

ДОКЛАД

о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова за 2021 год

Развитие эффективной конкурентной среды является необходимым условием стабильного экономического роста и решением социальных проблем.

Доклад о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова подготовлен в соответствии со следующими документами:

– распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»;

– указом Губернатора Ивановской области от 09.03.2016 № 33-уг «Об утверждении перечня товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Ивановской области» (в действ. ред.);

– распоряжением Губернатора Ивановской области от 15.07.2015 № 131-р «О мерах по внедрению стандарта развития конкуренции в Ивановской области» (в действ. ред.);

– соглашением между Правительством Ивановской области и Администрацией города Иванова о внедрении в Ивановской области стандарта развития конкуренции от 09.12.2016;

– распоряжением Губернатора Ивановской области от 19.07.2017 № 94-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Ивановской области» (в действ. ред.);

- распоряжение Администрации города Иванова от 05.02.2020 № 56-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в городе Иванове на период 2019-2022 годов» (в действ. ред.), в которое будет вноситься изменение и продление до 2025 года.

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 за 2021 год.

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 города Иванова.

В целях наибольшего охвата респондентов и объективной оценки конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг предпринимателям и физическим лицам предлагалось пройти онлайн-анкетирование с помощью электронного сервиса, созданного Департаментом экономического развития и торговли Ивановской области.

Ссылки на электронный сервис были опубликованы на официальном сайте Администрации города Иванова, на информационном портале Иванова.РФ,

в социальной сети Instagram, также распространялись через структурные подразделения Администрации города Иванова. Кроме этого, в адрес субъектов предпринимательской деятельности по электронной почте были направлены письма с просьбой о принятии участия в анкетировании. Опрос проводился до 01 февраля 2022 года.

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городе Иванове проведено анкетирование с общей выборкой в 166 респондента, из них: 45 чел. – субъекты предпринимательской деятельности и 121 чел. – потребители товаров, работ и услуг.

На основе полученных данных подготовлен аналитический отчет о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова, который в последующем будет размещен на официальном сайте Администрации города Иванова в сети Интернет.

Результаты анализа ситуации на товарных рынках для содействия развитию конкуренции в городе Иванове.

Перечень социально-значимых рынков Ивановской области (33 рынка) определен указом Губернатора Ивановской области от 09.03.2016 № 33-уг «Об утверждении перечня товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Ивановской области».

В соответствии с Планом мероприятий («дорожной картой») по содействию развитию конкуренции в городе Иванове в перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции включены 15 товарных рынков.

Рынок услуг общего образования. На территории города функционируют 4 частных общеобразовательных учреждения, реализующих программы начального общего, основного общего и среднего общего образования. Доля учащихся в указанных учреждениях (577 чел.) составляет 1,4% от общего количества учащихся в общеобразовательных учреждениях, реализующих программы начального общего, основного общего и среднего общего образования (42445 чел.).

Рынок услуг дошкольного образования. Негосударственный сектор дошкольного образования представлен 5 учреждениями, имеющими лицензию на осуществление образовательной деятельности. Недостаточное развитие частного сектора в сфере дошкольного образования объясняется рядом причин, среди которых отсутствие равных конкурентных условий наряду с муниципальными детскими садами в части налогообложения и платежных обязательств, нестабильный спрос на места в частном дошкольном секторе в связи с высоким размером родительской платы, низкая платежеспособность населения. Если в муниципальном детском саду родительская плата составляет в среднем 2,2 тыс. рублей, то средняя стоимость услуг частного детского сада колеблется от 10 до 18 тыс. рублей.

Основные задачи, стоящие перед частным сектором дошкольного образования:

- формирование имиджа дошкольной организации;
- высококвалифицированный педагогический состав;
- расширение спектра и качества предоставляемых услуг.

Рынок услуг дополнительного образования.

Дополнительное образование

В городе Иванове функционирует 9 учреждений дополнительного образования, подведомственных управлению образования Администрации города Иванова. Дополнительными общеобразовательными программами охвачено 90,2% детей в возрасте от 5 до 18 лет. На базе учреждений дополнительного образования функционируют 468 объединений различной направленности с охватом детей 37019 чел., из которых 28900 чел за счёт средств бюджета.

Первоочередными задачами по развитию конкурентоспособной среды на рынке дополнительного образования детей являются:

- развитие сети дополнительного образования, обновление инфраструктуры, оборудования и средств обучения с учётом формирования нового содержания дополнительного образования и обеспечения равного доступа к современным дополнительным общеобразовательным программам детей разных социальных категорий;
- развитие интегрированных образовательных технологий, проектно-исследовательской деятельности, личностно-ориентированного подхода, в том числе в рамках направленностей, где они традиционно не применялись;
- создание системы работы с одарёнными детьми;
- совершенствование системы управления;
- информатизация образовательного процесса;
- разработка программ нового поколения, направленных на ликвидацию несоответствия между существующим образованием и реальными образовательными потребностями общества;
- совершенствование кадрового потенциала за счёт привлечения молодых специалистов.

Дополнительное образование в сфере культуры

На территории города Иванова функционирует 8 муниципальных бюджетных учреждений дополнительного образования, подведомственных комитету по культуре Администрации города Иванова: 7 детских музыкальных школ, 1 детская художественная школа. Образовательные учреждения дополнительного образования отрасли культуры являются стабильно работающими образовательными учреждениями, развивающими традиции российской академической школы, обеспечивающие реализацию дополнительных образовательных программ в сфере искусства. В школах преподаются дисциплины по следующим специальностям: фортепиано, скрипка, виолончель, баян, аккордеон, гитара, флейта, кларнет, саксофон, труба, общеэстетическое и художественно-эстетическое воспитание. На базе музыкальных школ успешно работают хоровые коллективы, оркестр русских народных инструментов, ансамбли скрипачей, домристов, гитаристов, ударных инструментов, народных инструментов, инструментальные трио, вокальные дуэты. В рамках выполнения муниципального задания на оказание муниципальных услуг (выполнение работ) в соответствии с требованиями статьи 69.2 Бюджетного кодекса РФ муниципальными бюджетными учреждениями «Детские музыкальные школы», «Детская художественная школа» осуществляется реализация следующих услуг:

- дополнительные общеразвивающие программы;

- дополнительные предпрофессиональные программы в области искусств.

Дополнительное образование в сфере физической культуры и спорта

В городе Иванове функционирует 6 муниципальных бюджетных учреждений дополнительного образования подведомственных комитету молодежной политики, физической культуры и спорта Администрации города Иванова. Указанные учреждения выполняют следующее мероприятие «Дополнительное образование в области физической культуры и спорта». Реализация мероприятия осуществляется в рамках выполнения муниципального задания на оказание муниципальных услуг (выполнение работ) в соответствии с требованиями статьи 69.2 Бюджетного кодекса РФ. В частности учреждения осуществляют оказание следующих услуг:

- реализация дополнительных общеразвивающих программ;
- реализация дополнительных предпрофессиональных программ в области физической культуры и спорта.

Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды. В 2021 году в рамках реализации национального проекта «Безопасные качественные дороги» на территории города Иванова отремонтирована 81 улица общим протяжением 38,195 км, что на 28 % больше чем в 2020 году. В том числе ремонт произведен на 69 улицах частного сектора протяжением 29,176 км.

В рамках муниципальной программы «Благоустройство территорий города Иванова» осуществлялось круглогодичное содержание улично-дорожной сети города на площади 7 334 000 м². В рамках данных мероприятий вывезено 206 398 м³ снега и произведен ямочный ремонт на площади 24022 м².

В рамках муниципальной программы «Безопасный город» в 2021 году произведен ремонт и вновь обустроено 176,8 км. линий наружного освещения.

Рынок социальных услуг. В целях стимулирования социальной активности жителей города и формирования ответственного отношения к социально незащищенным гражданам на уровне города осуществляется поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций. В 2015 году получили поддержку - 34 организации, в 2016 году - 28 организаций, в 2017 году - 32 организации, в 2018 году - 46 организаций, в 2019 году – 30 организаций, в 2020 году - 33 организаций, в 2021 году такая поддержка проводилась в отношении 26 социально ориентированных некоммерческих организаций.

Рынок теплоснабжения. По состоянию на 01.01.2022 на территории города Иванова деятельность по отпуску тепловой энергии для населения и объектов социальной сферы осуществляют 23 организации, в том числе 1 организация находится в муниципальной собственности.

Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности). Все организации в сфере купли-продажи электрической энергии (мощности) являются частной формой собственности.

Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности). Все организации в сфере производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии являются частной собственностью.

Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок.

В соответствии с Реестром муниципальных маршрутов регулярных перевозок города Иванова, утвержденным постановлением Администрации города Иванова от 21.01.2011 № 48, по состоянию на 01.01.2022 городская маршрутная сеть включает в себя 11 муниципальных троллейбусных маршрутов регулярных перевозок с общим количеством единиц подвижного состава – 96 ед.

Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». По состоянию на 01.01.2022 рынок услуг связи и сети «Интернет» на территории города Иванова представлен следующими операторами: ПАО «Ростелеком», ПАО «МТС», ПАО «Мегафон», ПАО «Вымпелком», ООО «Т2 Мобайл», ООО «Интеркомтел». Уровень развития данной сферы позволяет предоставить пользователям самые современные услуги практически в любой части города Иванова.

Рынок жилищного строительства, рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением дорожного строительства. Доля хозяйствующих субъектов частной формы собственности на рынке строительства – 100%. В 2021 году общая площадь введенного жилья на территории города Иванова по состоянию на 31.12.2021 составила 61 тыс. кв.м. В 2020 году общая площадь введенного жилья составила на указанную дату 138,3 тыс. кв.м. Общая площадь введенного жилья в 2021 году по отношению к 2020 году составила 44 %.

Снижение приведенных показателей свидетельствует о наличии отрицательной динамики развития жилищного строительства на территории областного центра.

Хотим отметить, что строительная отрасль испытывает трудности связанные с поправками, внесенными в Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», повлекшими ухудшение финансового состояния застройщиков. Кроме того, снизилась покупательская способность, застройщики испытывают экономические трудности. Произошло резкое удорожание строительных материалов.

В 2020 году ввод в эксплуатацию нежилых объектов на территории города Иванова составил 37,1 тыс. кв.м. В 2021 году площадь, введенных в эксплуатацию нежилых объектов составила 64,2 кв.м.

Рынок легкой промышленности. Легкая промышленность представлена следующими организациями: ООО «Отделочное производство «Красная Талка» (отделка х/б тканей), ОСП «Самойловский текстиль» ООО «Нордтекс» (отделка х/б тканей), ООО «Производственное Объединение «Ланцелот» (пошив деловой одежды и школьной формы), ООО «ТДЛ Текстиль» (производство х/б, льняных тканей, домашнего текстиля, марли, бинтов и пр.), ООО ПТК «Красная Ветка» (производство трикотажа), ООО «Трикотаж Натали» (производство одежды из трикотажа), ООО «Хоум Стайл» (производство одежды из трикотажа), ООО НПФ «Фабитекс» (производство тканей специального назначения), ЗАО «Одежда и Мода» (пошив форменной одежды), ООО «Исток-Пром» (производство форменной и рабочей одежды), АО «Полет» Ивановский парашютный завод (производство парашютных систем), АО «Ивановоискож» (производство материалов с ПВХ-покрытием, переплетных материалов) и др.

В 2019-2021 гг. в структуре обрабатывающих производств г. Иваново (по предприятиям, не относящимся к субъектам малого и среднего предпринимательства) легкая промышленность занимала наибольшую долю: в 2019 г. – 40,2%, в 2020 г. – 40,7%, в январе-ноябре 2021 г. – 39,3%.

Объем отгруженных товаров в текстильном и швейном производстве в 2019 году составил 16,1 млрд руб., в 2020 году – 16,7 млрд руб., в январе – ноябре 2021 года – 19,7 млрд руб.

Основная доля приходится на текстильную отрасль, которая занимает в данном виде производства более 90,0% (в 2019 г. – 94,9%, в 2020 г. – 93,9%, в январе-ноябре 2021 г. – 92,2%).

Основными проблемами отрасли являются низкая степень обновления производственных фондов предприятий и недостаток профессиональных кадров.

Рынок производства кирпича и бетона. Основными предприятиями, осуществляющими деятельность на рынке кирпича и бетона г. Иваново являются АО «Железобетон» (производство сборного железобетона, товарного бетона, товарного раствора, неармированных материалов), ООО «Ивжелезобетон» (производство изделий из бетона), ООО «Ивановский силикатный кирпич» (производство силикатного кирпича), ООО «Газобетон» (производство газобетонных блоков) и др.

Рынок наружной рекламы. Доля хозяйствующих субъектов частной формы собственности на рынке наружной рекламы – 100%. Анализ рынка наружной рекламы отчетливо показывает, что объемы размещения рекламы на щитах снизились по сравнению с прошлыми годами в связи с пандемией вызванной распространением коронавирусной инфекции SARS-CoV-2.

Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств.

Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств в городе Иваново является достаточно развитым. По состоянию на 01.01.2022 деятельность по ремонту автотранспортных средств в городе Иванове осуществляет 150 организаций. Все организации являются частными.

Мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности в городе Иванове

По состоянию на 31.12.2021 численность субъектов предпринимательской деятельности в городе Иванове составляет 25156 ед.

В рамках мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городе Иванове были проанкетированы 45 представителей субъектов предпринимательской деятельности, из них 21 – юридические лица, 24 – индивидуальные предприниматели.

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

В анкетировании принимали участие: 31 респондент (68.9%) – собственники бизнеса (совладельцы), 9 респондентов (20%) – руководители высшего звена

(генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная должность), 4 респондента (8,9%) – руководители среднего звена (руководитель управления, подразделения, отдела), 1 респондент (2,2%) – не руководящий сотрудник.

Анализ длительности периода, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, показал, что большинство респондентов (62,2%) занимаются бизнесом более 5 лет, 35,6% приходится на предпринимателей со стажем от 1 года до 5 лет, и 2,2% опрошенных работают в этой сфере менее 1 года (рис. 1).

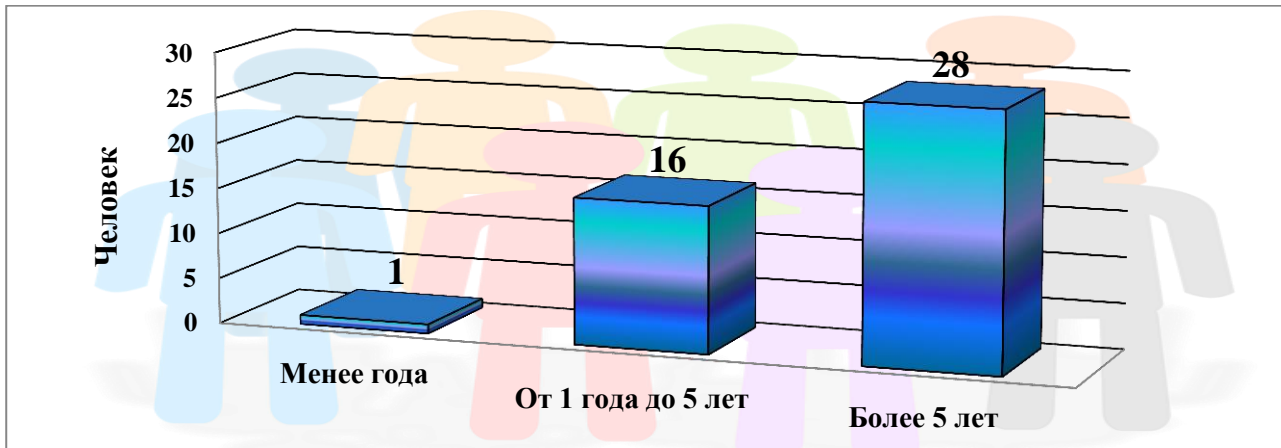


Рис. 1. Распределение респондентов по периоду времени, в течение которого они осуществляют свою деятельность (чел.)

Из общего числа субъектов бизнеса 25 респондентов (55,6%) ответили, что в их организации работает до 15 сотрудников, 15 предпринимателей (33,3%) ответили, что их организация с численностью от 16 до 100 сотрудников, также опрошены 3 респондента (6,7%) с численностью сотрудников в организации от 101 до 250 человек, 2 респондента (4,4%) с численностью от 251 до 1000 человек и в опросе не приняли участие организации, в которых работает свыше 1000 человек (рис.2).

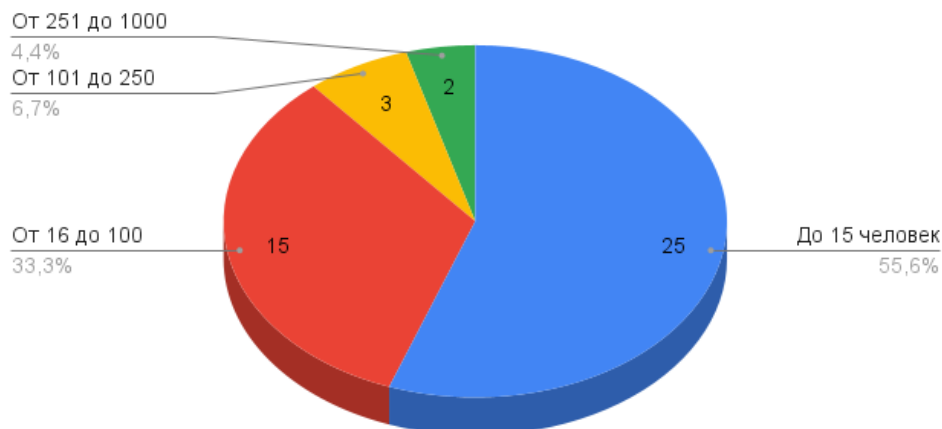


Рис. 2. Структура опрошенных по численности работников

По величине годового оборота бизнеса полученные данные разделились следующим образом: 37 респондентов (82,2%) ответили, что имеют оборот до 120 млн. руб. (микро предприятие), 4 респондентов (8,9%) – от 120 до 800 млн. руб. (малое предприятие), 2 чел. (4,4%) – от 800 до 2000 млн. рублей (среднее предприятие), 2 чел. (4,4%) – затрудняются ответить и в анкетировании не прошли опрос представители крупных предприятий (более 2000 млн. руб.) (рис. 3).

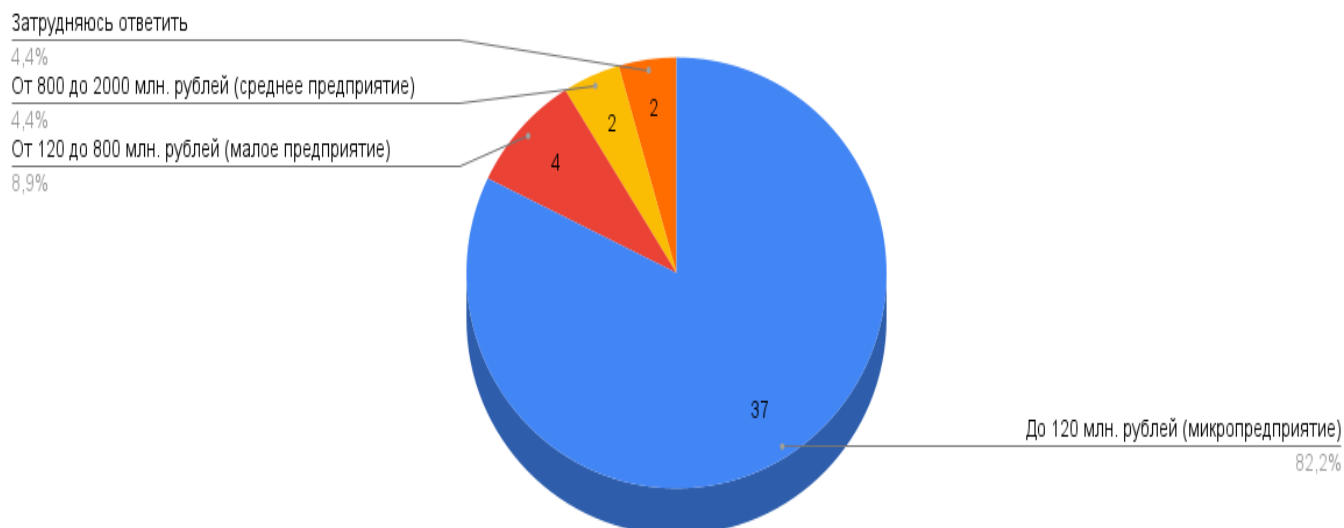


Рис. 3. Структура опрошенных по величине годового оборота бизнеса

Отраслевая принадлежность респондентов отражена в табл. 1.

Таблица 1. Распределение респондентов по сферам деятельности

Сфера экономической деятельности	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	1	2,2
Добыча полезных ископаемых	-	-
Обрабатывающие производства	2	4,4
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	-	-
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	-	-
Строительство	4	8,8
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	24	53,8
Транспортировка и хранение	1	2,2

Сфера экономической деятельности	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	4	8,8
Деятельность в области информации и связи	-	-
Деятельность финансовая и страховая	1	2,2
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	1	2,2
Деятельность профессиональная, научная и техническая	1	2,2
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	1	2,2
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	-	-
Образование	1	2,2
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	-	-
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	-	-
Предоставление прочих видов услуг	4	8,8
Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления	-	-
Деятельность экстерриториальных организаций и органов	-	-

Из числа опрошенных субъектов предпринимательской деятельности значительное число занимаются оптовой и розничной торговлей, ремонтом автотранспортных средств и мотоциклов – 53,8%, по 8.8% - осуществляют деятельность строительства, гостиниц и предприятий общественного питания и предоставлением прочих услуг, 10,8% - предоставляют прочие виды услуг, 4,4 % респондентов занимаются обрабатывающим производством.

Из общего числа опрошенных предпринимателей почти половина (46,6%) относятся к социально-значимой сфере экономической деятельности (строительство – 23,8%, социальные услуги – 19%, услуги дошкольного образования, перевозка пассажиров автобусами в пределах города и рынок легкой промышленности – по 9,5%, услуги дополнительного образования детей, услуги детского отдыха и оздоровления детей, розничная торговля лекарственными препаратами, легковое такси, услуги связи и услуги по ремонту автотранспортных средств – по 4,8%) (рис.4).

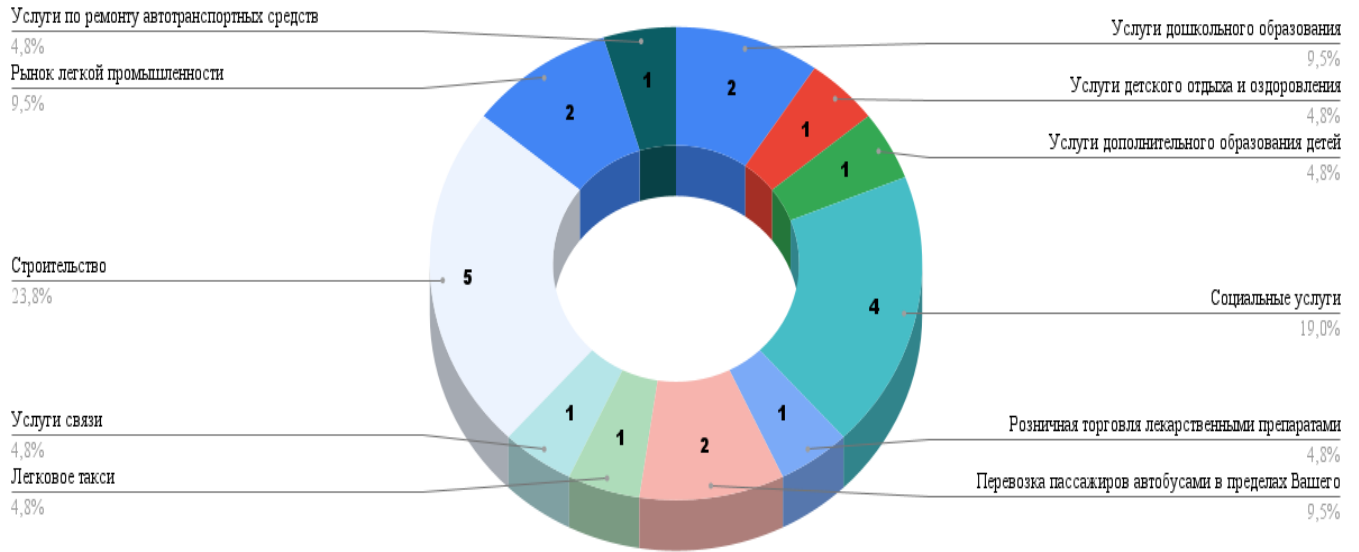


Рис. 4. Распределение респондентов из социально-значимой сферы экономической деятельности

Большинство субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в опросе 22 чел. (48,9%) - осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, 14 чел. (31,1%) оказывают услуги населению, 9 чел. (20%) - производят конечную продукцию.

В анкетах предприниматели указали, что их основной деятельностью являются: услуги по присмотру и уходу за детьми, общественного питания, гостиниц, прачечные услуги, услуги связи, услуги по продаже, покупке недвижимого имущества, монтаж строительных систем, услуги перевозки пассажиров, разработка компьютерных программ, страхование имущества, торговля текстильной продукцией, продовольственными товарами и сопутствующей продукцией, цветами, семенами, книжной и печатной продукцией, канцелярией, мебелью, лекарственными препаратами, строительными материалами, одеждой, обувью, электротоварами, оптовая торговля, строительство и продажа недвижимости, производство текстильной продукции.

Наиболее частыми мерами по повышению конкурентоспособности товаров и услуг, которые субъекты бизнеса предпринимали за последние 3 года, являются: обучение и переподготовка персонала – 24,4%, приобретение технического оборудования – 20%, применение новых способов продвижения продукции, развитие и расширение системы представительств – по 15,6%, разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – 13,3%. Не популярными оказались такие меры как: приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау; самостоятельное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ. И лишь 11,1% респондентов

не предпринимали никаких действий по повышению конкурентоспособности товаров и услуг (рис.5).

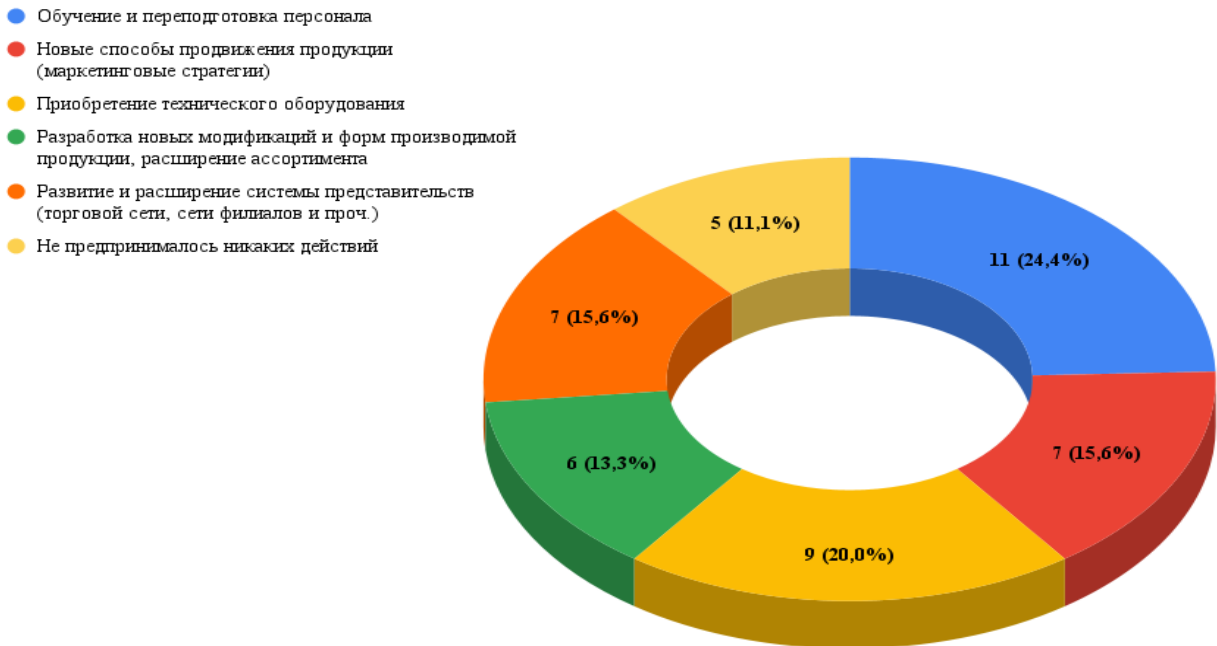


Рис. 5. Распределение респондентов по мерам повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг

Опрос респондентов о географических рынках для бизнеса показал, что основными рынками сбыта продукции (услуг) в 42,3% (по 19 чел.) случаев являются локальный рынок и рынок Ивановской области, у 11% (5 чел.) – рынок Российской Федерации, 4,4% (2 чел.) – рынки нескольких субъектов Российской Федерации (рис. 6).

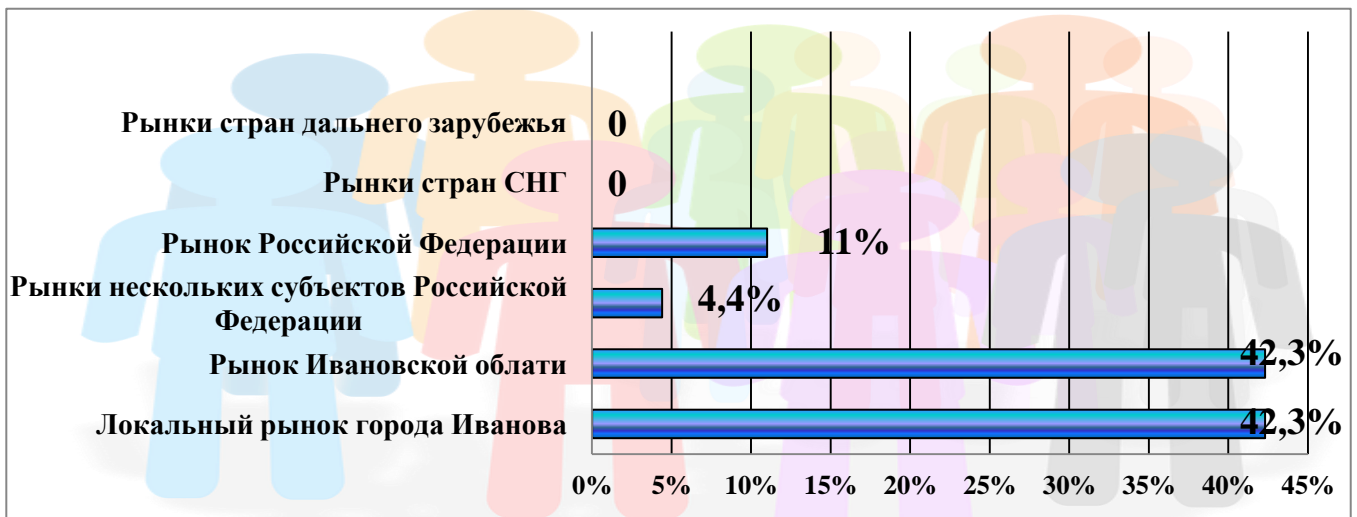


Рис. 6. Распределение респондентов по географическим рынкам (%)

В рамках мониторинга были получены оценки представителей хозяйствующих субъектов относительно уровня конкурентной среды на представляемых ими рынках. Согласно полученным данным, 29,8% респондентов оценивают состояние конкурентной среды в городе Иванове как высокое (табл. 2).

Таблица 2. Оценка состояния конкурентной среды

Утверждение	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
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	7	15,6
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	5	11,1
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	4	8,9
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 способы повышения, не используемые компанией ранее – высокая конкуренция	14	31,1
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	15	33,3

Мнения опрошенных представителей бизнеса отражают следующие тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды для предприятий города. Абсолютное большинство респондентов считают, что на представляемом ими рынке большое число конкурентов – 27 чел. (60,1%) (рис. 7).

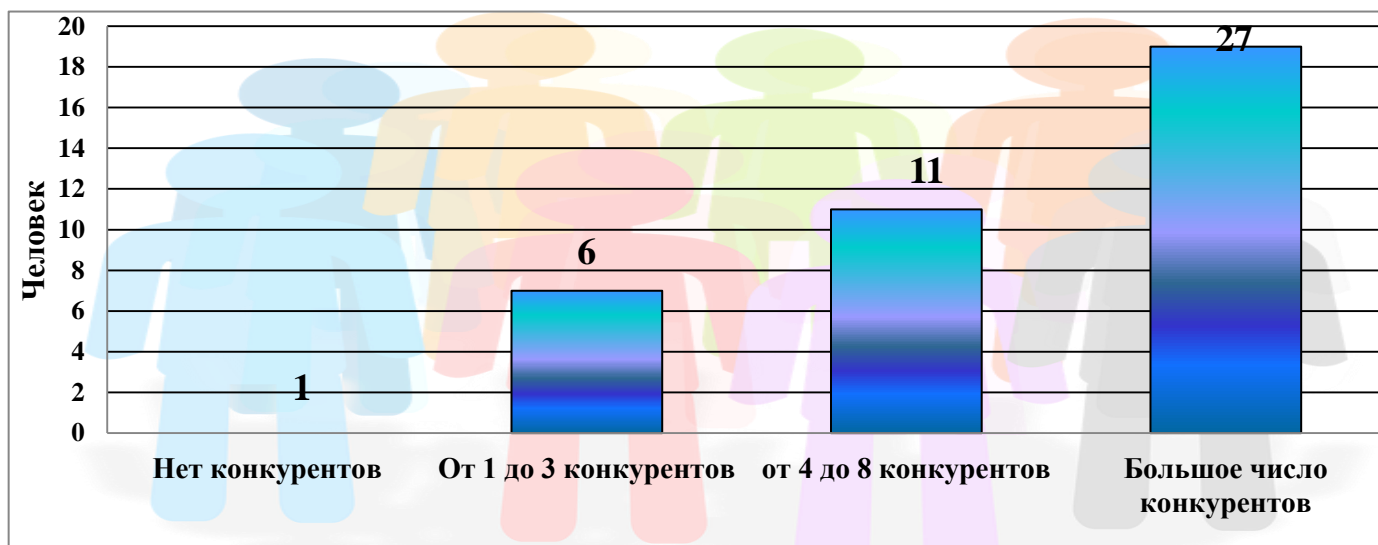


Рис. 7. Число конкурентов бизнеса, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) (чел.)

По мнению 11 опрошенных представителей бизнеса (24,4%), число конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке составило от 4 до 8 конкурентов, 6 чел. (13,3%) считают, что количество конкурентов – от 1 до 3, и 1 чел. (2,2%) ответил, что у них нет конкурентов.

Немаловажным фактором функционирования бизнеса является динамика количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке. За последние 3 года, по мнению 15 опрошенных представителей бизнеса (33,6%), число конкурентов увеличилось на 1-3 ед. Также, по мнению 24,4% опрошенных, количество конкурентов увеличилось более чем на 4 единицы, у 11 чел. (24,4%) – количество конкурентов не изменилось и по 4 чел. (по 8,8%) ответили, что количество конкурентов сократилось на 1-3 ед. и более чем на 4 единицы (рис.8).

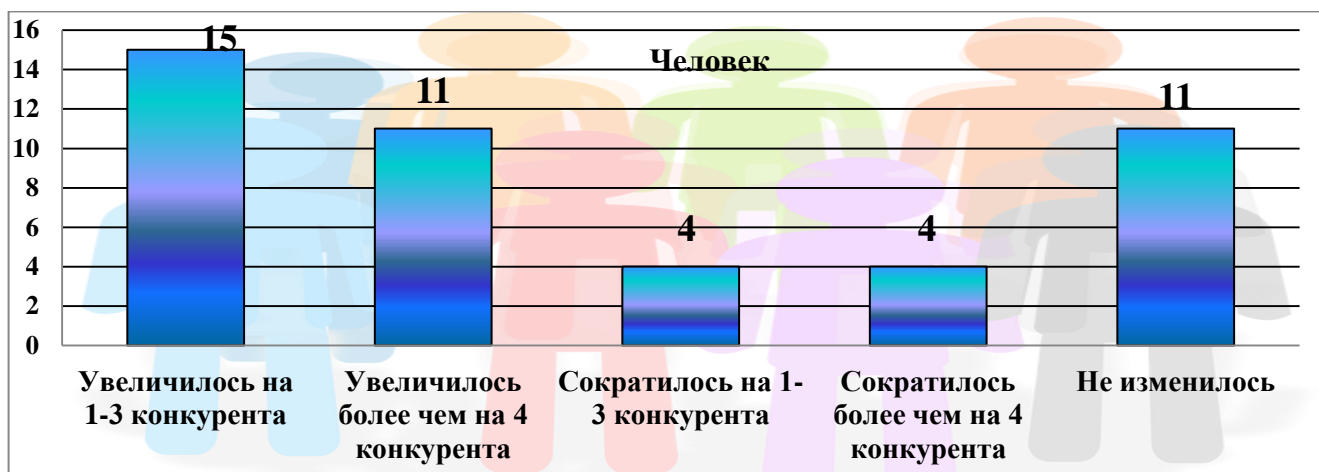


Рис.8. Изменение числа конкурентов бизнеса за последние 3 года (чел.)

Основными видами закупаемого товара (работы, услуги) являются: товары для ведения образовательной деятельности, учебные пособия, продукты питания, автозапчасти, бытовая химия, строительные материалы, бытовая химия, ткань, корпусная мебель, канцелярские товары, семена, сим карты, одежда, обувь, фототовары, отделочные материалы, бензин, кирпич и др.

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» – 19 чел. (42,2%).

Однако, по мнению некоторых опрошенных представителей бизнеса, товарами и услугами, на которые конкуренция между поставщиками оценивается как неудовлетворительная являются: ткань и фурнитура, оборудование и материалы для ремонта обуви, автозапчасти, рыба и рыбная продукция, мебельная фурнитура, семена, медицинское оборудование, топливо, газоснабжение, теплоснабжение, энергоресурсы, баранина, говядина, сантехника русского производства, качественный пошив одежды.

Анализ уровня поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для производства и реализации собственной продукции показал, что 40% (18 чел.) опрошенных считают, что количество поставщиков основного закупаемого товара у них удовлетворительное, т.е. большое количество поставщиков (рис.9).

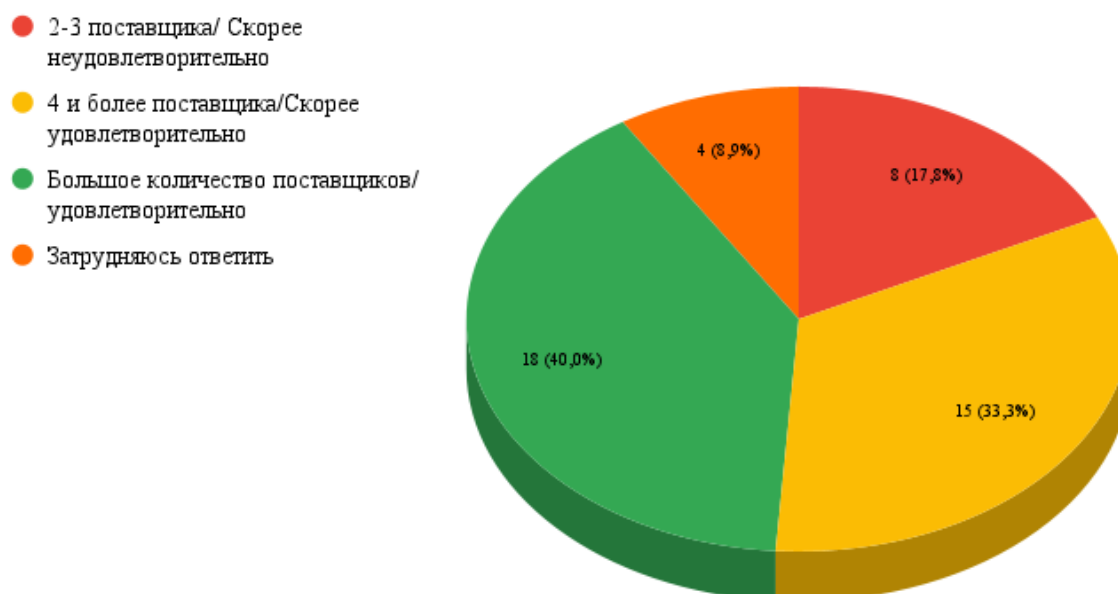


Рис. 9. Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги)

37,7% (17 чел.) респондентов удовлетворены состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (табл.3).

Таблица 3. Оценка предпринимателями уровня поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для производства и реализации собственной продукции (чел.)

	Единственный поставщик/ Неудовлетворительно	2-3 поставщика/ Скорее неудовлетворительно	4 и более поставщика/Скорее удовлетворительно	Большое количество поставщиков/ удовлетворительно	Затрудняюсь ответить
Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги)	0	8	15	18	4
Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги)	2	6	13	17	7

При ответе на вопрос о приоритетном и социально-значимом рынке для развития конкуренции в городе Иванове голоса субъектов предпринимательской сферы распределились следующим образом:

- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 35,6% (16 чел.),
- рынок социальных услуг – 17,8% (8 чел.),
- рынок услуг дополнительного образования детей – 6,7% (3 чел.),
- рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 6,7% (3 чел.),
- рынок выполнения работ по благоустройству городской среды – 6,7% (3 чел.),
- рынок легкой промышленности -6,7% (3 чел.),
- рынок строительства – 4,4% (2 чел.),
- рынок медицинских услуг – 4,4% (2 чел.),
- рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии) – 2,2% (1 чел.),
- рынок услуг по сбору и транспортировке ТКО – 2,2% (1 чел.),
- рынок дорожной деятельности – 2,2% (1 чел.),
- рынок услуг связи – 2,2% (1 чел.),
- рынок услуг по ремонту автотранспортных средств – 2,2% (1 чел.).

88,8% (40 чел.) респондентов считают, что конкуренция на занимаемом отраслевом рынке в городе Иванове имеет высокий уровень развития и лишь 11,2% (5 чел.) респондентов не согласились с этим мнением.

Административные барьеры являются негативными факторами, препятствующими развитию конкуренции. Они ограничивают ведение

предпринимательской деятельности, снижают стимулы входа на рынки новых участников, повышают издержки.

По итогам опроса 95,6% (43 чел.) предпринимателей не сталкивались с дискриминацией (неравным доступом, ущемлением прав) в организации на стадии открытия бизнеса и первого года работы. В отношении 2 предпринимателей (4,4%) имело место быть ограничение конкуренции (дискриминация) со стороны государственных органов власти и конкурентов (рис.10).

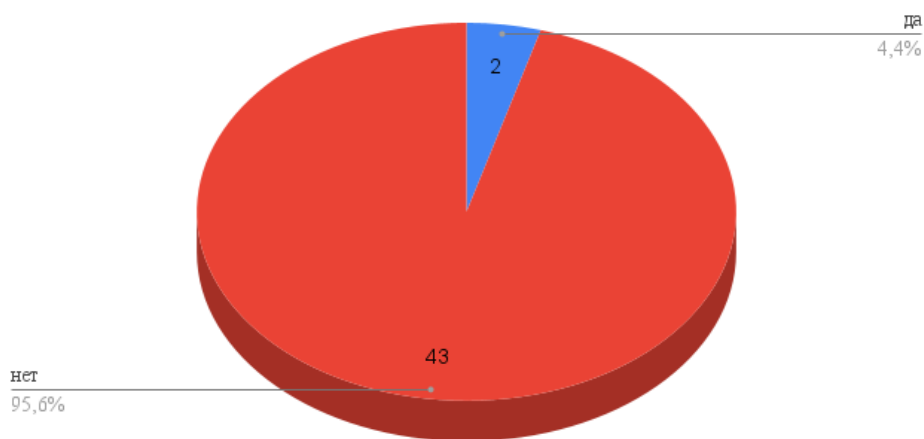


Рис. 10. Распределение мнений по вопросу - Сталкивались ли Вы с дискриминацией Вашей организации на стадии открытия бизнеса и первого года работы?

Распределение мнений респондентов относительно существования административных барьеров для ведения и открытия бизнеса отражены в табл. 4.

Таблица 4. Наиболее существенные административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса (чел.)

Наименование административного барьера	Количество респондентов (чел.)
Сложность получения доступа к земельным участкам	6
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	4
Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)	0
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	1
Высокие налоги	27
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	1
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	0
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию	0

Наименование административного барьера	Количество респондентов (чел.)
услуг и выполнению работ в рамках госзакупок	
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.)	0
Иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников	2
Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.)	0
Нет ограничений	4

По результатам исследования в 2021 году, как и в 2020 году, наиболее значимыми административными барьерами для ведения и расширения бизнеса являются высокие налоги, так отметили 27 чел. или 60% респондентов, и сложность в получении доступа к земельным участкам – 6 чел. (13,3%). Часть субъектов предпринимательской деятельности (4 чел. или 8,8%) респондентов считают, что административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в городе Иванове отсутствуют.

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. 5).

Таблица 5. Наличие административных барьеров для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса и возможности их преодоления

Утверждение по административным барьерам	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Есть непреодолимые административные барьеры	0	0
Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	2	4,4
Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	17	37,8
Нет административных барьеров	17	37,8
Затрудняюсь ответить	9	20

По 37,8% (по 17 чел.) респондентов разделяют мнение, что административные барьеры действительно есть, но они преодолимы без существенных затрат, другие 37,8% считают, что барьеры отсутствуют. 20% (9 чел.) затрудняются ответить

на данный вопрос. Для 2 предпринимателей (4,4%) существуют барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат. Наглядно результаты отражены на рис. 11.

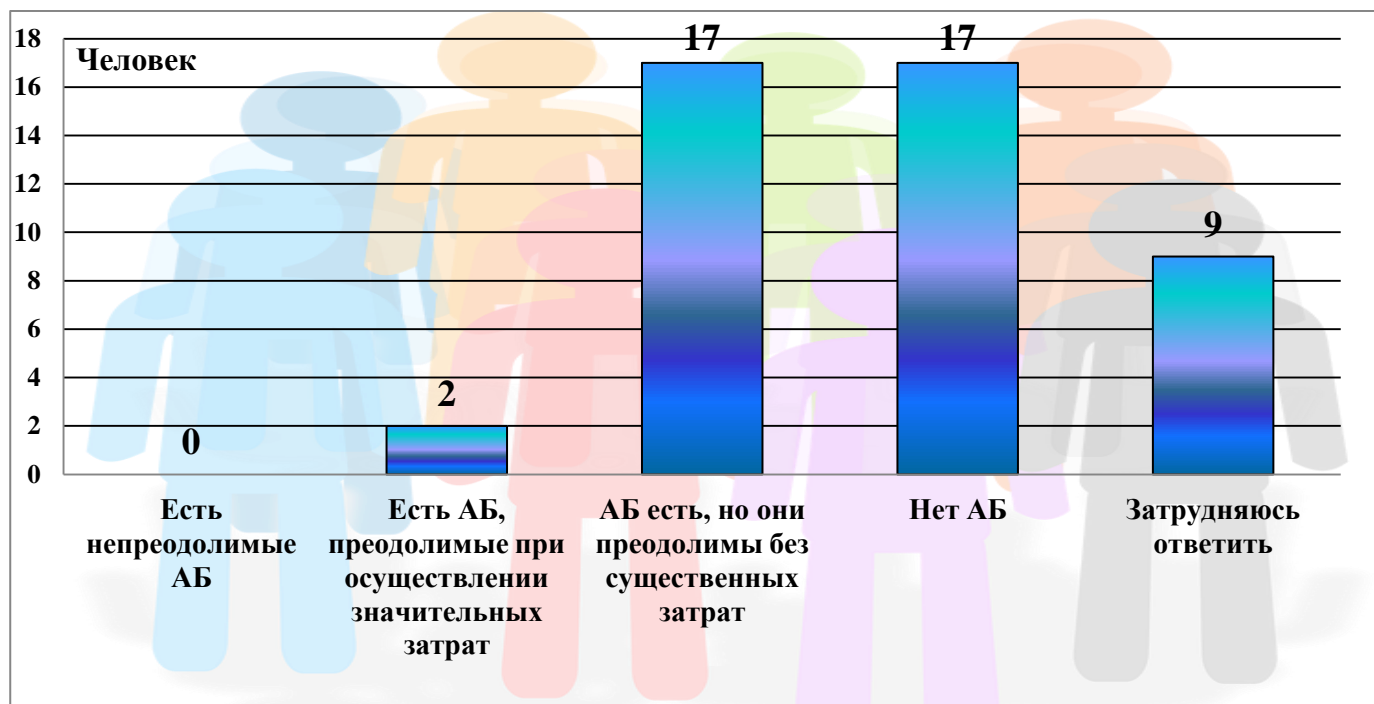


Рис.11. Результаты оценки наличия административных барьеров для ведения и открытия бизнеса (чел.)

Анализируя дальше данную тему видно, что 20% (9 чел.) опрошенным за последние 3 года стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше. 15,5% (7 чел.) предпринимателей считает, что наоборот, в течение последних 3 лет бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. 13,3% предпринимателей полагает, что уровень и количество административных барьеров не изменилось. Мнение, что ранее административные барьеры отсутствовали, однако, сейчас появились, получило 2,2% голосов. Большинство опрошенных 37,8% (17 чел.) затрудняются ответить на данный вопрос (табл. 6).

Таблица 6. Уровень административных барьеров на рынке для бизнеса в течение последних 3 лет

Уровень административных барьеров	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Административные барьеры были полностью устранены	0	0
Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше	9	20
Уровень и количество административных барьеров не изменились	6	13,3
Бизнесу стало сложнее преодолевать	7	15,5

Уровень административных барьеров	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
административные барьеры, чем раньше		
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	1	2,2
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	5	11,2
Затрудняюсь ответить	17	37,8

В процессе опроса предпринимателей исследовалось мнение респондентов в контексте деятельности органов власти на основном рынке бизнеса, который они представляют. Ответы респондентов по оценке предпринимателей к действиям органов власти отражены в таблице 7.

8,8% респондентов положительно оценили деятельность органов власти и указали, что органы власти помогают бизнесу своими действиями. 33,3% анкетированных считают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают. Однако, данный вопрос по оценке деятельности органов власти в отношении бизнеса у большинства опрошенных предпринимателей (42,3%) вызвал затруднения.

Таблица 7. Оценка субъектами бизнеса деятельности органов власти в отношении ведения бизнеса

Деятельность органов власти	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Органы власти помогают бизнесу своими действиями	4	8.8
Органы власти ничего не предпринимают, что и требуется	5	11.2
Органы власти не предпринимают каких-либо действий, но их участие необходимо	1	2.2
Органы власти только мешают бизнесу своими действиями	1	2.2
В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают	15	33.3
Затрудняюсь ответить	19	42.3

В целом, 57,7% (26 чел.) предпринимателей скорее удовлетворены деятельностью органов власти на занимаемом бизнесом рынке, 35,6% (16 чел.)-

удовлетворены, 6,7% (3 чел.) - скорее не удовлетворены (рис.12).

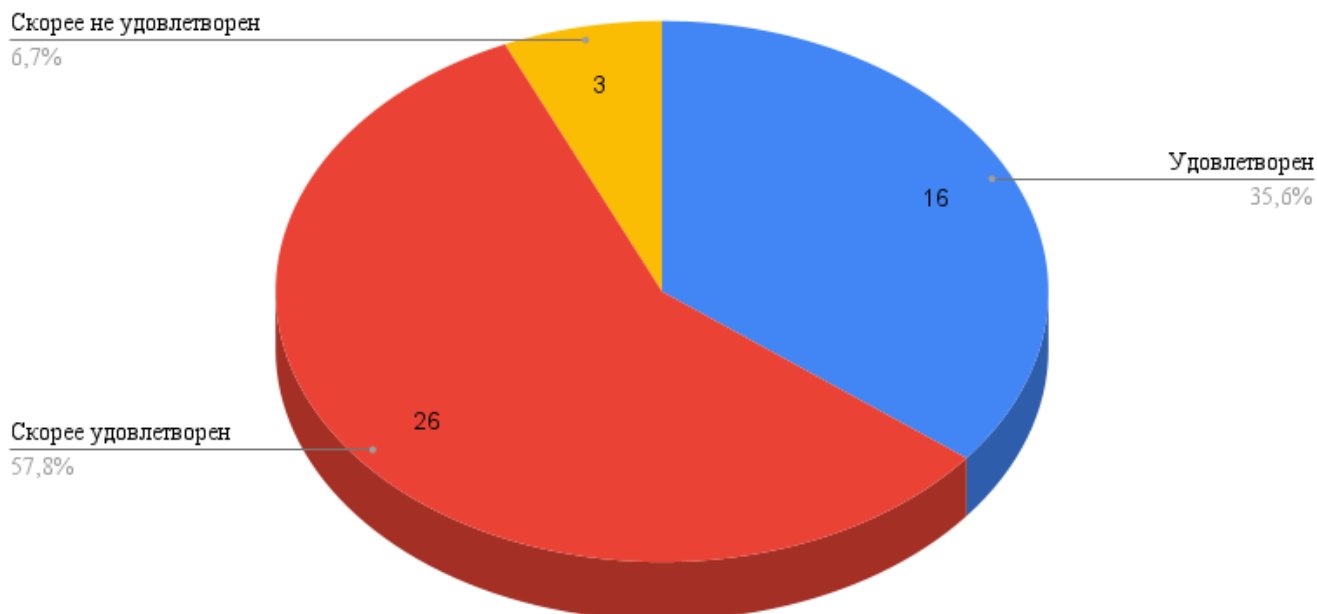


Рис.12. Результаты оценки деятельности органов власти

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды проведены опросы представителей бизнеса о том, обращались ли они за последние три года за защитой своих прав в различные органы как предприниматель (табл. 8).

В целом, результаты опроса показали, что в большинстве случаев опрошенные респонденты не обращались в органы за защитой своих интересов.

Таблица 8. Информация об обращениях за последние 3 года за защитой своих прав как предприниматель (чел.)

Наименование организации		Обращался, мне помогли	Обращался, безрезультатно	Не обращался
1.	Общественная организация по защите прав потребителей	1	0	44
2.	Роспотребнадзор	2	2	41
3.	Росстандарт	2	0	43
4.	Федеральная антимонопольная служба	1	1	43
5.	Органы местного самоуправления (администрации муниципальных образований, комитеты муниципальных образований и т.д.)	8	1	36
6.	Органы власти региона (Правительство	3	0	42

	КО, Законодательное собрание КО, министерства и ведомства и т.д.)			
7.	Прокуратура	1	0	44
8.	Органы судебной власти	3	1	41
9	Уполномоченный по правам предпринимателей	2	0	43
10.	Другое (указать свой вариант, если ни один из предложенных не подходит)	1	0	44

Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и состоянием ценовой конкуренции

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 с общей выборкой в 121 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 (16,5%) и 101 женщина (83,5%) от общего числа респондентов.

Возрастная структура представлена на рис. 13.

Большинство респондентов 53 чел. (43,8%) принадлежат к возрастной группе от 35 до 44 лет, 30 чел. (24,8%) - к возрастной группе от 45 до 54 года, 24 чел. (19,8%) - от 25 до 34 лет, 11 чел. (9,1%) - от 55 до 64 года, 3 чел. (2,5%) – от 18 до 24 лет.

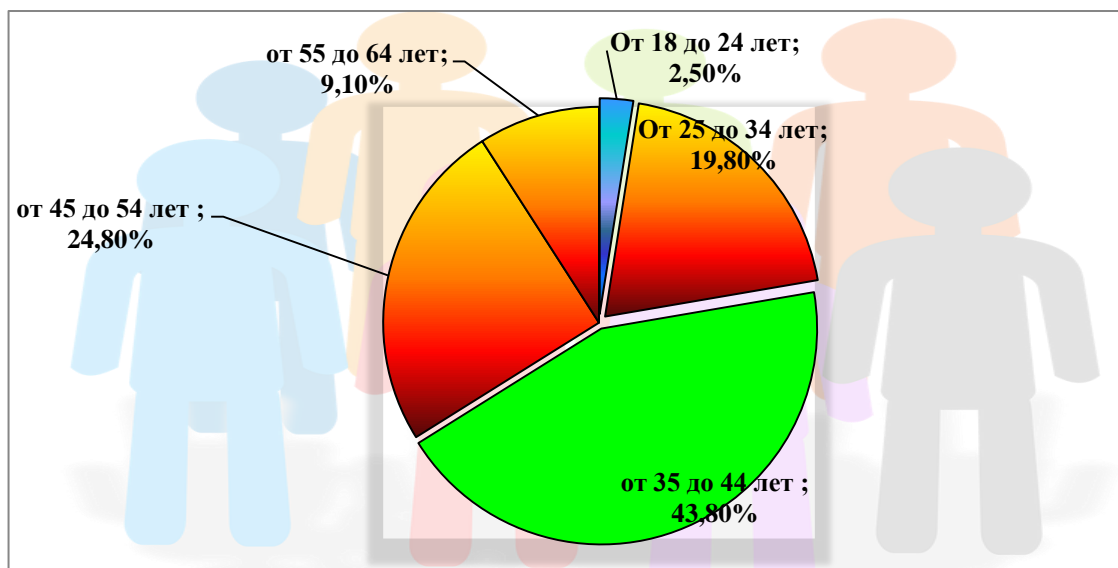


Рис. 13. Возрастная структура (%)

По социальному статусу респонденты распределились следующим образом: работают – 118 чел. (97,6%), пенсионер – 1 чел. (0,8%), без работный – 1 чел. (0,8%), студент – 1 чел. (0,8%).

На вопрос «Есть ли у Вас дети?» 54 чел. (44,6%) опрошенных указали на наличие 1 ребенка, 37 чел. (30,6%) опрошенных имеют 2 детей, 27 чел. (22,3%) не имеют детей, 3 чел. (2,5%) имеют трех и более детей.

Большинство опрошенных имеют образование высшее – специалитет – 102 чел. (84,3%), высшее – бакалавриат – 15 чел. (12,4%), среднее профессиональное образование имеют 2 чел. (1,7%) респондентов, среднее общее образование - 1 чел. (0,8%), 1 чел. (0,8%) имеет научную степень.

Большинство опрошенных – 45 чел.(37,2%) имеют среднемесячный доход на одного члена семьи от 20 до 30 тысяч рублей, 41 чел. (33,9%) – от 10 до 20 тысяч рублей, 15 чел. (12,4%) имеют доход от 30 до 45 тыс. руб., 12 чел. (9,9%) - до 10 тысяч рублей, 7 чел. (5,8%) - от 45 до 60 тысяч рублей и свыше 60 тысяч рублей доход на одного члена семьи имеет 1 чел. (0,8%) из респондентов, проходивших опрос.

По итогам оценки потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках города Иванова, получены следующие результаты (табл.9).

Таблица 9. Оценка потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках города Иванова (чел.)

№	Наименования рынков	Избыточно (много)	Достаточно	Мало	Нет совсем	Затрудняюсь ответить
1.	Рынок услуг дошкольного образования	4	62	19	1	35
2.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	1	29	51	7	33
3.	Рынок услуг среднего профессионального образования	1	57	25	4	34
4.	Рынок услуг дополнительного образования детей	1	66	29	2	23
5.	Рынок медицинских услуг	12	64	35	2	8
6.	Рынок социальных услуг	2	31	43	4	41
7.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	34	71	7	1	8
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	2	45	33	7	34
9.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	2	23	53	13	30

10.	Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	3	37	41	9	31
11.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)	3	29	53	11	25
12.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	3	44	27	9	38
13.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.	3	36	26	11	45
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	6	51	42	5	17
15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	4	41	34	5	37
16.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	7	66	21	3	24
17.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	4	29	28	9	51
18.	Рынок услуг связи	13	79	14	1	14
19.	Рынок строительства	9	64	15	4	29
20.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	6	41	15	6	53
21.	Рынок племенного животноводства	2	13	30	11	65
22.	Рынок семеноводства	3	20	27	10	61
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	2	16	21	16	66
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	2	14	21	15	69
25.	Рынок товарной аквакультуры	2	14	23	16	66

26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	2	13	20	14	72
27.	Рынок легкой промышленности	5	44	29	5	38
28.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	3	24	29	7	58
29.	Рынок производства кирпича	3	20	30	6	62
30.	Рынок производства бетона	3	24	25	6	63
31.	Сфера наружной рекламы	13	53	11	4	40
32.	Рынок ремонта автотранспортных средств	7	62	19	5	28
33.	Рынок нефтепродуктов	5	29	21	9	57

Из представленной таблицы видно, что по мнению опрошенных в областном центре избыточно количество организаций, оказывающих розничную торговлю лекарственными препаратами (25,2%), организаций в сфере наружной рекламы (10,7%) и медицинских услуг (9,9%). Достаточное количество организаций, по мнению жителей города, представлены на следующих экономических рынках:

- услуг связи (79 чел. или 65,3%),
- услуг розничной торговли лекарственными препаратами (71 чел. или 58,7%),
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (66 чел. или 54,5%),
- рынок услуг дополнительного образования детей (66 чел. или 54,5%),
- рынок строительства (64 чел. или 52,9%),
- ремонта автотранспортных средств (62 чел. или 51,2%),
- рынок услуг среднего профессионального образования (57 чел. или 47%),

Вместе с тем, значительная доля потребителей, как и в 2020 году, считают недостаточным количество организаций, представляющих следующие рынки:

- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 53 чел. (43,8%);
- «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)» – 53 чел. (43,8%);
- «Рынок услуг детского отдыха и оздоровления» – 51 чел. (42,1%);
- «Рынок социальных услуг» – 43 чел. (35,5%);
- «Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок» - 42 чел. (34,7%);
- «Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства» – 41 чел. (33,9%).

По итогам оценки потребителями удовлетворенности характеристиками товаров, работ и услуг на рынках города Иванова получены следующие результаты (табл. 10).

Таблица 10. 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) (чел.)

№	Наименование рынка	Уровень цен					Качество					Возможность выбора				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Рынок услуг дошкольного образования	5	33	30	31	22	4	58	18	16	25	14	49	20	14	24
2.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	4	28	33	36	20	4	47	28	17	25	9	35	34	20	23
3.	Рынок услуг среднего профессионального образования	3	31	34	28	25	4	51	19	19	28	10	44	25	16	26
4.	Рынок услуг дополнительного образования детей	4	31	34	32	20	8	59	15	16	23	13	47	23	15	23
5.	Рынок медицинских услуг	2	21	32	59	8	5	37	36	36	7	9	58	18	22	14
6.	Рынок социальных услуг	1	30	36	39	15	6	36	30	26	23	6	34	31	24	26
7.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	2	24	36	53	6	11	48	25	26	11	13	60	20	17	11
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	1	23	30	52	15	6	51	22	26	16	7	43	26	24	21
9.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	0	32	24	47	18	7	27	32	39	16	8	28	30	31	24
10.	Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	0	19	33	57	12	4	28	34	40	15	5	32	27	35	23
11.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)	0	26	32	52	11	4	32	37	39	9	6	28	27	36	24
12.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	0	25	32	47	17	4	47	21	28	21	6	33	25	28	29

13.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.	0	23	33	49	16	5	40	24	26	27	6	31	24	28	32
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	2	43	25	40	11	4	40	29	35	13	7	40	29	28	17
15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	1	44	25	36	15	5	44	21	32	19	7	41	23	26	24
16.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	4	35	30	42	12	4	48	27	27	15	9	45	21	28	18
17.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	0	24	34	43	20	2	26	28	38	27	6	24	29	32	30
18.	Рынок услуг связи	10	47	26	28	10	12	57	23	17	12	14	53	18	20	16
19.	Рынок строительства	2	17	35	49	18	3	37	27	32	22	7	35	24	28	27
20.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	1	25	26	42	27	3	33	24	30	31	7	32	18	27	37
21.	Рынок племенного	2	20	24	41	34	2	28	25	29	37	5	24	23	27	42

	животноводства															
22.	Рынок семеноводства	2	20	24	41	34	2	29	23	32	35	6	25	21	28	41
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	2	22	24	41	32	2	26	23	31	39	5	22	24	27	43
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	2	16	26	43	34	2	26	23	31	39	5	23	23	27	43
25.	Рынок товарной аквакультуры	2	16	26	43	34	2	26	23	31	39	5	23	22	30	41
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	2	16	26	43	34	2	28	24	27	40	5	24	23	27	42
27.	Рынок легкой промышленности	3	25	33	37	23	5	40	22	26	28	9	34	22	25	31
28.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	3	16	25	47	30	3	27	26	29	36	8	22	22	30	39
29.	Рынок производства кирпича	2	17	26	46	30	4	27	25	28	37	7	25	21	27	41
30.	Рынок производства бетона	2	18	25	45	31	4	28	23	29	37	7	25	22	26	41
31.	Сфера наружной рекламы	5	23	21	42	30	5	30	25	29	32	11	30	20	23	37
32.	Рынок ремонта автотранспортных средств	3	33	25	42	18	6	33	30	27	25	10	38	21	23	29
33.	Рынок нефтепродуктов	2	17	26	56	20	4	31	26	33	27	6	34	23	28	30

Таким образом, на основе комплекса собранных данных, можно констатировать, что большинство респондентов считают качество и возможность выбора товаров, работ и услуг на рынках города Иванова скорее удовлетворительным.

Наибольшую озабоченность у респондентов вызывают высокие цены практически на все товары и услуги, кроме рынка оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным и межмуниципальным

маршрутам регулярных перевозок (35,5% - 43 чел.), рынка услуг связи (38,8% - 47 чел.) и рынка оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (28,9% - 35 чел.). В 2021 году жители города скорее удовлетворены ценами на данных товарных рынках.

Согласно результатам проведенного анкетирования неудовлетворительным большинство респондентов считают уровень цен на следующих рынках:

- «Рынок медицинских услуг» – 59 чел. (48,8%);
- «Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства» – 57 чел. (47,1%);
- «Рынок нефтепродуктов» - 56 чел. (46,2%);
- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами» – 53 чел. (43,8%).
- «Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)» – 52 чел. (43%);
- «Рынок услуг по сбору и транспортированию ТКО» - 52 чел. (43%).

На остальных рынках респонденты отметили, что уровень цен - скорее не удовлетворительный.

Мониторинг мнения потребителей позволил выявить «слабые» социально-значимые рынки в части качества предоставляемых на них товаров, работ и услуг, в их числе:

- «Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства» – 40 чел. (33%);
- «Рынок услуг по сбору и транспортированию ТКО – 39 чел. (32,2%);
- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 39 чел. (32,2%);
- «Рынок медицинских услуг» – 36 чел. (29,8%);

Жители города наиболее удовлетворены (скорее удовлетворены) качеством услуг дополнительного образования детей – 59 чел. (48,8%), дошкольного образования – 58 чел. (48%), услуг связи – 57 чел. (47,1%), услуг среднего профессионального образования – 51 чел. (42,1%), а также качеством рынка теплоснабжения – 51 чел. (42,1%).

В части возможности выбора предоставляемых на рынках товаров, работ и услуг «слабыми» социально-значимыми рынками определены:

- «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов» – 36 чел. (29,8%);
- «Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства» – 35 чел.(28,9%);
- «Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)» – 32 чел.(26,4%);
- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 31 чел. (25,6%).

Удовлетворены возможностью выбора (скорее удовлетворены и удовлетворены) на рынках услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 60 чел. (49,6%), медицинских услуг – 58 чел. (47,9%), услуг связи – 53 чел. (43,8%), услуг дошкольного образования 49 чел. (40,5%), услуг дополнительного образования детей - 47 чел (38,8%), оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации – 45 чел. (37,2%).

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее проблемными рынками по мнению потребителей являются «Рынок услуг по сбору и транспортированию

твердых коммунальных отходов», «Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства», «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» и «Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)».

На вопрос: «На какие товары и услуги цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами» большинство респондентов ответили: на нефтепродукты – 24 чел. (19,8%), на медицинские услуги и услуги жилищно-коммунального хозяйства – по 23 чел. (по 19%), на строительство – 10 чел. (8,3%), на лекарственные препараты – 8 чел. (6,6%), электроэнергию – 6 чел. (5%).

Значительная часть респондентов выразили мнение, что конкуренция слабо развита и негативно влияет на качество товара и цены в следующих сферах: жилищно-коммунальное хозяйство, услуги теплоснабжения, электроэнергетики, газа, услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов, общественного транспорта, рынок социальных услуг, рынок выполнения работ по благоустройству городской среды, рынок племенного животноводства, детского отдыха и оздоровления.

В целом потребители считают, что количество организаций на рынках города Иванова за последние 3 года осталось неизменным (табл.11). Больше увеличение роста числа организаций опрошенные отметили на рынках розничной продажи лекарственных препаратов – 44 чел. (36,4%), медицинских услуг – 44 чел. (36,4%). Сокращение организаций респонденты отметили на рынке социальных услуг – 13 чел. (10,7%).

Таблица 11. Оценка потребителями изменений количества организаций, предоставляющих следующие товары и услуги на рынках города, в течение последних 3 лет (чел.)

№ п/п	Наименование товарного рынка	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
1.	Услуги дошкольного образования	6	38	28	49
2.	Услуги детского отдыха и оздоровления	7	43	14	57
3.	Услуги среднего профессионального образования	4	47	9	61
4.	Услуги дополнительного образования детей	5	38	28	50
5.	Медицинские услуги	11	31	44	35
6.	Социальные услуги	13	42	10	56
7.	Лекарственные препараты	10	28	44	39
8.	Услуги теплоснабжения	7	52	5	57
9.	Работы по благоустройству городской среды	8	43	10	60
10.	Услуги жилищно-коммунального хозяйства	7	50	8	56

№ п/п	Наименование товарного рынка	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
11.	Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	11	46	6	58
12.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	7	49	6	59
13.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	4	48	6	63
14.	Перевозка пассажиров автобусами в пределах Вашего населенного пункта	10	51	9	51
15.	Перевозка пассажиров автобусами за пределы Вашего населенного пункта	7	47	6	61
16.	Легковое такси	8	38	28	47
17.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	4	40	7	70
18.	Услуги связи	7	48	26	41
19.	Строительство	8	41	16	56
20.	Архитектурно-строительное проектирование	4	36	13	68
21.	Рынок племенного животноводства	4	31	3	83
22.	Рынок семеноводства	4	31	4	82
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	4	32	2	83
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	4	32	2	83

№ п/п	Наименование товарного рынка	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
25.	Рынок товарной аквакультуры	4	33	2	82
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	4	31	2	84
27.	Рынок легкой промышленности	10	34	13	64
28.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	7	34	2	78
29.	Рынок производства кирпича	5	32	3	81
30.	Рынок производства бетона	4	34	3	80
31.	Сфера наружной рекламы	4	37	10	70
32.	Рынок ремонта автотранспортных средств	5	38	13	65
33.	Рынок нефтепродуктов	6	40	10	65

При оценке изменений характеристик товаров и услуг на товарных рынках города Иванова за последние три года принявшим участие в опросе жителям было предложено проанализировать эти изменения с учетом таких критериев, как уровень цен, качество товаров и услуг и возможность выбора.

По итогам анализа оценки изменения рассматриваемых характеристик товаров, работ, услуг в течение последних 3 лет (табл.12) большинство респондентов отметили, что цены на представленных рынках увеличились. Большинство заметило повышение цен на лекарственные препараты – 98 чел. (81%), медицинские услуги – 97 чел. (80,2%), на услуги жилищно-коммунального хозяйства – 97 чел. (80,2%), на услуги теплоснабжения – 94 чел. (77,7%).

За последние 3 года, по мнению большинства респондентов, качество товаров и услуг на товарных рынках города Иванова остались на том же уровне. Однако, 30,5% опрошенных считают, что качество медицинских услуг снизилось.

Большая часть жителей, принявших участие в опросе, затруднились оценить возможность выбора товаров и услуг на рынках города Иванова в течение последних 3 лет.

Из числа опрошенных, которые не затруднились ответить, увеличение ассортимента отметили на рынке медицинских услуг – 37 чел. (30,6%) и рынке лекарственных товаров – 35 чел. (28,9%).

Таблица 12. Оценка потребителями изменений характеристик товаров и услуг на рынках города Иванова в течение последних 3 лет (1 – снижение, 2 – не изменилось, 3 - увеличение, 4 - затрудняюсь ответить) (чел.)

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Услуги дошкольного образования	1	6	80	34	17	43	14	47	5	42	26	48
2.	Услуги детского отдыха и оздоровления	1	5	77	38	21	40	8	52	7	43	16	55
3.	Услуги среднего профессионального образования	1	9	69	42	19	41	8	53	5	48	13	55
4.	Услуги дополнительного образования детей	2	5	81	33	19	39	18	45	5	44	26	46
5.	Медицинские услуги	1	4	97	19	37	39	12	33	7	37	37	40
6.	Социальные услуги	2	4	79	36	27	42	6	46	7	44	17	53
7.	Лекарственные препараты	1	4	98	18	26	46	12	37	6	36	35	44
8.	Услуги теплоснабжения	1	5	94	21	21	57	5	38	7	56	6	52
9.	Работы по благоустройству городской среды	1	7	76	37	33	35	10	43	10	38	17	56
10.	Услуги жилищно-коммунального хозяйства	2	5	97	17	35	41	6	39	11	46	10	54
11.	Услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	1	6	92	22	32	41	10	38	13	47	7	54
12.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	1	7	89	25	25	45	2	49	10	49	6	56
13.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии	1	5	80	35	23	44	1	55	9	46	5	61

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	(мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.												
14.	Перевозка пассажиров автобусами в пределах Вашего населенного пункта	1	5	92	23	34	39	6	42	12	45	11	53
15.	Перевозка пассажиров автобусами за пределы Вашего населенного пункта	2	5	86	28	23	44	4	50	11	43	12	55
16.	Легковое такси	2	7	90	22	22	45	11	43	7	42	22	50
17.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	1	5	65	50	24	30	3	64	7	36	8	70
18.	Услуги связи	1	12	83	25	18	50	13	40	5	42	25	49
19.	Строительство	1	4	85	31	24	32	4	61	7	33	17	64
20.	Архитектурно-строительное проектирование	1	5	63	52	19	30	3	69	5	30	12	74
21.	Рынок племенного животноводства	2	5	51	63	21	23	3	74	5	29	8	79
22.	Рынок семеноводства	1	6	54	60	23	23	2	73	7	29	8	77
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	1	6	52	62	21	23	1	76	6	28	8	79
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	1	5	51	64	21	23	1	76	5	28	9	79
25.	Рынок товарной аквакультуры	1	5	51	64	23	23	1	74	5	29	8	79
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на	1	5	51	64	19	23	2	77	4	29	7	81

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	участках недр местного значения												
27.	Рынок легкой промышленности	2	6	74	39	28	32	6	55	9	37	13	62
28.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	1	7	69	44	25	27	2	67	6	33	8	74
29.	Рынок производства кирпича	1	5	68	47	18	32	1	70	8	33	6	74
30.	Рынок производства бетона	1	5	65	50	18	30	2	71	5	33	10	73
31.	Сфера наружной рекламы	1	5	58	57	18	32	5	66	6	34	12	69
32.	Рынок ремонта автотранспортных средств	1	4	79	37	21	33	7	60	5	36	12	68
33.	Рынок нефтепродуктов	1	4	82	34	26	30	4	61	7	36	9	69

В целом, характеристика состояния конкуренции показала, что на обозначенных в регионе приоритетных и социально значимых рынках требуется продолжение реализации комплексных мер, направленных на развитие конкуренции в целях повышения удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг – цена, качество, возможность выбора.

В рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды проведены опросы жителей города о том, обращались ли они за последние три года за защитой своих прав в различные органы как потребители из-за некачественного товара или услуг (табл. 13).

Результаты опроса показали, что в большинстве случаев опрошенные респонденты не обращались в органы за защитой своих интересов. Однако, из тех кто обращался, больший процент (6,6%) обращались в органы местного самоуправления, где им помогли. Безрезультатным оказалось обращение (8,3% респондентов) в территориальное управление Роспотребнадзора.

Таблица 13. Информация об обращениях опрошенных граждан за последние 3 года за защитой своих прав как потребителей из-за некачественного товара или услуги (чел.)

Наименование организации		Обращался, мне помогли	Обращался, безрезультатно	Не обращался
1.	Общественная организация по защите прав потребителей	1	6	114
2.	Роспотребнадзор	3	10	108
3.	Росстандарт	0	1	120
4.	Федеральная антимонопольная служба	0	2	119
5.	Органы местного самоуправления (администрации муниципальных образований, комитеты муниципальных образований и т.д.)	8	8	105
6.	Органы власти региона (Правительство КО, Законодательное собрание КО, министерства и ведомства и т.д.)	2	6	113
7.	Прокуратура	3	8	110
8.	Органы судебной власти	2	3	116
9.	Другое (указать свой вариант, если ни один из предложенных не подходит)	-	-	-

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 в Администрацию города Иванова в 2021 году составило 3354 обращения по вопросам качества товаров, работ и услуг, в основном касающихся качества оказания услуг в сферах жилищно-коммунального хозяйства, благоустройства, дорожного хозяйства, транспортного обслуживания, размещения наружной рекламы, социальной защиты, образования, а также вопросов качества товаров народного потребления и деятельности предприятий сферы общественного питания.

По вопросам административных барьеров в Администрацию города Иванова за 2021 год от юридических лиц поступило 10 обращений (в 2020 году – 11 обращение).

Кроме этого, управлением экономического развития и торговли Администрации города Иванова в рамках исполнения полномочий, установленных ст. 44 Закона «О защите прав потребителей», а также во исполнение Федерального закона Российской Федерации от 21.11.2011 № 324-ФЗ «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации», осуществляется бесплатная юридическая

помощь потребителям по защите нарушенных прав в области реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг по возмездным договорам.

За 2021 год на личный прием за юридической помощью в управление экономического развития и торговли Администрации города Иванова обратилось 68 потребителей.

По обращениям потребителей в 2021 году составлено 42 процессуальных документа: 27 претензий и 15 исковых заявлений. Как показывает практика, большинство спорных ситуаций разрешается на претензионном уровне, при условии грамотно составленной претензии.

Классифицируя обращения граждан можно сделать однозначный вывод о том, что продолжает оставаться высоким число обращений по вопросам торговли. Одним из основных мотивов обращений граждан является ущемление прав потребителей при обнаружении недостатков в товарах. Значительно меньше поступает нареканий на некачественное предоставление услуг по бытовому обслуживанию населения.

На протяжении 9 лет в управлении функционирует «Телефон доверия», который работает в круглосуточном режиме и куда жители города могут обратиться по вопросам торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения и защиты прав потребителей. Данной услугой в 2021 году воспользовалось 26 потребителей.

Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой Правительством Ивановской области и Администрацией города Иванова

Одной из задач по внедрению стандарта развития конкуренции является повышение уровня информационной открытости по вопросу о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг.

Для повышения уровня информированности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции на официальном сайте Администрации города Иванова на странице управления экономического развития и торговли Администрации города Иванова функционирует раздел «Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городе Иванове» (<https://ivgoradm.ru/upriu/grafik.htm>), в котором размещена вся необходимая информация, а также доклады о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова за 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 годы.

Субъектам предпринимательской деятельности предлагалось оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, услуг Ивановской области (количество участников, данные о перспективах развития

конкретных рынков, барьеры входа на рынки и т.д.) и деятельности по содействию развития конкуренции, размещаемой в открытом доступе.

Измерение оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды субъектов предпринимательской деятельности проводилось по трем параметрам – уровню доступности, уровню понятности и уровню получения информации. По каждому из этих параметров респонденты высказывали степень удовлетворенности (рис. 14).

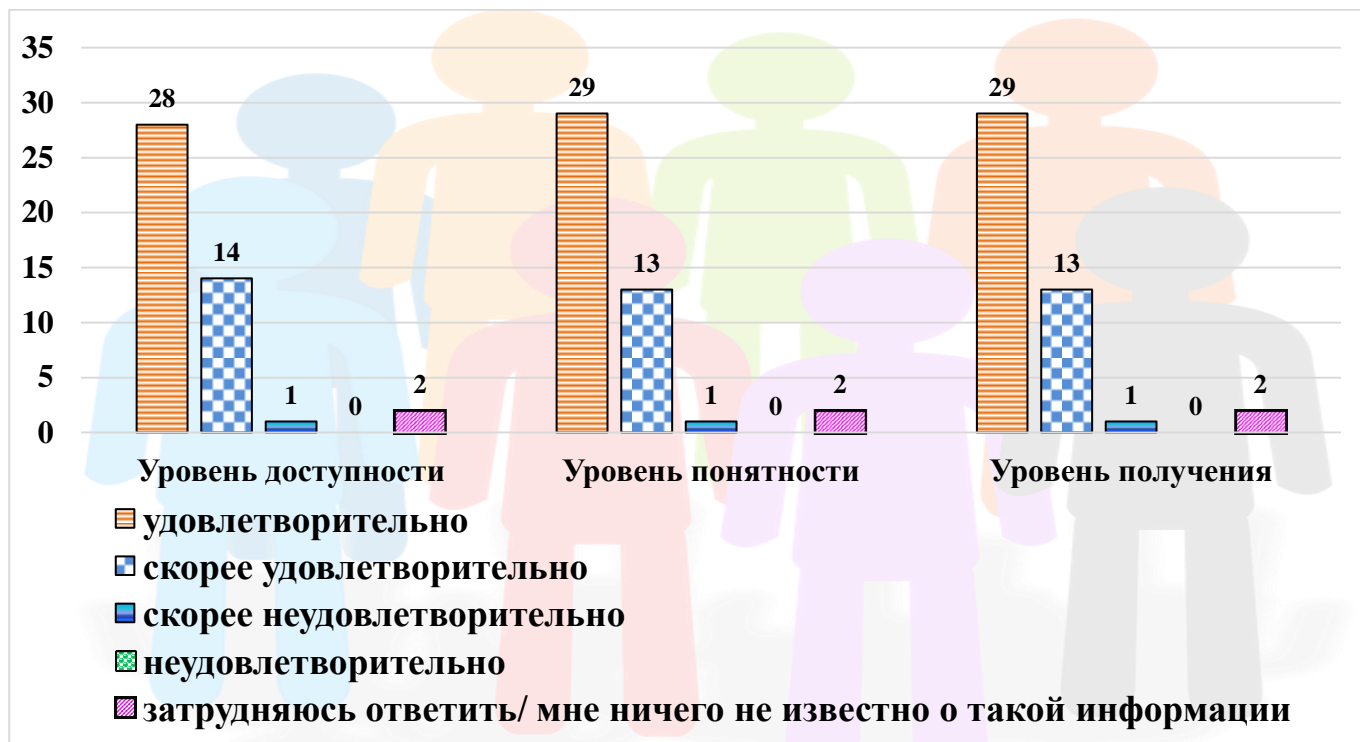


Рис. 14. Оценка качества официальной информации субъектами предпринимательской деятельности о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Ивановской области и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе (чел.)

Основное количество предпринимателей удовлетворительно оценивают качество информации о состоянии конкурентной среды (табл. 14).

Таблица 14. Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, услуг Ивановской области (количество участников, данные о перспективах развития конкретных рынков, барьеры входа на рынки и т.д.) и деятельности по содействию развития конкуренции, размещаемой в открытом доступе (чел.)

Показатели	Удовл.	Скорее удовл.	Скорее неудовл.	Не удовл.	Затрудняюсь ответить
Уровень доступности	28	14	1	0	2
Уровень понятности	29	13	1	0	2
Удобство получения	29	13	1	0	2

62,2% (28 чел.) опрошенных отметили, что уровень доступности официальной информации о конкурентной среде их удовлетворяет, 31,1% (14 чел.) отметили, что уровень доступности данной информации скорее удовлетворительный, 2,2% (1 чел.) – скорее неудовлетворительный и 2 чел. (4,4%) - затрудняются ответить.

64,4% (29 чел.) удовлетворены уровнем понятности информации и удобством получения, 28,9% (13 чел.) – скорее удовлетворены, всего 2,2% (1 чел.) из опрошенных скорее не удовлетворены уровнем понятности информации и удобством получения и 4,4% (2 чел.) - затрудняются ответить на данный вопрос.

Также большинство предпринимателей поставили высшую оценку «удовлетворительно», оценивая полноту размещаемой органом исполнительной власти Ивановской области, уполномоченным содействовать развитию конкуренции и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и деятельности по содействию развитию конкуренции (табл. 15).

Таблица 15. Полнота размещаемой органом исполнительной власти Ивановской области, уполномоченным содействовать развитию конкуренции и муниципальными образованиями информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и деятельности по содействию развитию конкуренции (чел.)

Показатели	Удовл.	Скорее удовл.	Скорее неудовл	Неудовл.	Затрудняюсь ответить
Доступность информации о нормативной базе, связанной с внедрением Стандарта в регионе	33	10	0	0	2
Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе	28	15	0	0	2
Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона	31	12	0	0	2
Обеспечение доступности "дорожной карты" региона	25	18	0	0	2
Доступность информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления	29	14	0	0	2

региона					
Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе	30	13	0	0	2

Опрос предпринимателей про источники информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и деятельности по содействию развитию конкуренции показал, что больше всего в процентном соотношении предприниматели предпочитают пользоваться всеми источниками информации, однако, доверяют больше всего (44,4%) специальным блогам, порталам и прочим электронным ресурсам, а также информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (28,9%) (табл. 16).

Таблица 16. Источники информации для предпринимателей о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции (чел.)

	Предпочитаю пользоваться	Доверяю больше всего	Затрудняюсь ответить
Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	32	10	3
Официальная информация, размещенная на интернет - портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации	34	4	7
Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	30	8	7
Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов	29	13	3

государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
Телевидение	27	10	8
Печатные средства массовой информации	30	5	10
Радио	32	1	12
Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы	18	20	7

Среди потребителей проведенный мониторинг оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг (субъекта), размещаемой в открытом доступе, показал, что большинство опрошенных считают, что уровень доступности (28,9%), уровень понятности (22,3%), уровень получения (28%) скорее удовлетворительные (табл. 17).

Таблица 17. Оценка потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг (субъекта), размещаемой в открытом доступе (чел.)

	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительное	Скорее неудовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации
Уровень доступности	19	35	26	2	39
Уровень понятности	16	27	27	12	39
Уровень получения	16	34	30	2	39

Опрос потребителей про источники информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции показал, что больше всего в процентном

соотношении ивановцы предпочитают пользоваться официальной информацией, размещенной на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (50,4%) и информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (40,5%) (табл. 18).

Таблица 18. Источники информации для потребителей о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции (чел.).

	Предпочитаю пользоваться	Доверяю больше всего	Затрудняюсь ответить
Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	61	13	47
Официальная информация, размещенная на интернет - портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации	34	10	77
Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	26	10	85
Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	49	14	58
Телевидение	47	7	67
Печатные средства массовой информации	36	13	72
Радио	32	8	81

Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы	35	8	78
---	----	---	----

Мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории города Иванова

Одной из задач опроса, проведенного в рамках ежегодного мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова являлось выявление уровня удовлетворенности качеством основных товаров (работ, услуг), предоставляемых субъектами естественных монополий.

Жители города Иванова оценивали качество услуг субъектов естественных монополий (водоснабжение и водоотведение, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, телефонная связь, почтовая связь).

В целом по всем субъектам естественных монополий преобладают удовлетворительные оценки качества их услуг (табл. 19). Наибольший уровень удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг наблюдается на рынках электроснабжения и газоснабжения (по 46,3%). Не удовлетворенность у жителей Иванова вызывают услуги по водоснабжению, водоотведению (38%), почтовой связи (35,5%) и теплоснабжение (29%).

Таблица 19. Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий (чел.)

Наименование услуг				Затрудн яюсь ответит ь
	Хорошее	Удовл.	Не удовл.	
Услуги по водоснабжению, водоотведению	8	48	46	19
Услуги газоснабжения	29	56	18	18
Услуги электроснабжения	26	56	23	16
Услуги теплоснабжения	16	49	35	21
Услуги проводной телефонной связи	17	45	18	41
Услуги почтовой связи	9	45	13	24

Большинство потребителей (21,5%, 26 чел.) на вопрос о проблемах при взаимодействии с субъектами естественных монополий ответили о взимании дополнительной платы. 23 чел. (19%) затруднялись ответить и другие 19% не сталкивались с подобными проблемами (табл. 20).

Таблица 20. Распределение мнений потребителей о проблемах при взаимодействии с субъектами естественных монополий (чел.)

Наименование услуг	Кол-во, чел	%
Взимание дополнительной платы	26	21,5
Навязывание дополнительных услуг	22	18,2
Отказ в установке приборов учета	0	0
Проблема с заменой приборов	7	5,7
Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур	6	5
Другое	14	11,6
Не сталкивался с подобным	23	19
Затрудняюсь ответить	23	19

Также, оценка деятельности субъектов естественных монополий в городе Иванове осуществлялась путем опроса представителей бизнеса по следующим услугам естественных монополий: услуги по водоснабжению, водоотведению, водоочистке, газоснабжению, электроснабжению, теплоснабжению, телефонной связи. Параметрами оценки оказываемых услуг являлись: сроки получения доступа, количество процедур подключения и стоимость подключения.

Результаты оценки характеристик услуг субъектов естественных монополий в Ивановской области представлены в табл. 21.

При оценке использовались следующие критерии: 1-Удовлетворительно. 2 - Скорее удовлетворительно. 3 - Скорее неудовлетворительно. 4 - Не удовлетворительно. 5 - Затрудняюсь ответить.

Таблица 21. Распределение мнений респондентов относительно характеристик услуг субъектов естественных монополий в городе Иванове (чел.)

Наименование услуг	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	18	10	1	2	7	21	11	2	4	6	7	20	7	5
Водоочистка	11	16	13	2	3	6	22	11	2	4	7	6	20	7	5

Газоснабжение	13	18	11	1	2	6	20	12	3	4	6	5	20	10	4
Электроснабжение	12	19	10	2	2	7	20	13	2	3	7	5	22	8	3
Теплоснабжение	10	18	13	1	3	6	20	12	2	5	6	5	21	8	5
Телефонная связь	13	25	2	2	3	11	25	4	1	4	10	12	13	5	5

Оценка услуг субъектов естественных монополий в городе Иваново показала, что большая часть предпринимателей скорее удовлетворены характеристиками услуг естественных монополий, а именно: сроком получения доступа и количеством процедур по подключению. А вот стоимостью подключения большинство предпринимателей скорее не удовлетворены.

Большинство предпринимателей указали, что при подключении к электросетям, к сетям водоснабжения и водоотведения, к тепловым сетям, к телефонной сети и получение доступа к земельному участку необходимо 2 процедуры сроком до 50 дней для получения данных услуг.

Опрос предпринимателей показал, что количество процедур подключения услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет в городе Иваново не изменилось.

При этом относительно уровня цен на все услуги субъектов естественных монополий за последние 5 лет, по мнению представителей бизнеса, цены увеличились (табл. 22).

Таблица 22. Оценка предпринимателями характеристик услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет (1 – снизилось, 2- увеличилось, 3 – не изменилось) (чел.)

Наименование услуг	Сложность процедур			Уровень цен		
	1	2	3	1	2	3
Водоснабжение, водоотведение	2	1	34	0	36	2
Водоочистка	2	0	35	0	36	2
Газоснабжение	2	0	35	0	35	3
Электроснабжение	1	0	36	0	36	2
Теплоснабжение	1	0	36	0	34	4
Телефонная связь	3	1	33	0	30	8

На основе комплекса собранных данных, качество услуг естественных монополий за последние 5 лет, по мнению предпринимателей, не изменилось. Некоторые отметили улучшение качества услуг субъектов естественных монополий. (табл. 23).

Таблица 23. Оценка предпринимателями качества услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет (чел.)

Наименование услуг	Качество услуг		
	ухудшилось	улучшилось	не изменилось
Водоснабжение, водоотведение	2	8	28
Водоочистка	3	7	28
Газоснабжение	0	6	32
Электроснабжение	0	7	33
Теплоснабжение	1	8	29
Телефонная связь	1	10	27

У 57,9% (26 чел.) респондентов из сферы бизнеса при взаимодействии с субъектами естественных монополий не возникало никаких проблем. У 28,9% опрошенных данный вопрос вызвал затруднение. В единичных случаях отмечаются такие проблемы как: взимание дополнительной платы (4,4%, 2 чел.), навязывание дополнительных услуг (2,2%, 1 чел.), требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур (2,2%, 1 чел.), проблемы с заменой приборов учета (2,2%, 1 чел.) (рис. 15).



Рис. 15. Проблемы, с которыми столкнулись предприниматели при взаимодействии с субъектами естественных монополий (чел.)

Также предпринимателям предлагалось оценить качество услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий (табл. 24).

Таблица 24. Оценка качества услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде (чел.)

Наименование услуги	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительное	Скорее неудовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации
Водоснабжение, водоотведение	7	28	3	1	6
Газоснабжение	7	28	4	1	5
Электроснабжение	7	27	5	1	5
Теплоснабжение	7	27	4	1	6

Из таблицы видно, что большинство представителей бизнеса скорее удовлетворены и удовлетворены качеством услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде, оказываемых ресурсоснабжающими организациями и субъектами естественных монополий.

А вот стоимость услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде большинство респондентов скорее не удовлетворяет. При этом 10 чел. (22,2%) скорее удовлетворены стоимостью услуг по техническому присоединению к сетям водоснабжения и водоотведения, электроснабжению, теплоснабжению в электронном виде (табл. 25).

Таблица 25. Оценка стоимости услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде (чел.)

Наименование услуги	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительное	Скорее неудовлетворительное	Неудовлетворительное	Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации
Водоснабжение, водоотведение	4	10	18	5	8

Газоснабжение	4	8	21	5	7
Электроснабжение	4	10	19	6	6
Теплоснабжение	4	10	18	5	8

Большинство опрошенных считают, что качество услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде не изменилось. Что не скажешь, про уровень цен, который по мнению представителей бизнеса, ухудшился (рис. 16 и рис. 17).

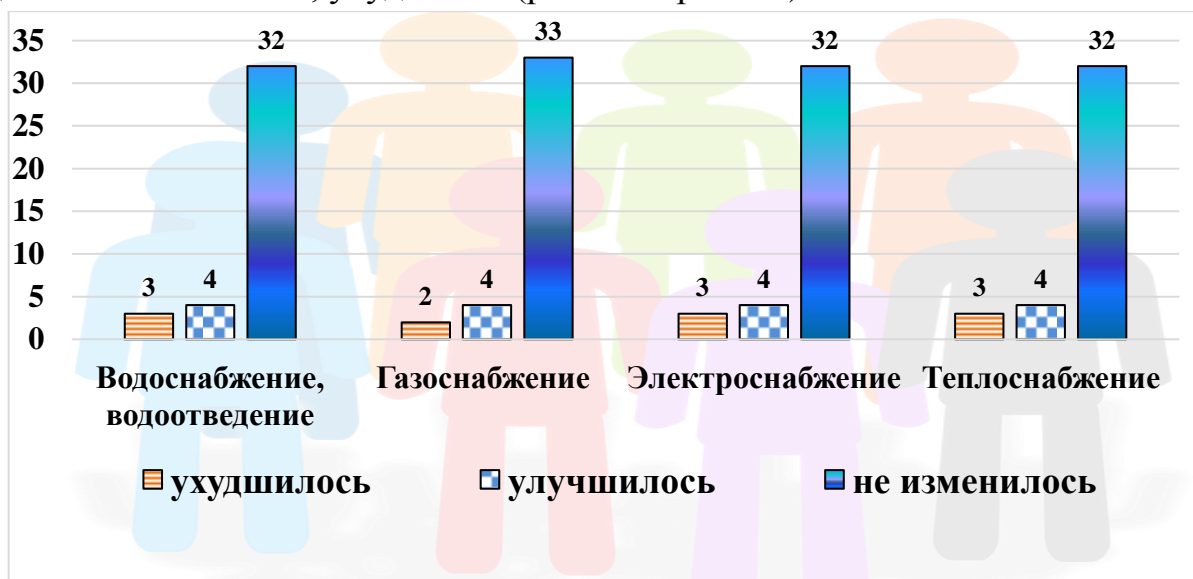


Рисунок 16. Оценка изменения качества услуг по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде (чел.)

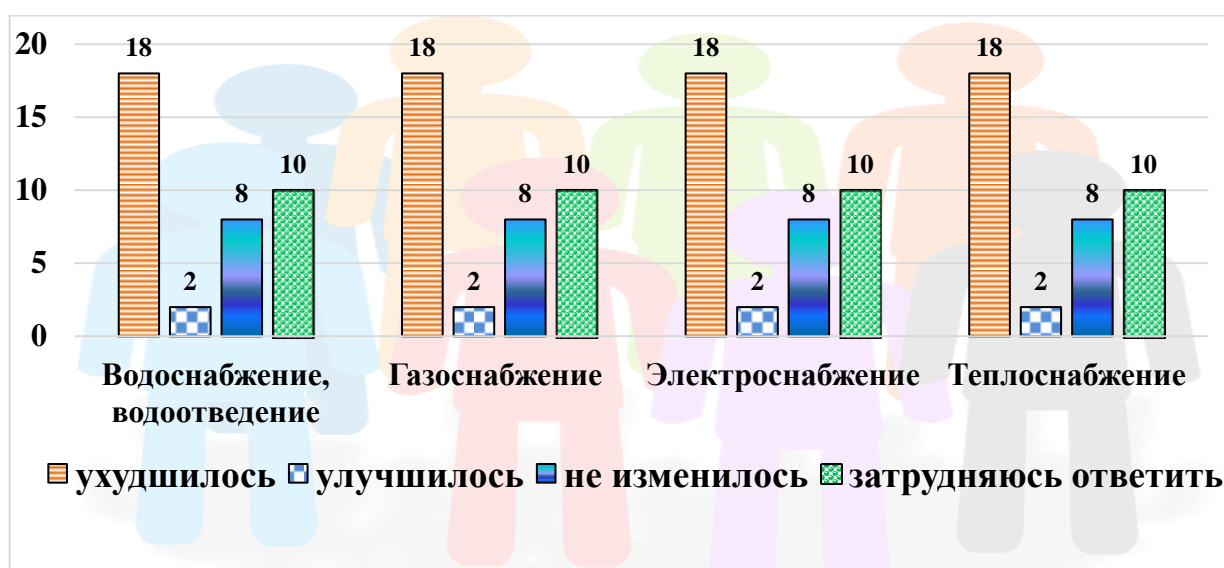


Рисунок 10. Оценка изменения уровня цен по техническому присоединению к сетям инженерно-технического обеспечения в электронном виде (чел.)

Мониторинг доступности финансовых услуг и удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг

Удовлетворенность потребителей деятельностью финансовых организаций, является одним из показателей, характеризующих сферу финансовых услуг. Эта сфера оказывает существенное влияние на развитие конкуренции, поскольку с одной стороны способствует созданию дополнительных возможностей для развития бизнеса, с другой - формированию конечного потребительского спроса.

Опрос показал, что ивановцы в большей своей части пользуются услугами финансовых организаций 1 раз в год и реже - 50% (56 чел.), 27,7% (31 чел.) ответили, что не реже, чем 1 раз в неделю, 13,4% (15 чел.) – не реже, чем 1 раз в месяц и 8,9% (10 чел.) - не реже, чем 1 раз в 3 месяца (табл. 26).

Таблица 26. Распределение мнений респондентов о частоте использования услуг финансовых организаций (чел.)

Не реже, чем раз в неделю	31
Не реже, чем раз в месяц	15
Не реже, чем раз в три месяца	10
1 раз в год и реже	56

Анализ показал, что в 2021 году у 24,8% опрошенных имеются банковские вклады в настоящее время. Большинство же респондентов не пользовались финансовыми продуктами за последние 12 месяцев (табл.27).

Таблица 27. Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос: «Охарактеризуйте доступность вам финансовых услуг» (чел.)

Виды финансовых услуг	Имеется сейчас	Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев	Не использовался за последние 12 месяцев
Банковский вклад	30	9	82
Договор на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации	1	5	115
Договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе	2	4	115
Договор на размещение средств в форме займа в	1	4	116

сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе			
Индивидуальный инвестиционный счет	4	9	108
Инвестиционное страхование жизни	3	7	111
Брокерский счет	3	5	113
Вложение средств в паевой инвестиционный фонд	1	5	115

Из 82,6% (100 чел.) ответивших на вопрос, большинство 64% ответили, что главная причина, по которой они за последние 12 месяцев не пользовались финансовыми продуктами, является нехватка свободных денег (табл. 28).

Таблица 28. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия вышеуказанных финансовых продуктов (услуг)

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Отделения финансовых организаций находятся слишком далеко от меня	3	3
Предлагаемая процентная ставка слишком низкая (для продуктов с процентным доходом)	14	14
Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства	9	9
У меня недостаточно свободных денег	64	64
Использую другие способы размещения свободных денежных средств (недвижимость, покупка украшений, антиквариата)	2	2
Данными услугами уже пользуются другие члены моей семьи	8	8

В опросе по конкретным финансовым продуктам, которые жители использовали за последние 12 месяцев, участие приняло 55 человека из 121. Голоса разделились следующим образом:

- Использование кредитного лимита по кредитной карте – 21 чел. (38,2%),

- Онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) – 18 чел. (32,7%),
- Иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом – 12 чел. (21,8%),
- Онлайн-заем в микрофинансовой организации (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) – 2 чел. (3,6%),
- Иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн – займом – 1 чел.(1,8%),
- Заем в ломбарде - 1 чел.(1,8%).

Такие финансовые продукты как: иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-займом; онлайн-заем в кредитном потребительском кооперативе; иной заем в кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом; онлайн-заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе среди опрошиваемых ивановцев оказались не востребованными.

Необходимо отметить в 2021 году тенденцию на развитие использования кредитного лимита по кредитной карте, который в 2020 году была не так популярна.

Проведенный анализ показал, что из 69% (83 чел.) ответивших на вопрос, почему за последние 12 месяцев они не пользовались ни одним указанным в таблице №13 финансовым продуктом, 31,3% (26 чел.) ответили, что не любят кредиты, займы или не хотят жить в долг, а также процентная ставка слишком высокая, а у 18,1% опрошенных нет необходимости в заемных средствах (табл. 29).

Таблица 29. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия вышеуказанных финансовых продуктов

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Отделения финансовых организаций находятся слишком далеко от меня	2	2,4
Процентная ставка слишком высокая	26	31,3
Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы привлекать у них денежные средства	5	6
У меня нет необходимых документов (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, документ о выплате заработной платы, справка с места работы, и т.д.)	1	1,2

Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг	26	31,3
Использую другие способы получить заем (неформальные источники (родные и друзья), заем у работодателя)	4	4,8
Кредит/заем оформлен на других членов моей семьи	2	2,4
Нет необходимости в заемных средствах	15	18,2
Я не обладаю навыками использования онлайн-сервисов финансовых организаций для получения кредита (займа)	0	0
Я не уверен в технической безопасности онлайн-сервисов финансовых организаций	2	2,4

Самой востребованной платежной картой, которой пользовались респонденты за последние 12 месяцев, и которая имеется сейчас, является зарплатная карта. Так ответило 95% (115 чел.). И, наоборот, расчетные (дебетовые) карты для получения пенсий и иных социальных выплат, кредитные карты и другие расчетные (дебетовые) карты не использовались большинством опрошенных респондентов за последние 12 месяцев (табл. 30)

Таблица 30. Использование жителями города платежных карт за последние 12 месяцев (чел.)

Платежная карта	Имеется сейчас	Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев	Не использовался за последние 12 месяцев
Зарплатная карта	115	3	3
Расчетная (дебетовая) карта для получения пенсий и иных социальных выплат	27	8	86
Другая расчетная (дебетовая) карта, кроме зарплатной карты и (или) карты для получения пенсий и иных социальных выплат	44	9	68
Кредитная карта	41	9	71

Из 27,2% ответивших на вопрос о причине, по которой не пользовались последние 12 месяцев вышеуказанными платежными картами, большинство 36,4%

ответило, что у них недостаточно денег для хранения их на счете (платежной карте) и использования этих финансовых продуктов (табл. 31).

Таблица 31. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия платежных карт

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Отделения банков находятся слишком далеко от меня	2	6,1
Банкоматы находятся слишком далеко от меня	0	0
В организациях торговли (услуг), которыми я обычно пользуюсь, нет возможности проводить безналичную оплату за товары (услуги) с помощью банковской карты через POS-терминал	1	3
Обслуживание счета/платежной карты стоит слишком дорого	6	18,2
У меня нет необходимых документов (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, документ о выплате заработной платы, справка с места работы и т.д.)	1	3
У меня недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте и использования этих финансовых продуктов	12	36,4
Я не доверяю банкам (кредитным организациям)	7	21,2
Платежная карта есть у других членов моей семьи	4	12,1

За последние 12 месяцев текущим счетом (расчетным счетом без получения дохода в виде процентов, отличным от счета по вкладу или счета платежной карты) не пользовались 71,9% (87 чел.) респондентов. У 23,1% (28 чел.) имеется сейчас текущий счет и у 5% (6 чел.) не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев (рис. 18).

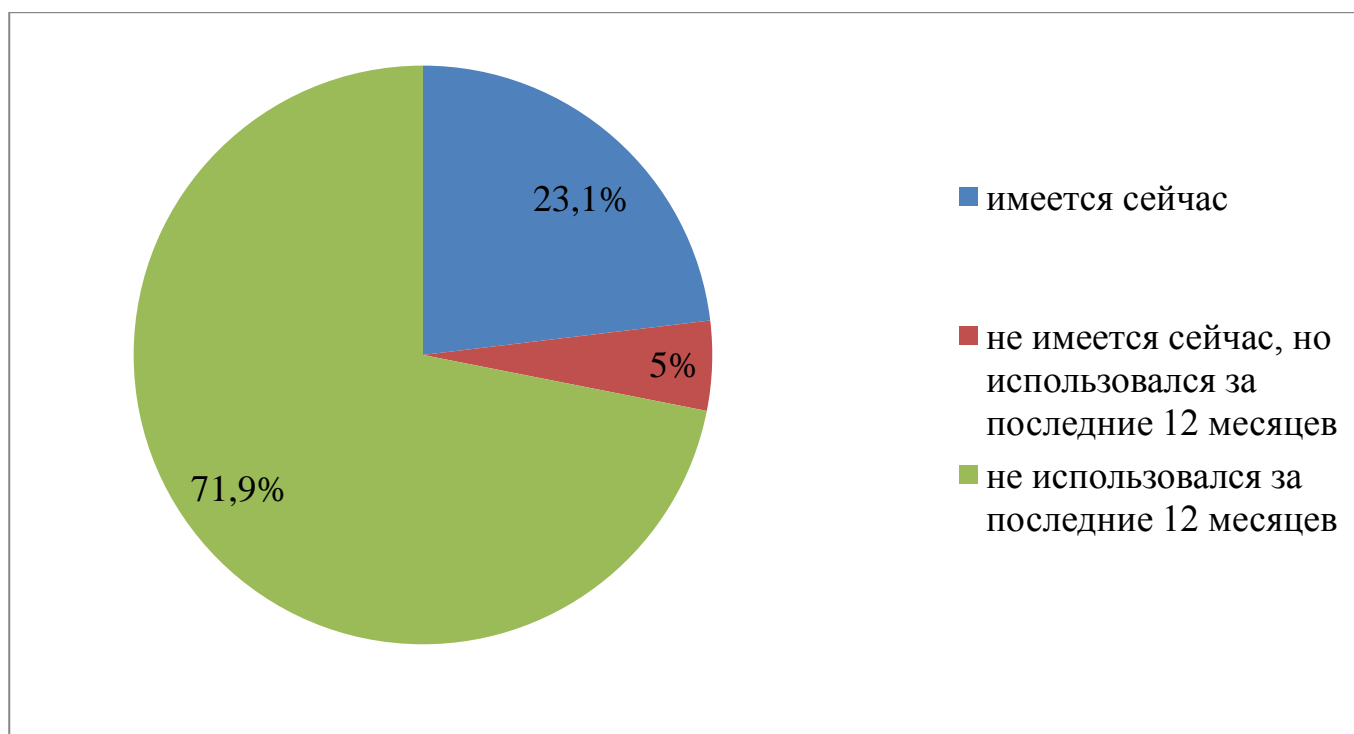


Рисунок 18. Распределение мнений респондентов о пользовании текущим счетом (в %)

Изучение анкет жителей города Иванова об использовании дистанционного доступа к банковскому счету позволило сделать вывод, что в течение 12 месяцев среди опрошенных ивановцев 78,5% пользовались денежными переводами (платежами) через мобильный банк с помощью специального приложения для смартфона (табл. 32).

Таблица 32. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия платежных карт (чел.)

Способ дистанционного доступа	Да, пользовался	Нет, не пользовался
Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью стационарного компьютера или ноутбука (через веб-браузер)	57	64
Денежные переводы/платежи через интернет-банк с помощью планшета или смартфона (через веб-браузер на мобильном устройстве без использования специального приложения (программы) и без использования смс-команд (однако на номер телефона могут приходить подтверждающие коды)	59	62
Денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета	95	26

Денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона - с помощью отправки смс на короткий номер	38	83
--	----	----

Из 23,1% ответивших на вопрос о причине не использования ни одного из вышеперечисленных типов дистанционного доступа к банковскому счету, большинство 50% (14 чел.) ответили, что не уверены в безопасности интернет-сервисов (табл. 33).

Таблица 33. Распределение мнений респондентов о причинах не использования дистанционного доступа к банковскому счету

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
У меня нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона	8	28,6
У меня отсутствует возможность интернет-подключения или качество интернета не позволяет получить дистанционный доступ к финансовым услугам	2	7,1
Я не уверен в безопасности интернет-сервисов	14	50
Я не обладаю навыками использования таких технологий	4	14,3

Анализ использования страховых продуктов за последние 12 месяцев показал, что более чем у 80,2% респондентов добровольное и обязательное страхование является не востребованной услугой (табл. 34).

Таблица 34. Распределение мнений респондентов о востребованности страховых продуктов (чел.)

Страховой продукт	Имеется сейчас	Не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев	Не использовался за последние 12 месяцев
Добровольное страхование жизни	16	8	97
Другое добровольное страхование, кроме страхования жизни	8	6	107

(добровольное личное страхование от несчастных случаев и болезни, Медицинское страхование; добровольное имущественное страхование; добровольное страхование гражданской ответственности)			
Другое обязательное страхование, кроме обязательного медицинского страхования	20	4	97

Из 67% (81 чел.) ответивших респондентов на вопрос о причине отсутствия у них страховых продуктов в течение последних 12 месяцев, большинство (39,5%) указали, что не видят смысла в страховании. Другая самая распространенная причина – это высокая стоимость страхового полиса. Так ответило 37% респондентов (табл. 35).

Таблица 35. Распределение мнений респондентов о причинах не использования страховых продуктов за последние 12 месяцев

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Отделения страховых организаций (а также страховые брокеры или общества взаимного страхования) находятся слишком далеко от меня	0	0
Стоимость страхового полиса слишком высокая	30	37
Другие невыгодные условия страхового договора	5	6,2
Я не доверяю страховым организациям	14	17,3
Не вижу смысла в страховании	32	39,5
Договор добровольного страхования есть у других членов моей семьи	0	0

Наиболее известной финансовой организацией является банк. Поэтому 57,9% опрошенных скорее удовлетворены работой данной организации при использовании финансовых услуг. В связи с не востребованностью у населения других финансовых организаций, большая часть опрошенных затруднилось выразить мнение по другим финансовым компаниям. Однако, из тех кто ответил, наибольшее количество голосов (29,8%) «полностью не удовлетворен» пришлось на микрофинансовые организации. 23,1% (28 чел.) респондентов скорее удовлетворены финансовой деятельностью субъектов страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры) (рис.19).

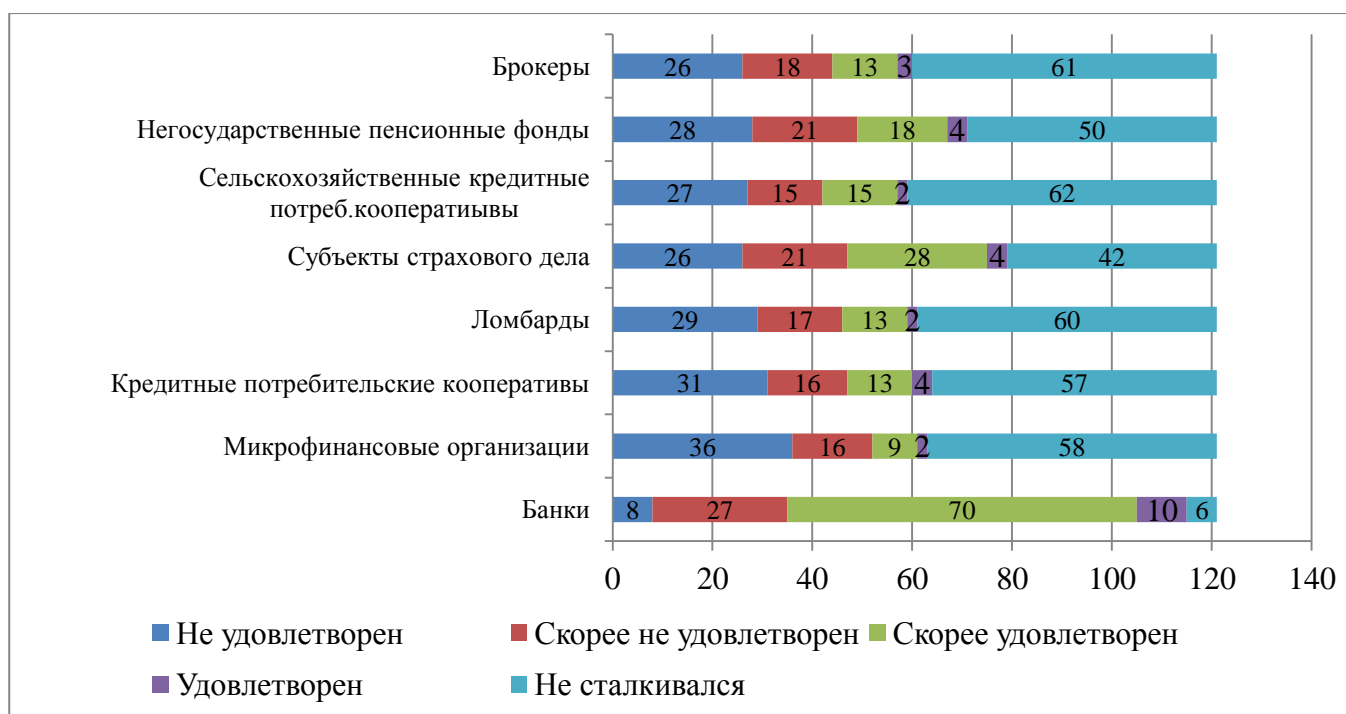


Рисунок 19. Оценка удовлетворенностью населения работой финансовых организаций (чел.)

Продолжая анализ удовлетворенности населения деятельностью финансовых организаций, из таблицы видно, что респонденты испытывают доверие больше всего к банкам (56,2%). По остальным финансовым организациям, в связи с их не востребованностью, опрошенные затрудняются ответить. Из тех кто не затруднился ответить, большинство 33,9% опрошенных ивановцев полностью не доверяют микрофинансовым организациям (табл. 36).

Таблица 36. Распределение мнений респондентов о доверии финансовым организациям (чел.)

Наименование финансовой организации	Полностью не доверяю	Скорее не доверяю	Скорее доверяю	Полностью доверяю	Не сталкивался
Банки	12	24	68	7	10
Микрофинансовые организации	41	24	3	0	53
Кредитные потребительские кооперативы	27	24	5	0	65
Ломбарды	24	23	9	0	65
Субъекты страхового дела (страховые организации,	17	29	20	0	55

общества взаимного страхования и страховые брокеры)					
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	21	22	8	0	70
Негосударственные пенсионные фонды	20	31	13	0	58
Брокеры	22	27	5	0	67

Проведенный мониторинг показал, что в городе Иванове в целом респонденты скорее удовлетворены деятельностью финансовых организаций, а именно:

- количеством и удобством расположения банковских отделений – 78 чел. (64,5%),
- качеством дистанционного банковского обслуживания – 74 чел. (61,2%),
- имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг – 77 чел. (63,6%),
- качеством мобильной связи – 58 чел. (47,9%),
- качеством интернет – связи – 57 чел. (47,1%),
- имеющимся выбором различных субъектов страхового дела для получения необходимых страховых услуг – 47 чел. (38,8%),
- количеством и удобством расположения субъектов страхового дела – 47 чел. (38,8%).

В связи с недостаточной информации у населения города Иванова про негосударственные фонды и брокерские компании, большинство (от 36,4% до 42,1%) респондентов затруднились ответить касательно данных финансовых организаций.

Анализ доступности финансовых организаций показал, что абсолютное большинство опрошенных указали, что все каналы финансового обслуживания доступны в городе Иванове, нехватка отсутствует (табл. 37).

Таблица 37. Распределение мнений респондентов о доступности каналов обслуживания финансовых организаций (чел.)

Наименование канала обслуживания	1 – практически недоступно	2	3	4	5 – легко доступно
Касса в отделении банка	4	13	34	38	32
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных)	5	13	32	39	32

средств) в отделении банка					
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка	6	14	34	40	27
POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг)	11	13	38	40	19
Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров(услуг)	10	11	40	41	19
Отделение почтовой связи	6	24	39	34	18

При этом быстро воспользоваться, без потери большого количества времени, жители города могут в банкоматах или терминалах в отделении банка (30,5%, 36 чел.) и в банкоматах не в отделении банка (28,9%, 35 чел.), с помощью POS-терминал для безналичной оплаты (25,6%, 31 чел.) и в платежных терминалах для приема наличных денежных средств (19,8%, 24 чел.). По мнению ивановских респондентов, больше времени приходится затрачивать в отделении почтовой связи (37,2%, 45 чел.) и в кассе отделения банка (19%, 23 чел.) (табл. 38).

Таблица 38. Распределение мнений респондентов о времени обслуживания через различные каналы обслуживания финансовых организаций (чел.)

Наименование канала обслуживания	1 – на доступ трату много времени	2	3	4	5 – могу воспользоваться быстро
Касса в отделении банка	23	27	42	14	15

Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка	11	4	35	35	36
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка	13	5	33	35	35
POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг)	18	7	30	35	31
Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров(услуг)	20	6	30	41	24
Отделение почтовой связи	45	18	31	12	15

С каждым годом жители города становятся более грамотными в области финансовых услуг. Так в 2021 году, в сравнении с 2020 годом, на 2,2 % увеличилось количество пользователей финансовыми услугами дистанционно через компьютер или телефон и составило 108 человек (табл. 39).

Таблица 39 . Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос: «Можете ли вы пользоваться финансовыми услугами дистанционно (с помощью персонального компьютера или мобильного устройства)?» (чел.)

Варианты ответа	Кол. чел.
Да	108
Нет	13
Не знаю	0

По оценке собственных знаний и навыков в сфере финансовых услуг по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 – нет знаний и навыков по теме, а 5 – отличные знания и навыки по теме, респонденты распределились следующим образом: 1 балл – 12 чел., 2 балла – 13 чел., 3 балла – 59 чел., 4 балла – 30чел., 5 баллов – 7 чел. Т.е. большинство респондентов оценивают свои знания удовлетворительно.

У большинства 37,2% опрошенных отсутствуют барьеры для пользования финансовыми услугами. Однако, по мнению 22,2% потребителей одним из основных барьеров при пользовании финансовыми услугами является низкая степень доверия к финансовым организациям (табл. 40).

Таблица 40. Распределение мнений респондентов о барьерах для пользования финансовыми услугами (чел.)

Варианты ответа	Кол. чел.
Низкая степень доверия к финансовым организациям	27
Недостаточная финансовая грамотность	10
Привычка пользоваться наличными деньгами	7
Дополнительные расходы за электронные расчеты	6
Недостаточно развитая инфраструктура (нехватка банкоматов, отделений банков)	5
Сомнения в конфиденциальности совершаемых операций	14
Эмоциональный дискомфорт от самой операции (стресс, неуверенность, связанные с отсутствием опыта, страх совершить ошибку, «потеряв» при этом деньги)	2
Восприятие операций, совершаемых безналичным способом, как сложных (ввиду отсутствия опыта, привычки, необходимости запоминать пин-код, пароль, вводить реквизиты документа)	3
Восприятие операций, совершаемых через механизмы электронного взаимодействия, как более опасных, имеющих повышенные риски	2
У меня нет барьеров для пользования финансовыми услугами	45

Анализируя мнение потребителей города Иванова о соответствующих финансовых знаниях, можно сделать вывод, что население, как и в 2020 году, нуждается в повышении своих знаний в сфере финансовых продуктов и услуг.

Мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов, предусматривающий формирование реестра указанных хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на территории города Иванова

Приведенный объем финансирования муниципальных предприятий и акционерных обществ из бюджета города Иванова включает в себя суммы субсидий, предоставленных в соответствии со статьей 78 Бюджетного кодекса Российской Федерации на финансовое обеспечение (возмещение) затрат в связи с производством товаров, выполнением работ, оказанием услуг для муниципальных нужд, а также взносов в уставной капитал муниципальных унитарных предприятий (табл. 41). Ассигнования, перечисленные из бюджета города Иванова, предприятиям и обществам в рамках обязательств по муниципальным контрактам, заключенным муниципальными заказчиками города Иванова, в информации не учитываются.

**Предложения по совершенствованию деятельности органов
исполнительной власти Ивановской области, органов местного
самоуправления и территориальных органов, федеральных органов
исполнительной власти в области содействия развитию конкуренции**

По результатам анализа выявленных проблем в проведении мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова сформированы предложения в области содействия развитию конкуренции.

1. В целях обеспечения единых подходов к проведению мероприятий по содействию развития конкуренции необходимо проведение обучающих мероприятий и тренингов для органов местного самоуправления по данным вопросам.

2. В связи с обработкой анкет, подготовкой единой сводной информации о мнении предпринимателей и физических лиц нашего города о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, а также сроком предоставления информации в Правительство Ивановской области (до 1 февраля года, следующего за отчетным, в 2022 году – до 15 февраля) необходимо создавать электронный сервис для проведения опроса в ноябре месяце текущего года, а проведение опроса организовать в декабре.

3. Анализируя анкеты, большинство респондентов затруднялись отвечать на вопросы про рынок товарной аквакультуры, рынок переработки водных биоресурсов, рынок вылова водных биоресурсов. Поэтому считаем целесообразным в анкете в дальнейшем указывать пояснения к данным рынкам.

4. С учетом замечаний субъектов предпринимательской деятельности, проходивших опрос, в связи с большой вариацией ответов, предлагаем изменить интерфейс анкеты, сделав варианты ответов фиксированными при переходе вниз по вопросу.

В рамках Соглашения между Правительством Ивановской области и Администрацией города Иванова о внедрении в Ивановской области стандарта развития конкуренции от 09.12.2016 предложений по внесению изменений в План мероприятий («дорожную карту»), утвержденный распоряжением Губернатора Ивановской области от 19.07.2017 № 94-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Ивановской области», не имеется.