10% опрошенных представителей бизнеса затруднились с ответом на данный вопрос. Наглядно результаты отражены на рис. 6.

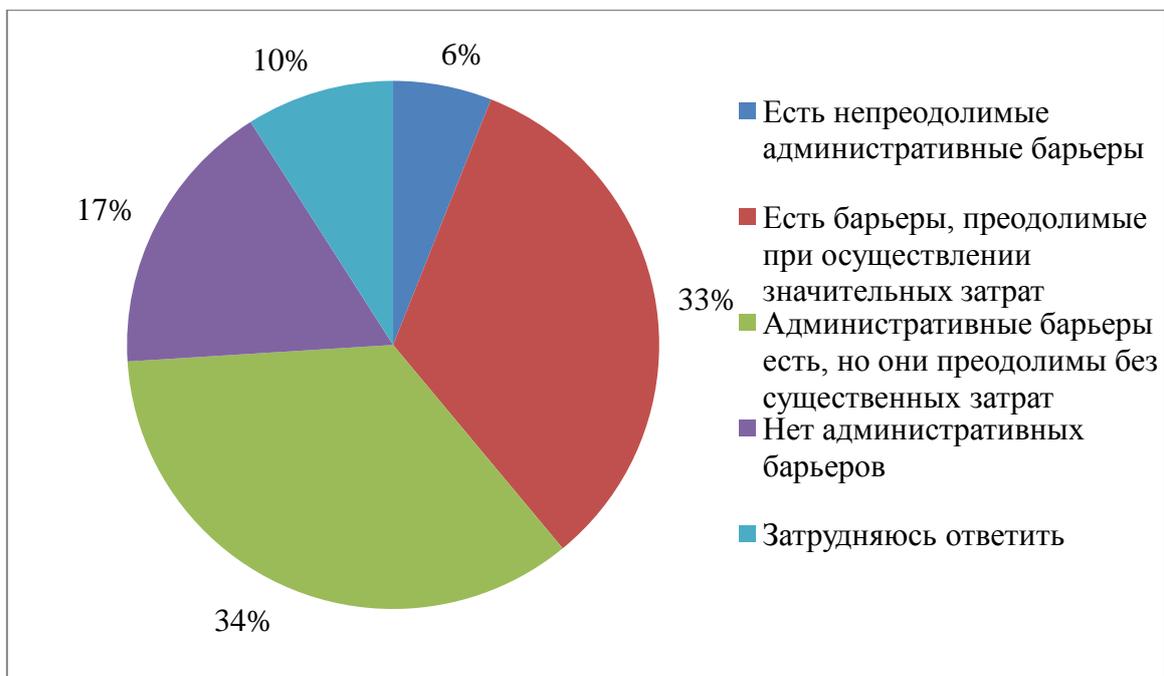


Рисунок 6. Результаты оценки наличия административных барьеров для ведения и открытия бизнеса

За последние 3 года, по оценке большинства представителей предпринимательской деятельности (34%), бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше (табл. 10).

Таблица 10. Уровень административных барьеров на рынке для бизнеса в течение последних 3 лет

| Уровень административных барьеров | Количество респондентов | % |
|---|-------------------------|----|
| Административные барьеры были полностью устранены | 0 | 0 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 24 | 34 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 13 | 19 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 11 | 16 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 3 | 4 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 4 | 6 |
| Затрудняюсь ответить | 15 | 21 |

Согласно полученным данным, 16% респондентов считают, что бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. За последние три года, по мнению 19% опрошенных представителей бизнеса, уровень и количество административных барьеров не изменились. Существенная часть субъектов

предпринимательской деятельности (21%) затруднились ответить на вопрос об уровне административных барьеров на рынке для бизнеса.

Результаты оценки характеристик услуг субъектов естественных монополий в Ивановской области представлены в табл. 11.

При оценке использовались следующие критерии:

1. Удовлетворительно/ низкая.
2. Скорее удовлетворительно/скорее низкая.
3. Скорее неудовлетворительно/скорее высокая.
4. Неудовлетворительно/высокая.
5. Затрудняюсь ответить.

Таблица 11. Распределение мнений респондентов относительно характеристик услуг субъектов естественных монополий в Ивановской области (число ответивших)

| | Сроки получения доступа | | | | | Сложность (количество) процедур подключения | | | | | Стоимость подключения | | | | |
|------------------------------|-------------------------|----|----|---|----|---|----|----|---|----|-----------------------|----|----|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Водоснабжение, водоотведение | 14 | 12 | 15 | 5 | 24 | 8 | 8 | 22 | 4 | 28 | 7 | 11 | 14 | 6 | 32 |
| Газоснабжение | 10 | 10 | 15 | 6 | 29 | 9 | 9 | 17 | 6 | 29 | 9 | 1 | 17 | 9 | 34 |
| Электроснабжение | 13 | 10 | 18 | 4 | 25 | 9 | 8 | 20 | 5 | 28 | 9 | 9 | 15 | 4 | 33 |
| Теплоснабжение | 12 | 11 | 15 | 6 | 26 | 9 | 9 | 18 | 5 | 29 | 9 | 4 | 16 | 7 | 34 |
| Телефонная связь | 20 | 10 | 12 | 4 | 24 | 17 | 11 | 13 | 5 | 24 | 14 | 5 | 15 | 5 | 31 |

Мнения респондентов относительно сложности подключения к коммуникациям существенно отличаются, однако наибольшее количество процедур осуществляется при подключении к тепловым сетям, а наименьшее – при получении доступа к земельным участкам.

Оценки сроков получения услуг также неоднозначны. Наибольшие сроки получения характерны для подключения к электросетям и тепловым сетям, быстрее всего можно получить доступ к земельным участкам.

Результаты анкетирования потребителей товаров, работ и услуг в рамках мониторинга состояния конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова

В рамках мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках города Иванова и состоянием ценовой конкуренции были проанкетированы потребители товаров, работ и услуг на товарных рынках города Иванова. В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городе Иванове проведено анкетирование с общей выборкой в 50 респондентов.

Объект исследования – население города Иванова (потребители).

Предмет исследования – удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках города Иванова и состоянием ценовой конкуренции.

В анкетировании приняло участие 20 мужчин и 30 женщин от общего числа респондентов. Большинство респондентов 28 человек принадлежат к возрастной группе от 36 до 50 лет, 12 человек – к возрастной группе от 21 до 35 лет, 8 человек - старше 51 лет, 2 человека респондентов - моложе 20 лет. По социальному статусу респонденты распределились следующим образом: работают – 39 человек, пенсионеры – 6 человек, учатся – 5 человек. 2 ребенка имеют 20 опрошенных, у 13 - нет детей, у 12 - 1 ребенок, еще у 5 респондентов - от 3 и более детей.

Большинство опрошенных имеют высшее образование – 30 человек, среднее специальное образование имеют 11 человек респондентов, 7 человек имеют неполное высшее образование, общее среднее – 2 человека опрошенных. По итогам оценки потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках города Иванова, получены следующие результаты (таблица 13).

Таблица 12. Оценка потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках города Иванова

| | Избыточно (много) | Достаточно | Мало | Нет совсем | Затрудняюсь ответить |
|---|----------------------|------------|------|---------------|-------------------------|
| Рынок услуг дошкольного образования | 2 | 20 | 23 | 0 | 5 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 4 | 16 | 22 | 0 | 8 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 2 | 22 | 15 | 2 | 9 |
| Рынок медицинских услуг | 9 | 28 | 13 | 0 | 0 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными | 0 | 5 | 13 | 2 | 30 |

| | | | | | |
|---|----|----|----|---|----|
| возможностями здоровья | | | | | |
| Рынок услуг в сфере культуры | 2 | 10 | 31 | 1 | 6 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 8 | 17 | 14 | 1 | 10 |
| Розничная торговля | 32 | 18 | 0 | 0 | 0 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 17 | 24 | 8 | 0 | 1 |
| Рынок услуг связи | 14 | 33 | 1 | 0 | 2 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 2 | 14 | 18 | 3 | 13 |
| Рынок строительства | 5 | 24 | 2 | 3 | 16 |
| Рынок текстильной промышленности | 8 | 15 | 14 | 6 | 7 |
| Рынок продукции агропромышленного комплекса | 0 | 17 | 16 | 9 | 8 |

По мнению респондентов меньше всего организаций представляют следующие рынки:

- «услуг в сфере культуры» - 31;
- «услуг дошкольного образования» - 23;
- «услуг детского отдыха и оздоровления» - 22;

В тоже время 33 опрошенных считают достаточным количество организаций, предоставляющих услуги связи; 28 - медицинские услуги, 24 - услуги строительных организаций, а 32 респондента сочли количество организаций розничной торговли избыточным.

Сложная ситуация сложилась на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, 30 человек испытали затруднения при выборе ответа, 13 считают, что их мало, 5 опрошенных считают количество организаций на данном рынке достаточным, 2 респондента считают, что организации, предоставляющие данный вид услуг, отсутствуют в городе Иванове.

По итогам оценки потребителями удовлетворенности характеристиками товаров, работ и услуг на рынках города Иванова получены следующие результаты (таблица 13).

Таблица 13. Удовлетворенность потребителей характеристиками товаров, работ и услуг на рынках города Иванова (1 – удовлетворен, 2 - скорее удовлетворен, 3 – скорее не удовлетворен, 4 – не удовлетворен, 5 - затрудняюсь ответить)

| | Уровень цен | | | | | Качество | | | | | Возможность выбора | | | | |
|--|-------------|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 11 | 10 | 5 | 9 | 15 | 3 | 12 | 16 | 4 | 15 | 6 | 9 | 9 | 7 | 19 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 9 | 3 | 8 | 13 | 17 | 9 | 7 | 9 | 4 | 15 | 4 | 9 | 8 | 11 | 18 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 10 | 9 | 7 | 9 | 15 | 5 | 17 | 11 | 2 | 15 | 7 | 14 | 10 | 2 | 17 |
| Рынок медицинских услуг | 5 | 9 | 15 | 19 | 2 | 4 | 12 | 18 | 12 | 4 | 14 | 14 | 12 | 7 | 3 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 1 | 5 | 1 | 3 | 10 | 0 | 5 | 5 | 2 | 38 | 0 | 2 | 7 | 2 | 39 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 6 | 13 | 10 | 5 | 16 | 3 | 18 | 8 | 9 | 12 | 6 | 10 | 14 | 3 | 17 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 4 | 5 | 6 | 18 | 17 | 2 | 7 | 11 | 16 | 14 | 8 | 2 | 11 | 12 | 17 |
| Розничная торговля | 9 | 11 | 19 | 10 | 1 | 11 | 16 | 8 | 12 | 3 | 22 | 14 | 8 | 9 | 2 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 14 | 15 | 12 | 5 | 4 | 9 | 14 | 17 | 8 | 2 | 16 | 9 | 14 | 9 | 2 |
| Рынок услуг связи | 15 | 12 | 15 | 4 | 4 | 9 | 21 | 6 | 7 | 7 | 17 | 15 | 10 | 3 | 5 |
| Рынок услуг социального | 4 | 7 | 11 | 8 | 20 | 4 | 11 | 17 | 3 | 15 | 4 | 8 | 13 | 5 | 20 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|---|----|----|---|----|---|----|----|---|----|
| обслуживания населения | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рынок строительства | 2 | 7 | 10 | 19 | 12 | 2 | 11 | 10 | 5 | 22 | 5 | 12 | 11 | 3 | 19 |
| Рынок текстильной промышленности | 4 | 14 | 14 | 5 | 13 | 5 | 12 | 14 | 5 | 14 | 6 | 15 | 14 | 3 | 12 |
| Рынок продукции агропромышленного комплекса | 0 | 13 | 13 | 7 | 17 | 2 | 12 | 10 | 7 | 19 | 2 | 11 | 12 | 7 | 18 |

По мнению большинства жителей города Иванова, конкурентная среда в самых различных сферах предоставления населению товаров и услуг вполне развита.

Наибольшую озабоченность у респондентов вызывают высокие цены практически на все товары и услуги. Согласно проведенному анкетированию неудовлетворительным респонденты считают уровень цен на следующих рынках:

- «недвижимость» - 19 человек;
- «медицинские услуги» - 19 человек;
- «услуги жилищно-коммунального хозяйства» - 18 человек;
- «услуги детского отдыха и оздоровления» - 13 человек;

На вопрос «НА КАКИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ ЦЕНЫ В ГОРОДЕ ИВАНОВЕ ВЫШЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ДРУГИМИ РЕГИОНАМИ» большинство респондентов ответили: на услуги жилищно-коммунального хозяйства, продукты питания (особенно на морепродукты, рыбу), медицинские услуги, недвижимость, транспорт.

Большинство респондентов выразили мнение, что конкуренция слабо развита и негативно влияет на качество товара и цены в следующих сферах: рынок агропромышленного комплекса, культуры, детский отдыха и оздоровления, дошкольного образования, социального обслуживания населения.

В целом потребители считают, что количество организаций на рынках города Иваново за последние 3 года увеличилось или осталось неизменным. Особое увеличение роста числа организаций опрошенные отметили на рынках розничной торговли и медицинских услуг. Сокращение организаций респонденты отметили на рынке услуг детского отдыха и оздоровления (7 чел.), рынке услуг в сфере культуры (7 чел.), рынке продукции агропромышленного комплекса (7 чел.) (таблица 14).

Таблица 14. Оценка потребителями изменений количества организаций, предоставляющих следующие товары и услуги на рынках города, в течение последних 3 лет

| Наименование услуги | Снизилось | Увеличилось | Не изменилось | Затрудняюсь ответить |
|-------------------------------------|-----------|-------------|---------------|----------------------|
| Рынок услуг дошкольного образования | 4 | 13 | 22 | 11 |

| | | | | |
|--|---|----|----|----|
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 7 | 6 | 20 | 17 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 4 | 12 | 19 | 15 |
| Рынок медицинских услуг | 1 | 28 | 21 | 0 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 4 | 3 | 7 | 36 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 7 | 10 | 20 | 13 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 5 | 4 | 20 | 21 |
| Розничная торговля | 3 | 33 | 14 | 0 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 2 | 14 | 32 | 2 |
| Рынок услуг связи | 2 | 13 | 29 | 6 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 3 | 4 | 23 | 20 |
| Рынок строительства | 5 | 20 | 14 | 11 |
| Рынок текстильной промышленности | 5 | 11 | 18 | 16 |
| Рынок продукции агропромышленного комплекса | 7 | 6 | 11 | 26 |

Большинство респондентов отметили рост цен на товары, работы и услуги практически во всех сферах города Иванова (за исключением рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья). Качество товаров, работ, услуг, а так же возможность выбора, по мнению большинства респондентов, остались на прежних уровнях (таблица 15).

Таблица 15. Оценка потребителями изменений характеристик товаров и услуг на рынках города Иванова в течение последних 3 лет (1 – снижение, 2 – увеличение, 3 - не изменилось, 4 - затрудняюсь ответить)

| | Уровень цен | | | | Качество | | | | Возможность выбора | | | |
|--|-------------|----|----|----|----------|---|----|----|--------------------|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 0 | 26 | 6 | 18 | 6 | 0 | 26 | 18 | 3 | 14 | 15 | 18 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 4 | 20 | 8 | 18 | 4 | 5 | 19 | 22 | 1 | 9 | 16 | 24 |
| Рынок услуг дополнительного образования детей | 1 | 20 | 13 | 16 | 2 | 5 | 27 | 16 | 1 | 7 | 20 | 22 |
| Рынок медицинских услуг | 3 | 35 | 6 | 6 | 11 | 6 | 23 | 10 | 1 | 20 | 20 | 9 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 1 | 5 | 10 | 34 | 2 | 4 | 8 | 36 | 0 | 4 | 10 | 36 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 3 | 25 | 12 | 10 | 6 | 9 | 24 | 11 | 3 | 14 | 24 | 9 |
| Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | 4 | 27 | 8 | 11 | 10 | 1 | 28 | 11 | 4 | 8 | 22 | 16 |
| Розничная торговля | 0 | 38 | 10 | 2 | 7 | 6 | 34 | 3 | 5 | 20 | 24 | 1 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 3 | 30 | 11 | 6 | 8 | 8 | 28 | 6 | 5 | 18 | 21 | 6 |
| Рынок услуг связи | 2 | 24 | 10 | 14 | 4 | 5 | 29 | 12 | 1 | 17 | 25 | 7 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 1 | 17 | 13 | 19 | 0 | 8 | 22 | 20 | 1 | 9 | 23 | 17 |
| Рынок строительства | 6 | 17 | 8 | 19 | 9 | 5 | 21 | 15 | 8 | 11 | 13 | 18 |
| Рынок текстильной промышленности | 4 | 22 | 8 | 16 | 6 | 4 | 23 | 17 | 1 | 16 | 14 | 19 |
| Рынок продукции агропромышленного комплекса | 4 | 19 | 6 | 21 | 8 | 7 | 10 | 25 | 4 | 13 | 14 | 19 |

Среди опрошенных потребителей проведенный мониторинг оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг (субъекта), размещаемой в открытом доступе, показал, что основное количество респондентов затрудняются дать оценку качеству официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг города Иванова, размещаемой в открытом доступе. Большинство опрошенных считают скорее неудовлетворительным: уровень доступности информации (12 человек), что

уровень понятности информации (13 человек), уровень получения информации (19 человек) (таблица 16).

Таблица 16. Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг (субъекта), размещаемой в открытом доступе

| | Удовлетворительное | Скорее удовлетворительное | Скорее неудовлетворительное | Неудовлетворительное | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
|---------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------|---|
| Уровень доступности | 7 | 14 | 12 | 2 | 15 |
| Уровень понятности | 10 | 7 | 13 | 3 | 17 |
| Уровень получения | 7 | 4 | 19 | 1 | 19 |

Проведенный мониторинг поступления обращений со стороны потребителей по вопросам качества товаров, работ и услуг и динамике их поступления в Администрацию города Иванова показал следующее.

Количество письменных обращений граждан на имя Главы города Иванова и заместителей главы Администрации города Иванова в 2017 году составило 9038 обращений (в 2016 году - 6516 обращений). Наибольшее количество писем от жителей города Иванова связано с вопросами жилищного хозяйства (3890 вопросов), вопросами коммунального и дорожного хозяйства (2124 вопроса), архитектуры и градостроительства (3073 вопроса) и вопросами землепользования (1462 вопроса).

Из указанных обращений граждан в 256 обращениях их авторы поднимают вопросы качества товаров, работ и услуг, в основном касающиеся качества оказания услуг в сферах жилищно-коммунального хозяйства, благоустройства, дорожного хозяйства, а также вопросы качества товаров народного потребления и деятельности предприятий сферы общественного питания.

По вопросам административных барьеров в Администрацию города Иванова за 2017 год от юридических лиц поступило 5 обращений, кроме того зарегистрировано 7 переадресаций обращений юридических лиц от контрольно-надзорных органов.

