

**ДОКЛАД**

**о результатах мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова за 2022 год**

Развитие эффективной конкурентной среды является необходимым условием стабильного экономического роста и решения 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 на период 2022-2025 гг» (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 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 2022 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 Иваново.РФ, в социальной сети Вконтакте, 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 2023 года.

В рамках социологической части мониторинга состояния и развития конкурентной среды в городе Иванове проведено анкетирование с общей выборкой в 176 респондента, из них: 45 чел. – субъекты предпринимательской деятельности и 131 чел. – потребители товаров, работ и услуг.

На основе полученных данных подготовлен аналитический отчет о состоянии о 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 5 частных общеобразовательных учреждения, реализующих программы начального общего, основного общего и среднего общего образования. Доля учащихся в указанных учреждениях (773 чел.) составляет 1,7% от общего количества учащихся в общеобразовательных учреждениях, реализующих программы начального общего, основного общего и среднего общего образования (44568 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 8 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 объединения различной направленности с охватом детей 37129 чел., из которых 29334 чел занимаются 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. Муниципальные бюджетные 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 2022 году в рамках реализации национального проекта «Безопасные качественные дороги» на территории города Иванова отремонтировано 64 улицы общей протяженностью 26,98 км. В том числе ремонт произведен на 44 улицах частного сектора протяжением 16,09 км.

В рамках муниципальной программы «Благоустройство территорий города Иванова» осуществлялось круглогодичное содержание улично-дорожной сети города на площади 7 338 540 кв.м. В рамках данных мероприятий вывезено 218 677 м<sup>3</sup> снега и произведен ямочный ремонт на площади 27 297 м<sup>2</sup>.

В рамках муниципальной программы «Безопасный город» в 2022 году произведен ремонт и вновь обустроено 49,522 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 – 26 организаций, в 2022 году такая поддержка проводилась в отношении 31 социально ориентированных некоммерческих организаций.

**Рынок теплоснабжения.** По состоянию на 31.12.2022 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 01.01.2023 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 01.01.2023 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%. Ввод жилых домов на территории города Иванова по состоянию на 31.12.2022:

Общая площадь введенного жилья в 2022 году составила 100,5 тыс. кв. м, в том числе индивидуальные жилые дома 6,27 тыс. кв. м.

Количество введенных жилых домов 47 шт. (многоквартирных жилых домов – 16, индивидуальных – 31).

Общая площадь введенного жилья в 2022 году по отношению к 2021 году составляет 164,8 %.

По состоянию на 31.12.2021 ввод жилых домов на территории города Иванова: общая площадь введенного жилья составила 61,0 тыс. кв. м, в том числе индивидуальные жилые дома 10,1 тыс. кв. м.; количество введенных жилых домов 61 шт. (многоквартирных жилых домов – 10, индивидуальных – 51).

Одновременно 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;

- со снижением покупательской способности в связи с повышением стоимости квадратного метра жилья и повышением процентной ставки по ипотечным кредитам;

- с повышением стоимости строительных материалов;

- с введенными санкциями в отношении России, в результате чего нарушены логистические связи по поставкам строительного оборудования и материалов импортного производства.

С учетом вышеперечисленного темпы строительства жилья на территории города Иванова могут сократиться.

В 2021 году ввод в эксплуатацию нежилых объектов на территории города Иванова составил 64,2 тыс. кв.м. В 2022 году площадь введенных в эксплуатацию нежилых объектов составила 104,1 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 «ГДЛ Текстиль» (производство х/б, льняных тканей, домашнего текстиля, марли, бинтов и пр.), ООО «Ивановский меланжевый комбинат» (производство тканей различного назначения), 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 2020-2022 гг. в структуре обрабатывающих производств г. Иванова (по предприятиям, не относящимся к субъектам малого и среднего предпринимательства) легкая промышленность занимала наибольшую долю: в 2020 г. – 40,7%, в 2021 г. – 39,3%, в январе – ноябре 2022 г. – 47,5 %.

Объем отгруженных товаров в текстильном и швейном производстве составил в 2020 г. – 16,7 млрд. руб., в 2021 г. – 22,1 млрд. руб., в январе – ноябре 2022 г. – 33,3 млрд. руб.

Основная доля приходится на текстильную отрасль, которая занимает в данном виде производства более 90,0% (в 2020 г. – 93,9%, в 2021 г. – 92,2%, в январе-ноябре 2022 г. – 91,6%).

Основными проблемами отрасли являются низкая степень обновления производственных фондов предприятий, недостаток профессиональных кадров. Кроме того, ситуация осложняется геополитической нестабильностью в мире, введением международных финансово-экономических санкций в отношении российской экономики.

**Рынок производства кирпича и бетона.** Основными предприятиями, осуществляющими деятельность на рынке кирпича и бетона г. Иванова 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 супербордах, суперсайтах, билбордах и ситибордах продолжает снижаться по сравнению с прошлыми годами.

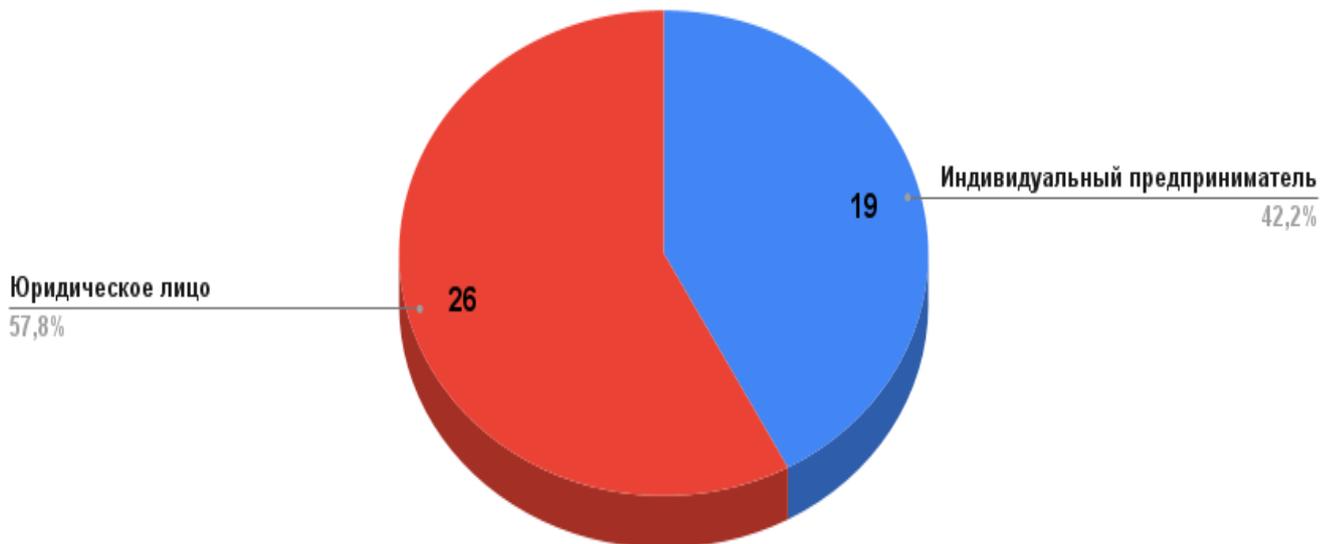
### **Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств.**

Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств в городе Иваново является достаточно развитым. По состоянию на 31.12.2022 деятельность по ремонту автотранспортных средств в городе Иваново осуществляет 195 организаций. Все организации являются частными.

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

По состоянию на 31.12.2022 численность субъектов предпринимательской деятельности в городе Иваново составляет 24909 ед.

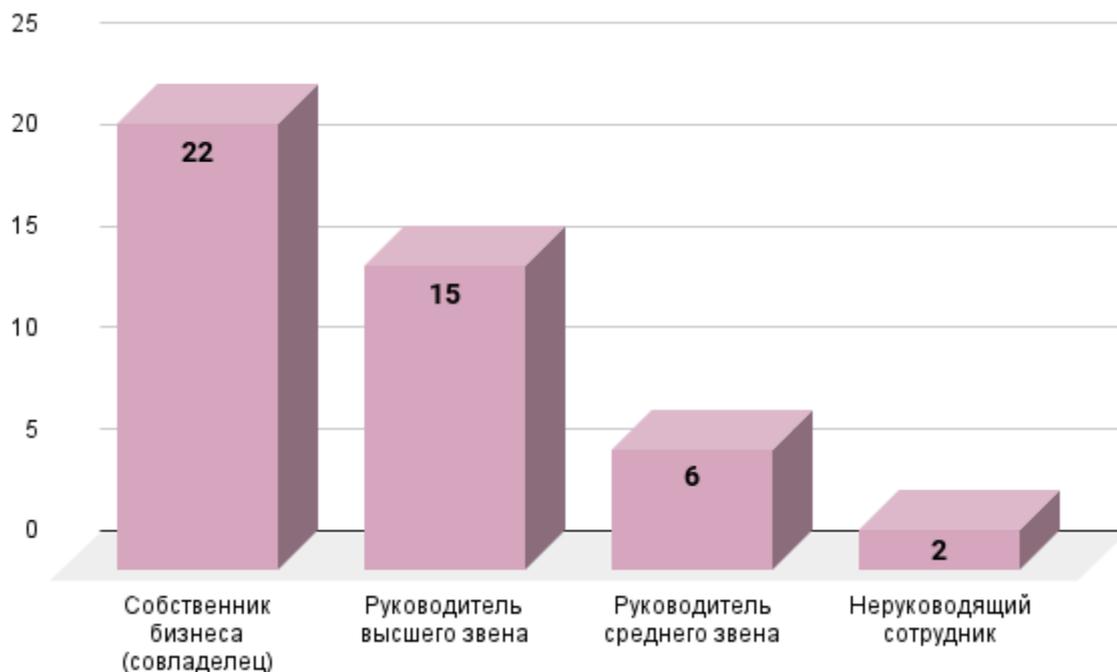
В рамках мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в городе Иваново были проанкетированы 45 представителей субъектов предпринимательской деятельности, из них 26 – юридические лица, 19 – индивидуальные предприниматели.



**Рис. 1. Структура субъектов предпринимательской деятельности**

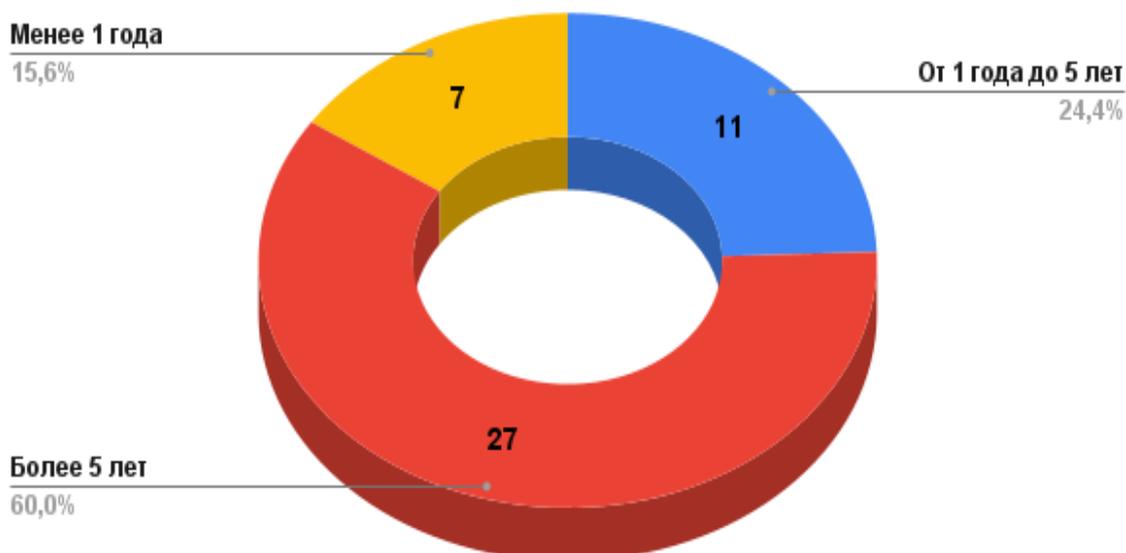
Предмет исследования – наличие (отсутствие) административных барьеров и оценка состояния конкурентной среды в городе Иваново.

В анкетировании принимали участие: 22 респондента (48,9%) – собственники бизнеса (совладельцы), 15 респондентов (33,3%) – руководители высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная должность), 6 респондентов (13,3%) – руководители среднего звена (руководитель управления, подразделения, отдела), 2 респондент (4,4%) – не руководящие сотрудники.



**Рис. 2. Структура должностей, занимаемых в организациях**

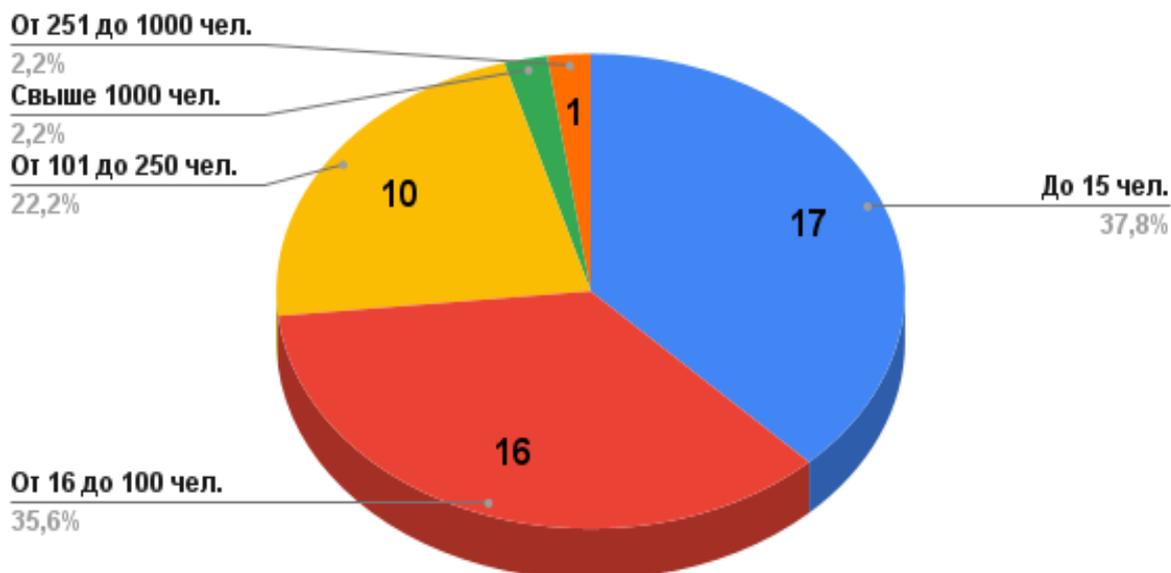
Анализ длительности периода, в течение которого осуществляют свою деятельность субъекты предпринимательской деятельности, показал, что большинство респондентов (60%) занимаются бизнесом более 5 лет, 24,4% приходится на предпринимателей со стажем от 1 года до 5 лет, и 15,6% опрошенных работают в этой сфере менее 1 года (рис. 3).



**Рис. 3. Распределение респондентов по периоду времени, в течение которого они осуществляют свою деятельность (чел.)**

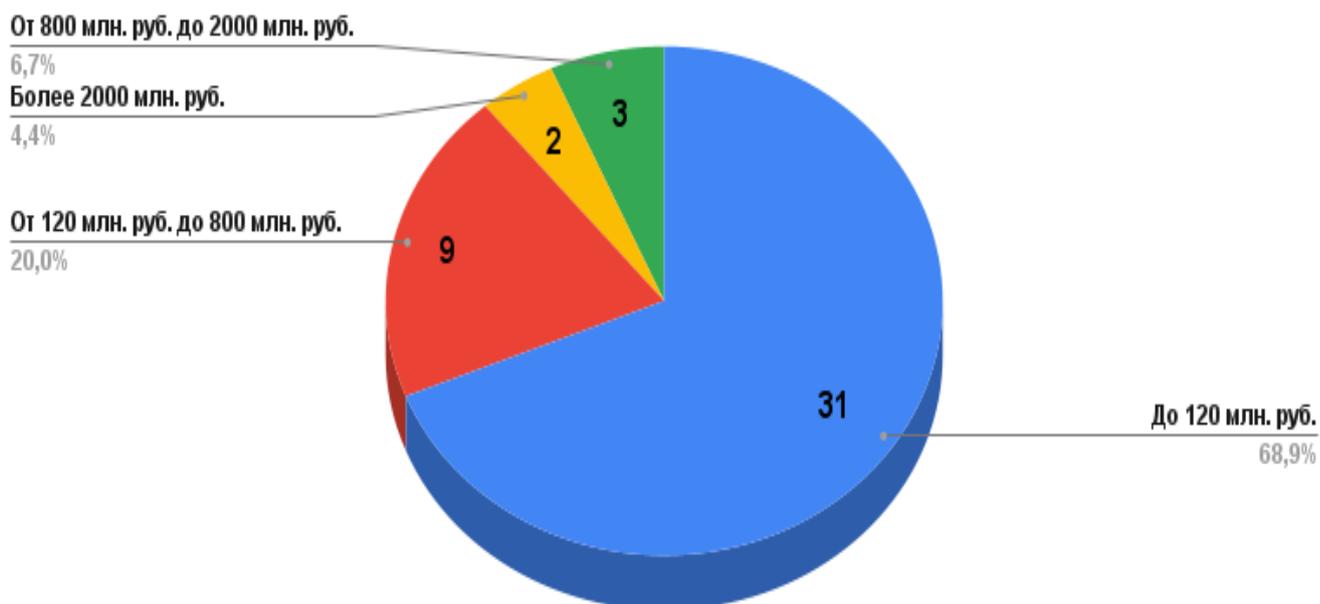
Из общего числа субъектов бизнеса 17 респондентов (37,8%) ответили, что в их организации работает до 15 сотрудников, 16 предпринимателей (35,6%) ответили, что их организация с численностью от 16 до 100 человек, также опрошены 10 респондентов (22,2%) с численностью сотрудников в организации

от 101 до 250 человек, по 1 респонденту (по 2,2%) с численностью от 251 до 1000 человек и свыше 1000 человек (рис. 4).



**Рис. 4. Структура опрошенных по численности работников**

По величине годового оборота бизнеса полученные данные разделились следующим образом: 31 респондент (68,9%) ответили, что имеют оборот до 120 млн. руб. (микро предприятие), 9 респондентов (20%) – от 120 до 800 млн. руб. (малое предприятие), 3 чел. (6,7%) – от 800 до 2000 млн. рублей (среднее предприятие), 2 чел. (4,4%) – прошли опрос как представители крупных предприятий (более 2000 млн. руб.) (рис. 5).



**Рис. 5. Структура опрошенных по величине годового оборота бизнеса**

Отраслевая принадлежность респондентов отражена в табл.1.

**Таблица 1. Распределение респондентов по сферам деятельности**

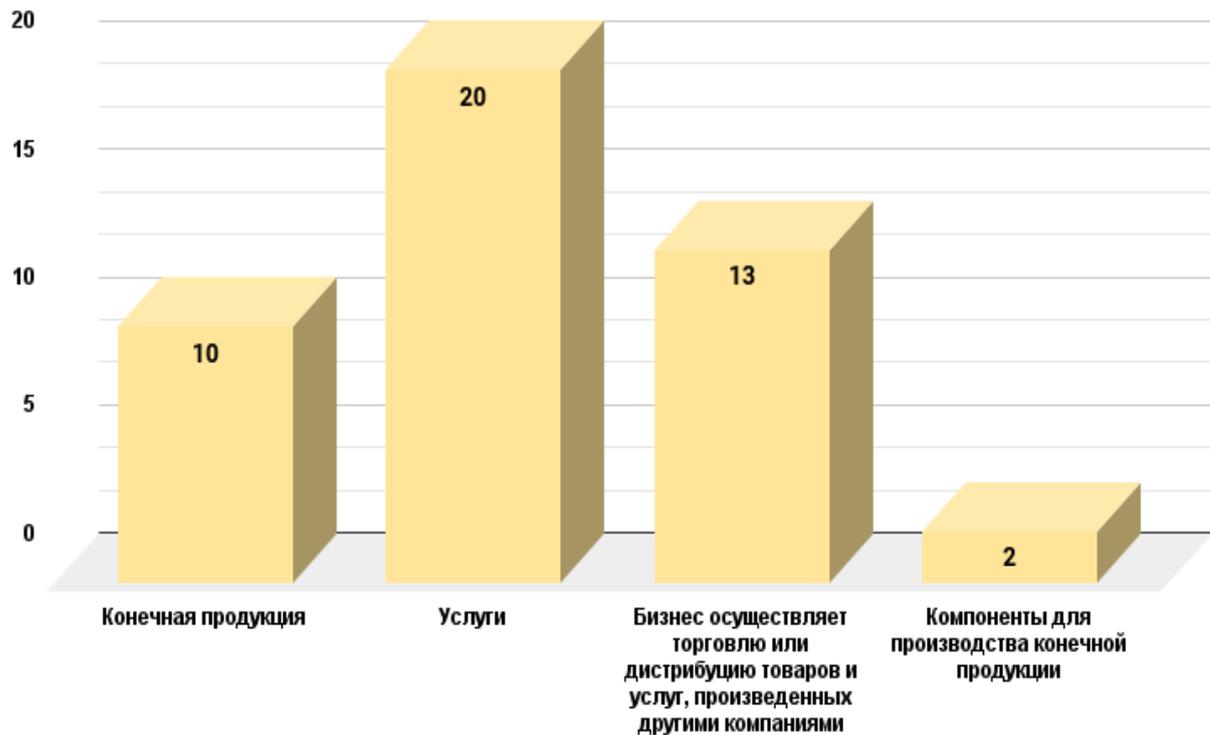
<b>Сфера экономической деятельности</b>	<b>Количество респондентов в (чел.)</b>	<b>Доля от общего числа опрошенных (%)</b>
Рынок услуг дошкольного образования	2	4,4
Рынок услуг среднего профессионального образования	-	-
Рынок услуг дополнительного образования детей	1	2,2
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	-	-
Рынок медицинских услуг	5	11,3
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	3	6,7
Рынок социальных услуг	10	22,3
Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	-	-
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	-	-
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	1	2,2
Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	-	-
Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации	-	-
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	-	-
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	-	-
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	-	-
Рынок услуг связи, в том числе услуг по	2	4,4

предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)	2	4,4
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	1	2,2
Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	-	-
Рынок архитектурно-строительного проектирования	-	-
Рынок племенного животноводства	-	-
Рынок семеноводства	2	4,4
Рынок вылова водных биоресурсов	-	-
Рынок переработки водных биоресурсов	-	-
Рынок товарной аквакультуры	-	-
Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	-	-
Рынок нефтепродуктов	-	-
Рынок легкой промышленности	9	20
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	-	-
Рынок производства кирпича	1	2,2
Рынок производства бетона	1	2,2
Сфера наружной рекламы	1	2,2
Рынок услуг по ремонту автотранспортных средств	4	8,9

Из числа опрошенных субъектов предпринимательской деятельности значительное число представляют рынок социальных услуг – 22,3%, рынок легкой промышленности – 20%, рынок медицинских услуг – 11,3%, рынок услуг по ремонту автотранспортных средств – 8,9%, рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 6,7%. Рынки услуг дошкольного образования, услуг связи, жилищного строительства и семеноводства представлены по 4,4% каждый. Рынки услуг дополнительного образования детей, выполнения работ по благоустройству городской среды, строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства, производства кирпича и бетона, а также наружной рекламы – по 2,2%.

Большинство субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в опросе 20 чел. (44,5%) – оказывают услуги, 13 чел. (28,9%) осуществляют

торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, 10 чел. (22,2%) производят конечную продукцию, 2 чел. (4,4%) производят компоненты для производства конечной продукции (рис. 6).



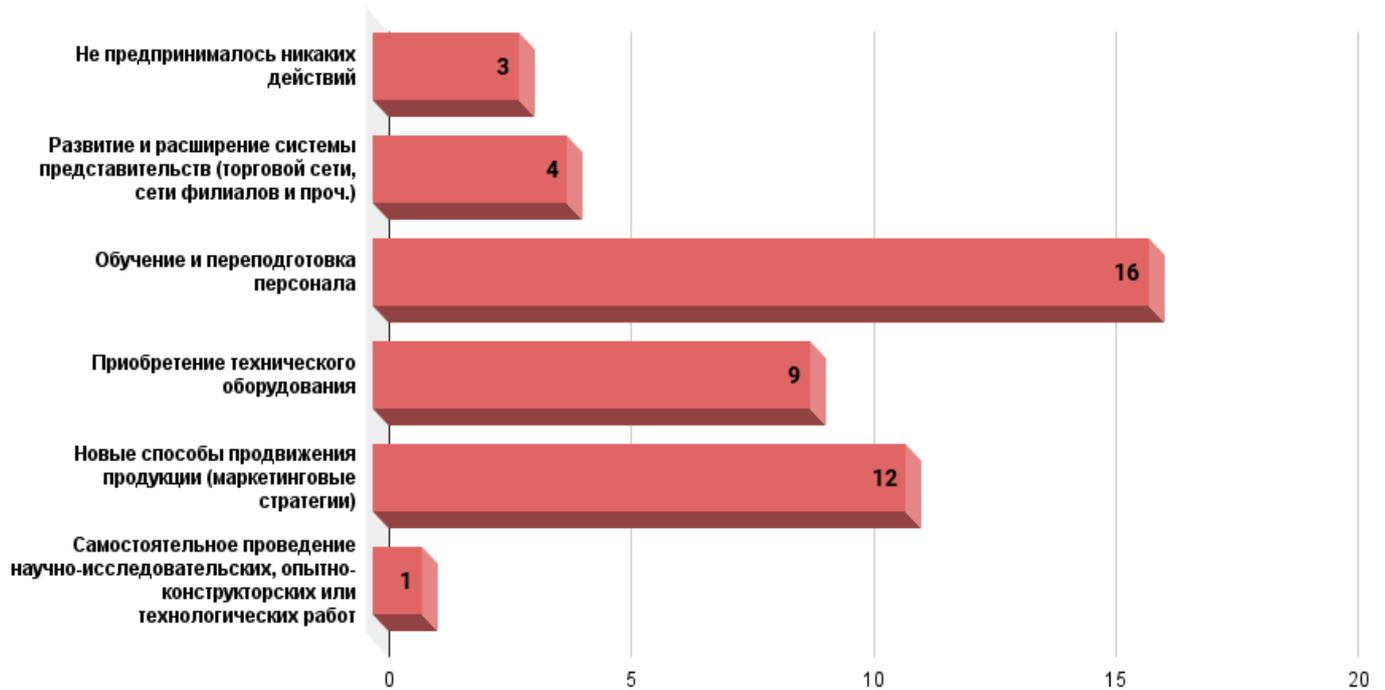
**Рис. 6. Структура основной продукции бизнеса**

Наиболее частыми мерами по повышению конкурентоспособности товаров и услуг, которые субъекты бизнеса предпринимали за последние 3 года, являются:

- обучение и переподготовка персонала (35,5% – 16 чел.);
- применение новых способов продвижения продукции (26,7% – 12 чел.);
- приобретение технического оборудования (20% – 9 чел.);
- развитие и расширение системы представительств (8,9% – 4 чел.);
- самостоятельное проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ (2,2% – 1 чел.).

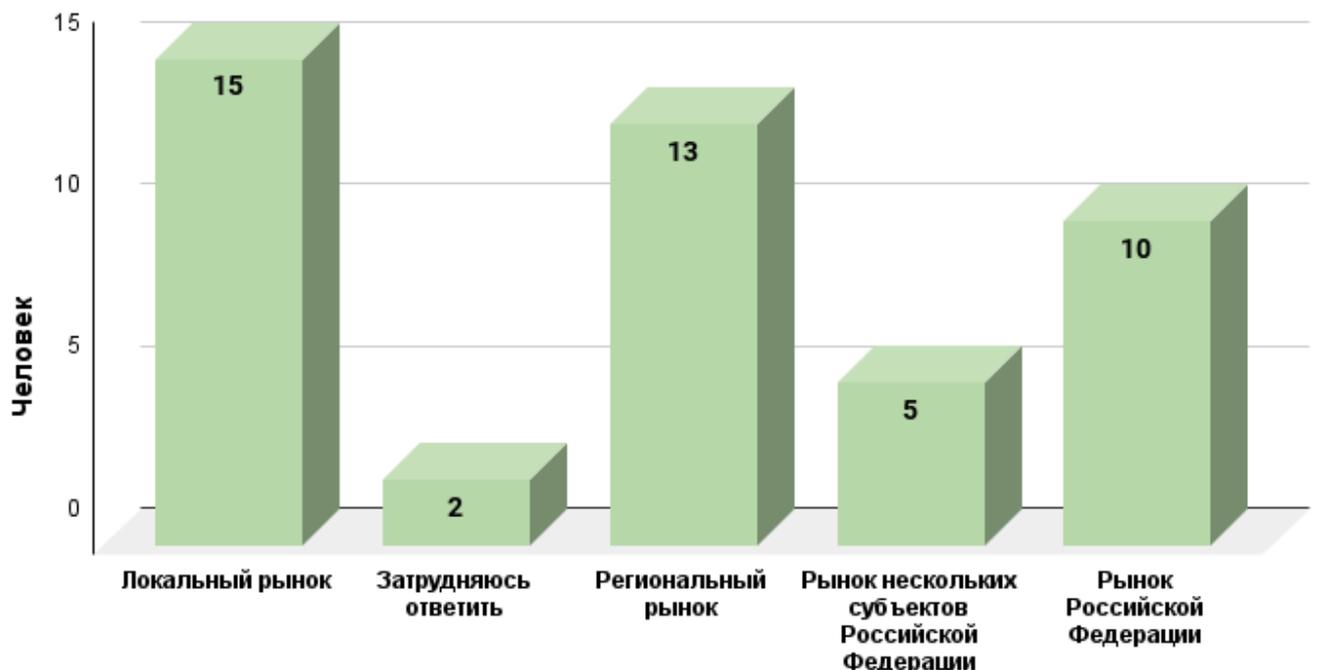
Не популярными оказались такие меры как: приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау; разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента.

Процент респондентов, которые не предпринимали никаких действий по повышению конкурентоспособности товаров и услуг, составил 6,7% – 3 чел. (рис.7).



**Рис. 7. Распределение респондентов по мерам повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг (чел.)**

Опрос респондентов о географических рынках для бизнеса показал, что основными рынками сбыта продукции (услуг) в 33,4% (15 чел.) случаев является локальный рынок, в 28,9% (13 чел.) – рынок Ивановской области, в 22,2% (10 чел.) – рынок Российской Федерации, в 11,1% (5 чел.) – рынки нескольких субъектов Российской Федерации. И лишь 4,4% (2 чел.) затруднились ответить на данный вопрос (рис. 8).



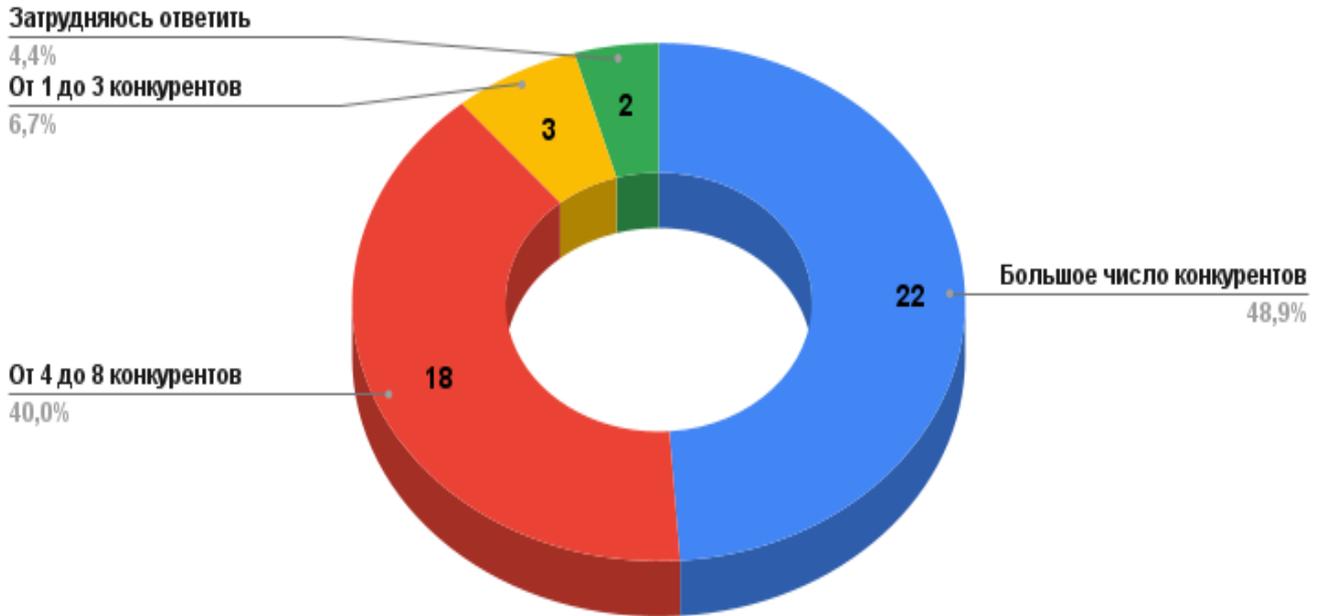
**Рис. 8. Распределение респондентов по географическим рынкам (чел.)**

В рамках мониторинга были получены оценки представителей хозяйствующих субъектов относительно уровня конкурентной среды на представляемых ими рынках. Согласно полученным данным, 44,4% респондентов оценивают состояние конкурентной среды в городе Иванове как высокое (табл. 2).

**Таблица 2. Оценка состояния конкурентной среды**

Утверждение	Количество респондентов в (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	2	4,4
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – слабая конкуренция	0	0
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	11	24,5
Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год и чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2–3года) применять новые способные повышения, не используемые компанией ранее – высокая конкуренция	20	44,4
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 – очень высокая конкуренция	12	26,7

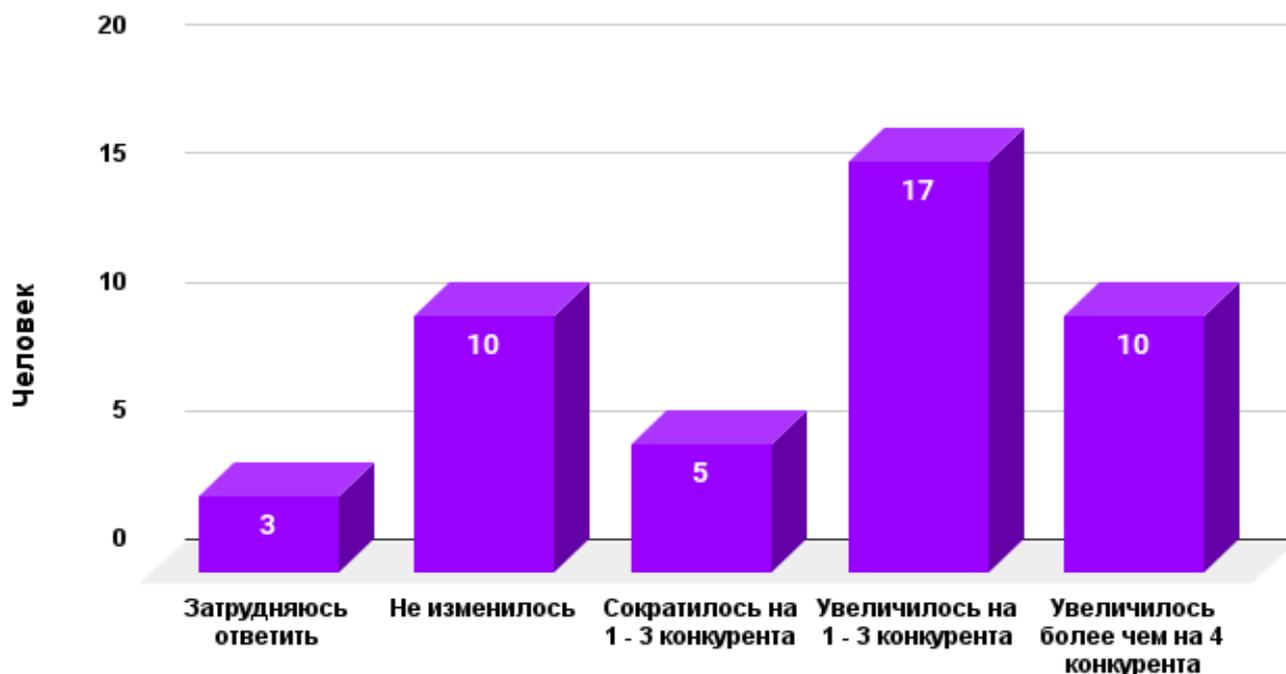
Мнения опрошенных представителей бизнеса отражают следующие тенденции состояния и динамики конкуренции и конкурентной среды для предприятий города. Большинство респондентов считают, что на представляемом ими рынке имеется большое число конкурентов. Так предполагают 22 чел. (48,9%) (рис. 9).



**Рис. 9. Число конкурентов бизнеса, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) (чел.)**

По мнению 18 опрошенных представителей бизнеса (40%), число конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, на основном для него рынке составило от 4 до 8 конкурентов, 3 чел. (6,7%) считают, что количество конкурентов – от 1 до 3, и 2 чел. (4,4%) затруднились ответить.

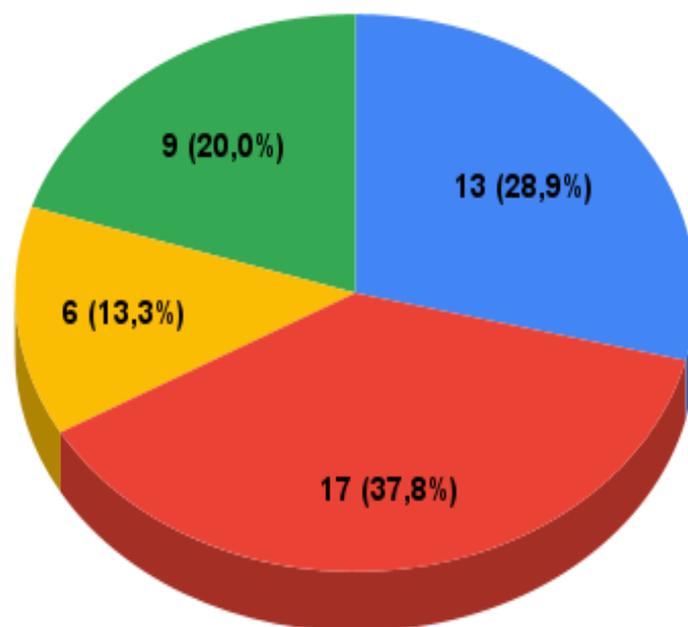
Немаловажным фактором функционирования бизнеса является динамика количества конкурентов у предпринимателей на целевом рынке. За последние 3 года, по мнению 17 опрошенных представителей бизнеса (37,8%) считают, что число конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента. Также, одинаковое число респондентов (по 10 чел.) по данному вопросу ответили, что число конкурентов не изменилось (22,2%) и что число конкурентов увеличилось более чем на 4 конкурента (22,2%), 5 человек (11,1%) опрошенных предполагают, что число конкурентов наоборот сократилось на 1–3. И лишь 3 респондента (6,7%) затруднились ответить (рис.10).



**Рис. 10. Изменение числа конкурентов бизнеса за последние 3 года (чел.)**

Анализ уровня поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги), который приобретает бизнес для производства и реализации собственной продукции показал, что 37,8% (17 чел.) опрошенных считают, что они скорее удовлетворены и у них 4 и более поставщика основного закупаемого товара (рис.11).

- Большое число поставщиков/удовлетворительно
- 4 и более поставщика/скорее удовлетворительно
- Затрудняюсь ответить
- 2 - 3 поставщика/скорее неудовлетворительно



**Рис. 11. Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги)**

35,6% (16 чел.) респондентов скорее 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/ Неудовлетворительн о	2-3 поставщика/ Скорее неудовлетворительн о	4 и более поставщика/Скорее удовлетворительно	Большое количество поставщиков/ удовлетворительно	Загруженность ответить
Число поставщиков основного закупаемого товара (работы, услуги)	0	9	17	13	6
Удовлетворенность состоянием конкуренции между поставщиками основного закупаемого товара (работы, услуги)	1	8	16	11	9

Административные барьеры являются негативными факторами, препятствующими развитию конкуренции. Они ограничивают ведение предпринимательской деятельности, снижают стимулы входа на рынки новых участников, повышают издержки.

Распределение мнений респондентов относительно существования административных барьеров для ведения и открытия бизнеса отражены в табл. 4. В данном вопросе предпринимателям была предоставлена возможность выбрать несколько вариантов ответов.

**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	9
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	16
Коррупция (включая взятки, дискриминацию и предоставление преференций отдельным участникам на заведомо неравных условиях)	7
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	10
Высокие налоги	27

<b>Наименование административного барьера</b>	<b>Количество респондентов (чел.)</b>
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	4
Ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий	4
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок	6
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.)	2
Иные действия/давление со стороны органов власти, препятствующие ведению бизнеса на рынке или входу на рынок новых участников	1
Силовое давление со стороны правоохранительных органов (угрозы, вымогательства и т.д.)	1
Нет ограничений	3

По результатам исследования в 2022 году, как и в 2021 году, наиболее значимыми административными барьерами для ведения и расширения бизнеса являются высокие налоги, так отметили 27 чел. (60%) респондентов, нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – 16 чел. (35,55%), сложность/затянутость процедуры получения лицензий отметили 22,2% респондентов (10 чел.). Часть субъектов предпринимательской деятельности (3 чел. или 6,6%) респондентов считают, что административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в городе Иванове отсутствуют.

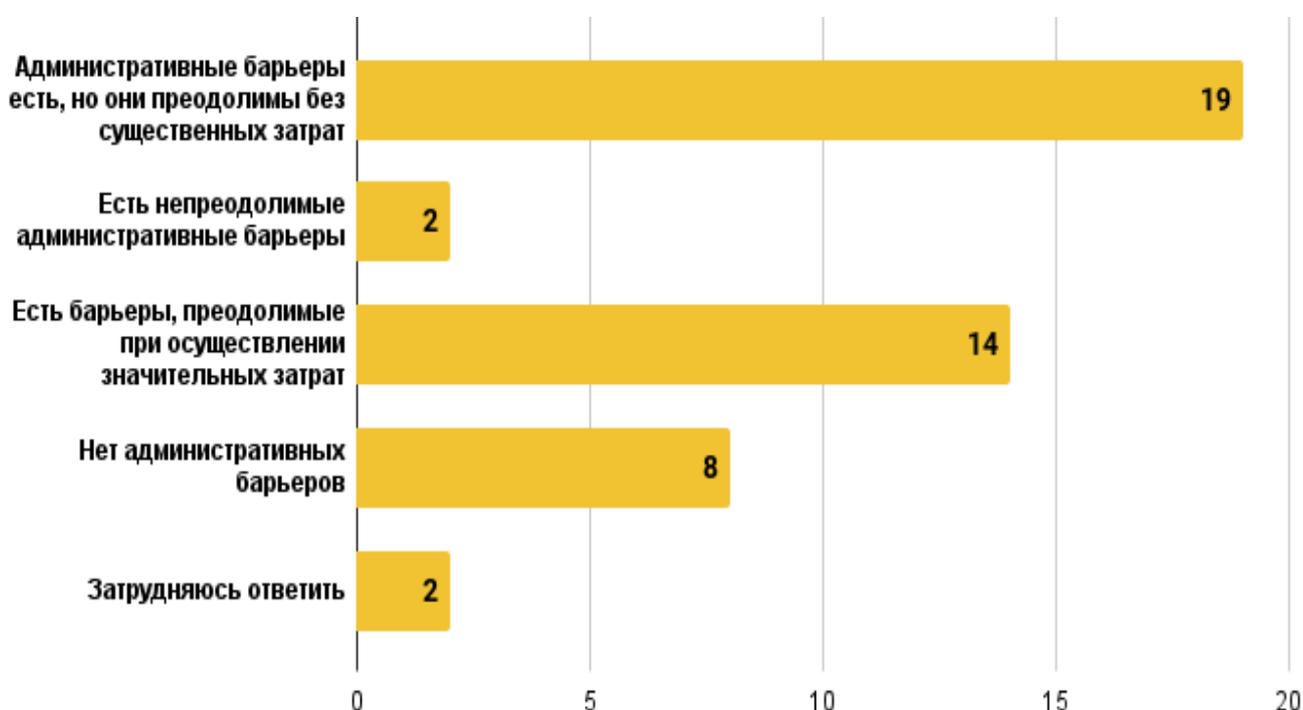
По результатам мониторинга получены следующие оценки субъектами предпринимательской деятельности наличия и возможности преодоления административных барьеров для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на рынке (табл. 5).

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

<b>Утверждение по административным барьерам</b>	<b>Количество респондентов (чел.)</b>	<b>Доля от общего числа опрошенных (%)</b>
Есть непреодолимые административные барьеры	2	4,4
Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	14	31,1
Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	19	42,2
Нет административных барьеров	8	17,9

Утверждение по административным барьерам	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Затрудняюсь ответить	2	4,4

Большинство респондентов, составляющие 42,2% (19 чел.) от всех опрошенных, разделяют мнение, что административные барьеры действительно есть, но они преодолимы без существенных затрат, другие 31,1% (14 чел.) считают, что барьеры есть, но преодолимы они только при осуществлении значительных затрат. 8 респондентов (17,9%) ответили, что административные барьеры отсутствуют, 4,4% (2 чел.) респондентов высказали мнение, что существуют непреодолимые барьеры, и столько же респондентов затруднились с ответом. Наглядно результаты отражены на рис. 12.



**Рис. 12. Результаты оценки наличия административных барьеров для ведения и открытия бизнеса (чел.)**

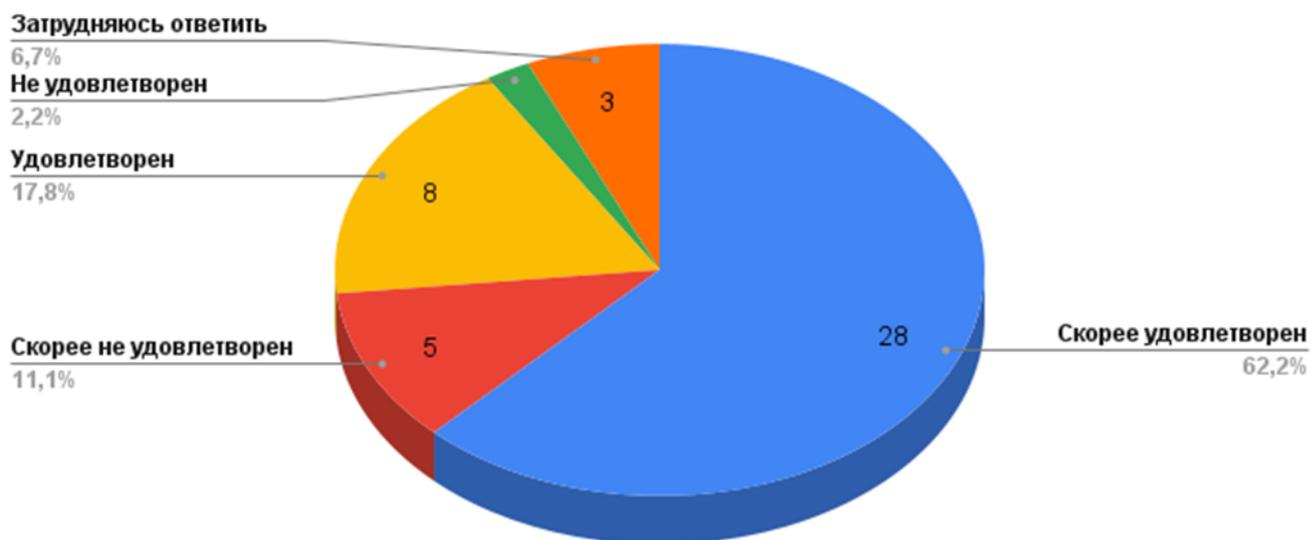
Анализируя дальше данную тему можно заметить, что больше трети опрошенных респондентов 35,6% (16 чел.) считают, что за последние 3 года бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше. 24,4% (11 чел.) предпринимателей уверены, что в течение последних 3 лет уровень и количество административных барьеров не изменились. 15,6% (7 чел.) респондентов полагают, что за последние 3 года бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше. Мнение, что ранее административные барьеры отсутствуют, как и ранее, составило 11,1% (5 чел.). Затруднились ответить на данный вопрос – 13,3% (6 чел.) опрошенных респондентов (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	16	35,6
Уровень и количество административных барьеров не изменились	11	24,4
Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше	7	15,6
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	0	0
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	5	11,1
Затрудняюсь ответить	6	13,3

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 на рис 13.

Более половины опрошенных 62,2% (28 чел.) – скорее удовлетворены деятельностью органов власти на основных рынках, 8 чел. (17,8%) – полностью удовлетворены. Мнение «скорее не удовлетворен» выразили – 11,1% (5 чел.) респондентов. Затруднились ответить на данный вопрос 3 чел. (6,7%) опрошенных. И только 1 чел. (2,2%) – остался не удовлетворен деятельностью органов власти.



**Рис. 13. Оценка деятельности органов власти на основных для бизнеса рынках (чел.)**

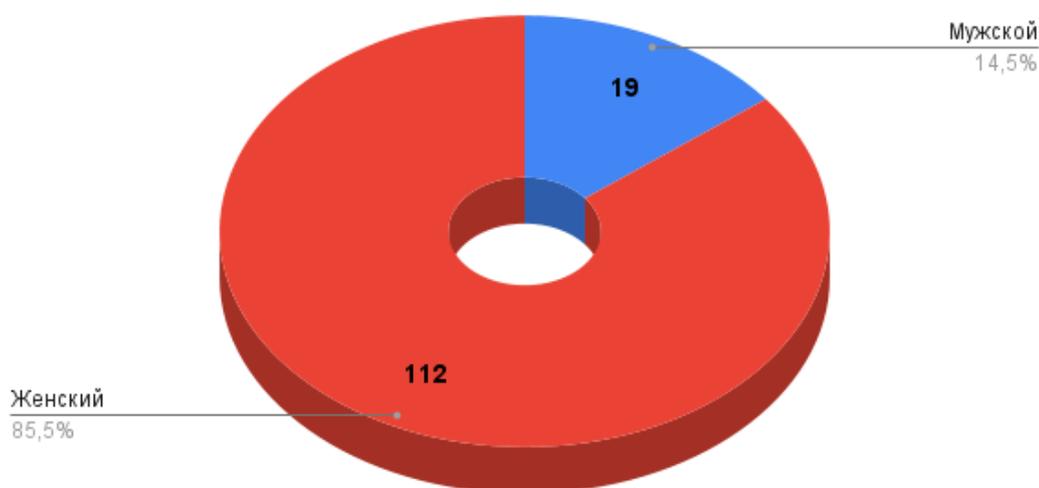
## **Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и состоянием ценовой конкуренции**

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 131 респондент.

Объект исследования – население города Иванова (потребители).

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

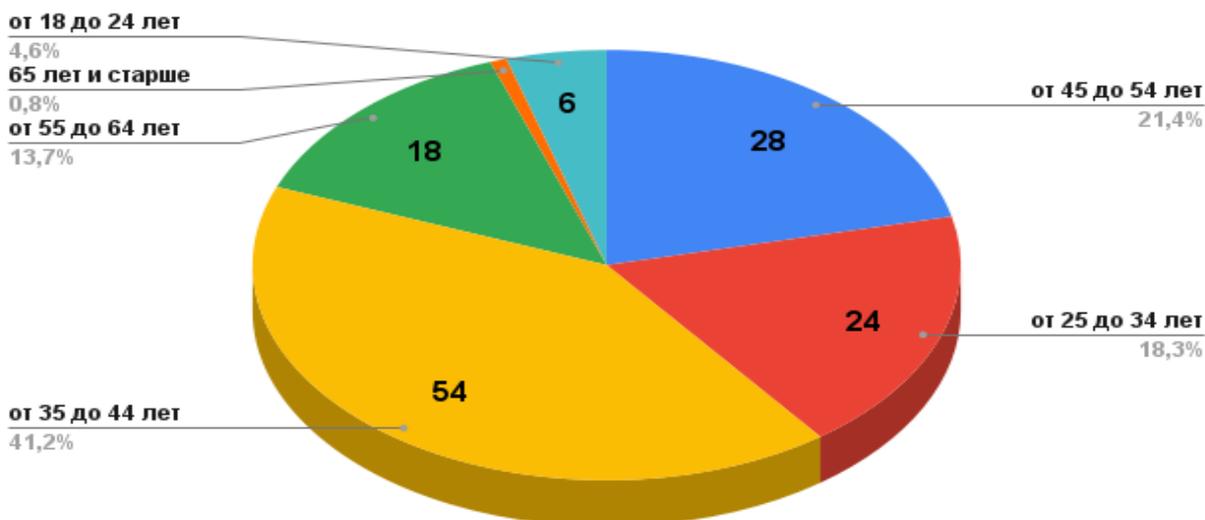
В анкетировании приняло участие 19 мужчин (14,5%) и 112 женщин (85,5%) от общего числа респондентов (рисунок 14).



**Рис. 14. Распределение респондентов по полу (%)**

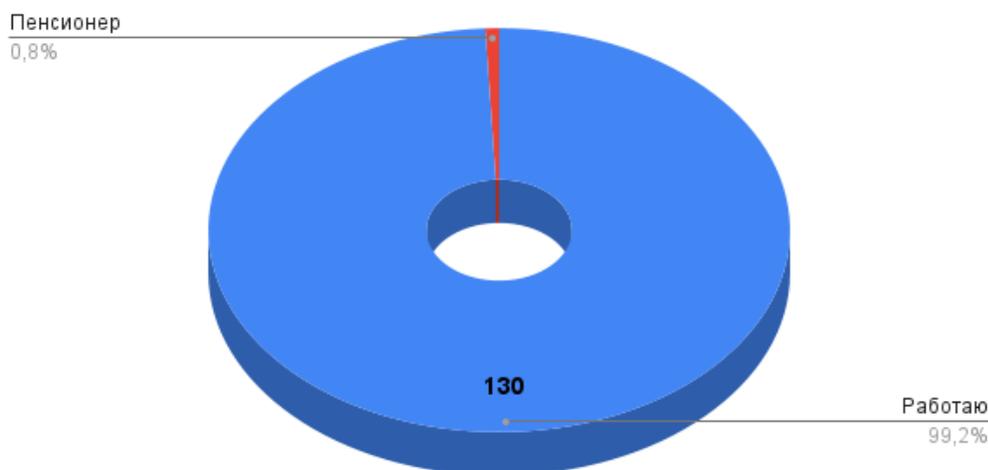
Возрастная структура представлена на рис. 15.

Большинство респондентов 54 чел. (41,2%) принадлежат к возрастной группе от 35 до 44 лет, 28 чел. (21,4%) – к возрастной группе от 45 до 54 года, 24 чел. (18,3%) – от 25 до 34 лет, 18 чел. (13,7%) – от 55 до 64 года, 6 чел. (4,6%) – от 18 до 24 лет, 65 лет и старше – 1 человек (0,8%).



**Рис. 15. Возрастная структура (%)**

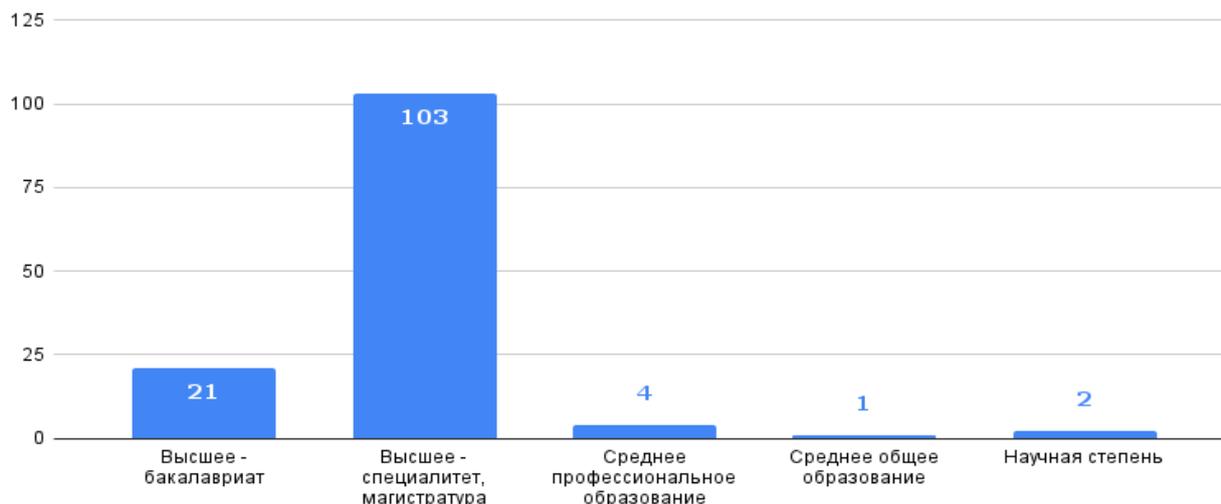
По социальному статусу респонденты распределились следующим образом: работают – 130 чел. (99,2%), пенсионер – 1 чел. (0,8%). Наглядно это продемонстрировано на рисунке 16.



**Рис. 16. Распределение по социальному статусу (%)**

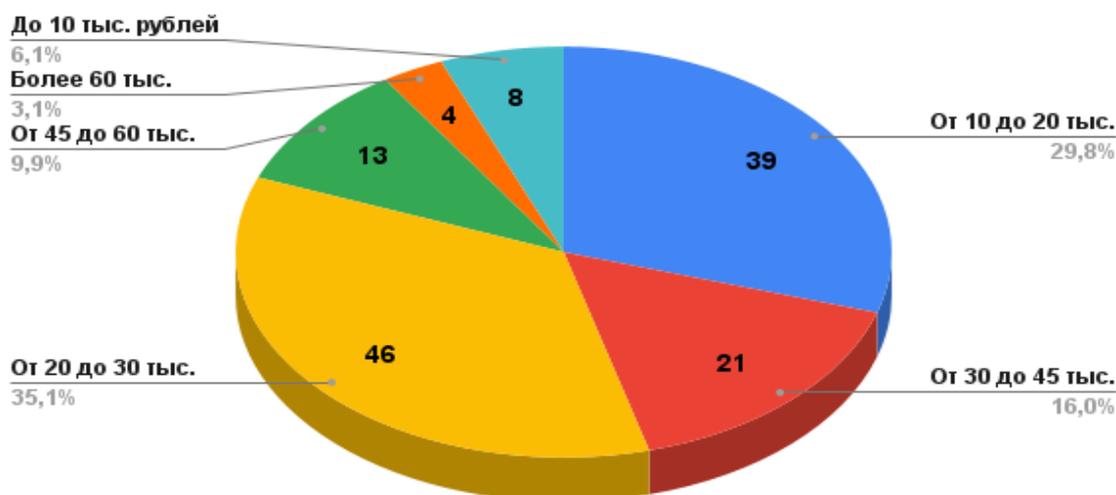
На вопрос «Есть ли у Вас дети?» 57 чел. (43,5%) опрошенных указали на наличие 1 ребенка, 42 чел. (32,1%) опрошенных имеют 2 детей, 28 чел. (21,4%) не имеют детей, 4 чел. (3,1%) имеют трех и более детей.

Большинство опрошенных имеют образование высшее – специалитет, магистратура – 103 чел. (78,6%), высшее – бакалавриат – 21 чел. (16%), среднее профессиональное образование имеют 4 чел. (3,1%), среднее общее образование – 1 чел. (0,8%), 2 чел. (1,5%) имеют научную степень.



**Рис. 17. Распределение по образованию респондентов (чел.)**

Большинство опрошенных – 46 чел.(35,1%) имеют среднемесячный доход на одного члена семьи от 20 до 30 тысяч рублей, 39 чел. (29,8%) – от 10 до 20 тысяч рублей, 21 чел. (16%) – имеют доход от 30 до 45 тыс. руб., 13 чел. (9,9%) – от 45 до 60 тысяч рублей, 8 чел. (6,1%) – до 10 тысяч рублей, и свыше 60 тысяч рублей доход на одного члена семьи – имеет 4 чел. (3,1%) из респондентов, проходивших опрос (рис. 18).



**Рис. 18. Распределение по уровню доходов респондентов (%)**

По итогам оценки потребителями количества организаций, предоставляющих товары, работы и услуги на рынках города Иванова, получены следующие результаты (табл.7).

**Таблица 7. 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	1	64	23	1	42
2.	Рынок услуг среднего профессионального образования	0	68	22	2	39
3.	Рынок услуг дополнительного образования детей	1	62	28	2	38
4.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	0	35	49	4	43
5.	Рынок медицинских услуг	7	78	24	1	21
6.	Рынок социальных услуг	0	45	39	1	46
7.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	1	68	22	1	39
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	0	58	37	4	32
9.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	0	32	58	9	32
10.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	0	29	62	3	37
11.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	0	48	30	6	47
12.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.	0	42	23	5	61
13.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	0	48	51	4	28
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	0	36	33	2	60

15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	2	69	19	1	40
16.	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет	1	84	19	4	23
17.	Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)	5	56	18	1	51
18.	Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	1	44	20	1	65
19.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	0	34	31	3	63
20.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	0	39	18	1	73
21.	Рынок племенного животноводства	0	10	27	8	86
22.	Рынок семеноводства	0	15	23	9	84
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	0	9	18	10	94
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	0	10	16	13	92
25.	Рынок товарной аквакультуры	0	11	13	11	96
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	0	13	10	14	94
27.	Рынок нефтепродуктов	0	30	10	13	78
28.	Рынок легкой промышленности	2	53	25	4	47
29.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	1	25	18	4	83
30.	Рынок производства кирпича	0	22	16	8	85
31.	Рынок производства бетона	0	21	18	5	87

32.	Сфера наружной рекламы	11	64	3	0	53
33.	Рынок услуг по ремонту автотранспортных средств	4	66	12	1	48

Из представленной таблицы видно, что, по мнению опрошенных в областном центре, избыточно количество организаций в сфере наружной рекламы (8,4% или 11 чел.) и медицинских услуг (5,3% или 7 чел.). Достаточное количество организаций, по мнению жителей города, представлены на следующих экономических рынках:

- услуг связи (84 чел. или 64,1%);
- рынок медицинских услуг (78 чел. или 59,5%);
- услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси (69 чел. или 52,6%);
- рынок услуг среднего профессионального образования (68 чел. или 51,9%);
- рынок услуг дополнительного образования детей (68 чел. или 51,9%);
- услуг розничной торговли лекарственными препаратами (68 чел. или 51,9%);
- сфера наружной рекламы (64 чел. или 48,8%);
- рынок услуг дошкольного образования (64 чел. или 48,8%);
- ремонта автотранспортных средств (62 чел. или 51,2%).

Вместе с тем, значительная доля потребителей, как и в 2021 году, считают недостаточным количество организаций, представляющих следующие рынки:

- «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 62 чел. (47,3%);
- «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)» – 58 чел. (44,2%);
- «Рынок услуг детского отдыха и оздоровления» – 49 чел. (37,4%);
- «Рынок социальных услуг» – 39 чел. (29,7%);
- «Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок» – 51 чел. (38,9%).

По итогам оценки потребителями удовлетворенности характеристиками товаров, работ и услуг на рынках города Иванова получены следующие результаты (табл. 8).

**Таблица 8. 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					Ассортимент				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Рынок услуг дошкольного образования	6	32	24	22	47	9	43	14	12	53	10	68	24	13	16

2.	Рынок услуг среднего профессионального образования	6	32	20	19	54	4	42	16	13	56	8	65	26	12	20
3.	Рынок услуг дополнительного образования детей	4	32	30	22	43	8	50	14	11	48	8	68	25	14	16
4.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	4	26	23	27	51	5	36	19	10	61	6	49	38	21	17
5.	Рынок медицинских услуг	5	16	46	47	17	5	34	37	24	31	12	66	29	17	7
6.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	5	21	52	34	19	8	63	16	13	31	14	70	27	12	8
7.	Рынок социальных услуг	4	23	23	20	61	4	34	19	15	59	9	48	41	18	15
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	4	19	43	33	32	6	47	20	22	36	9	51	34	20	17
9.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)	5	8	22	14	82	5	35	36	20	35	4	44	42	23	18
10.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	4	16	31	23	57	6	24	38	25	38	6	43	42	22	18
11.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	5	21	37	29	39	8	47	19	13	44	7	53	29	22	20

12.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.	5	21	37	29	39	8	37	15	15	56	7	50	30	23	21
13.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	10	36	25	24	36	6	41	20	22	42	9	58	30	18	16
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	5	27	20	18	61	4	33	12	15	67	9	61	30	15	16
15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	8	25	28	20	50	6	47	12	14	52	12	64	28	12	15
16.	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к	10	41	31	20	29	11	49	17	16	38	13	65	29	11	13

	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»															
17.	Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)	3	13	29	28	58	3	19	16	18	75	8	58	25	18	22
18.	Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	3	13	29	28	58	4	17	10	13	87	11	29	9	7	75
19.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	3	10	19	19	80	6	18	22	17	68	6	42	35	22	26
20.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	2	13	12	16	88	3	14	6	14	94	6	50	25	23	27
21.	Рынок племенного животноводства	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	37	33	22	31
22.	Рынок семеноводства	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	39	31	21	32
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	38	30	23	32
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	37	31	22	33
25.	Рынок товарной аквакультуры	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	38	30	23	32

26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	3	5	11	15	97	4	9	6	10	10 2	8	40	30	21	32
27.	Рынок нефтепродуктов	5	8	22	14	82	5	22	7	14	83	11	20	6	5	89
28.	Рынок легкой промышленности	8	29	20	13	61	6	31	14	12	68	11	57	23	17	23
29.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	4	8	19	15	85	5	18	7	12	89	8	48	33	16	26
30.	Рынок производства кирпича	4	8	15	17	87	5	15	8	14	89	9	48	30	14	30
31.	Рынок производства бетона	3	8	10	17	93	5	15	8	14	89	9	46	32	14	30
32.	Сфера наружной рекламы	6	15	10	16	84	6	26	9	14	76	12	54	25	13	27
33.	Рынок услуг по ремонту автотранспортных средств	6	13	23	22	67	4	27	12	12	76	11	51	28	19	22

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 маршрутам регулярных перевозок (27,5% – 36 чел.), рынка услуг связи (31,3% – 41 чел). В 2022 году жители города скорее удовлетворены ценами на данных товарных рынках.

Согласно результатам проведенного анкетирования скорее неудовлетворительным больше всего респондентов считают уровень цен на следующих рынках:

- «Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами» – 52 чел. (39,7%);
- «Рынок медицинских услуг» – 46 чел. (35,1%);

– «Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)» – 43 чел. (32,8%);

– «Рынки купли-продажи и производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)» – 37 чел. (28,2%).

Жители города наиболее удовлетворены (скорее удовлетворены) качеством рынка услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 63 чел. (48,1%), услуг связи – 49 чел. (37,4%), а также услуг дополнительного образования детей – 50 чел. (38,2%).

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» – 42 чел. (32,1%);

– «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 42 чел. (32,1%);

– «Рынок социальных услуг» – 41 чел. (31,3%).

Удовлетворены возможностью выбора (скорее удовлетворены и удовлетворены) на рынках услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами – 70 чел. (53,4%), медицинских услуг – 66 чел. (50,4%), услуг связи – 65 чел. (49,6%), услуг дошкольного образования 68 чел. (51,9%), услуг дополнительного образования детей – 68 чел. (51,9%), услуг среднего профессионального образования – 65 чел. (49,6%), оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации – 64 чел. (48,9%), услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок – 61 чел. (46,6%), оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 58 чел. (44,2%), услуг жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства) – 58 чел. (44,2%), а также легкой промышленности – 57 чел. (43,5%).

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

– «Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)» – 22 чел. (16,8%);

– «Рынок медицинских услуг» – 37 чел. (28,2%);

– «Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов» – 36 чел. (27,5%);

– «Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок» – 22 чел. (16,8%);

– «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды» – 38 чел. (29%).

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее проблемными рынками (и по цене и по качеству), по мнению потребителей, являются «Рынок услуг

по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов» и «Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды».

На вопрос: «На какие товары и услуги цены в Ивановской области выше по сравнению с другими регионами» большинство респондентов ответили: на медицинские услуги – 36 чел. (27,5%), на оказание услуг теплоснабжения – 22 чел. (16,8%), на жилищное строительство – 12 чел. (9,2%), на лекарственные препараты – 11 чел. (8,4%).

Значительная часть респондентов выразили мнение, что конкуренция слабо развита и негативно влияет на качество товара и цены в следующих сферах: теплоснабжения (16,8%); услуги по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (10,7%); оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок и медицинских услуг (по 9,2%); социальных услуг (7,6%).

В целом потребители считают, что количество организаций на рынках города Иванова за последние 3 года осталось неизменным (табл.9). Больше увеличение роста числа организаций опрошенные отметили на рынках розничной продажи лекарственных препаратов – 55 чел. (42%), услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта РФ – 55 чел. (42%), а также медицинских услуг – 51 чел. (38,9%). Сокращение организаций респонденты отметили на рынке оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок – 20 чел. (15,3%).

**Таблица 9. 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.	Рынок услуг дошкольного образования	6	32	30	63
2.	Рынок услуг среднего профессионального образования	4	42	14	71
3.	Рынок услуг дополнительного образования детей	6	25	37	63
4.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	10	33	15	73
5.	Рынок медицинских услуг	8	27	51	45
6.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	5	28	55	43
7.	Рынок социальных услуг	6	35	17	73
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	12	51	6	62

№ п/п	Наименование товарного рынка	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
9.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)	12	56	6	57
10.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	7	47	10	67
11.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	7	53	7	64
12.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности), включая производство электрической энергии (мощности) в режиме когенерации.	7	53	7	64
13.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	20	34	16	61
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	14	30	11	76
15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	5	28	55	43
16.	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	6	41	29	55
17.	Рынок жилищного строительства	7	31	14	79

№ п/п	Наименование товарного рынка	Снизилось	Не изменилось	Увеличилось	Затрудняюсь ответить
	(за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)				
18.	Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	8	24	11	88
19.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	9	29	7	86
20.	Рынок архитектурно-строительного проектирования	6	25	8	92
21.	Рынок племенного животноводства	7	16	6	102
22.	Рынок семеноводства	7	16	6	102
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	7	16	6	102
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	7	16	6	102
25.	Рынок товарной аквакультуры	7	16	6	102
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	7	16	6	102
27.	Рынок нефтепродуктов	3	28	8	92
28.	Рынок легкой промышленности	12	27	16	76
29.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	6	19	5	101
30.	Рынок производства кирпича	5	21	5	100
31.	Рынок производства бетона	5	20	5	101
32.	Сфера наружной рекламы	4	25	14	88
33.	Рынок услуг по ремонту автотранспортных средств	7	31	13	80

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. 10) большинство респондентов отметили, что цены на представленных рынках увеличились. Большинство заметило повышение цен на лекарственные препараты – 91 чел. (69,5%), медицинские услуги – 88 чел. (67,2%), на услуги теплоснабжения – 88 чел. (67,2%), электрическую энергию (мощности) – 85 чел. (64,9%), на услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам – 85 чел. (64,9%) и такси – 83 чел. (63,4%).

За последние 3 года, по мнению большинства респондентов, качество товаров и услуг на товарных рынках города Иванова остались на том же уровне. Однако, 25,2% считают, что качество услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам снизилось. Также снизилось качество на медицинские услуги, так считают 23,7% опрошенных, и 19,8% респондентов указали на падение качества на услуги по сбору и транспортированию ТКО.

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

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Рынок услуг дошкольного образования	2	74	7	48	12	18	37	64	7	25	36	63
2.	Рынок услуг среднего профессионального образования	2	67	8	54	12	10	35	74	15	18	45	53
3.	Рынок услуг дополнительного образования детей	2	74	7	48	6	20	38	67	8	33	29	61
4.	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	2	70	8	51	7	9	35	80	8	12	37	74
5.	Рынок	3	88	8	32	31	15	38	47	7	41	34	49

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	медицинских услуг												
6.	Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	3	91	8	29	18	13	51	49	7	27	44	53
7.	Рынок социальных услуг	3	71	9	48	12	10	35	74	6	18	35	72
8.	Рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии)	2	88	8	33	22	6	43	60	3	13	56	59
9.	Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов (далее – ТКО)	2	87	10	32	26	6	41	58	6	16	46	63
10.	Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	2	72	8	49	24	10	48	49	6	14	53	58
11.	Рынок купли-продажи электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии (мощности)	2	85	8	36	7	9	61	54	5	13	53	60
12.	Рынок производства электрической энергии (мощности) на розничном рынке электрической энергии	2	85	8	36	7	9	61	54	3	11	51	66

№ 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.												
13.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажирами автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	2	85	9	35	33	8	33	57	3	12	50	66
14.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажирами автомобильным транспортом по межмуниципальны м маршрутам регулярных перевозок	2	72	9	48	17	4	35	75	6	20	48	57
15.	Рынок оказания услуг по перевозке пассажирами и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации	2	83	8	38	11	9	40	71	5	18	48	60
16.	Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно- телекоммуникацио	2	76	14	39	15	13	41	62	3	25	46	57

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	нной сети «Интернет»												
17.	Рынок жилищного строительства (за исключением Московского фонда реновации жилой застройки и индивидуального жилищного строительства)	3	66	7	55	10	12	41	68	3	14	37	77
18.	Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	3	66	7	55	11	6	24	90	3	25	47	57
19.	Рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования)	5	55	28	43	16	9	25	81	4	20	37	70
20.	Рынок архитектурно- строительного проектирования	0	61	9	61	9	7	22	93	4	13	33	81
21.	Рынок племенного животноводства	1	44	10	76	6	4	17	10 4	4	12	29	86
22.	Рынок семеноводства	1	45	10	75	8	4	33	86	4	13	30	84
23.	Рынок вылова водных биоресурсов	1	44	11	75	7	4	33	87	4	12	29	86
24.	Рынок переработки водных биоресурсов	1	43	10	77	7	4	34	86	5	11	28	87
25.	Рынок товарной аквакультуры	1	43	10	77	6	4	34	87	3	12	28	88

№ п/п	Наименование товарного рынка	Уровень цен				Качество				Ассортимент			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
26.	Рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения	1	42	11	77	5	6	35	85	3	10	31	87
27.	Рынок нефтепродуктов	2	57	7	65	5	4	30	92	3	24	33	71
28.	Рынок легкой промышленности	1	56	12	62	12	8	30	81	3	13	31	84
29.	Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	0	51	11	69	6	7	39	79	3	14	29	85
30.	Рынок производства кирпича	2	47	7	75	7	6	39	79	3	12	30	86
31.	Рынок производства бетона	0	56	11	64	7	11	41	72	3	19	32	78
32.	Сфера наружной рекламы	0	69	10	52	6	8	49	68	3	23	34	71
33.	Рынок услуг по ремонту автотранспортных средств	0	79	46	36	7	8	33	83	7	10	27	87

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. 11).

Результаты опроса показали, что в большинстве случаев опрошенные респонденты не обращались в органы за защитой своих интересов. Однако из тех,

кто обращался, больший процент (8,4%) обращались в органы местного самоуправления и в органы власти региона (8,3%).

**Таблица 11. Информация об обращениях опрошенных граждан за последние 3 года за защитой своих прав как потребителей из-за некачественного товара или услуги (чел.)**

Наименование организации		Обраща лся, мне помогли	Обращался, безрезультатн о	Не обращал ся
1.	Роспотребнадзор	1	3	127
2.	Росстандарт	1	3	127
3.	Федеральная антимонопольная служба	1	3	127
4.	Органы местного самоуправления (администрации муниципальных образований, комитеты муниципальных образований и т.д.)	11	12	108
5.	Органы власти региона (Правительство КО, Законодательное собрание КО, министерства и ведомства и т.д.)	8	11	112
6.	Прокуратура	5	7	119
7.	Органы судебной власти	4	7	120
8.	Уполномоченный по правам человека	8	11	112

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 2022 году составило 3182 обращений 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 в 2022 год от субъектов предпринимательской деятельности обращений не поступило.

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 2022 год на личный прием за юридической помощью в управление экономического развития и торговли Администрации города Иванова обратилось 80 потребителей.

По обращениям потребителей в 2022 году составлено 47 процессуальных документов: 33 претензии и 14 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 (61 обращение). 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 (6 обращений).

На протяжении 10 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 2022 году воспользовалось 72 потребителя.

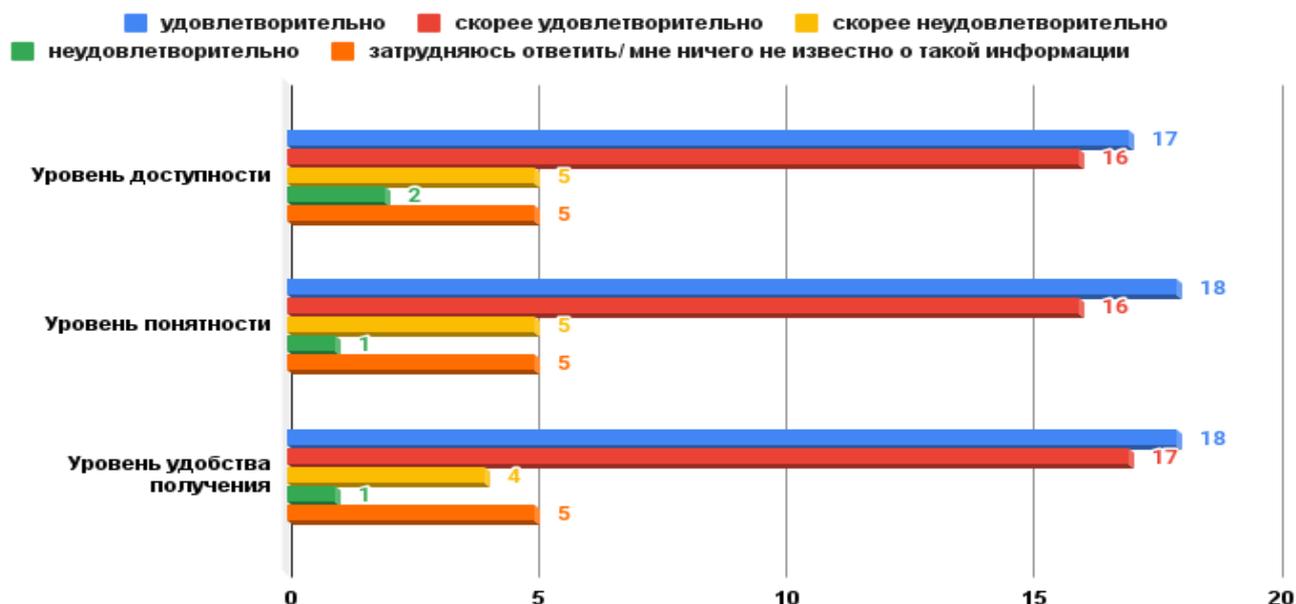
**Мониторинг удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ и услуг качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города Иванова и деятельности по содействию 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, 2021 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. 19).



**Рис. 19. 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. 12).

**Таблица 12. 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	17	16	5	2	5
Уровень понятности	18	16	5	1	5
Удобство получения	18	17	4	2	5

37,8% (17 чел.) опрошенных отметили, что уровень доступности официальной информации о конкурентной среде их удовлетворяет, 35,6% (16 чел.) отметили, что уровень доступности данной информации скорее удовлетворительный, 11,1% (5 чел.) – скорее неудовлетворительный, 4,4% (2 чел.) отметили,

что не удовлетворены уровнем доступности информации и 11,1% (5 чел.) – затруднились с ответом.

40% (18 чел.) – удовлетворены уровнем понятности информации и удобства получения; 35,6% (16 чел.) – скорее удовлетворены уровнем понятности и 37,8% (17 чел.) – скорее удовлетворены уровнем удобства получения информации. 11,1% (5 чел.) – скорее не удовлетворены уровнем понятности информации, удобством получения информации – скорее не удовлетворены 8,9% (4 чел.). Не удовлетворены уровнем понятности информации – 2,2% (1 чел.), уровнем доступности – 4,4% (2 чел.). Затруднились с ответом по вопросу уровней понятности и удобства получения информации – по 11,1% (по 5 чел.).

Также большинство предпринимателей поставили оценки «удовлетворительно» и «скорее 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. 13).

**Таблица 13. 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	14	18	4	3	6
Доступность информации о перечне товарных рынков для содействия развитию конкуренции в регионе	13	19	4	2	7
Предоставление возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона	16	20	1	3	5
Обеспечение доступности "дорожной карты" региона	12	21	4	1	7
Доступность информации о	12	21	0	4	8

проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона					
Доступность информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе	14	18	2	3	8

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 (19 чел. – 42,2%) официальной информации, размещенной на официальном сайте ФАС России в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет», а также информации, полученной через сайт уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (14 чел. – 31,1%). Информации, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и специальным блогам, порталам и прочим электронным ресурсам доверяют по 31,1% опрошенных (табл. 14).

**Таблица 14. Источники информации для предпринимателей о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг города субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции (чел.)**

Источники информации	Предпочитаю пользоваться	Доверяю больше всего
Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	31	14
Официальная информация, размещенная на интернет - портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации	36	9
Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	26	19
Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-	33	12

телекоммуникационной сети «Интернет»		
Телевидение	42	3
Печатные средства массовой информации	42	3
Радио	43	2
Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы	33	12

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 (29%), уровень понятности (32,8%), уровень получения (29,8%) скорее удовлетворительные. Большинство опрошенных респондентов затруднились ответить или им ничего не было известно о такой информации (по уровню доступности (38,1% или 50 чел.), по уровню понятности (35,1% или 46 чел.), по уровню удобства получения (38,1% или 50 чел.)) (табл. 15).

**Таблица 15. 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	20	38	14	9	50
Уровень понятности	17	43	14	11	46
Уровень удобства получения	18	39	16	8	50

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» (40,5%), телевидением (40,5%), а также информацией, размещенной на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (35,1%) (табл. 16). Анализируя полученные данные, можно отметить,

что большинство опрошенных респондентов по каждому источнику информации затруднялись ответить на данные вопросы.

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

Источники информации	Предпочитаю пользоваться	Доверяю больше всего	Затрудняюсь ответить
Официальная информация, размещенная на сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	53	25	53
Официальная информация, размещенная на интернет - портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской Федерации	32	15	84
Официальная информация, размещенная на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	25	18	88
Информация, размещенная на официальных сайтах других исполнительных органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	46	12	73
Телевидение	53	8	70
Печатные средства массовой информации	37	12	82
Радио	24	4	103
Специальные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы	38	5	88

## 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, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, телефонная связь, почтовая связь).

В целом по всем субъектам естественных монополий преобладают удовлетворительные оценки качества их услуг (табл. 17). Наибольший уровень удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг наблюдается на рынках газоснабжения (30,5%) и электроснабжения (29%). Не удовлетворенность у жителей Иванова вызывают услуги по водоснабжению (11,4%), теплоснабжение (13%) и почтовой связи (8,4%).

**Таблица 17. Оценка потребителями качества услуг субъектов естественных монополий (чел.)**

Наименование услуг	Удовл.	Скорее удовл.	Скорее не удовл.	Не удовл.	Затруд. отв.
Услуги по водоснабжению	11	48	29	15	28
Услуги газоснабжения	40	44	11	8	28
Услуги электроснабжения	38	46	14	10	23
Услуги теплоснабжения	18	40	27	17	29
Услуги проводной телефонной связи	21	31	12	5	62
Услуги почтовой связи	12	43	31	11	34

Большинство потребителей (35,9%, 47 чел.) на вопрос о проблемах при взаимодействии с субъектами естественных монополий ответили, что затрудняются с ответом. 26,7% (35 чел.) опрошенных респондентов не сталкивались с подобными проблемами. 16% (21 чел.) респондентов отметили такую проблему, как взимание дополнительной платы и согласно данным опроса ни одному человеку не было отказано в установке приборов учета (табл. 18).

**Таблица 18. Распределение мнений потребителей о проблемах при взаимодействии с субъектами естественных монополий (чел.)**

Наименование услуг	Кол-во, чел	%
Взимание дополнительной платы	21	16
Навязывание дополнительных услуг	20	15,2
Отказ в установке приборов учета	0	0
Проблема с заменой приборов	4	3,1
Требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур	4	3,1
Не сталкивался с подобными проблемами	35	26,7
Затрудняюсь ответить	47	35,9

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 предпринимателями представлены в табл. 19.

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

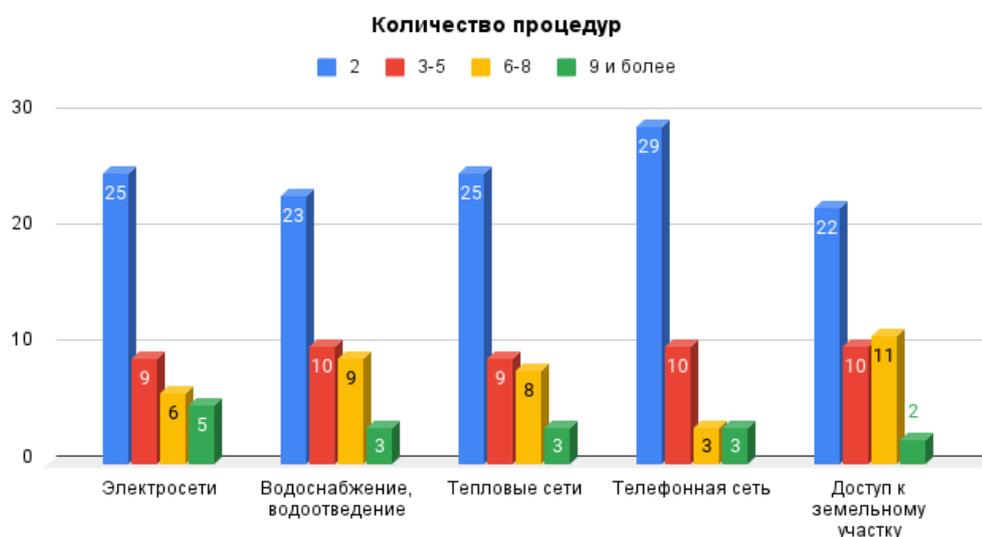
**Таблица 19. Распределение мнений респондентов относительно характеристик услуг субъектов естественных монополий в городе Иванове (чел.)**

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	5	28	6	0	6	1	28	5	0	7	2	13	17	5	8
Водоочистка	4	27	5	2	7	5	26	5	2	7	2	15	15	5	8
Газоснабжение	5	27	5	1	7	3	27	6	2	7	2	13	12	10	8
Электроснабжение	6	28	2	3	6	3	27	6	2	7	2	11	15	9	8
Теплоснабжение	1	25	6	0	9	3	27	6	0	9	3	10	14	8	10

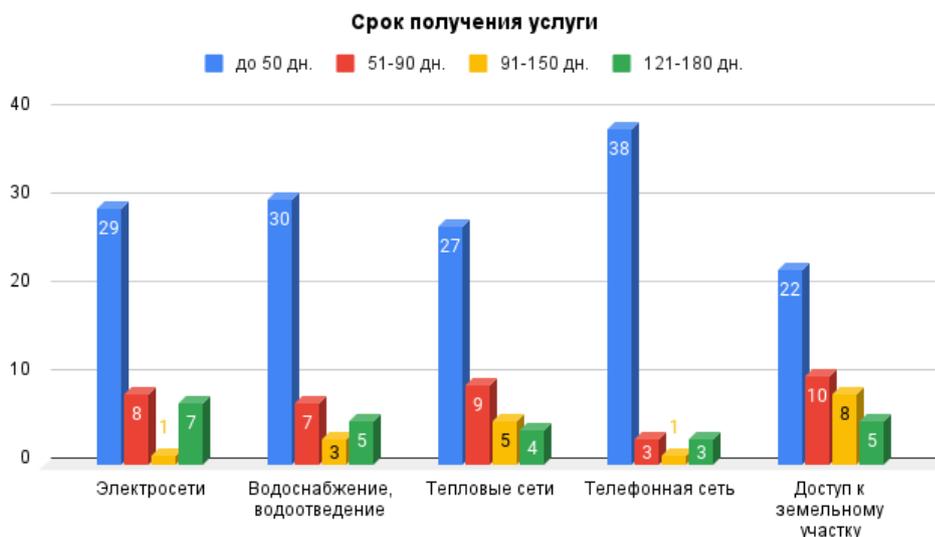
Телефонная связь	12	26	2	0	5	10	28	0	0	7	8	15	10	4	8
------------------	----	----	---	---	---	----	----	---	---	---	---	----	----	---	---

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 скорее удовлетворены и скорее не удовлетворены приблизительно одинаковое число предпринимателей.

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 (рис. 20, 21).



**Рис. 20. Оценка сложности (количества процедур) при получении доступа к услугам**



**Рис. 21. Оценка сроков получения доступа к услугам**

Опрос предпринимателей показал, что количество процедур подключения услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет в городе Иванове, по мнению большинства респондентов, не изменилось.

При этом относительно уровня цен на все услуги субъектов естественных монополий за последние 5 лет, по мнению представителей бизнеса, цены увеличились (табл. 20).

**Таблица 20. 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	10	2	33	0	40	5
Водоочистка	7	2	36	0	40	5
Газоснабжение	7	7	31	2	38	5
Электроснабжение	7	6	32	0	40	5
Теплоснабжение	6	2	37	0	38	7
Телефонная связь	11	2	32	2	36	7

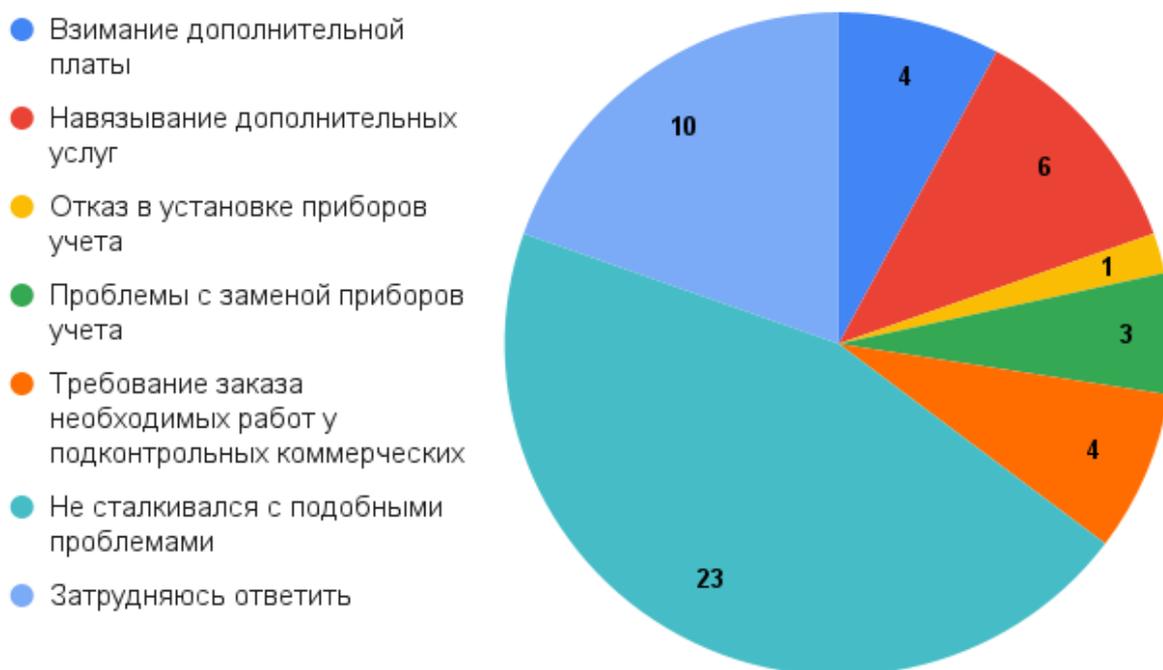
На основе комплекса собранных данных, качество услуг естественных монополий за последние 5 лет, по мнению предпринимателей, не изменилось. Некоторые отметили улучшение качества услуг субъектов естественных монополий (табл. 21). Наибольшее число опрошенных считают, что улучшилась телефонная связь (13 чел. – 28,9%).

**Таблица 21. Оценка предпринимателями качества услуг субъектов естественных монополий за последние 5 лет (чел.)**

Наименование услуг	Качество услуг		
	ухудшилось	улучшилось	не изменилось
Водоснабжение, водоотведение	4	11	30
Водоочистка	5	11	29
Газоснабжение	1	10	34
Электроснабжение	2	11	32
Теплоснабжение	2	9	34
Телефонная связь	2	13	30

У 51,1% (23 чел.) респондентов из сферы бизнеса при взаимодействии с субъектами естественных монополий не сталкивались с подобными проблемами.

У 22,2% (10 чел.) опрошенных данный вопрос вызвал затруднение. Также отмечаются такие проблемы как: навязывание дополнительных услуг (13,6%, 6 чел.), взимание дополнительной платы (8,9%, 4 чел.), требование заказа необходимых работ у подконтрольных коммерческих структур (8,9%, 4 чел.), проблемы с заменой приборов учета (6,7%, 3 чел.), отказ в установке приборов учета (2,2%, 1 чел.) (рис. 22). В данном вопросе респондентам предоставлялась вариация предоставления нескольких ответов.

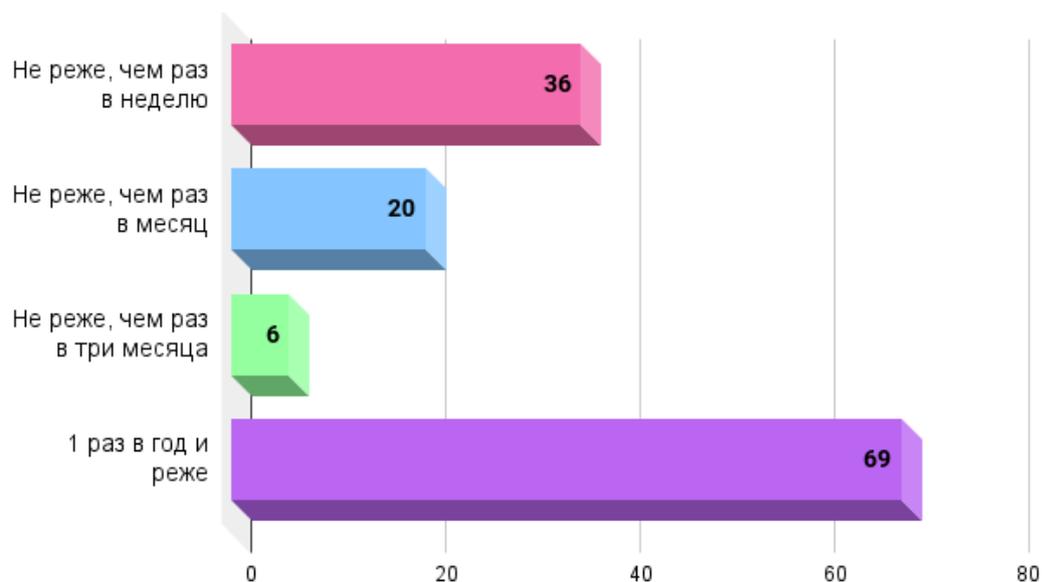


**Рис. 22. Проблемы, с которыми столкнулись предприниматели при взаимодействии с субъектами естественных монополий (чел.)**

### **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 – 52,6% (69 чел.), 27,5% (36 чел.) ответили, что не реже, чем 1 раз в неделю, 15,3% (20 чел.) – не реже, чем 1 раз в месяц и 4,6% (6 чел.) – не реже, чем 1 раз в 3 месяца (рис. 23).



**Рис. 23. Распределение мнений респондентов о частоте использования услуг финансовых организаций (чел.)**

Анализ показал, что в 2022 году у 37,4% (49 чел.) опрошенных респондентов имеются банковские вклады в настоящее время. Большинство же респондентов не пользовались финансовыми продуктами за последние 12 месяцев (табл.22).

**Таблица 22. Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос: «Охарактеризуйте доступность вам финансовых услуг» (чел.)**

Виды финансовых услуг	Имеется сейчас	Не имеется сейчас, но исп. за посл. 12 мес.	Не исп. за посл. 12 мес.
Банковский вклад	49	12	70
Договор на размещение средств в форме займа в микрофинансовой организации	3	4	124
Договор на размещение средств в форме займа в кредитном потребительском кооперативе	3	6	122
Договор на размещение средств в форме займа в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе	1	3	127
Индивидуальный инвестиционный счет	6	5	120
Инвестиционное страхование жизни	9	3	119
Брокерский счет	3	5	123
Вложение средств в паевой инвестиционный фонд	1	5	125

Главной причиной, по которой 53,4% респондентов за последние 12 месяцев не пользовались финансовыми продуктами, является нехватка свободных денег.

Наименьшее число опрошиваемых респондентов (3,1%, 4 чел.) указали такую причину, как отдаленность отделений финансовых организаций (табл. 23).

**Таблица 23. 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	4	3,1
Предлагаемая процентная ставка слишком низкая (для продуктов с процентным доходом)	18	13,7
Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы размещать в них денежные средства	18	13,7
У меня недостаточно свободных денег	70	53,4
Использую другие способы размещения свободных денежных средств (недвижимость, покупка украшений, антиквариата)	9	6,9
Данными услугами уже пользуются другие члены моей семьи	12	9,2

В опросе по конкретным финансовым продуктам, которые жители использовали за последние 12 месяцев, мнения распределились следующим образом. Результаты отражены в таблице (табл. 24).

**Таблица 24. Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос: «Какими из перечисленных финансовых продуктов (услуг) Вы пользовались за последние 12 месяцев» (чел.)**

Виды финансовых услуг	Имеется сейчас	Не имеется сейчас, но исп. за посл. 12 мес.	Не исп. за посл. 12 мес.
Онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет",	15	7	109

сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме)			
Иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом	14	4	113
Использование кредитного лимита по кредитной карте	20	6	105
Онлайн-заем в микрофинансовой организации (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме)	1	3	127
Иной заем в микрофинансовой организации, не являющийся онлайн-займом	1	4	126
Онлайн-заем в кредитном потребительском кооперативе	2	3	126
Иной заем в кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом	2	4	125
Онлайн-заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе	2	3	126
Иной заем в сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе, не являющийся онлайн-займом	1	4	126
Заем в ломбарде	1	4	126

Наиболее популярными финансовыми услугами, из всех представленных, стали такие как:

- использование кредитного лимита по кредитной карте – 20 чел. (15,3%);
- онлайн-кредит в банке (договор заключен с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», сумма кредита предоставлена получателю финансовой услуги в безналичной форме) – 15 чел. (11,5%);
- иной кредит в банке, не являющийся онлайн-кредитом – 14 чел. (10,7%).

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

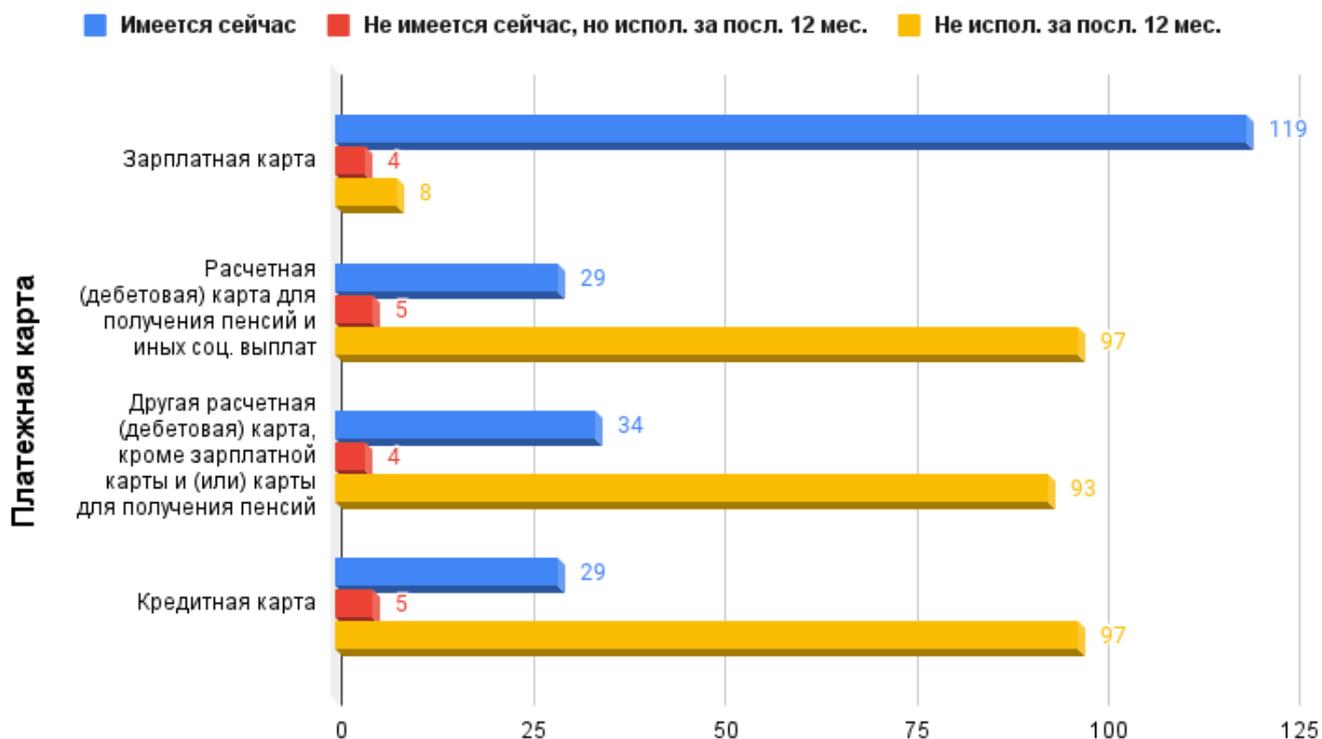
Проведенный анализ показал, что 45,8% (60 чел.), ответивших на вопрос «Почему за последние 12 месяцев они не пользовались ни одним финансовым продуктом?», объяснили это причиной, что не любят кредиты, займы и не хотят жить в долг; 17,5% (23 чел.) полагают, что процентная ставка слишком высокая;

13% (17 чел.) респондентов ответили, что не доверяют финансовым организациям; у 12,2% (16 чел.) опрошенных нет необходимости в заемных средствах (табл. 25).

**Таблица 25. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия вышеуказанных финансовых продуктов**

<b>Причины</b>	<b>Количество респондентов (чел.)</b>	<b>Доля от общего числа опрошенных (%)</b>
Отделения финансовых организаций находятся слишком далеко от меня	3	2,3
Процентная ставка слишком высокая	23	17,5
Я не доверяю финансовым организациям в достаточной степени, чтобы привлекать у них денежные средства	17	13
У меня нет необходимых документов (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, документ о выплате заработной платы, справка с места работы, и т.д.)	0	0
Не люблю кредиты/займы/не хочу жить в долг	60	45,8
Использую другие способы получить заем (неформальные источники (родные и друзья), заем у работодателя)	2	1,5
Кредит/заем оформлен на других членов моей семьи	3	2,3
Нет необходимости в заемных средствах	16	12,2
Я не обладаю навыками использования онлайн-сервисов финансовых организаций для получения кредита (займа)	1	0,8
Я не уверен в технической безопасности онлайн-сервисов финансовых организаций	6	4,6

Самой востребованной платежной картой, которой пользовались респонденты за последние 12 месяцев, и которая имеется сейчас, является зарплатная карта. Так ответило 90,8% (119 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 (рис. 24)



**Рис. 24. Использование жителями города платежных карт (чел.)**

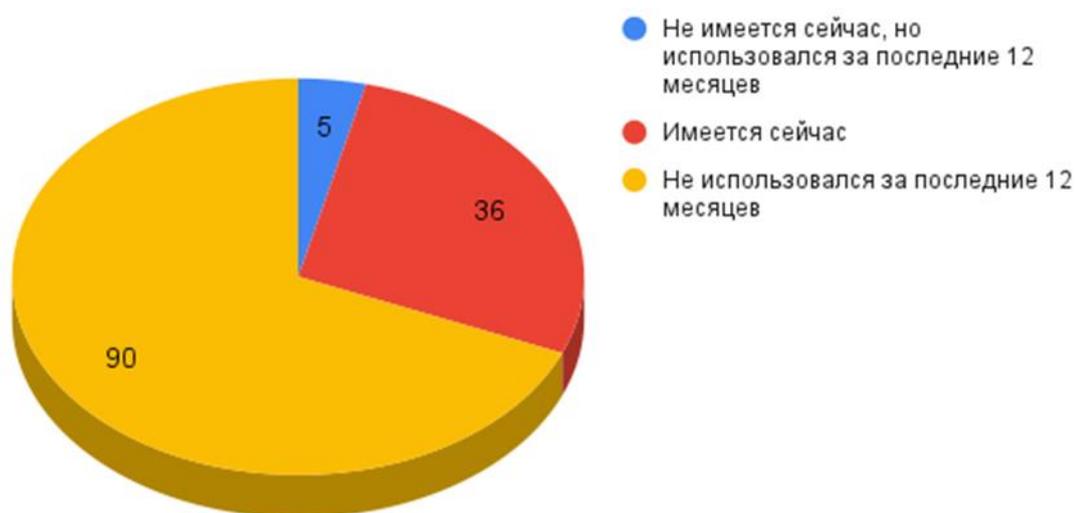
Большинство респондентов 32,8% (43 чел.) на вопрос о причине, по которой не пользовались последние 12 месяцев вышеуказанными платежными картами, ответило, что у них недостаточно денег для хранения их на счете (платежной карте) и использования этих финансовых продуктов, другие 30,5% (40 чел.) респондентов отметили, что платежная карта есть у других членов их семей, 18,3% (24 чел.) опрошенных высказались о недоверии банкам. (табл. 26).

**Таблица 26. Распределение мнений респондентов о причинах отсутствия платежных карт**

Причины	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Отделения банков находятся слишком далеко от меня	6	4,6
Банкоматы находятся слишком далеко от меня	3	2,3
В организациях торговли (услуг), которыми я обычно пользуюсь, нет возможности проводить безналичную оплату за товары (услуги) с помощью банковской карты через POS-терминал	3	2,3
Обслуживание счета/платежной карты стоит слишком дорого	12	9,2
У меня нет необходимых документов (паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, документ о выплате заработной платы, справка с	0	0

места работы и т.д.)		
У меня недостаточно денег для хранения их на счете/платежной карте и использования этих финансовых продуктов	43	32,8
Я не доверяю банкам (кредитным организациям)	24	18,3
Платежная карта есть у других членов моей семьи	40	30,5

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 68,7% (90 чел.) респондентов. У 27,5% (36 чел.) имеется сейчас текущий счет и у 3,8% (5 чел.) не имеется сейчас, но использовался за последние 12 месяцев (рис. 25).



**Рис. 25. Распределение мнений респондентов о пользовании текущим счетом (чел.)**

Изучение анкет жителей города Иванова об использовании дистанционного доступа к банковскому счету позволило сделать вывод, что в течение 12 месяцев среди опрошенных ивановцев 84,7% (111 чел.) пользовались преимущественно денежными переводами (платежами) через мобильный банк с помощью специального приложения для смартфона, также 55,7% (73 чел.) отдавали предпочтение денежным переводам/платежам через интернет-банк с помощью планшета или смартфона (через веб-браузер на мобильном устройстве) (табл. 27).

**Таблица 27. 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	47	84
Денежные переводы/платежи через интернет-банк с	73	58

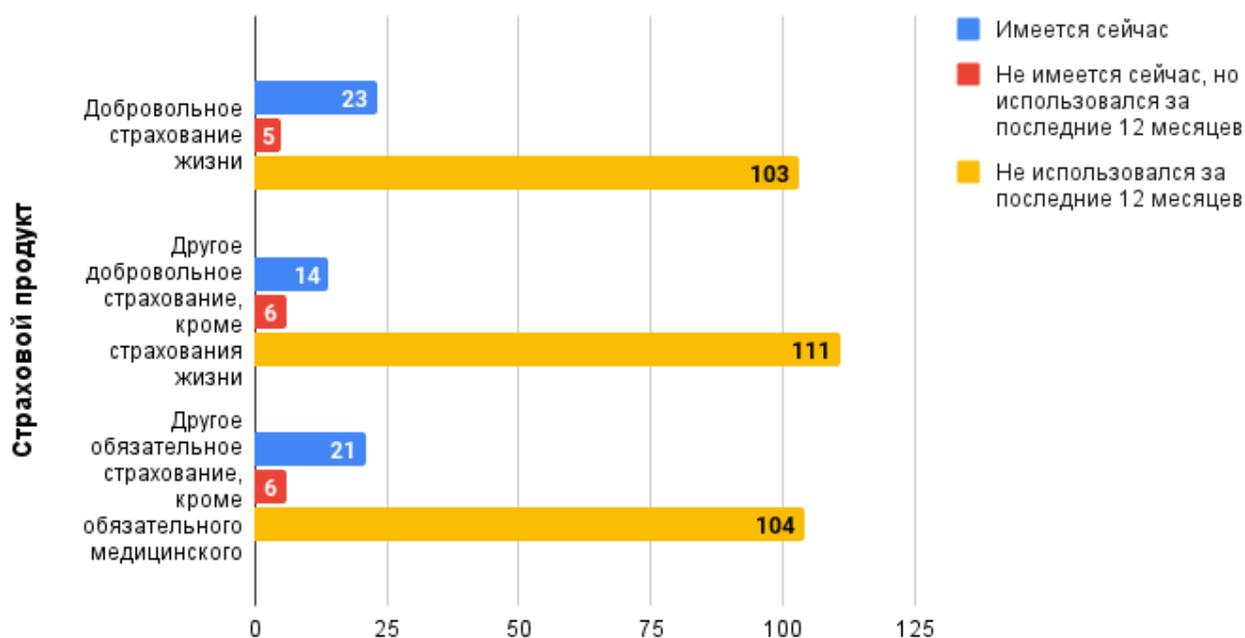
помощью планшета или смартфона (через веб-браузер на мобильном устройстве)		
Денежные переводы/платежи через мобильный банк с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета	111	20
Денежные переводы/платежи через мобильный банк посредством сообщений с использованием мобильного телефона - с помощью отправки смс на короткий номер	35	96

Более половины (59,5%, 78 чел.), ответивших на вопрос о причине не использования ни одного из вышеперечисленных типов дистанционного доступа к банковскому счету, ответили, что не уверены в безопасности интернет-сервисов, 20,6% (27 чел.) респондентов не обладают навыками использования такими технологиями (табл. 28).

**Таблица 28. Распределение мнений респондентов о причинах неиспользования дистанционного доступа к банковскому счету**

<b>Причины</b>	<b>Количество респондентов (чел.)</b>	<b>Доля от общего числа опрошенных (%)</b>
У меня нет компьютера, ноутбука, планшета, смартфона	10	7,6
У меня отсутствует возможность интернет-подключения или качество интернета не позволяет получить дистанционный доступ к финансовым услугам	16	12,2
Я не уверен в безопасности интернет-сервисов	78	59,5
Я не обладаю навыками использования таких технологий	27	20,6

Анализ использования страховых продуктов за последние 12 месяцев показал, что более чем у 78,6% респондентов добровольное и обязательное страхование является не востребованными страховыми продуктами (рис. 26).



**Рис. 26. Распределение мнений респондентов о востребованности страховых продуктов (чел.)**

Более трети (37,4%, 49 чел.) опрошенных респондентов на вопрос о причине отсутствия у них страховых продуктов в течение последних 12 месяцев, указали, что не видят смысла в страховании. Другая распространенная причина – это высокая стоимость страхового полиса. Так ответило 22,9% респондентов (табл. 29).

**Таблица 29. 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	5	3,8
Стоимость страхового полиса слишком высокая	30	22,9
Другие невыгодные условия страхового договора	6	4,6
Я не доверяю страховым организациям	21	16
Не вижу смысла в страховании	49	37,4
Договор добровольного страхования есть у других членов моей семьи	20	15,3

Наиболее известной финансовой организацией является банк. Поэтому 65,6% опрошенных скорее удовлетворены работой данной организации при использовании финансовых услуг. В связи с не востребованностью у населения других финансовых организаций, большая часть опрошенных (не менее 71%) не сталкивались с другими финансовым компаниям.

Субъектами страховой деятельности «скорее удовлетворены» 15,3% респондентов. Каждой представленной финансовой организацией были «полностью не удовлетворены» около 4-5% опрашиваемых (рис. 27).



**Рис. 27. Оценка удовлетворенностью населения работой финансовых организаций (чел.)**

Продолжая анализ удовлетворенности населения деятельностью финансовых организаций, из таблицы видно, что респонденты «скорее доверяют» больше всего банкам (59,5%, 78 чел.). Большинство опрошенных респондентов не сталкивались с другими финансовыми организациями. 24,4% (32 чел.) опрошенных ивановцев полностью не доверяют микрофинансовым организациям (табл. 30).

**Таблица 30. Распределение мнений респондентов о доверии финансовым организациям (чел.)**

Наименование финансовой организации	Полностью доверяю	Скорее доверяю	Скорее не доверяю	Полностью не доверяю	Не сталкивался
Банки	5	78	19	7	22
Микрофинансовые организации	3	3	14	32	79
Кредитные	3	3	12	13	100

потребительские кооперативы					
Ломбарды	2	4	7	14	104
Субъекты страхового дела (страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры)	2	18	21	9	81
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	2	2	8	7	112
Негосударственные пенсионные фонды	3	12	18	6	92
Брокеры	2	3	6	12	108

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

- количеством и удобством расположения банковских отделений – 79 чел. (60,3%),
- качеством дистанционного банковского обслуживания – 75 чел. (57,3%),
- имеющимся выбором различных банков для получения необходимых банковских услуг – 75 чел. (57,3%),
- качеством мобильной связи – 73 чел. (55,7%),
- качеством интернет – связи – 62 чел. (47,3%).

Большинство респондентов (от 77,1% до 90,8%), при имеющемся выборе различных микрофинансовых организаций, ломбардов, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, а также негосударственных пенсионных фондов и брокеров, ответили, что не сталкивались с данными финансовыми организациями.

Анализ доступности финансовых организаций показал, что абсолютное большинство опрошенных указали, что все каналы финансового обслуживания доступны в городе Иванове, нехватка отсутствует (табл. 31).

**Таблица 31. 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	10	20	26	71
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка	4	10	20	20	77

Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка	6	11	25	24	65
POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг)	13	12	30	30	46
Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров(услуг)	7	13	32	29	50
Отделение почтовой связи	9	20	39	23	40

При этом быстро воспользоваться, без потери большого количества времени, жители города могут в банкоматах или терминалах в отделении банка (49,2%, 62 чел.) и в банкоматах не в отделении банка (49,2%, 63 чел.), в платежных терминалах для приема наличных денежных средств (40,6%, 52 чел.) и с помощью POS-терминал для безналичной оплаты (39,5%, 49 чел.). По мнению ивановских респондентов, больше времени приходится затрачивать в отделении почтовой связи (21,9%, 28 чел.) и в кассе отделения банка (8,4%, 11 чел.) (табл. 32).

**Таблица 32. Распределение мнений респондентов о времени обслуживания через различные каналы обслуживания финансовых организаций (чел.)**

Наименование канала обслуживания	1 – на доступ тратчу много времени	2	3	4	5 – могу воспользоваться быстро
Касса в отделении банка	11	19	42	18	41
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) в отделении банка	3	13	35	13	62
Банкомат или терминал (устройство без функции выдачи наличных денежных средств) вне отделения банка	4	12	30	19	63
POS-терминал для безналичной оплаты с помощью банковской карты в организациях торговли (услуг)	8	12	35	20	49

Платежный терминал для приема наличных денежных средств с целью оплаты товаров(услуг)	8	13	39	16	52
Отделение почтовой связи	28	19	36	20	25

**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 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. 33). Ассигнования, перечисленные из бюджета города Иванова, предприятиям и обществам в рамках обязательств по муниципальным контрактам, заключенным муниципальными заказчиками города Иванова, в информации не учитываются.