

2017

Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в Краснодарском крае за 2017 год

Общее количество участников мониторинга составило 85225. Из них 62840 - потребители товаров и услуг, 22385 - субъекты предпринимательской деятельности.



Содержание

Методологические основы проведения мониторинга	2
1. Характеристика базы респондентов	4
2. Оценка состояния конкурентной среды	
2.1. Оценка бизнесом конкуренции в Краснодарском крае	10
2.2. Факторы, определяющие число конкурентов	11
2.3. Административные барьеры и влияние государства на конкурентную среду	16
2.4. Развитие (расширение) бизнеса в условиях конкуренции на рынках Краснодарского края	19
2.5. Оценка услуг субъектов естественных монополий в Краснодарском крае	20
2.5.1. Оценка предпринимателями стоимости подключения	20
2.5.2. Оценка потребителями качества услуг	21
2.6. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды	24
3. Социально значимые рынки	
3.1. Рынок услуг дошкольного образования	27
3.2. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	34
3.3. Рынок услуг дополнительного образования детей	42
3.4. Рынок медицинских услуг	49
3.5. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	56
3.6. Рынок услуг в сфере культуры	58
3.7. Рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства	62
3.8. Рынок розничной торговли	69
3.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	77
3.10. Рынок услуг связи	85
3.11. Рынок услуг социального обслуживания населения	92
4. Приоритетные рынки	
4.1. Рынок сельскохозяйственной продукции (овощной и плодоягодной продукции, продукции животноводства)	100
4.2. Рынок бытовых услуг	109
4.3. Рынок санаторно-курортных и туристских услуг	116
4.4. Рынок пищевой продукции	123
4.5. Рынок композитных материалов	130
4.6. Рынок продукции легкой промышленности	143
4.7. Рынок продукции сельскохозяйственного машиностроения	158
5. Выводы по результатам мониторинга	167

Методологические основы проведения мониторинга

В рамках исполнения пункта 42 раздела IV Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ (далее - Стандарт конкуренции), утвержденного распоряжением Правительства РФ от 05.09.2015 № 1738-р, министерством экономики Краснодарского края (далее - министерство) проведен ежегодный мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг региона, результаты которого включаются в ежегодный доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъекта РФ.

Согласно требованиям Стандарта конкуренции ежегодный мониторинг включает в себя:

- мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности;

- мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта Российской Федерации и состоянием ценовой конкуренции;

- мониторинг удовлетворенности предпринимателей и потребителей качеством (уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкурентной среды субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями;

- мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории субъекта РФ;

- мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия региона или муниципального образования в которых составляет 50 % и более.

Мониторинг мнения субъектов предпринимательской деятельности и удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках края является основным механизмом для оценки состояния конкурентной среды.

Целью ежегодного мониторинга является организация и проведение анализа текущего состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Краснодарского края.

В качестве основного инструмента мониторинга было выбрано электронное анкетирование, которое проводилось в период с 1 ноября по 1 декабря 2017 года.

Для проведения мониторинга министерством были разработаны анкеты для:

- предпринимателей региона;
- потребителей товаров и услуг на региональных и (или) муниципальных рынках Краснодарского края.

Формы опросников были размещены на официальном сайте министерства, а ссылки на них растиражированы через электронные СМИ и

официальные сайты администраций муниципальных образований Краснодарского края, что позволило привлечь значительное число респондентов.

В опросе приняли участия 62840 потребителей товаров и услуг, из различных социальных слоев населения: работающие, пенсионеры, студенты и безработные.

Еще 22385 анкет заполнили представители бизнеса: 70% - представители индивидуальных предпринимателей и микропредприятий с численностью до 15 человек, 25% - малых предприятий и 5% - крупных и средних организаций.

Охватить максимально широкую аудиторию удалось благодаря применению современных информационных технологий, привлечению отраслевых министерств и ведомств края, органов местного самоуправления, общественных организаций, таких как Опора России, Деловая Россия, РСПП.

Проведенный мониторинг позволил выявить ограничивающие здоровую конкуренцию на рынках края причины, проанализировать их и учесть в ходе совершенствования условий развития бизнеса, его защиты и оказания реальной поддержки.

Участие в мониторинге помогает определить возможности бизнеса на исследуемых рынках, спрогнозировать потребительские ожидания. Это, в свою очередь, позволит удовлетворить интересы участников экономической деятельности во всех отраслях экономики Кубани.

1. Характеристика базы респондентов

Важным инструментом, позволяющим максимально объективно охарактеризовать конкурентную среду в регионе, является оценка состояния конкуренции хозяйствующими субъектами. В качестве респондентов, принявших участие в мониторинге, выступили представители бизнес-сообщества Краснодарского края, включающее в себя предпринимателей-собственников и руководителей хозяйствующих субъектов (организаций) вне зависимости от организационно-правовой формы, а также жители края – потребители товаров, работ и услуг регионального рынка.

Мониторинг проводился на территории всех 44 муниципальных образований Краснодарского края. На вопросы об оценке конкурентной среды в ноябре 2017 года ответили **85225** респондентов (**62840** потребителей и **22385** предпринимателей), что практически в 2 раза больше, чем удалось опросить во время предыдущего анкетирования (44097).

Наибольшее количество заполненных потребителями анкет, обеспечено следующими муниципальными образованиями:

- Город Краснодар - **8870**
- Город-герой Новороссийск - **5356**
- Город-курорт Сочи - **4527**
- Кореновский район - **2613**
- Славянский район - **2284**

Наименьшее количество респондентов-потребителей отмечено в:

- Успенский район - **496**
- Приморско-Ахтарский район - **472**
- Апшеронский район - **446**
- Красноармейский район - **431**
- Павловский район – **410**

Количество потребителей, охваченных мониторингом состояния конкурентной среды

№ п/п	Муниципальное образование	Кол-во
1	Абинский район	1505
2	Апшеронский район	446
3	Белоглинский район	635
4	Белореченский район	773
5	Брюховецкий район	1719
6	Выселковский район	542
7	Город Армавир	841
8	Город Горячий Ключ	549
9	Город Краснодар	8870
10	Город-герой Новороссийск	5356
11	Город-курорт Анапа	978
12	Город-курорт Геленджик	729

13	Город-курорт Сочи	4527
14	Гулькевичский район	1240
15	Динской район	965
16	Ейский район	1094
17	Кавказский район	1041
18	Калининский район	698
19	Каневской район	938
20	Кореновский район	2613
21	Красноармейский район	431
22	Крыловский район	558
23	Крымский район	984
24	Курганинский район	787
25	Кущевский район	977
26	Лабинский район	1350
27	Ленинградский район	1324
28	Мостовский район	901
29	Новокубанский район	1629
30	Новопокровский район	762
31	Отраденский район	1074
32	Павловский район	410
33	Приморско-Ахтарский район	472
34	Северский район	1396
35	Славянский район	2284
36	Староминский район	1467
37	Тбилисский район	1213
38	Темрюкский район	565
39	Тимашевский район	1456
40	Тихорецкий район	897
41	Туапсинский район	1889
42	Успенский район	496
43	Усть-Лабинский район	2243
44	Щербиновский район	1216
	Общий итог	62840

Наибольшее число предпринимателей заполнили анкеты в муниципальных образованиях:

- Город-курорт Сочи - **2115**
- Город Краснодар - **1660**
- Город-герой Новороссийск - **1392**
- Кореновский район - **1093**
- Тимашевский район - **1043**

Наименьшее количество анкет от предпринимателей получено в:

- Город Армавир - **213**
- Славянский район - **210**
- Красноармейский район - **200**

- Павловский район - **181**
- Щербиновский район - **151**

Количество предпринимателей, охваченных мониторингом состояния конкурентной среды

№ п/п	Муниципальное образование	Кол-во
1	Абинский район	515
2	Апшеронский район	297
3	Белоглинский район	300
4	Белореченский район	508
5	Брюховецкий район	742
6	Выселковский район	216
7	Город Армавир	213
8	Город Горячий Ключ	419
9	Город Краснодар	1660
10	Город-герой Новороссийск	1392
11	Город-курорт Анапа	671
12	Город-курорт Геленджик	316
13	Город-курорт Сочи	2115
14	Гулькевичский район	515
15	Динской район	438
16	Ейский район	417
17	Кавказский район	360
18	Калининский район	308
19	Каневской район	404
20	Кореновский район	1093
21	Красноармейский район	200
22	Крыловский район	355
23	Крымский район	214
24	Курганинский район	467
25	Кушевский район	315
26	Лабинский район	567
27	Ленинградский район	252
28	Мостовский район	444
29	Новокубанский район	877
30	Новопокровский район	330
31	Отраденский район	441
32	Павловский район	181
33	Приморско-Ахтарский район	267
34	Северский район	517
35	Славянский район	210
36	Староминский район	419
37	Тбилисский район	510
38	Темрюкский район	301

39	Тимашевский район	1043
40	Тихорецкий район	251
41	Туапсинский район	347
42	Успенский район	345
43	Усть-Лабинский район	482
44	Щербиновский район	151
	Общий итог	22385

Большинство опрошенных предпринимателей осуществляют деятельность на таких рынках Краснодарского края как: оптовая и розничная торговля - **24%** (5360); выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных культур – **19%** (4199); строительство – **6,4%** (1433); предоставление бытовых услуг – **5,4%** (1216); деятельность ресторанов, кафе, баров и столовых – **5%** (1118); операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг – **2,8%** (637); деятельность сухопутного транспорта (пассажирские и грузовые перевозки) – **2,8%** (623); производство пищевых продуктов, включая напитки - **2,6%** (589); деятельность санаторно-курортных учреждений - **2,4%** (533); торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт – **2,4%** (533).

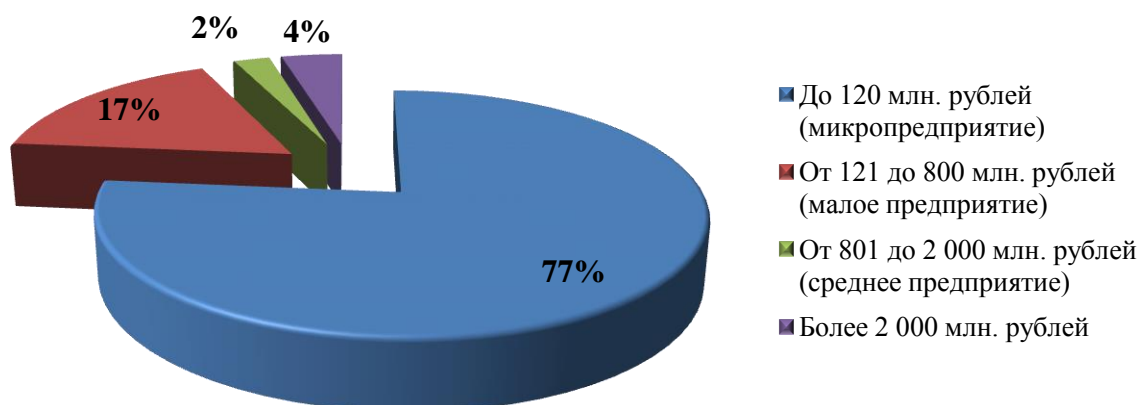
Количество предпринимателей по видам осуществляемой деятельности

№ п/п	Наименование вида деятельности хозяйствующих субъектов	Кол-во
1	Оптовая и розничная торговля	5360
2	Выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных культур	4199
3	Строительство	1433
4	Предоставление бытовых услуг	1216
5	Деятельность ресторанов, кафе, баров и столовых	1118
6	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	637
7	Деятельность сухопутного транспорта (пассажирские и грузовые перевозки)	623
8	Производство пищевых продуктов, включая напитки	589
9	Деятельность санаторно-курортных учреждений	533
10	Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт	533
11	Овощеводство, декоративное садоводство и производство продукции питомников	479
12	Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания	473
13	Деятельность в области здравоохранения	365
14	Производство молочных продуктов	340
15	Деятельность по организации развлечений и культуры	336
16	Другое (пожалуйста, укажите)	334

17	Животноводство, охота и лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство	321
18	Производство мяса и мясопродуктов	315
19	Дополнительного образования	310
20	Дошкольного образования	293
21	Выращивание фруктов, орехов, трав	281
22	Оказание туристических услуг	249
23	Предоставление социальных услуг	236
24	Страхование	175
25	Производство и распределение электроэнергии, газа, воды	174
26	Топливо-энергетический комплекс	169
27	Переработка и консервирование картофеля, фруктов и овощей	161
28	Текстильное и швейное производство, производство кожи и изделий из кожи	152
29	Связь	150
30	Деревообрабатывающее промышленность и целлюлозно-бумажное производство	143
31	Производство строительных материалов (в т.ч. композитных материалов и т.д.)	139
32	Сфера ИТ-технологий (включая ИТ-услуги, разработку ИТ-технологий, программ и т.д.)	119
33	Среднее профессиональное образование	88
34	Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	75
35	Химическое производство	64
36	Деятельность по организации детского отдыха и оздоровления	58
37	Производство неметаллических минеральных продуктов (в том числе резиновых и пластмассовых изделий)	54
38	Производство машин, электронного и оптического оборудования	42
39	Сельскохозяйственное машиностроение	27
40	Научные исследования и разработки	22
Общий итог		22385

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 04.04.2016 №265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» на основании информации об оборотах денежных средств совокупность респондентов была представлена при опросах главным образом микропредприятиями с предельным значением дохода до 120 млн. руб. в год – **77%** (17149) и предприятиями, относящимися к категории малый бизнес с доходом от 121 до 800 млн. руб. – **14%** (3809). Оставшиеся респонденты - это представители среднего и крупного бизнеса. Средние предприятия с доходом от 801 до 2 000 млн. рублей составили – **2%** (529). Участвовавших в опросе крупных предприятий (с доходом более 2 000 млн. рублей) было выявлено – **4%** (898).

Размер бизнеса по годовому обороту денежных средств



Численность сотрудников в организациях составляла в большинстве случаев не более 100 человек - **95%** (21235) от общего количества опрошенных.

При определении географического рынка, который является основным для ведения бизнеса, предприниматели сообщили, что больше половины занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (в отдельном муниципальном образовании) – **52%** (11662), часть товаров и услуг предприниматели реализуют на рынках Краснодарского края – **34%** (7591), на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **8%** (1746) и рынках Российской Федерации – **5%** (1061). И наконец **2%** (325) всех предпринимателей вышли на зарубежные рынки, где по **1%** разделились, на распространение своей деятельности на рынки стран СНГ (169) и рынки стран дальнего зарубежья (156).

Основные для ведения бизнеса географические рынки (количество организаций)

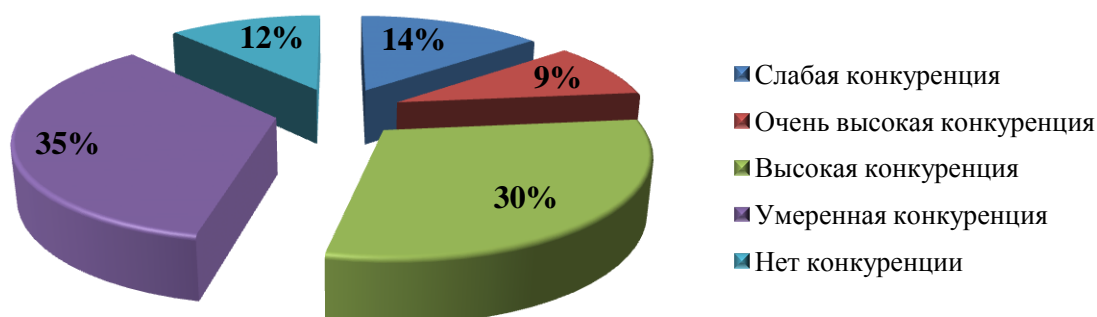


2. Оценка состояния конкурентной среды

2.1. Оценка бизнесом конкуренции в Краснодарском крае

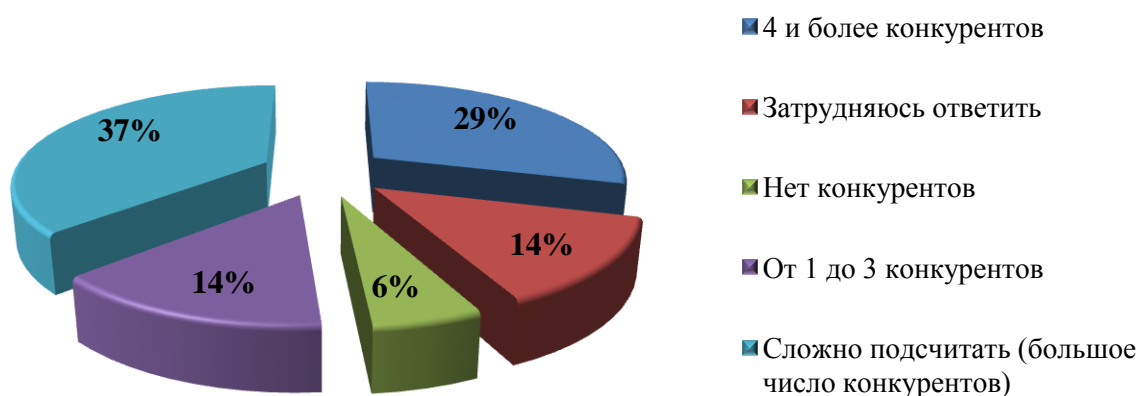
По оценке состояния конкуренции в Краснодарском крае **39%** (8780) предпринимателей отмечают «очень высокую» и «высокую» конкуренцию, в том, что «конкуренция умеренная» уверены **35%** (7801) предпринимателей. «Слабую» конкуренцию отмечают только **14%** (3169) и лишь **12%** (2635) отметили, что конкуренции вовсе нет.

Оценка конкуренции хозяйствующими субъектами



Оценивая примерное количество конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, **37%** (8271) опрошенных сообщили о том, что у них имеется большое число конкурентов; **29%** (6586) бизнесменов сообщили о наличии 4 и более конкурента; **14%** (3221) насчитывают от 1 до 3 конкурентов, **6%** (1254) заявляют об отсутствии конкурентов; **14%** (3053) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

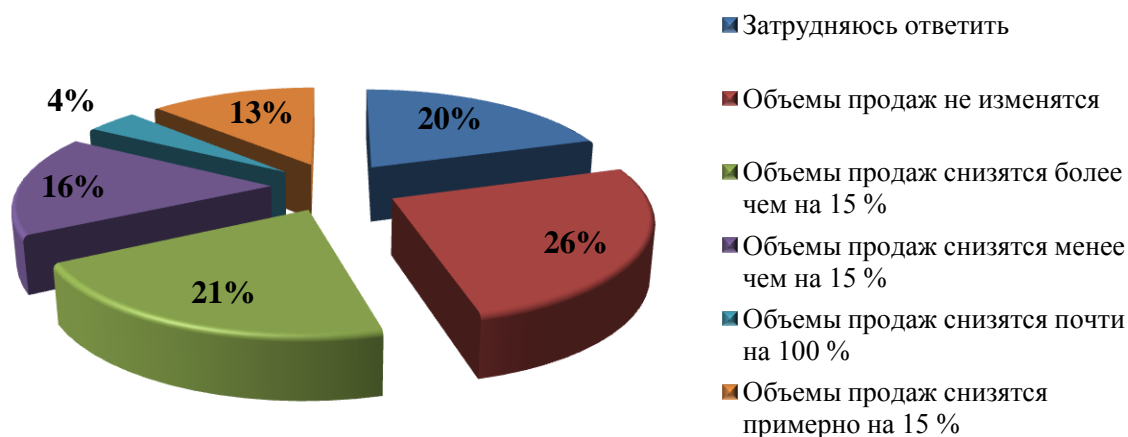
Количество конкурентов бизнеса



В оценке возможности снижения объемов реализации продукции (работ, услуг) бизнеса при увеличении ее цены на 15% при условии, что цены конкурентов останутся неизменным, **26%** (5801) респондентов прогнозируют, что объемы продаж не изменятся, **21%** (4753) опрошенных

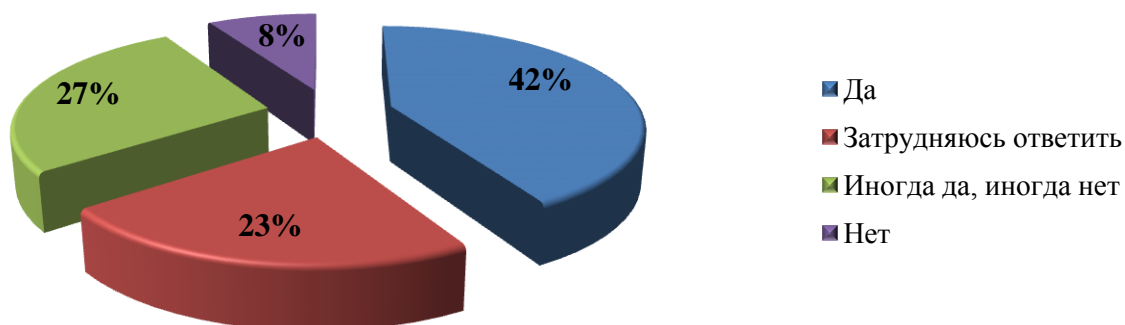
считают, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **16%** (3649) предполагают снижение объемов продаж менее чем на 15%, **13%** (2835) думают, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, **4%** (870) оценивают возможное падение почти до 100% и **20%** (4477) затрудняются с ответом.

Объемы реализации продукции (работ, услуг) бизнеса



По мнению **42%** (9382) предпринимателей, конкуренция полезна, **8%** (1874) уверены в том, что конкуренция не создает ни каких стимулов для развития и расширения бизнеса, еще **27%** (6070) считают, что иногда создает, а иногда нет. Остальные **23%** (5059) затрудняются ответить.

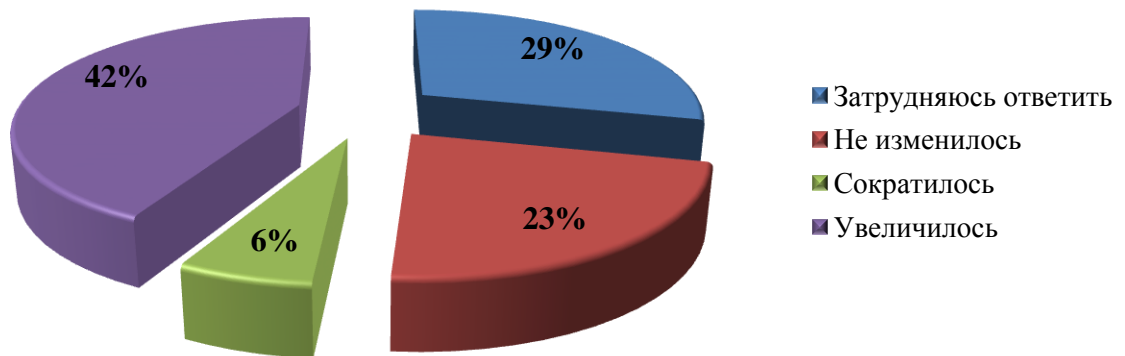
Создает ли конкуренция стимулы для развития и расширения бизнеса?



2.2. Факторы, определяющие число конкурентов

Представители бизнеса на вопрос: «Как изменилось число конкурентов бизнеса, который вы представляете на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года?» отметили следующее: **42%** (8708) утверждают об увеличении конкурентов на рынках, которые они представляют, **29%** (5888) затруднились ответить, **23%** (4622) утверждают, что число конкурентов не изменилось, а **6%** (1258) респондентов сообщили о сокращении конкурентов.

Изменение числа конкурентов бизнеса за 3 года



Ответы предпринимателей на вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на **увеличение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?» разделились следующим образом: **47%** (5987) отметили появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, **23%** (2847) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **5%** (654) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов», **25%** (3210) назвали причиной роста числа конкурентов на рынке «другие факторы».

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



Среди опрошенных представителей бизнеса края, наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на основном для бизнеса рынке, представителями, которого они являются, **21%** (1647) указали на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **21%** (1629) отметили сильное влияние на сокращение числа конкурентов, произошедшее слияние или поглощений предприятий. Позицию об «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **8%** (644) респондентов, **6%** (460) утверждают об «антиконкурентных действиях органов власти /

давление со стороны органов власти», и еще **6%** (500) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению **38%** (2944) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее важные факторы конкурентоспособности продукции (работ, услуг) для реализации являются: высокое качество – **38%** (8604), низкая цена – **33%** (7274), доверительные отношения с клиентами – **9%** (2124), уникальность продукции – **8%** (1748), предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **6%** (1354), доверительные отношения с поставщиками – **2%** (370), а также **4%** (911) «другие факторы».

Факторы конкурентоспособности продукции (работ, услуг) (количество организаций)



По данным опроса предпринимателей, **основными мерами для повышения конкурентоспособности** продукции, работ, услуг и развития бизнеса, предпринимаемые ими, являются:

- Сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **31%** (6833);
- Обучение персонала – **29%** (6454);
- Покупка машин и технологического оборудования – **23%** (5070);
- Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **19%** (4151);
- Не предпринималось никаких действий – **15%** (3311);
- Выход на новые географические рынки – **10%** (2171);
- Приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **8%** (1679).

Меры повышения конкурентоспособности (количество организаций)



Ключевым фактором конкурентоспособности производимых товаров (работ, услуг) для **59%** (37 245) потребителей является высокое качество. Вторым является мнение о низкой цене - в этой графе поставили свои отметки **55%** (34 304) человека. Отметили для себя ключевым фактором конкурентоспособности «Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.)» **21%** (13 208) человек. На четвертом месте оказалась уникальность продукции, об этом высказались **18%** (11 088) человек. За важность фактора доверительных отношений высказалось **14%** (9 048) человека. Такие факторы как: «доверительные отношения с поставщиками» и «другие факторы конкурентоспособности» потребители посчитали важными следующим образом **6%** (3 734) и **1%** (412) человек.

Ключевые факторы конкурентоспособности производимых товаров (по мнению потребителей)



2.3. Административные барьеры, влияющие на ведение бизнеса

Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели по-прежнему, как и год назад назвали:

- высокий уровень налогов и платежей во внебюджетные фонды - **40%** (8871) предпринимателей;
- на втором месте – доступ к финансовым ресурсам – **23%** (5253);
- частые изменения российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – **17%** (3881);
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **15%** (3425);
- сложность получения доступа к земельным участкам – **14%** (3062);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **12%** (2730);
- давление со стороны конкурентов – **11%** (2385).

Наиболее существенные административные барьеры

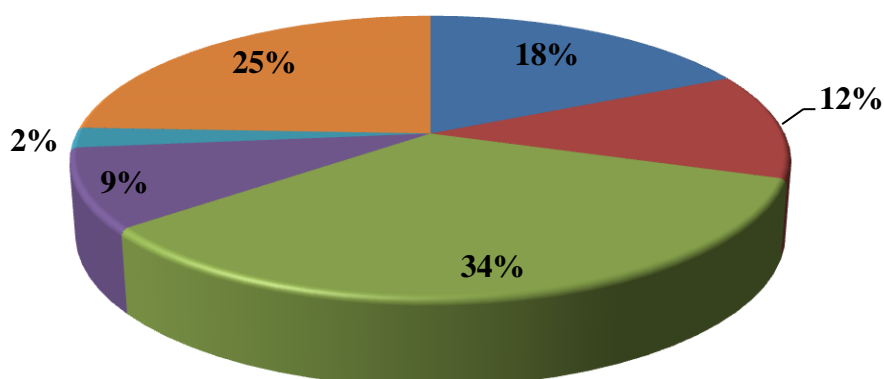
(количество организаций)



В вопросе по оценке изменения уровня административных барьеров, мы видим, следующее:

- административные барьеры были полностью устранены – **18%** (3281);
- административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **12%** (2224);
- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры – **34%** (6262);
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **9%** (1672);
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **2%** (420);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **25%** (4454).

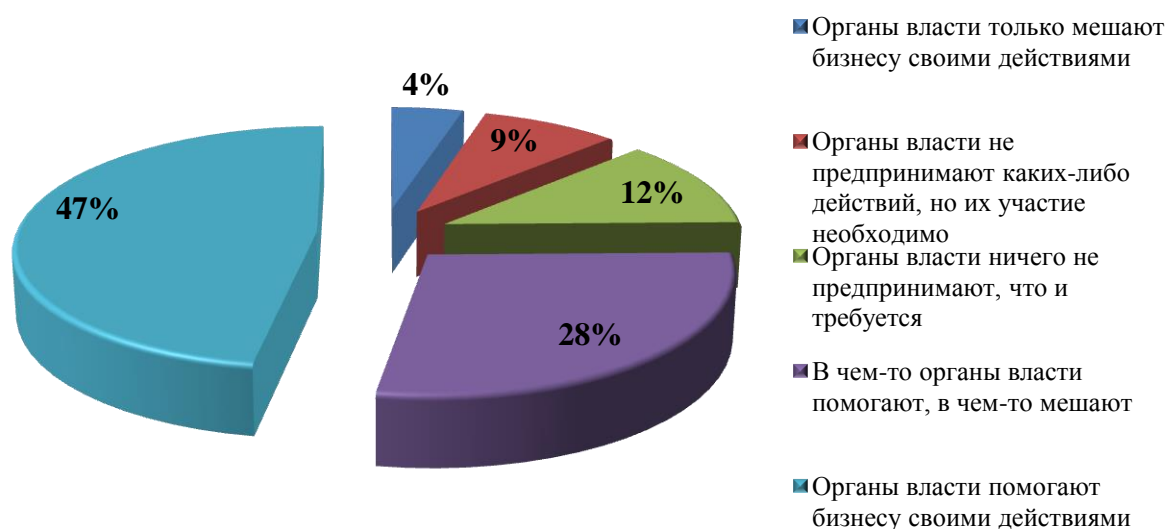
Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

Что касается оценки деятельности органов власти по развитию конкуренции в целом, то, по мнению **47%** (10600) респондентов, органы власти своими действиями помогают бизнесу, еще **28%** (6249) отметили, что в чем-то помогают, а в чем-то мешают. А вот в том, что органы власти ничего не предпринимают, но это и требуется, уверены **12%** (2680), с другой стороны **9%** (1876) считают, что власть не предпринимает каких-либо действий, но ее участие необходимо. И наконец, **4%** (980) отметили, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями.

Оценка деятельности органов власти



2.4. Развитие (расширение) бизнеса в условиях конкуренции на рынках Краснодарского края

Перспективы расширения бизнеса в ближайшие 3 года в планах предпринимателей сводятся к выходу на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара (работы, услуги) - **15%** (2849) и выходу на новые географические рынки - **20%** (1341). Однако большинство представителей бизнеса склоняются к отсутствию вариантов по расширению бизнеса - **34%** (6165). Чуть меньше, в ответе на этот вопрос затрудняются с ответом - **31%** (5755).

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового товара (работы или услуги), по мнению предпринимателей, являются: нехватка финансовых средств **38%** (8460), высокие начальные издержки **32%** (7053), насыщенность рынков сбыта **30%** (6705), высокие транспортные издержки **14%** (3228), невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность **11%** (2567), отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках **5%** (1214), преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д. **4%** (932), жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) **4%** (824). Так же в том, что препятствия отсутствуют, высказывается **5%** (1057) предпринимателей, и еще **3%** (696) представителей бизнеса сообщили, что препятствия существуют, но они отличаются от представленных.

Препятствия для развития (расширения) бизнеса (количество организаций)



2.5. Оценка услуг субъектов естественных монополий в Краснодарском крае

2.5.1. Оценка предпринимателями стоимости подключения

Удовлетворенность субъектов предпринимательской деятельности услугами естественных монополий оценивалась по стоимости подключения к услугам, а также по сложности подключения.

В целом, по мнению представителей бизнеса о стоимости подключения услуг естественных монополий можно выделить телефонную связь, стоимость подключения к которой оценивается больше половиной респондентов как низкая - **65%** (14631). О том, что стоимость высокая, считают **35%** (7754) предпринимателей.

Среди рынков естественных монополий наиболее высокая стоимость подключения к услугам, по мнению субъектов предпринимательской деятельности, в сфере электроснабжения - здесь **56%** (12455) считают стоимость услуги высокой. Остальные **44%** (9930) сходятся во мнении о низкой стоимости услуг.

По оценке сферы газоснабжения, из числа опрошенных, которые в процессе ведения бизнеса сталкивались с подключением к газораспределительным сетям, **23%** (12286) отметили их стоимость как высокую и **32%** (7190) - скорее высокую. Остальные респонденты оценили стоимость подключения как низкую **37%** (8178) и **9%** (1921) скорее низкую.

Стоимостью подключения услуг водоснабжения и водоотведения не довольны, оказались **48%** (10775) предпринимателей, отметив высокую и скорее высокую стоимость. На низкую стоимость услуги указали **39%** (8770) респондентов, а скорее низкую - **13%** (2840).

Практически такая же ситуация и при оценке услуг подключения к теплоснабжению и, соответственно, **48%** (10736) предпринимателей оценивают стоимость как высокую и скорее высокую. Низкую стоимость услуги отметили **43%** (9539) респондентов, а скорее низкую - **9%** (2110).



Стоимость подключения к услугам

Стоимости подключения к услугам естественных монополий	Водоснабжение, водоотведение	Газоснабжение	Электроснабжение	Теплоснабжение	Телефонная связь
Высокая	18%	23%	21%	18%	11%
Скорее высокая	30%	32%	34%	30%	24%
Скорее низкая	13%	9%	7%	9%	14%
Низкая	39%	37%	38%	43%	51%

2.5.2 Оценка потребителями качества услуг

Потребителями при оценке услуг субъектов естественных монополий наиболее высокие баллы были выставлены в сфере телефонной связи - **83%** (52489) респондентов удовлетворены качеством услуг, **11%** (6653) скорее

удовлетворены, **6%** (3698) скорее не удовлетворены или не удовлетворены вовсе.

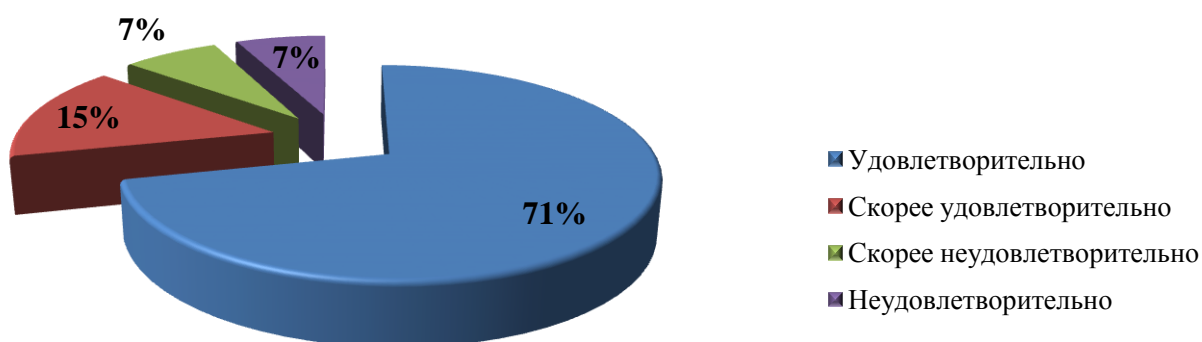
По положительным оценкам также стоит отметить газоснабжение и теплоснабжение, удовлетворенными данными услугами являются **79%** опрошенных потребителей.

Менее удовлетворены потребители услугами электроснабжения, так **77%** (48378) заявили об удовлетворительном качестве, еще **14%** (8864) отмечают, что скорее удовлетворены, а вот **9%** (5598) наоборот скорее не удовлетворены или не удовлетворены.

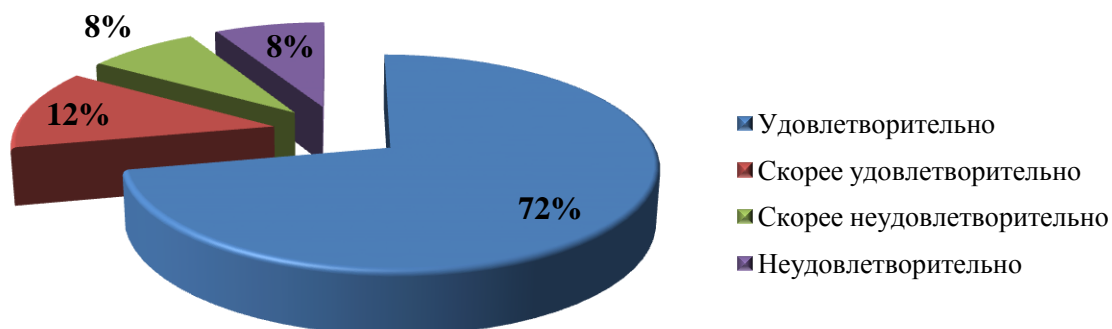
Меньше всего потребители оценили качество услуг водоочистки, водоотведения и водоснабжения. Так качеством услуг водоочистки удовлетворены не более **72%** (45080), скорее удовлетворены **12%** (7807). В результате чего неудовлетворенных тут больше **8%** (4961) и скорее неудовлетворенных тоже **8%** (4992).

Мнение о качестве услуг субъектов естественных монополии водоснабжения и водоотведения по оценкам опрошенного населения, распределилось следующим образом: **71%** (44768) отметили, что они удовлетворены данными услугами, **15%** (9414) скорее удовлетворены, **7%** (4197) отмечают о не удовлетворенности и еще **7%** (4461) скорее не удовлетворены.

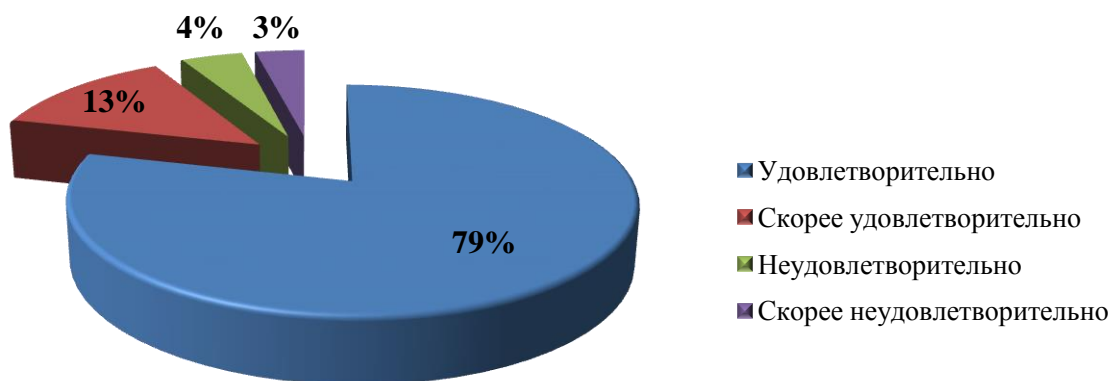
Качество услуг водоснабжения и водоотведения



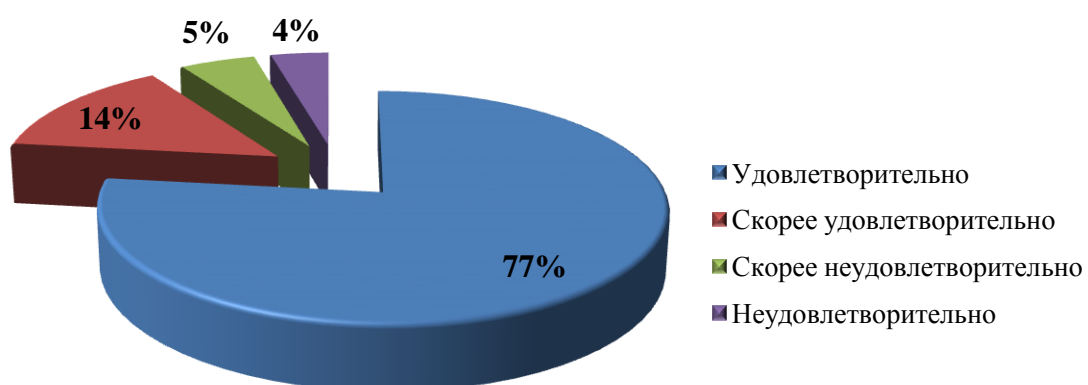
Качество услуг водоочистки



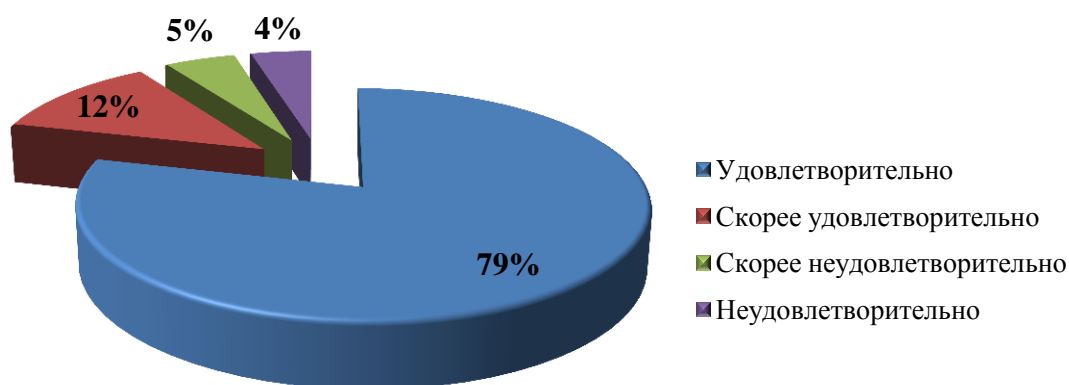
Качество услуг газоснабжения



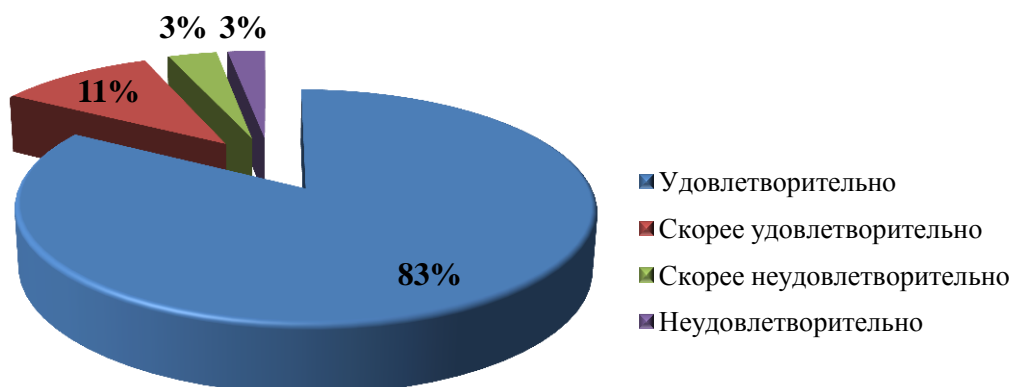
Качество услуг электроснабжения



Качество услуг теплоснабжения



Качество услуг телефонной связи



2.6. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды

Анализ оценок официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края среди предпринимателей позволяет увидеть положительный отзыв о качестве информации размещаемой в открытом доступе (количество участников, данные о перспективах развития конкретных рынков, барьеры входа на рынок и т.д.) и деятельности по содействию развитию конкуренции.

Оценки предприниматели выставляли по 5-балльной шкале, где оценивали качество информации по трем критериям:

- уровень доступности;
- уровень понятности;
- удобство получения.

При опросе доступность информации представители бизнеса оценили таким образом, что при подсчете ответов более **81%** (15507) высказалось об удовлетворительности размещаемой информации на официальных сайтах министерства экономики Краснодарского края и муниципальных образований Краснодарского края поставив оценки 5 и 4 балла. Оставшиеся отметки разделились среди менее удовлетворенных указавших по 3 балла **15,5%** (4513) и не удовлетворенных **3,5%** (2365) доступом к информации оценив уровень на 1 и 2 балла.

В итоге при подсчете средней оценки по шкале уровень доступности информации составил **3,89** балла. Выше данной отметки доступность информации оценили в **28** муниципальных образованиях Краснодарского края.

Здесь хочется отдельно отметить, что в прошлом году эта оценка составляла всего лишь **3,57**.

Практически схожие ситуации с уровнем понятности и удобством получения официальной информации. Так уровень понятности оценили положительно **81,1%** (15472) предпринимателей указав отметки 5 и 4 балла. Менее удовлетворенным оказались **15,2%** (4392) с мнением об уровне понятности в 3 балла. Совсем не удовлетворенными остались 3,7% из них **1,6%** (688) поставили оценку в 2 балла, а **2,1%** (1833) были крайне недовольны, оценив на 1 балл.

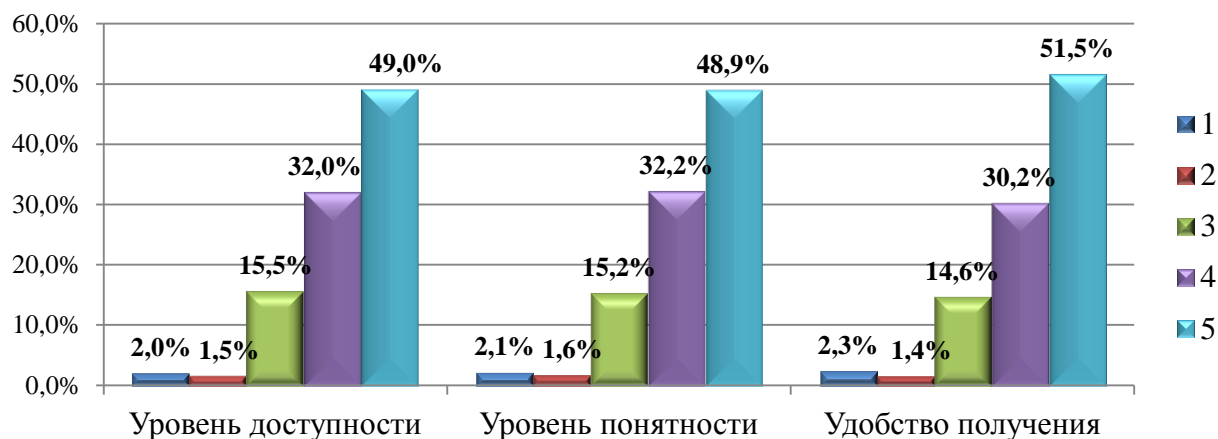
Подводя итог уровня понятности информации и подсчитав средний бал, который составил **3,88** можно утверждать, что данный показатель показывает, что органам власти удалось повысить понятность информации и сделать все что бы предпринимательское сообщество и потребители лучше владели информацией, ведь по сравнению с прошлым годом эта оценка повысилась на 0,34 балла. Дополнительно стоит отметить, что выше средне краевого показателя респонденты оценили уровень в **26** муниципальных образованиях.

Удобство получения информации отмечают **81,7%** (15561) представителей хозяйствующих субъектов Краснодарского края поставив оценки 5 и 4 балла. Не удовлетворенным оказались **14,6%** (4256) с мнением об уровне понятности в 3 балла. Совсем не удовлетворенными остались 3,7% из них **1,4%** (605) поставили оценку в 2 балла, а **2,3%** (1963) были крайне недовольны, оценив на 1 балл.

В результате средний балл составляет **3,89** и в связи с этим можно утверждать, что информация удобна для получения и визуально легко воспринимается. Однако среди всех респондентов есть и те, кто не может ознакомиться с материалами о состоянии конкурентной среды в Краснодарском крае, как и в прошлом году чаще всего такими респондентами оказываются предприниматели, осуществляющие свою деятельность в отдаленных от центра муниципальных образованиях. Проанализировав шкалу можно отметить, что выше среднего балла в крае респонденты оценивали уровень удобства получения в **27** муниципальных

образованиях. Оценка доступности информации в 2016 года была ниже 0,33 балла.

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды



По оценке потребителями качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края, размещаемой в открытом доступе мнения потребителей и предпринимателей разошлись.

В первую очередь в оценке уровня получения информации. Так **82%** (51323) опрошенных респондентов удовлетворены качеством получаемой официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края, и **12%** (7280) респондентов дали оценку как «скорее удовлетворены, что указывает на важность этой информации. Оценка «не удовлетворен» поставили **2%** (1502) респондентов и «скорее не удовлетворен» - **4%** (2735).

В итоге, если учитывать оценку качества информации по 4-балльной шкале, где:

- «4 балла» - удовлетворительно;
- «3 балла» - скорее удовлетворительно;
- «2 балла» - скорее не удовлетворительно;
- «1 балл» - не удовлетворительно.

Проанализировав уровень получения информации средне краевая, отметка составила **3,73** балла, это больше чем при проведении мониторинга в 2016 году на 0,19. Вся информация о развитии конкуренции в Краснодарском крае для населения является доступной, выше средне краевой отметки население оценило в 25 муниципальном образовании.

Оценивая сегодняшние возможности доступности информации о развитии рыночной конкуренции, **2%** (1286) население отмечает, что не удовлетворены доступностью, т.е. ее получить очень трудно, **4%** (2760) жителей дали оценку «скорее не удовлетворен», **13%** (8072) - «скорее удовлетворен», **81%** (50722) - «удовлетворен».

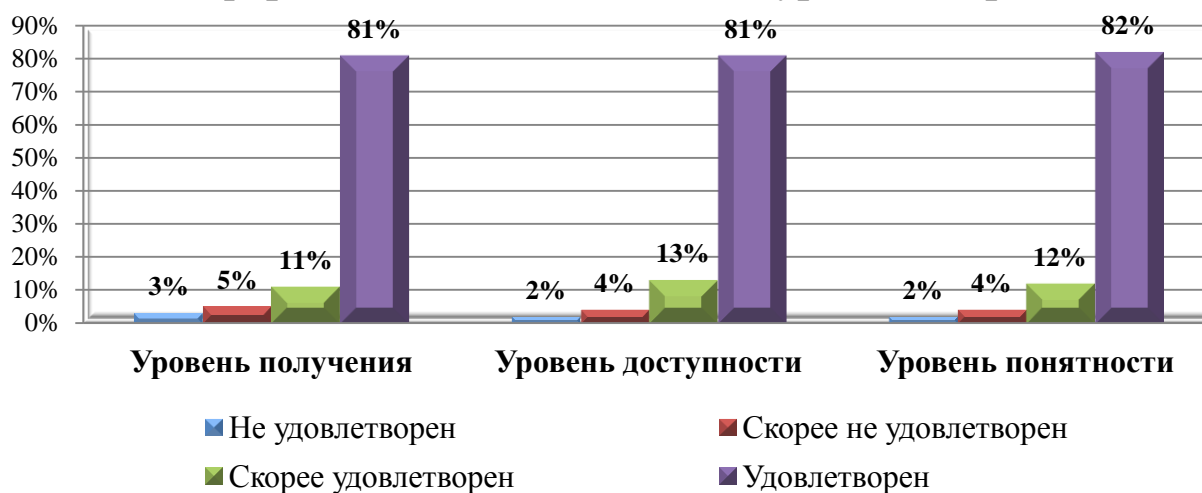
Здесь средняя оценка составляет **3,72** балла, выше этой оценки потребители отмечали в 26 муниципальных образованиях.

При оценке понятности информации потребители выдают следующие результаты:

- «не удовлетворен» - **3%** (1664),
- «скорее не удовлетворен» - **5%** (3017),
- «скорее удовлетворен» - **11%** (7226),
- «удовлетворен» - **81%** (50933).

В результате средний балл выходит 3,71 и только в 28 муниципальных образованиях он выше.

Оценка удовлетворенности потребителей информацией о состоянии конкурентной среды



3. Социально значимые рынки

3.1. Рынок услуг дошкольного образования

Система дошкольного образования Кубани – гибкая, многофункциональная сеть дошкольных образовательных учреждений, которые предоставляют широкий спектр образовательных услуг с учетом возрастных и индивидуальных особенностей ребенка и потребностей семьи.

По данным за 2016 год в Краснодарском крае функционирует **1 470** самостоятельных дошкольных образовательных организаций (ДОО), в том числе:

в городских поселениях – **638** самостоятельных дошкольных образовательных организаций ДОО;

в сельской местности – **832** самостоятельные дошкольные образовательные организации ДОО.

Численность детей, воспитываемых в самостоятельных дошкольных образовательных организациях, составляет **272 382** чел., в том числе:

в городских поселениях – **164 903** чел.;

в сельской местности – **107 479** чел.

В дошкольных образовательных организациях всех типов Краснодарского края трудится педагогических работников **24 768** чел.[1]

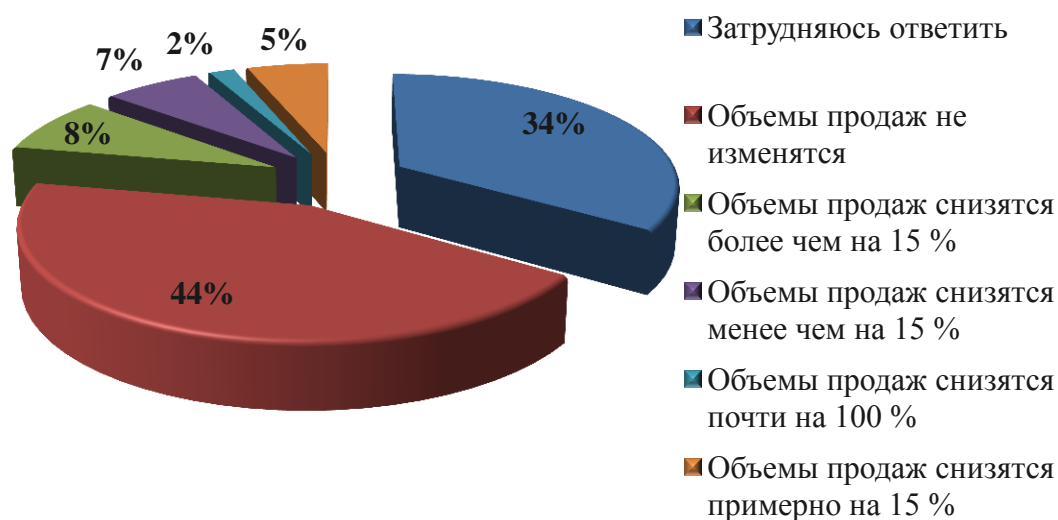
Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **293** имеют отношение к рынку дошкольного образования.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **212**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынок Краснодарского края – **75**, на рынке Российской Федерации – **2**, на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **2**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке дошкольного образования при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **293** опрошенных предпринимателей **44%** (128) ответили, что не изменятся, **34%** (101) – затруднились с ответом, **8%** (24) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **7%** (19) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **5%** (16) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **2%** (5 из 293) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции

(количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке дошкольного образования, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **43%**(127)

опрошенных. На втором месте – доверительные отношения с клиентами, это отмечают **16%** (48) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, низкая цена – **15%** (45). Уникальность продукции отметили – **9%** (27).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке дошкольного образования являются обучение персонала (проводили в **152** организациях из **293** опрошенных) и мероприятия по сокращению затрат (в **40** организациях из **293** респондентов). В **52** организациях не предпринималось никаких действий.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **31%** (91) представителей бизнеса. В то же время **24%** (71) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности, а **19%** (55) считают, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

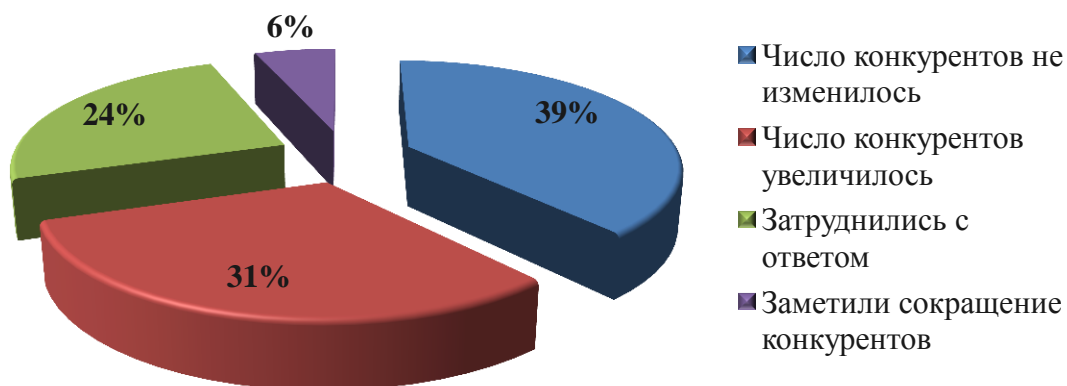
Количество конкурентов представители рынка дошкольного образования оценили следующим образом:

- **25%** (73) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **23%** (68) отметили большое число конкурентов;
- **16%** (48) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **16%** (47) высказали позицию, что конкурентов нет;
- **20%** (57) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года на рынке услуг дошкольного образования число конкурентов не изменилось – так считает **39%** (101) опрошенных, **31%** (82)

отметили, что число конкурентов увеличилось, **6%** (15)- заметили сокращение конкурентов на рынке, а **24%** (64) затруднились ответить на вопрос.

Количество конкурентов



По мнению опрошенных представителей рынка услуг дошкольного образования наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке оказывает появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так ответил **31%** (53) опрошенных, об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей отметили **26%** (45), **6%** (10) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». Но самое большое количество респондентов, а именно **37%** (63) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

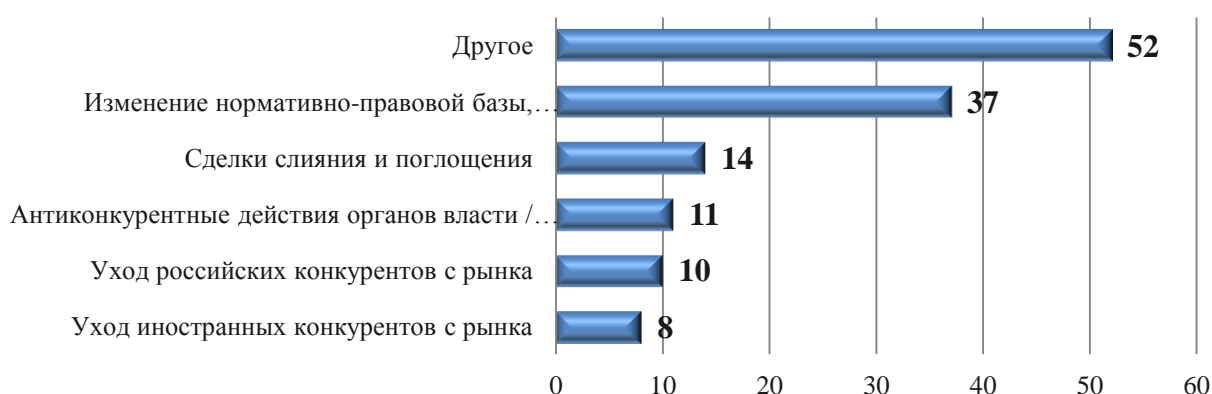
Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **28%** (37) указало на

изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **11%** (14) отметили сильное влияние на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **8%** (10) респондентов, **8%** (11) утверждают о «антиконкурентных действиях органов власти / давлении со стороны органов власти», а **6%** (8) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению **39%** (52) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели по-прежнему, как и в 2016 году назвали:

- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **18%** (95);
- высокий уровень налогов - **16%** (85) предпринимателей;
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **10%** (54);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **8%** (44)
- частые изменения российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – **5%** (27);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **5%** (27).

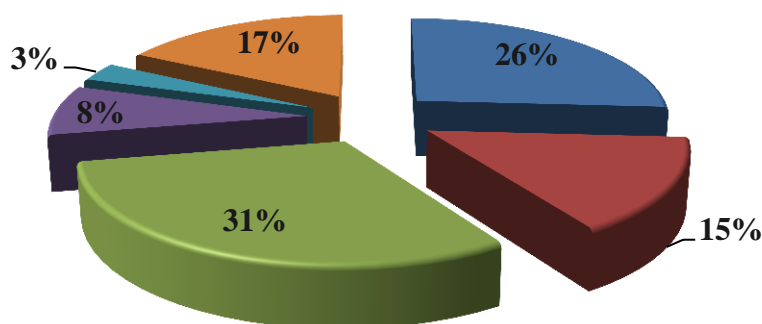
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **31%** (75);
- административные барьеры были полностью устранены – **26%** (63);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **17%** (41).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **21%** (59) опрошенных;
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **16 %** (46);
- ✓ получение государственной поддержки – **13%** (38);
- ✓ сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **9 %** (26);
- ✓ размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **8 %** (23).

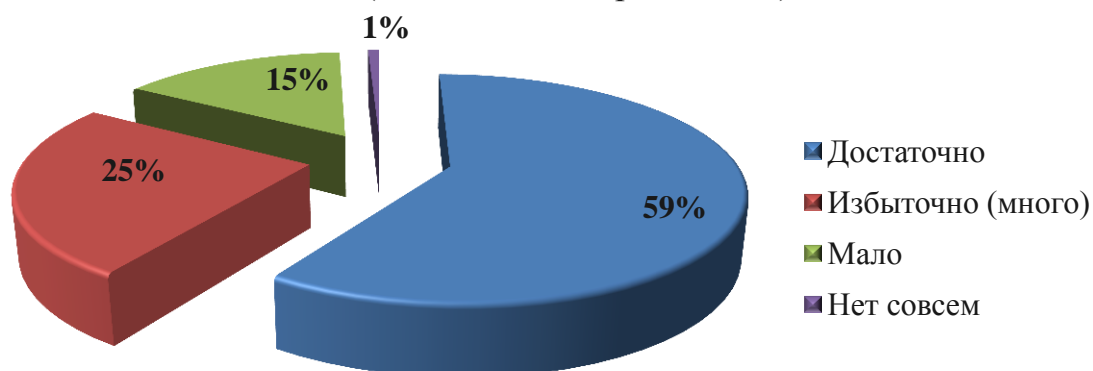
Большинство опрошенных представителей рынка дошкольного образования не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **40%** (93), а **19 %** (45) респондентов планирует выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **78** респондентов из **293**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**62** опрошенных из **293**), а **31** респондент поставил отметку в графе «другое».

В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг дошкольного образования следующим образом: **59%** (37 230) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **25%** (15 466) отметили избыточность, а еще **15%** (9 695) опрошенных считают, что услуг дошкольного образования мало.

Количество организаций

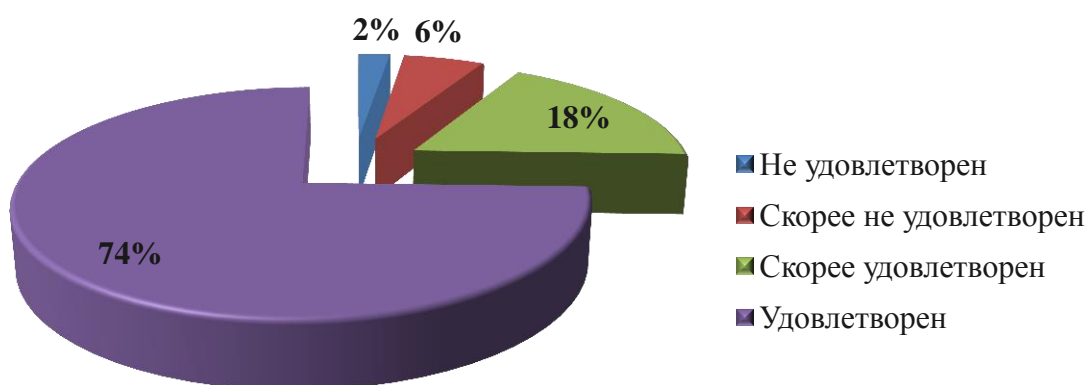
(по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг рынка дошкольного образования относительно высокая и высокая **18%**(11119) и **74%** (46806) респондентов ответили соответственно. Однако, **6%**(3530) опрошенных граждан отметили, что они скорее не удовлетворены услугами, а **2%** (1385) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг

(по мнению потребителей)



В целом, на рынке дошкольного образования в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.2. Рынок детского отдыха и оздоровления

Число детей школьного возраста в Краснодарском крае составляет **586,6** тысячи человек, что на **3,5%** больше, чем в аналогичном периоде 2016 года

За 2017 год организованными формами отдыха, оздоровления и занятости охвачено **555,3** тысячи детей, что составляет **94,4%** от числа детей школьного возраста, в том числе:

101 505 детей – в загородных лагерях отдыха и оздоровления, в том числе 165 детей направлены во Всероссийский детский центр «Орленок»;

78 329 – в санаторно-оздоровительных детских лагерях;

94 957 детей – в лагерях, организованных образовательными организациями;

8 267 детей – в лагерях труда и отдыха;

37 092 ребенка – в детских лагерях палаточного типа;

2 197 детей – в организациях отдыха и оздоровления, расположенных в других субъектах Российской Федерации, в том числе 331 ребенок направлен в Международный детский центр «Артек»;

220 151 ребенок побывал в многодневных походах (пеших, водных, велосипедных длительностью более 3 дней), экспедициях.

Особое внимание уделено обеспечению отдыхом и оздоровлением детей социально незащищенных категорий.

В Краснодарском крае проживает около **180** тысяч детей школьного возраста, находящихся в трудной жизненной ситуации.

По итогам 2017 года отдыхом, оздоровлением и активными формами детско-юношеского туризма охвачено **177 029** детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в том числе:

11 726 детей из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;

160 014 детей из малообеспеченных семей;

5 044 ребенка-инвалида.

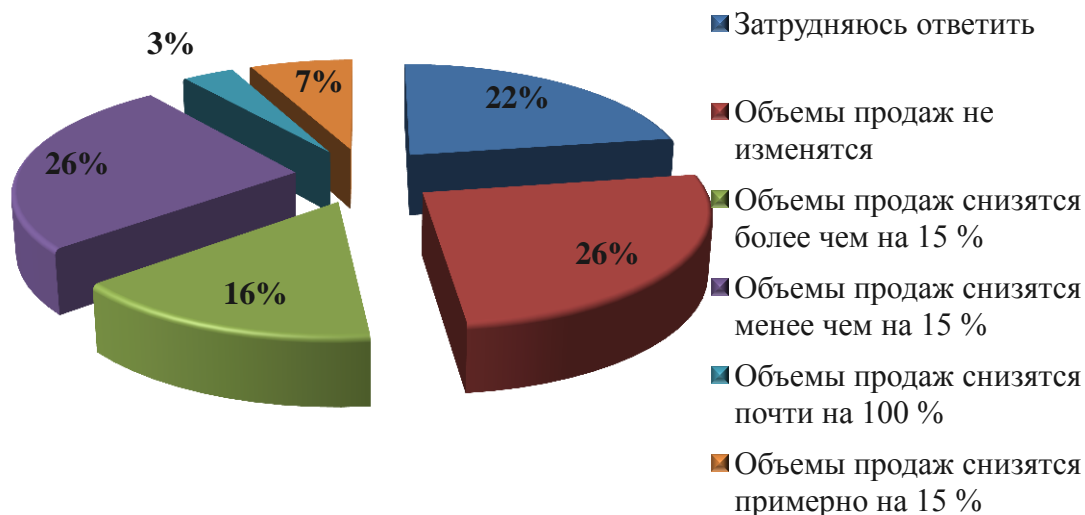
Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **58** имеют отношение к рынку детского отдыха и оздоровления.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **35**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **13**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **7**, на рынке Российской Федерации – **3**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке детского оздоровления отдыха при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **58** опрошенных предпринимателей **26%** (15) ответили, что не изменятся, **26%** (15) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **22%** (13) – затруднились с ответом, **16%** (9) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **7%** (4) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **3%** (2 из **58**) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции

(количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке детского отдыха и оздоровления, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **48%** опрошенных (28). На втором месте – уникальность продукции, это отмечают **22%** (13) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, низкая цена – **14%** (8). **7%**(4) респондентов поставили галочку в графе «Другое».

Факторы конкурентоспособности

(количество организаций)



Среди всех перечисленных мер повышения конкурентоспособности услуг, которые предпринимались опрошенными предпринимателями, дают наибольший эффект:

- проведение обучения персонала - **41%** (24);
- мероприятия по сокращению затрат - **17%** (10);
- выход на новые географические рынки - **9%** (5).

Не предпринимали никаких действий в **24 %** (14) организаций из 58.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **38%** (22) представителей бизнеса. В то же время **22%** (13) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности, а **19%** (11) считают, что для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее и **19%** (11) считают, что для сохранения рыночной позиции нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.

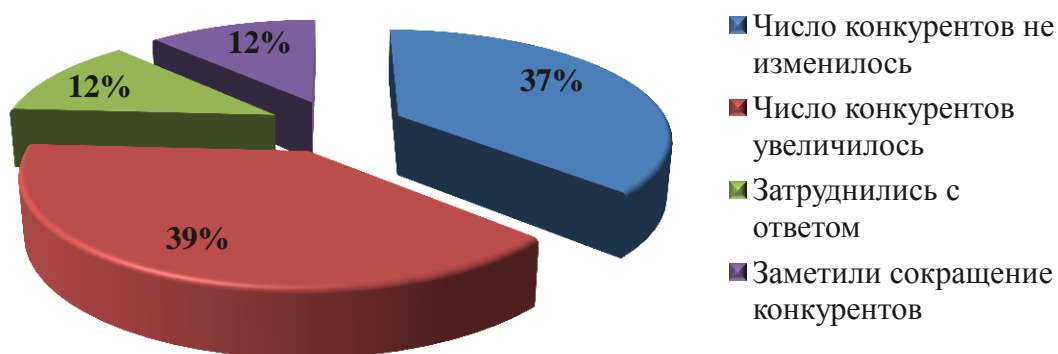
Количество конкурентов представители рынка детского отдыха и оздоровления оценили следующим образом:

- **24%** (14) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов;

- **24%** (14) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **22%** (13) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **17%** (10) отметили большом числе конкурентов;
- **12%** (7) высказали позицию, что конкурентов нет.

За последние 3 года число конкурентов как сообщают представители организаций, принявших участие в опросе, увеличилось – в **39%** (16) организаций, число конкурентов не изменилось – так считает **37%** (15) опрошенных, **12%** (5)- заметили сокращение конкурентов на рынке, а **12%** (5) затруднились ответить на вопрос.

Количество конкурентов



По мнению опрошенных представителей рынка детского отдыха и оздоровления наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке оказывает появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так ответил **64%** (16) опрошенных, **12%** (3) отметили изменение нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей. **24%** (6) респондентов отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **41%** (7) указал на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **12%** (2) отметили сильное влияние на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. **12%** (2) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход

иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению **35%** (6) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокий уровень налогов - **23%** (17) предпринимателей;
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **11%** (8);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **9%** (7);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **7%** (5);
- частые изменения российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – **7%** (5);
- получение разрешения на строительство – **7%** (5);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **7%** (5).

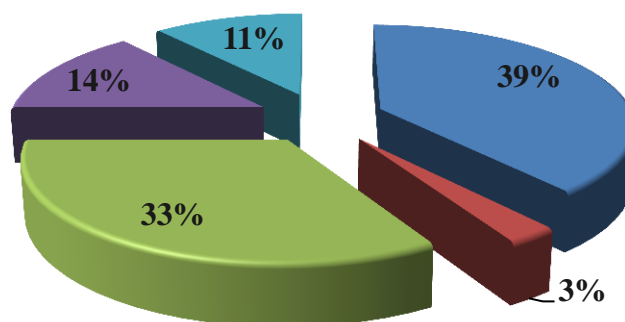
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- административные барьеры были полностью устранены — **39%** (14);
- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше — **33%** (12);
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше — **14%** (5).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

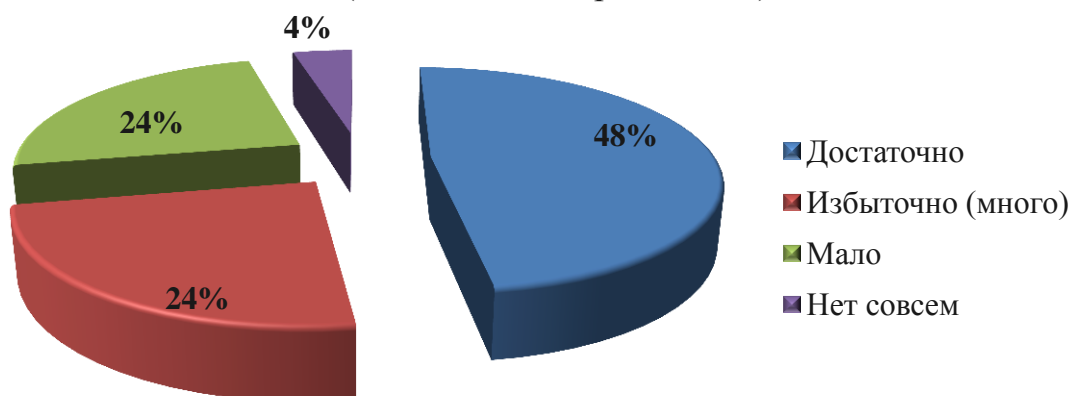
- ✓ размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **14 %** (6);
- ✓ получение разрешения на строительство – **14%** (6);
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **12%** (5) опрошенных;
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **9 %** (4);
- ✓ регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **9 %** (4);
- ✓ аренда зданий, помещений – **9 %** (4);
- ✓ получение государственной поддержки – **9 %** (4).

Большинство опрошенных представителей рынка детского оздоровления и отдыха не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **37%** (13), а **46 %** (16) респондентов планирует выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **12** респондентов из **58**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**12** опрошенных из **58**), а **8** респондентов поставил отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

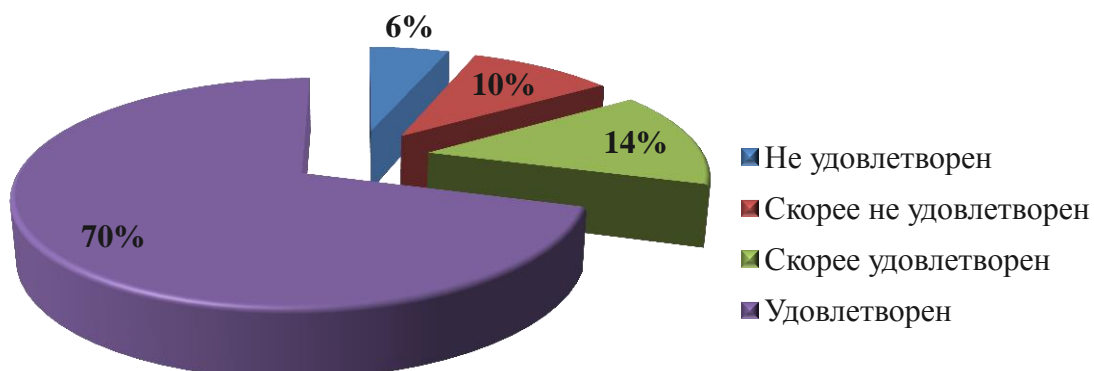
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг детского отдыха и оздоровления следующим образом: **48%** (30 045) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **24%** (15 156) отметили избыточность, а еще **24%** (15 075) опрошенных считают, что услуг на рынке детского отдыха и оздоровления мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг рынка детского отдыха и оздоровления относительно высокая и высокая **14%**(8845) и **70%** (44201) респондентов ответили соответственно. Однако, **10%**(6305) опрошенных граждан отметили, что они скорее не удовлетворены услугами, а **6%** (3489) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке детского оздоровления и отдыха в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.3. Рынок услуг дополнительного образования

Дополнительное образование детей в Краснодарском крае направлено на формирование и развитие творческих способностей, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном, физическом совершенствовании, а также организацию их свободного времени.

Количество организаций, осуществляющих образовательную деятельность по дополнительным общеобразовательным программам для детей – 754, из них:

в городах и поселках городского типа – 469;

в сельской местности – 285.

Количество физкультурно-спортивных организаций, реализующих только программы спортивной подготовки – 66 из них:

в городах и поселках городского типа – 56;

в сельской местности – 10.

Численность учащихся по направления дополнительного общеобразовательных программ, человек:

техническое – 20743;

естественнонаучное – 19496;

туристско-краеведческое – 21697;

социально-педагогическое 67338;

в области искусств:

по общеразвивающим программам – 161268;

по педпрофессиональным программам – 16016

в области физической культуры и спорта;

по общеразвивающим программам – 92228;

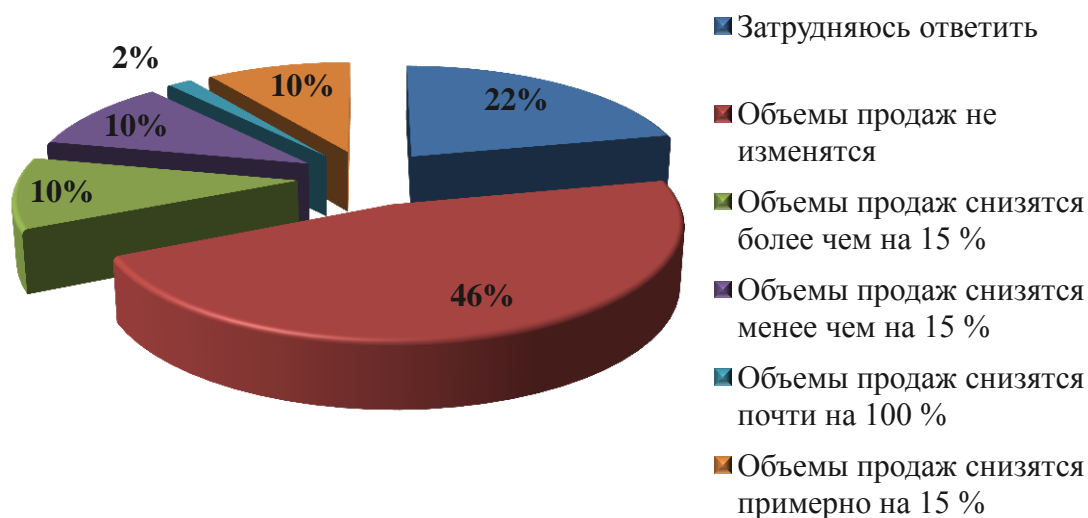
по педпрофессиональным программам – 88203.

В рамках мониторинга было опрошено **310** организации.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **248**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **59**, на рынке Российской Федерации – **3**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке услуг дополнительного образования при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **310** опрошенных предпринимателей **46%** (144) ответили, что не изменятся, **22%** (67) – затруднились с ответом, **10%** (32) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **10%** (32) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **10%** (30) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на **15%**, и лишь **2%** (**5** из **310**) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке услуг дополнительного образования, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **48%** опрошенных (150). На втором месте – низкая цена, это отмечают **15%** (47) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, доверительные отношения с клиентами – **14%** (42) и уникальность продукции отметили – **14%**(42).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг дополнительного образования являются обучение персонала (проводили в **143** организациях из

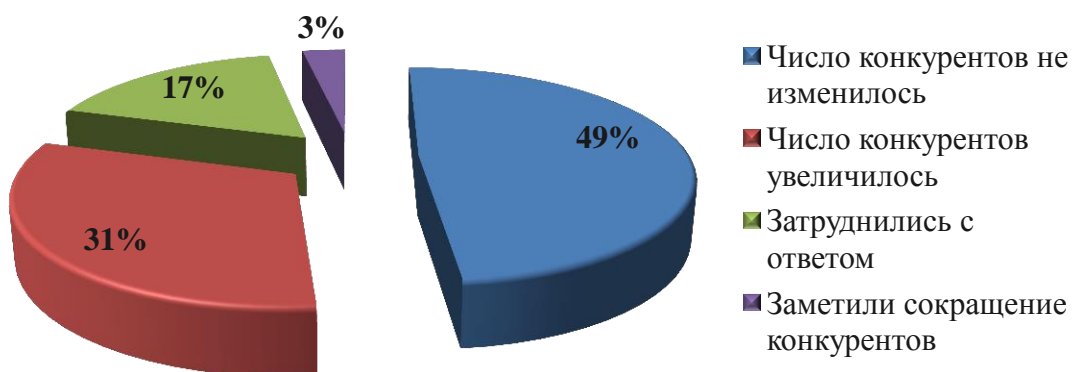
310 опрошенных), сокращение затрат – отметили **7 %** (27) опрошенных. Другие меры предпринимали в **10 %** (в 37 организациях из 310).

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **41%** (126) представителей бизнеса. В то же время **27%** (85) считают, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее, а **13%** (41) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг.

В оценке количества конкурентов, по мнению респондентов, у **35%** есть 4 и более конкурентов, у **28%** имеется незначительное число конкурентов, а именно от 1 до 3. **16%** отметили большое число конкурентов, **14%** высказали позицию, что конкурентов нет, а **7%** и вовсе затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года представители рынка услуг дополнительного образования отметили, что число конкурентов не изменилось – так считает **49%** (141) опрошенных, **31%** (91) говорит, что число конкурентов увеличилось, **17%** (50) затруднились ответить на вопрос, а **3%** (10)- заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



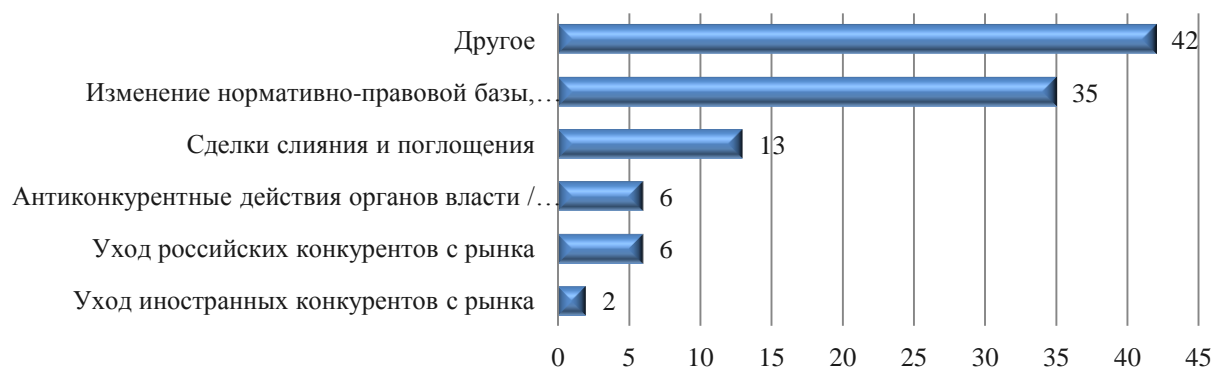
Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов оказало появление новых российских конкурентов, так высказались **37%** (58 организаций), **20%** (32 организации) утверждают об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **3%** (4 организации) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». **40%** (62 организации) связывают увеличение числа конкурентов с другим влиянием.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



В свою очередь наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей (так высказалось 34% (35) опрошенных), 12% (13) опрошенных отметили сильное влияние на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили 6% (6) респондентов, 6% (6) утверждают о «антиконкурентных действия органов власти / давление со стороны органов власти», а 2% (2) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению 40% (42) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали другие факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокий уровень налогов - **20%** (82) предпринимателей;
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **19%** (80);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **10%** (43);
- конкуренция со стороны теневого сектора – **8%** (35);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **7%** (31);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **7%** (30);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей отметило давление со стороны конкурентов – **5%** (20).

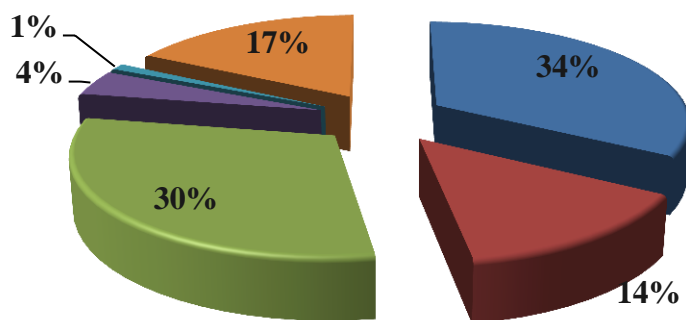
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- административные барьеры были полностью устранены – **34%** (88);
- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **30%** (79);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **17%** (48).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

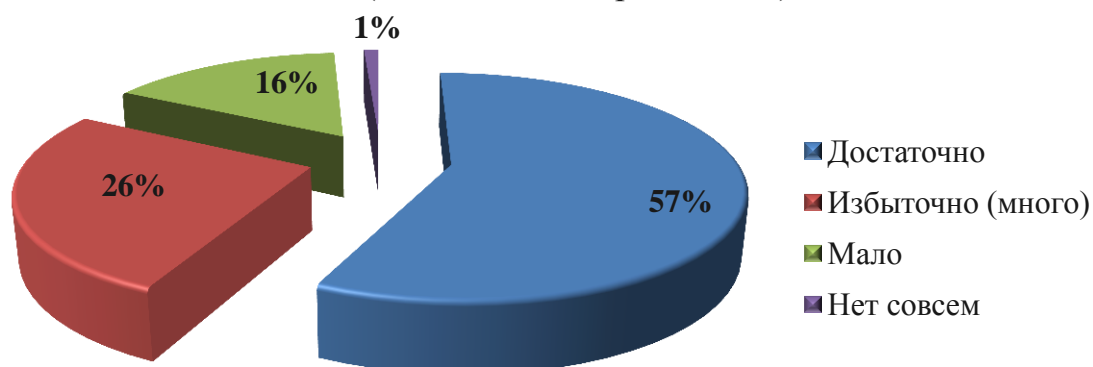
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **19 %** (50);
- ✓ аренда зданий, помещений – **17%** (44);
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **14%** (36) опрошенных;
- ✓ получение государственной поддержки – **9%** (24)

Большинство опрошенных представителей рынка услуг дополнительного образования не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **51%** (121), а **14 %** (33) респондентов планируют выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **94** респондента из **310**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**59** опрошенных из **310**), а **53** респондента поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

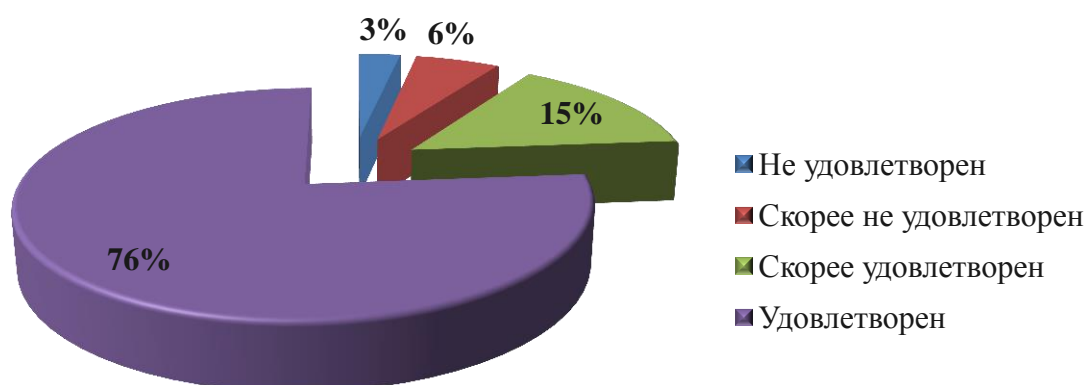
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг дополнительного образования следующим образом: **57%** (35 486) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, избыточность отметил **26%** (16 583), а еще **15%** (10 134) опрошенных считают, что услуг на рынке дополнительного образования мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



По краю удовлетворенность дополнительном образованием относительно высокая и высокая **15%**(9313) и **76%** (48015) респондентов ответили соответственно. Однако, **6%**(3676) опрошенных граждан отметили, что они скорее не удовлетворены услугами, а **3%** (1836) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке дополнительного образования в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.4. Рынок медицинских услуг

Рынок медицинских услуг на сегодняшний день активно развивается. Ежегодно платная медицина охватывает все новые сегменты рынка медицины, открываются новые специализированные и многопрофильные клиники, кабинеты. Ежегодно возрастает число жителей, обращающихся именно за платной медицинской помощью. В основе этих причин лежит

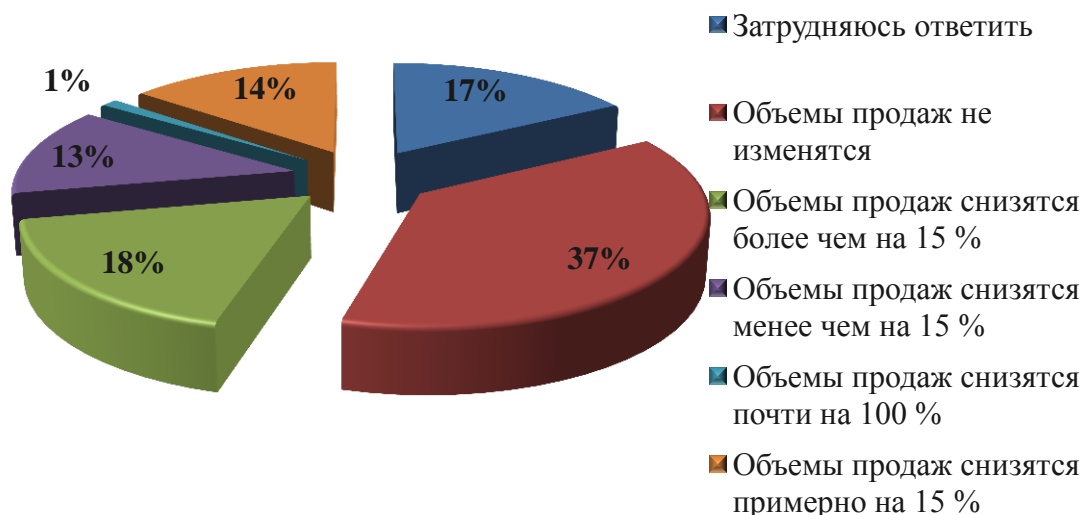
улучшение благосостояния граждан страны, а также осознание здоровья человека как приоритетной ценностью.

В рамках мониторинга было опрошено **365** организаций.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **249**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **109**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **4**; на рынке Российской Федерации – **3**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке медицинских услуг при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **365** опрошенных предпринимателей **37%** (137) ответили, что не изменятся, **18%** (64) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **17%** (61) – затруднились с ответом, **14%** (52) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, **13%** (47) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. и лишь **1%** (4 из **365**) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



В результате опроса можно выявить наиболее важные факторы конкурентоспособности на рынке медицинских услуг, такие как высокое качество, за это высказалось большинство **58%** (210) представителей, на втором месте по важности является низкая цена, так считает **16%** (57) опрошенных. Также **10%** (38) высказались о доверительном отношении с клиентами, а **7%** (27) респондентов отметили уникальность продукции.

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



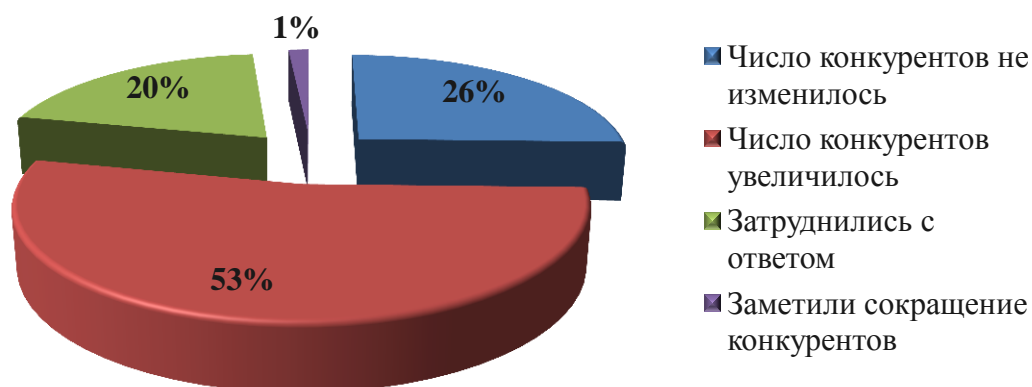
По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке медицинских услуг являются обучение персонала (проводили в **206** организациях из 365 опрошенных), на втором месте – покупка машин и технологического оборудования (**78** опрошенных из 365). 63 представителя организаций выбрали графу «приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау».

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **44%** (161) представителей бизнеса. В то же время **24%** (87) считают, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее, а **14%** (50) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности их продукции/ работ/ услуг

В оценке количества конкурентов, по мнению респондентов, у **32%** (117) есть 4 и более конкурентов, **28%** (102) отметили большое число конкурентов, у **21%** (75) имеется незначительное число конкурентов, а именно от 1 до 3. **14%** (51) высказали позицию, что конкурентов нет, а вот **5%** (20) и вовсе затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года представители рынка медицинских услуг отметили, что число конкурентов увеличилось – так считает **53%** (188) опрошенных, **26%** (90) считает, что число конкурентов не изменилось. **20%** (71) затруднились ответить на вопрос, а **1%** (5) заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов оказало появление новых российских конкурентов, так высказались **60%** (136 организаций), **20%** (46 организаций) утверждают об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **1%** (2 организации) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». **19%** (42 организации) связывают увеличение числа конкурентов с другим влиянием.

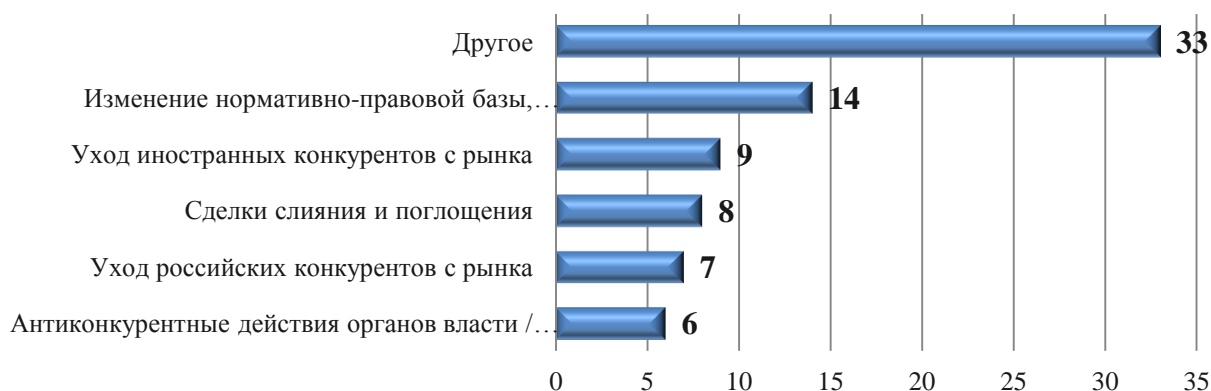
Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



В свою очередь наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей (так высказалось **18%** (14) опрошенных), **12%** (9) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», **10%** (8) опрошенных отметили сильное

влияние на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **9%** (7) респондентов, **8%** (6) утверждают о «антиконкурентных действия органов власти / давление со стороны органов власти», но, по мнению **43%** (33) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали другие факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокий уровень налогов - **24%** (142) предпринимателей;
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **21%** (124);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **12%** (71);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **7%** (44);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **7%** (41);
- получение разрешения на строительство – **5%** (29);
- сложность получения доступа к земельным участкам – **5%** (28).

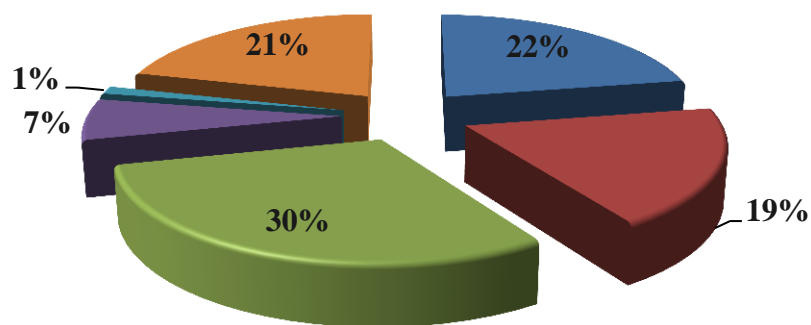
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **30%** (97);
- административные барьеры были полностью устранены – **22%** (71);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **21%** (67).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **18%** (64) опрошенных;
- ✓ получение государственной поддержки – **17%** (60);
- ✓ аренда зданий, помещений – **15%** (53);
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **12%** (45).

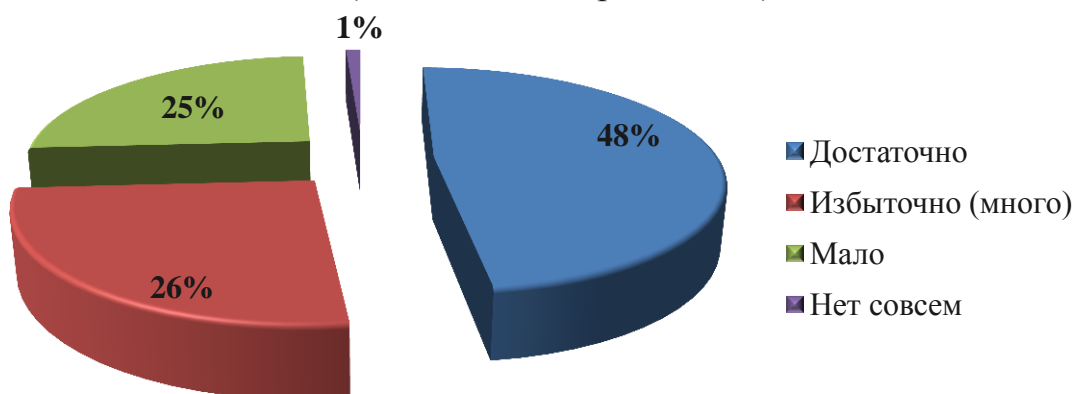
Большинство опрошенных представителей рынка медицинских услуг не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **44%** (134), а **10%** (29) респондентов планируют выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **158** респондентов из **365**), **80** респондентов поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта». А высокие начальные издержки отметили **75** опрошенных из **365**.

В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок медицинских услуг следующим образом: **48%** (30 057) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, избыточность отметили **26%** (16 041), а еще **25%** (15 611) опрошенных считают, что услуг на рынке медицинских услуг мало.

Количество организаций

(по мнению потребителей)

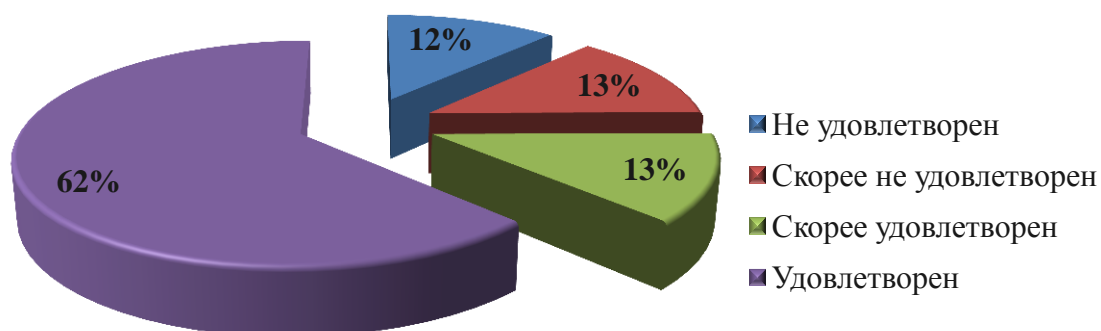


В настоящее время все большее значение для пациентов приобретают такие факторы, как сервис, профессионализм врачей и персонала, гарантии обслуживания, дополнительные услуги. На основании этих факторов потребители и оценивали удовлетворенность медицинских услуг.

По краю удовлетворенность медицинскими услугами относительно высокая и высокая **13%**(7928) и **62%** (39271) респондентов ответили соответственно. Однако, **13%**(8169) опрошенных граждан отметили, что они скорее не удовлетворены услугами, а **12%** (7472) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг

(по мнению потребителей)

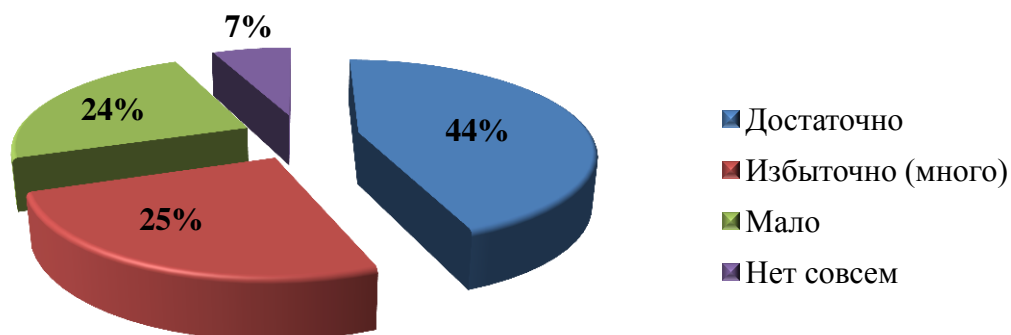


В целом, на рынке медицинских услуг в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.5 Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями

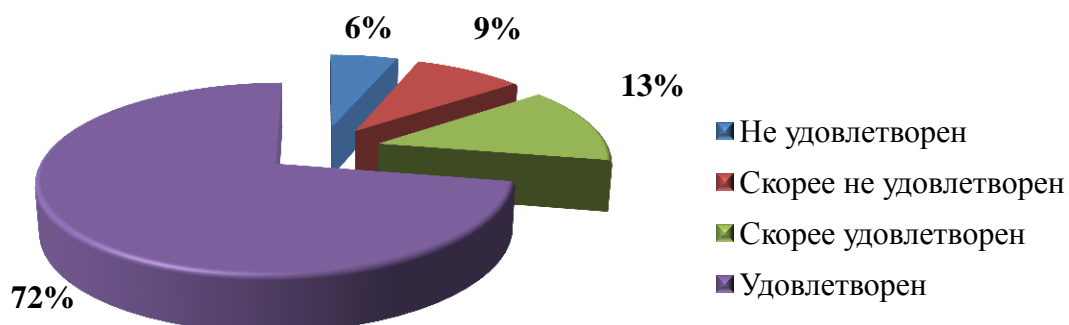
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья его можно охарактеризовать следующим образом: **44%** респондентов, а это 27716 человек считают, что данного рынка на территории края достаточно, **25%** считают избыточно (много) 16002. Следующие отвечавшие отметили, что рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей мал, такой ответ дали **24%** опрошенных 14935, а **7%** поставили отметку в графе «нет совсем» – 4186 респондентов.

Количество организаций (по мнению потребителей)



В целом по краю рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья высок, так считает **72%** (44719) население опрошенных в городах и муниципальных образованиях, **13%** (8343) отметили, что скорее удовлетворены услугами рынка, а **9%** (5566) и **6%** (4211) высказываются скорее о неудовлетворенности.

Качество услуг (по мнению потребителей)



Учитывая специфику рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, а именно тот факт, что большинство учреждений и организаций, оказывающих данные услуги, являются государственными бюджетными учреждениями, оценить мнение предпринимателей о состоянии конкуренции на данном рынке услуг

не представляется возможным. Отсутствие в Краснодарском крае негосударственных (немуниципальных) организаций, оказывающих услуги ранней диагностики, социализации и реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья говорит об отсутствии заинтересованности хозяйствующих субъектов входить на рынок, ввиду низкой доходности данного бизнеса.

3.6. Рынок услуг в сфере культуры

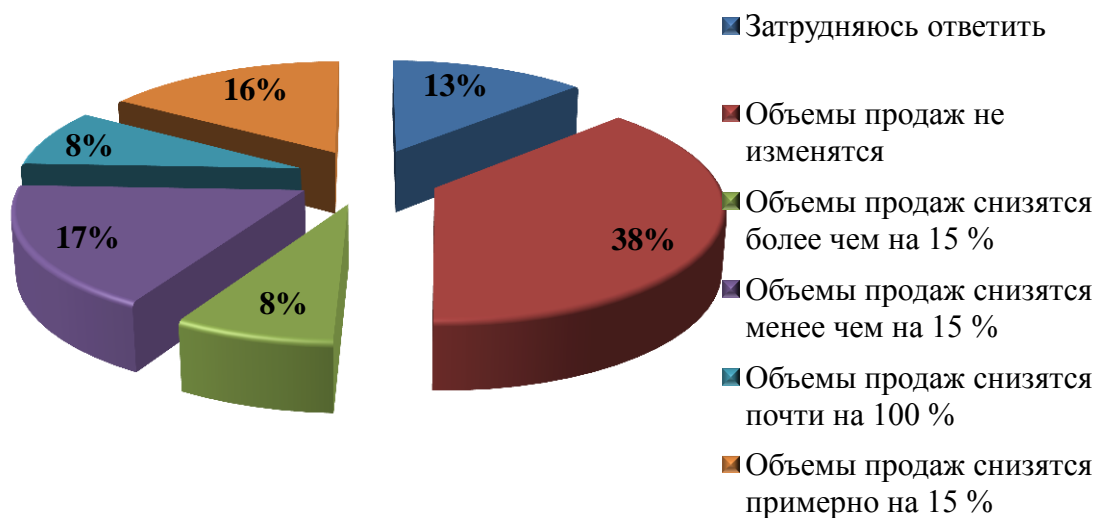
Эффективное государственно-частное сотрудничество в сфере культуры администрации Краснодарского края, министерства культуры края, бизнеса, банковских структур, коммерции, благотворительных организаций позволяют воплотить в жизнь множество проектов, которые способствуют изучению, сохранению, продвижению талантливой молодежи и развитию современного искусства.

В Краснодарском крае работает проект, направленный на развитие культурной среды, а именно предоставление субсидий местным бюджетам муниципальных образований Краснодарского края в целях финансового обеспечения расходных обязательств муниципальных образований Краснодарского края по созданию условий для организации досуга и обеспечения услугами организаций культуры и организации предоставления дополнительного образования детей в муниципальных образовательных организациях (за исключением дополнительного образования детей, финансовое обеспечение которого осуществляется органами государственной власти субъекта Российской Федерации) в части поэтапного повышения уровня средней заработной платы работников муниципальных учреждений. Число получателей средств по данной программе, на конец 2016 года составило 21 627 человек.

По результатам анализа ответов на вопросы мониторинга общее количество хозяйствующих субъектов, представляющих услуги в сфере культуры – 336.

По примерным оценкам ответивших, объемы реализации продукции при увеличении цены на продукцию на 15% объемы продаж не изменятся, так посчитали 136 опрошенных представителя, 63 респондентов, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, 58 представителя говорят о том, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%, 30 респондента высказались о снижении продаж на 15%, а 47 затруднились ответить на этот вопрос.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



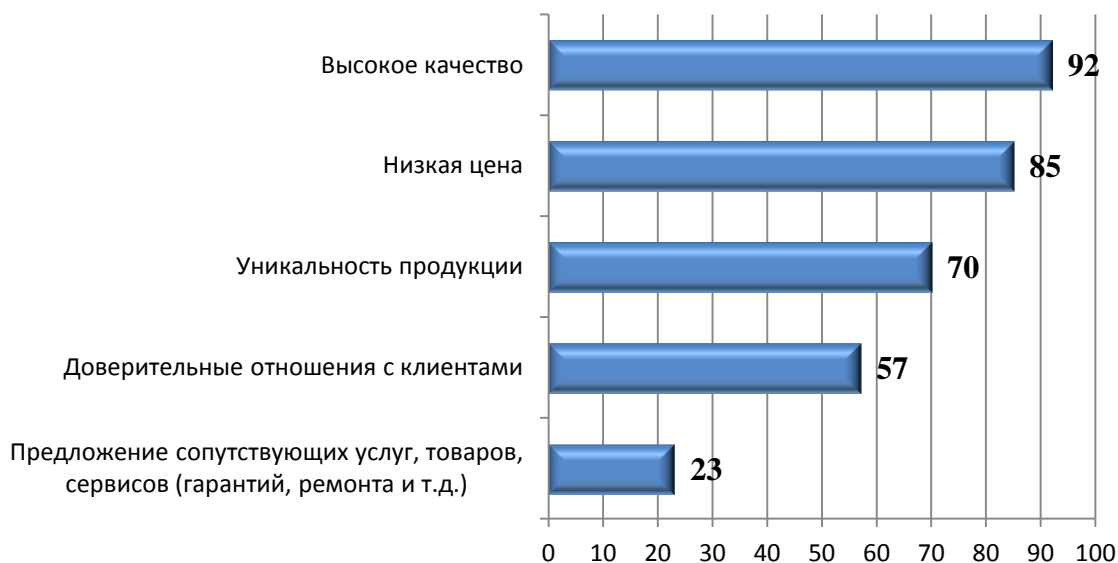
В 2016 году факторы конкурентоспособности услуг располагались на следующих позициях:

- 1 уникальность продукции;
- 2 низкая цена;
- 3 высокое качество
- 4 доверительные отношения с клиентами;
- 5 предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.).

А уже в 2017 году отмечаем, что мнение респондентов изменилось следующим образом.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности на рынке услуг в сфере культуры является уникальности продукции, так считает **21%** (70) респондентов, на втором месте по важности является низкая цена, так считает **25%** (85 человек), также важным фактором конкурентоспособности услуг играет высокое качество, это отмечает **27%** (92 человек), а **17%** (57 человек) говорят о доверительном отношении с клиентами.

Факторы конкурентоспособности услуг (количество организаций)



А самыми популярными мерами для повышения конкурентоспособности являются обучение персонала, эти меры проводили в 64 организаций из 336 опрошенных. Также для повышения конкурентоспособности стали новые способы продвижения продукции в 54 организациях, а также в 49 предприятиях были проведены мероприятия направленные на сокращение затрат не снижая при этом объема производства.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считают **35%** (119 человек) представителя бизнеса. В то же время **27%** (91 человека) считают что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

Количество конкурентов представители рынка услуг в сфере культуры оценили следующим образом:

- **30%** высказали позицию о большом числе конкурентов;
- **29%** отметили, что конкурентов от 4 и более;
- **18%** говорит о незначительном числе конкурентов от 1-го до 3-х;
- остальные затруднились с оценкой количества конкурентов.

За последние 3 года на рынке услуг в сфере культуры число конкурентов увеличилось, так считает **43%** (136), **30%** (96) представителя данной сферы говорят, что число конкурентов не изменилось, **4%** (13) поставили отметку в графе о сокращении конкурентов на рынке, а **23%** (74) респондента затруднились ответить на данный вопрос.

По мнению опрошенных представителей рынка услуг в сфере культуры наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынок

оказало появление новых российских конкурентов, а также изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей.

Самыми главными административными барьерами в крае, для ведения деятельности или открытия нового бизнеса на рынке, респонденты посчитали высокие налоги (так считают 60 человек из 265). На второй позиции административных барьеров расположилась «нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий» к такому мнению пришло 52 респондента. 43 опрошенных посчитало, что в крае высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам, а 30 человек высказалось за сложность получения доступа к земельным участкам.

Административные барьеры (количество организаций)



По оценке ответивших на вопрос об изменении уровня административных барьеров на рынке в сфере культуры в течение последних 3-х лет, видны следующие результаты. 93 респондента посчитало, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше. 72 опрошенных говорят о том, что административные барьеры были полностью устранены, 70 человек (из 303) говорят о не изменении административных барьеров на рынке в сфере культуры, а 40 респондентов высказались в сторону их отсутствия.

Наиболее распраренные административные барьеры в крае в сфере культуры являются:

- контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью (47 опрошенных из 240);
- лицензирование отдельных видов деятельности (39 человек);
- регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства (37 человек);

- аренда зданий, помещений (32 человека);
- получение разрешение на строительство (27 человек).

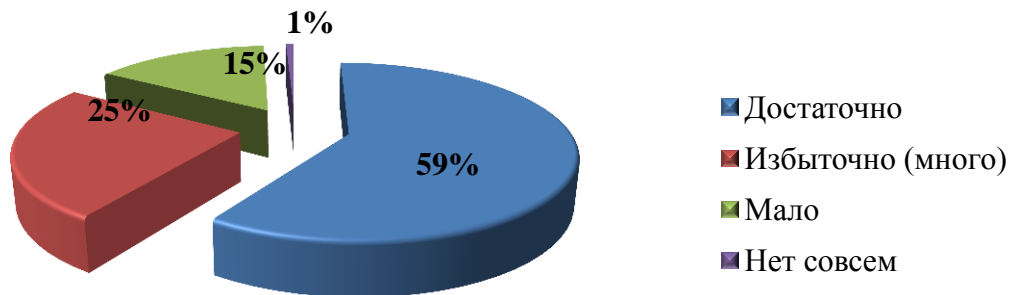
Большинство опрошенных представителей рынка услуг в сфере культуры не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **41%** (116), а **28 %** (80) респондентов планирует выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, являются высокие начальные издержки об этом говорят 74 опрошенных организаций. Следующим препятствием стало насыщение рынка сбыта, так высказалось 62 респондента, 36 человек поставили отметку в графе «нет ограничений», а 34 опрошенных представителя пожаловались на нехватку финансовых средств.

На данном рынке услуг, по мнению потребителей Краснодарского края преобладает достаточное количество услуг практически 59% поставили отметку в этой графе, а это 37 тысяч 230 человек, 25% ответили, услуг избыточно (много), а 15% и 1% отметили «мало» и «нет совсем». Последние показатели можно легко объяснить, ведь наибольшее количество услуг преобладает в крупных центрах и городах. В поселениях и селах чаще всего расположен один дом культуры или же совсем ни чего нет.

Количество организаций

(по мнению потребителей)



А если говорить об удовлетворенности качеством на рынке услуг в сфере культуры то в Краснодарском крае имеется множество организаций, которые зарекомендовали себя по всей России и за рубежом и ведут свою деятельность, на протяжении многих лет развивая культуру и наследие Кубанского творчества. И это подтверждает статистика опроса, удовлетворенных качеством жителей края составляет в общей сложности 92%.

3.7. Рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства

За деятельностью оказания услуг населению Краснодарского края в сфере жилищно-коммунального хозяйства производится региональный государственный жилищный надзор и осуществляется посредством

организации и проведения проверок соблюдения органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и гражданами обязательных требований.

Так же на основании включения рынка услуг в сфере жилищно-коммунального-хозяйства в список социально значимых проведен мониторинг.

По данным опроса предпринимателей к рынку услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства относят свою деятельность 174 представителя организаций.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – 121, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – 50.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из 174 опрошенных предпринимателей 72% (125) ответили, что не изменятся, 17% (29) – затруднились с ответом, 5% (9) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, 3% (6) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%. 3% (5) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%..

Изменения объема реализации продукции

(количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства, по мнению представителей

хозяйствующих субъектов, является уникальность продукции. Так утверждают **36%** опрошенных (63). На втором месте – высокое качество, это отмечают **28%** (49) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, низкая цена – **18%** (31).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства являются: сокращение затрат – отметили **28 %** (83) опрошенных, покупка машин и технологического оборудования – осуществлялась в **27 %** (в 80 организациях из 174), обучение персонала (проводили в **53** организациях из 174 опрошенных).

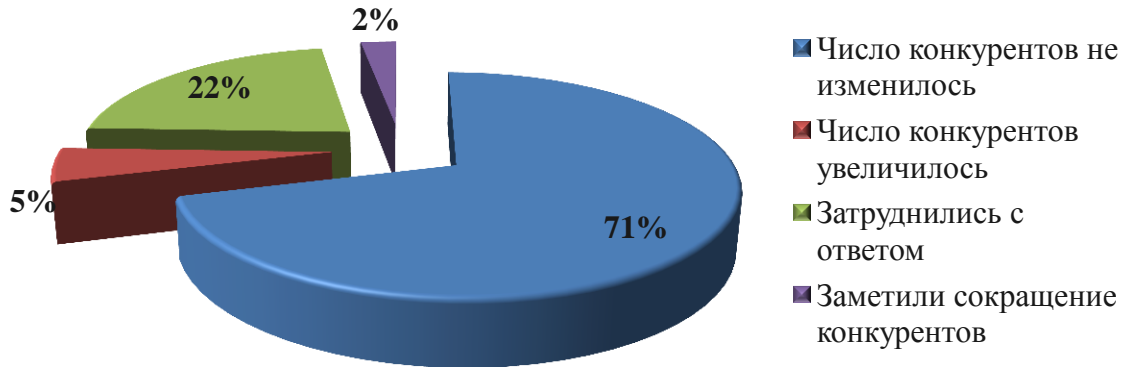
Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **16%** (28) представителей бизнеса. В то же время **28%** (48) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг. **13%** (23) считают, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее. **39 %** (68) опрошенных выразили мнение, что для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции.

В оценке количества конкурентов, по мнению респондентов, **49%** высказали позицию, что конкурентов нет, у **26%** имеется незначительное число конкурентов, а именно от 1 до 3. **15%** имеет 4 и более конкурентов, **3%** говорят о большом числе конкурентов, а **6%** и вовсе затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года представители рынка услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства отметили, что число конкурентов не изменилось –

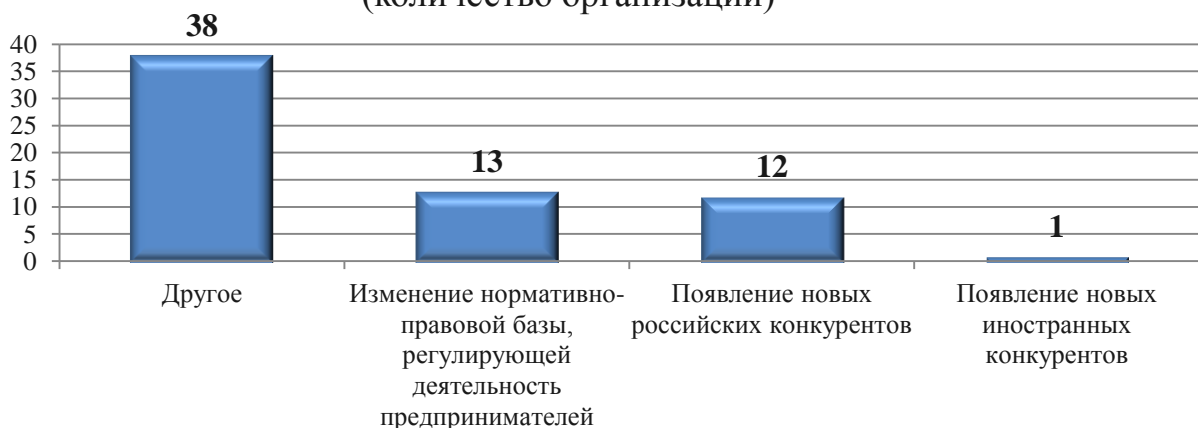
так считает **71%** (113) опрошенных, **22%** (35) затруднились ответить на вопрос, **5%** (8) говорят, что число конкурентов увеличилось, а **2%** (4) заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов оказало изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей – так высказалось **20%** (13 организаций), появление новых российских конкурентов отметили **19%** (12 организаций), **2%** (1 организация) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». **59%** (38 организаций) связывают увеличение числа конкурентов с другим влиянием.

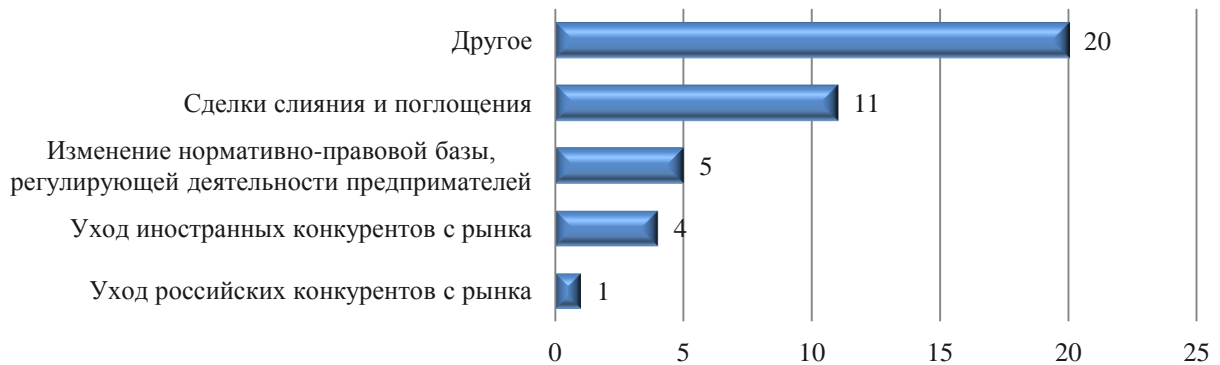
Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



В свою очередь наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является произошедшее от слияния и поглощений предприятий (так высказалось **27%** (11) опрошенных). Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей отметили **12%** (5)

опрошенных), **10%** (4) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка». Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **2%** (1) респондентов, но, по мнению **49%** (20) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали другие факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **18%** (43);
- высокий уровень налогов - **17%** (40) предпринимателей;
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **17%** (40);
- давление со стороны клиентов – **10%** (4);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **9%** (21);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **5%** (12).

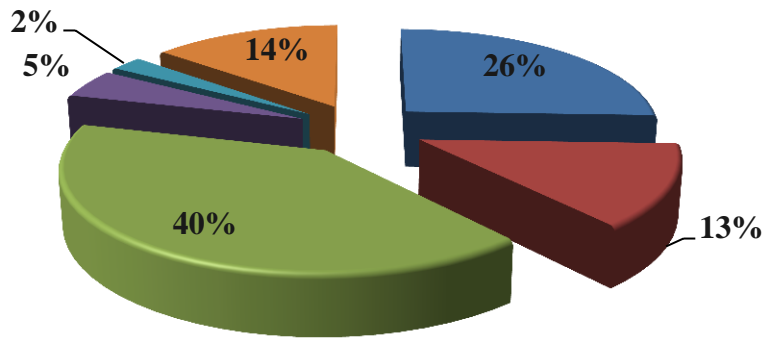
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **40%** (52);
- административные барьеры были полностью устранены – **26%** (33);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **14%** (18).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

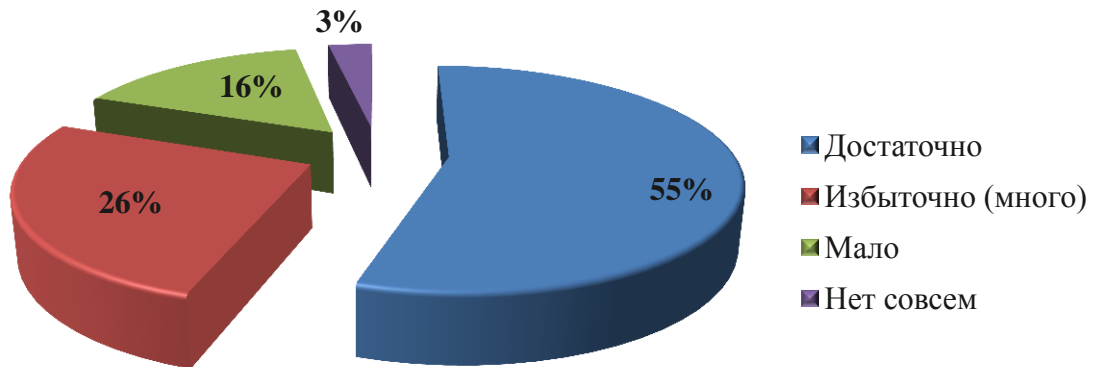
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **26%** (38) опрошенных;
- ✓ аренда зданий, помещений – **8%** (12);
- ✓ регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **8%** (12);
- ✓ сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **8%** (12);
- ✓ размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **8%** (12).

Большинство опрошенных представителей рынка услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **49%** (66), а **10%** (14) респондентов планируют выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, являются высокие начальные издержки (**52** опрошенных из **174**), следующее препятствие - нехватка финансовых средств (так высказалось **44** респондента из 174), а **22** респондента поставили отметку в графе «другое».

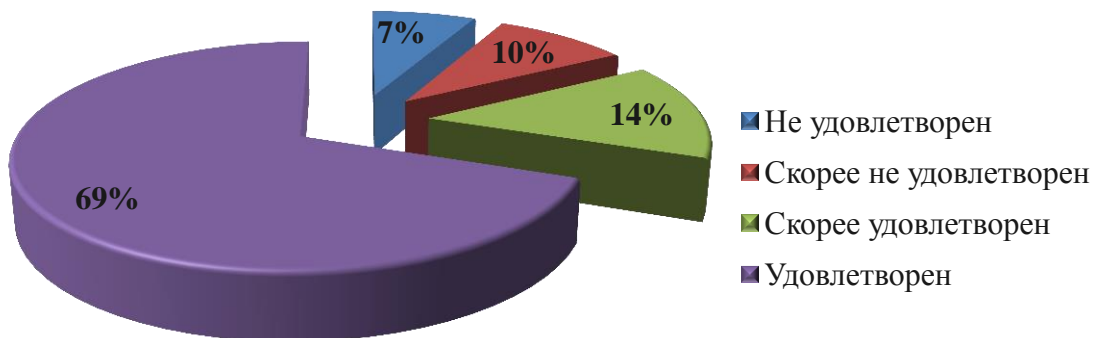
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства следующим образом: **55%** (34 845) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **26%** (16 497) говорят об избыточности, а еще **16%** (10 315) опрошенных считают, что услуг на рассматриваемом рынке мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



По краю удовлетворенность в сфере услуг жилищно-коммунального хозяйства относительно высокая и высокая **14%**(8940) и **69%** (43499) респондентов ответили соответственно. Однако, **10%**(5868) опрошенных граждан говорят, что они скорее не удовлетворены услугами, а **7%** (4533) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.8. Рынок розничной торговли

Рынок розничной торговли в Краснодарском крае занимает огромную долю деятельности всех предпринимателей. Всего в опросе по данному сектору поучаствовало 5360 предпринимателей.

Большинство из них занимаются торговлей и дистрибуцией товарами и услугами, произведенными другими компаниями. Так

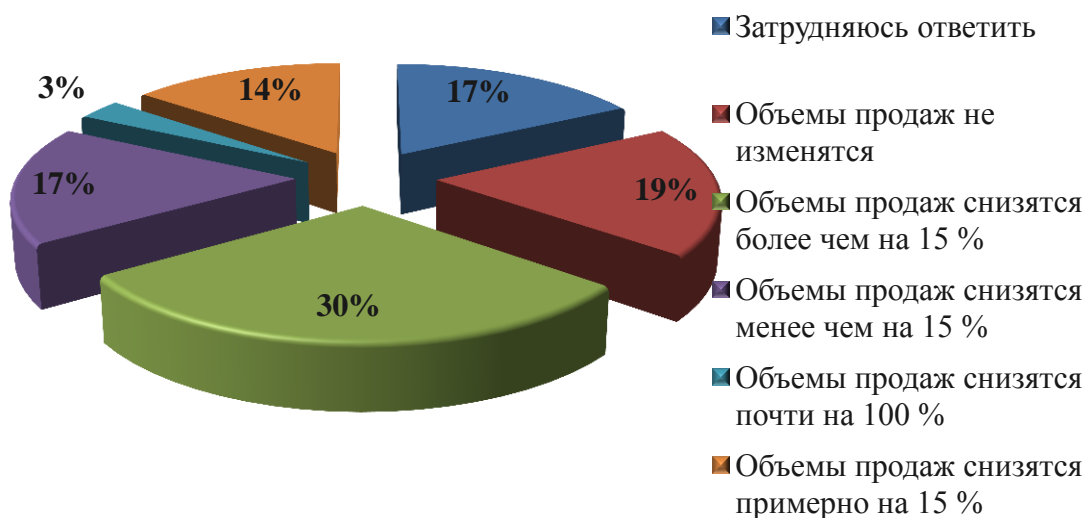
же к деятельности предпринимателей относятся торговля конечной продукцией и предоставление услуг.

Другое (пожалуйста, укажите)	32
Компоненты для производства конечной продукции	159
Конечная продукция	1102
Сырье или материалы для дальнейшей переработки	77
Торговля или дистрибуция товаров и услуг, произведенных другими компаниями	3284
Услуги	706

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **3452**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **1700**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **98**, на рынке Российской Федерации – **93**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке розничной торговли при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **5360** опрошенных предпринимателей **30%** (1595) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **19%** (1011) ответили, что не изменятся, **17%** (917) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **17%** (913) – затруднились с ответом, **14%** (766) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **3%** (**158** из **5360**) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке розничной торговли, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является низкая цена. Так утверждают **49%** опрошенных (2641). На втором месте – высокое качество, это отмечают **27%** (1436) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, уникальность продукции – **7%** (363). **6%**(342) респондентов поставили галочку в графе «Доверительные отношения с клиентами».

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



Среди всех перечисленных мер повышения конкурентоспособности услуг, которые предпринимались опрошенными предпринимателями, дают наибольший эффект:

□ новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии)- **20%** (1558);

□ сокращение затрат на производство/ реализацию продукции - **19%** (1479);

□ обучение персонала - **19%** (1491).

Не предпринимали никаких действий в **13 %** (1032) организаций из 5360.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **26%** (1419) представителей бизнеса, а **41%** (2195) считают, что для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее. В то же время **13%** (689) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции, **12%** (639) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности. **8%** (418) считают, что для сохранения рыночной позиции нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности, ,

Количество конкурентов представители рынка розничной торговли оценили следующим образом:

- **50%** (2674) говорят о большом числе конкурентов;

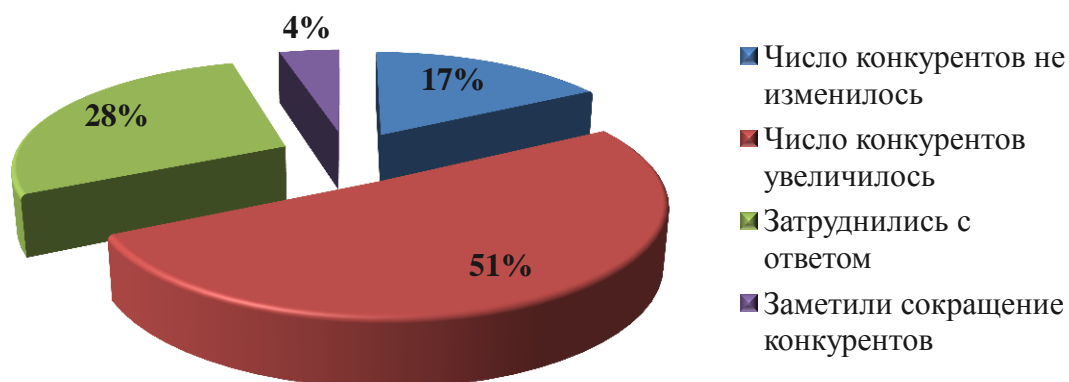
- **23%** (1240) сообщили о 4 и более конкурентах;- **15%** (806) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов;

- **11%** (570) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

- **1%** (70) высказал позицию, что конкурентов нет.

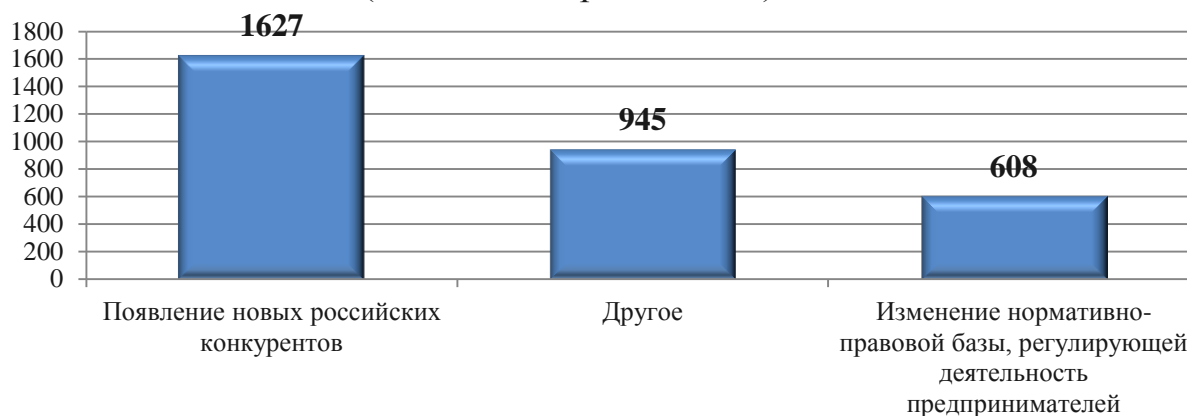
За последние 3 года число конкурентов как сообщают представители организаций, принявших участие в опросе, увеличилось – в **51%** (2583) организаций, число конкурентов не изменилось – так считает **17%** (860) опрошенных, **4%** (219)- заметили сокращение конкурентов на рынке, а **28%** (1426) затруднились ответить на вопрос.

Количество конкурентов



По мнению опрошенных представителей рынка розничной торговли наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке оказывает появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так ответил **49%** (1627) опрошенных, **18%** (608) говорят об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей. **29%** (945) респондентов отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа конкурентов** на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **18%** (346) указал на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **15%** (282) говорят о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. **6%** (112) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход российских конкурентов с рынка», но, по мнению **53%** (995)

респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокий уровень налогов - **23%** (2488) предпринимателей;
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **14%** (1505);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **8%** (923);
- конкуренция со стороны теневого сектора – **8%** (877);
- давление со стороны конкурентов – **7%** (784);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **7%** (750);
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **7%** (742).

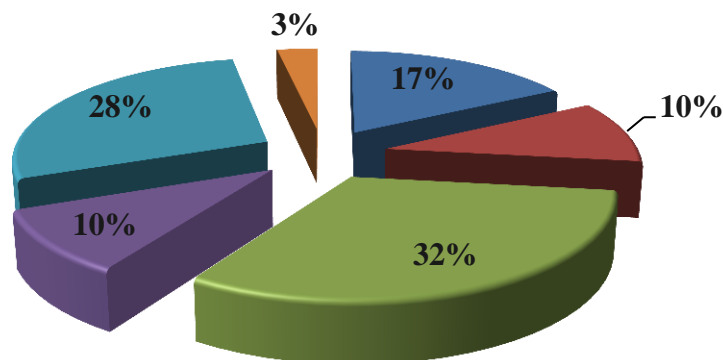
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **32%** (1443);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **28 %** (1254);
- административные барьеры были полностью устранены – **17%** (753).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Уровень и количество административных барьеров не изменились
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

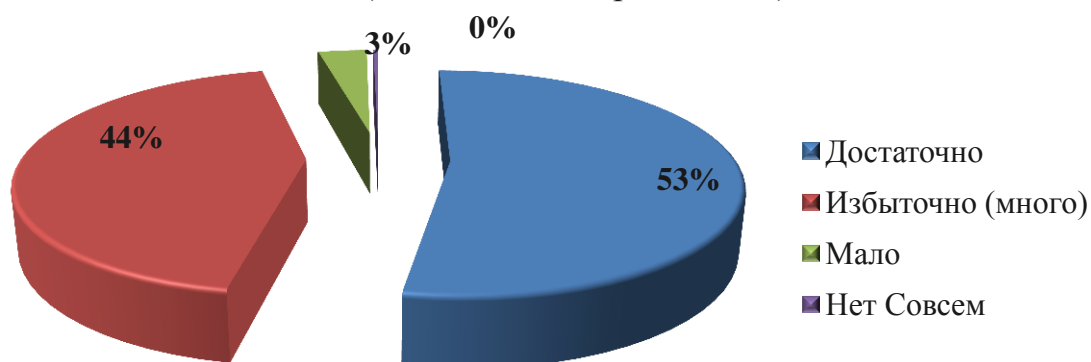
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **24 %** (1468);
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **13%** (789) опрошенных;
- ✓ аренда зданий, помещений – **9 %** (538);
- ✓ сертификация и стандартизации продукции, работ и услуг – **9%** (532);
- ✓ регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **8 %** (515).

Большинство опрошенных представителей рынка розничной торговли не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **35%** (1557), а **32 %** (1419) респондентов планирует выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **2464** респондента из **5360**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**2276** опрошенных из **5360**), а **2018** респондентов поставил отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

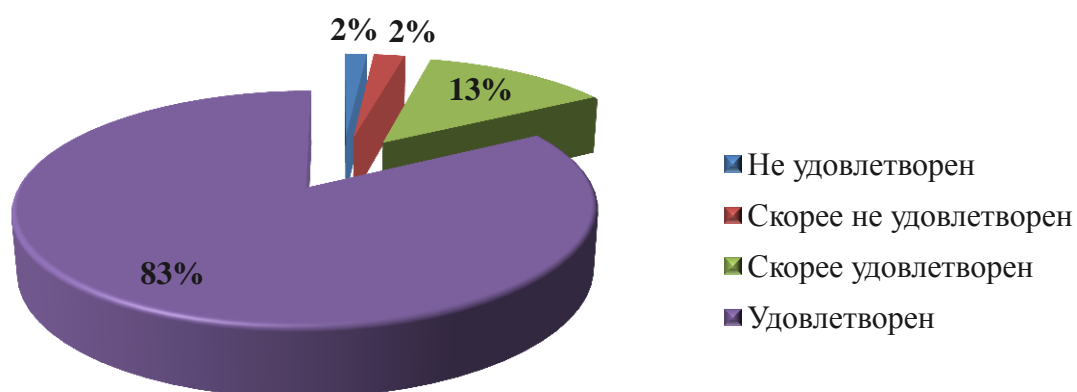
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок розничной торговли следующим образом: **53%** (33 247) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **44%** (27 298) говорят об избыточности, а еще **3%** (2 106) опрошенных считают, что услуг на рынке розничной торговли мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг рынка розничной торговли относительно высокая и высокая 13%(8182) и 83% (52338) респондентов ответили соответственно. Однако, 2%(1364) опрошенных граждан говорят, что они скорее не удовлетворены услугами, а 2% (956) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке розничной торговли в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.9. Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом

Краснодарский край имеет выгодное геостратегическое положение и является «южными воротами России». Регион располагает развитой транспортной инфраструктурой, которая интегрирована в транспортную сеть Южного федерального округа и европейской части России.

Краснодарский край имеет развитую сеть автодорог и железных дорог.

По территории Краснодарского края проходит федеральная автомагистраль «Москва – Новороссийск (М4); а также автомагистрали: «Кавказ» (М29), «Новороссийск – Керченский пролив» (М25), «Джубга – граница с Абхазией» (М27); а также автотрассы А146, А148, Р253. Объемы грузоперевозок и перевозок пассажиров ежегодно увеличиваются. Уникальное географическое положение Краснодарского края обуславливает появление большого количества иногороднего автомобильного транспорта и увеличение пассажиропотока в летнее время года. Посезонно наблюдается цикличность при перевозке сельскохозяйственной продукции автомобильным транспортом.

Через Краснодарский край проходят более 2768 км железных дорог, принадлежащих ОАО «РЖД» и относящихся к Северо-Кавказской железной дороге. В крае расположено 154 станции, в том числе 27 разъездов, а также 11 опорных центров станций

Транспортный комплекс Краснодарского края включает в себя в том числе:

- более 29 тысячи автобусов;
- более 225 тысяч грузовых автомобилей;
- более 1,6 млн. легковых автомобилей;
- перевозится свыше 419 млн. пассажиров в год.

Количество автобусных маршрутов:

- городских - 604 штук;
- муниципальных пригородных - 641 штук;
- муниципальных междугородных - 20 штук;
- межмуниципальных пригородных – 89 штук;
- междугородных – 173 штук.

Количество трамвайных маршрутов - 15 единиц. Количество троллейбусных маршрутов - 31 единица.

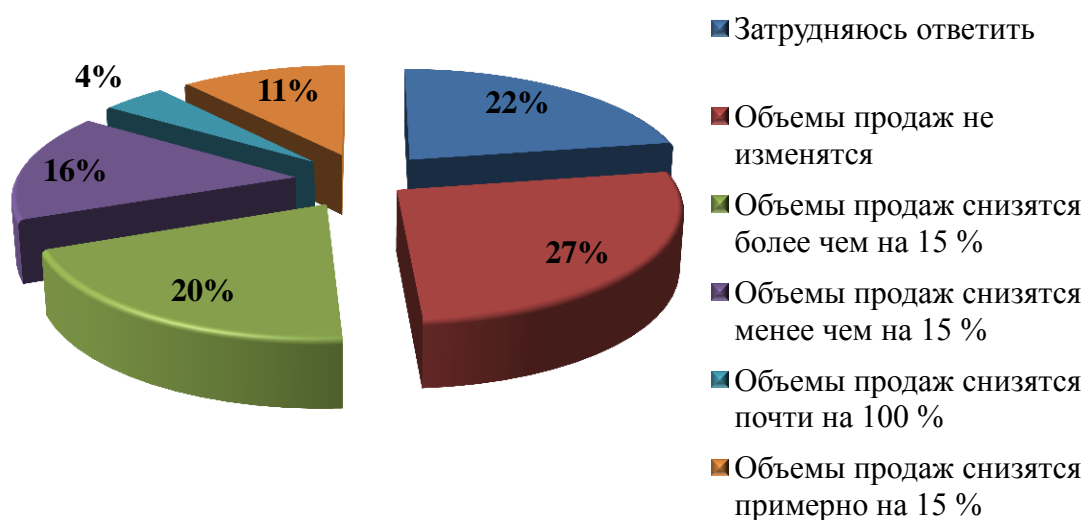
Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **623** имеют отношение к рынку услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **260**, часть услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **231**, на рынки нескольких субъектов Российской Федерации – **89**, а на рынок Российской Федерации – **33**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **623** опрошенных предпринимателей **27%** (166) ответили, что не изменятся, **22%** (139) – затруднился с ответом, **20%** (124)

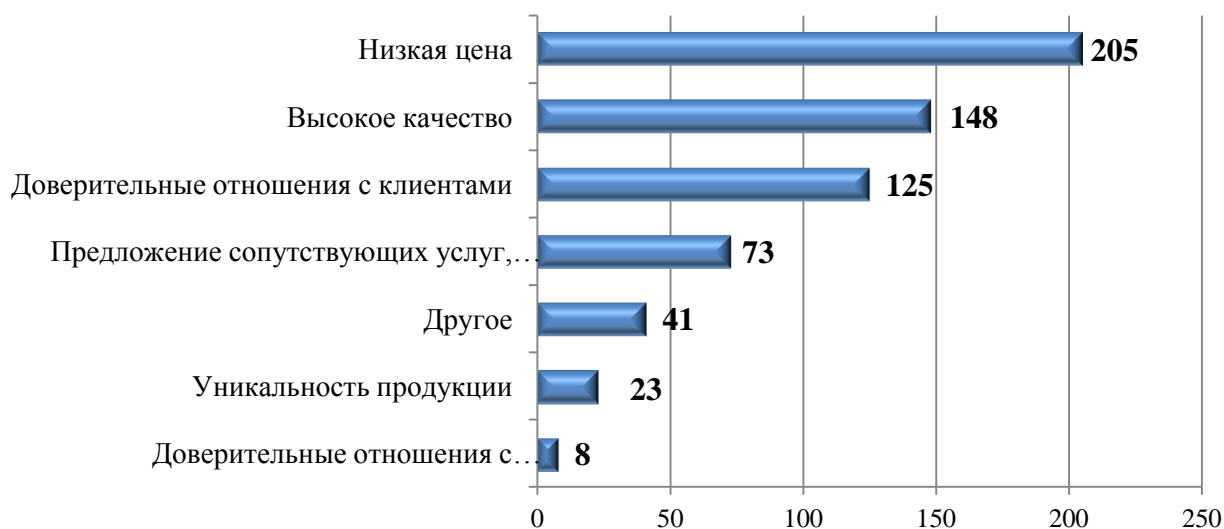
респондента указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **16%** (98) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **11%** (69) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **4%** (27 из 623) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является низкая цена. Так утверждают **33%** опрошенных (205). На втором месте – высокое качество, это отмечают **24%** (148) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, доверительное отношение с клиентами – **20%** (125). Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) отметили – **12%** (73).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом являются обучение персонала (проводили в **299** организациях из **623** опрошенных) и мероприятия по сокращению затрат (в **153** организациях из **623** респондентов).

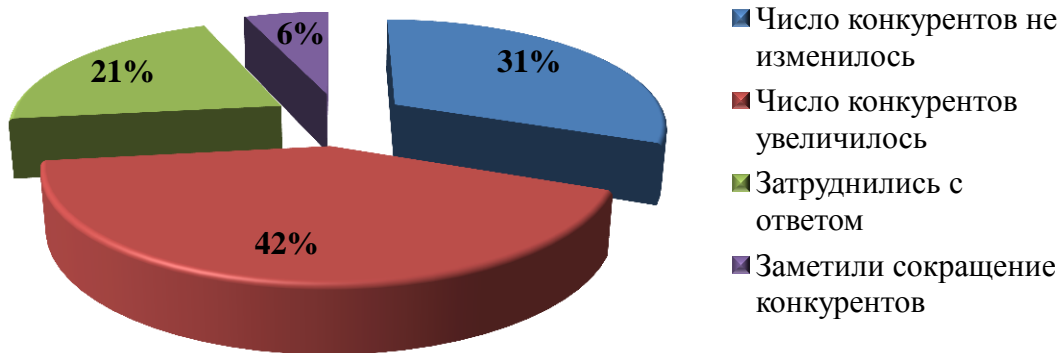
Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы по повышению конкурентоспособности услуг, неиспользуемых компанией ранее – так считает **40%** (251) представителей бизнеса. В то же время для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **33%** (208) представителей бизнеса. **12%** (73) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное).

Количество конкурентов представители рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом оценили следующим образом:

- **39%** (240) о 4 и более конкурентах;
- **36%** (227) о большом числе конкурентов;
- **15%** (91) незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **2%** (15) конкурентов нет;
- **8%** (50) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

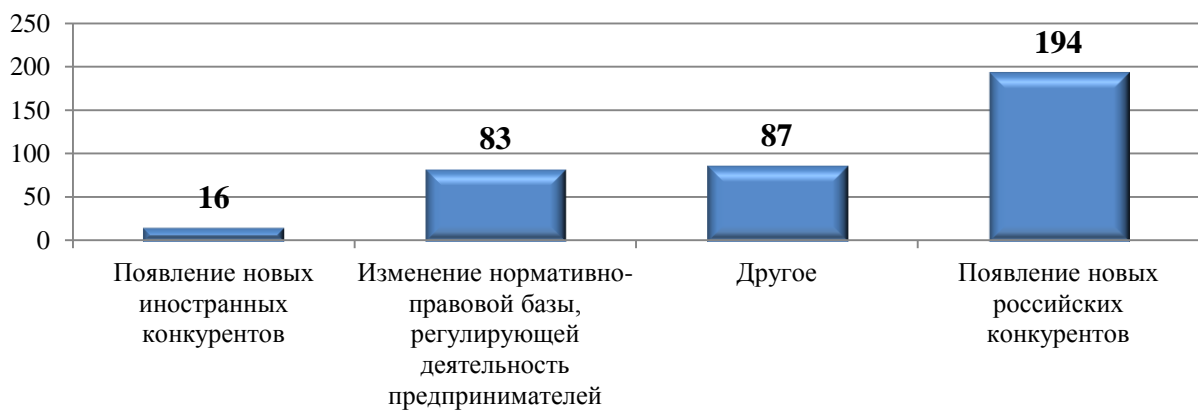
За последние 3 года на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом число конкурентов увеличилось – так считает **42%** (247) опрошенных, **31%** (183) отметили, что число конкурентов не изменилось, **21%** (127) - затруднились ответить на вопрос, а **6%** (34) заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса разделились следующим образом: **23%** (87) поставили отметки в графе «другое», **22%** (83) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **4%** (16) отметили появление новых иностранных конкурентов. Но самое большое количество респондентов, а это **51%** (194) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, повлияло появление новых российских конкурентов.

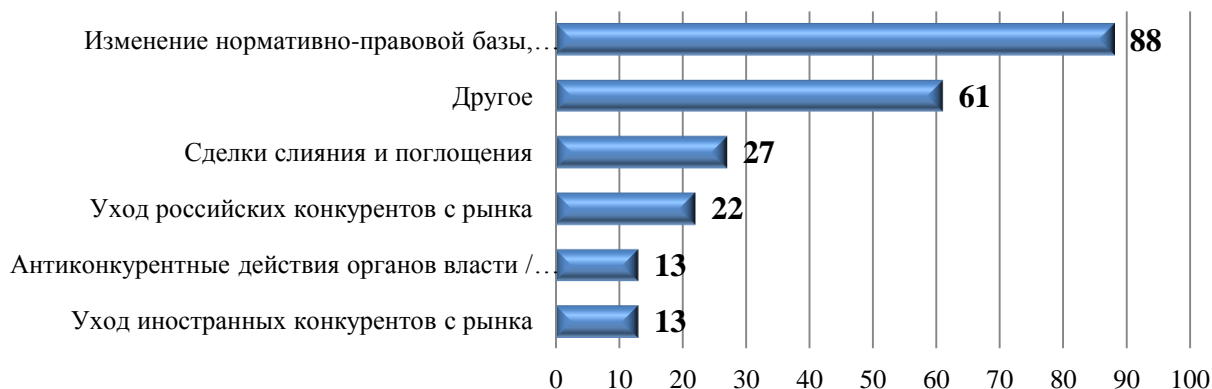
Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа конкурентов** на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **39%** (88) указало на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **12%** (27) высказались о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий.

Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **10%** (22) респондентов, **6%** (13) утверждают о «антиконкурентных действия органов власти / давление со стороны органов власти», а **6%** (13) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению **27%** (61) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали влияние иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокие налоги— **21%** (265);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий - **15%** (183);
- высокие транспортные и логистические издержки— **13%** (167);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **12%** (147)
- конкуренция со стороны теневого сектора – **8%** (100);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали недостаток квалифицированных кадров как существенный барьер для рынка – **7%** (84).

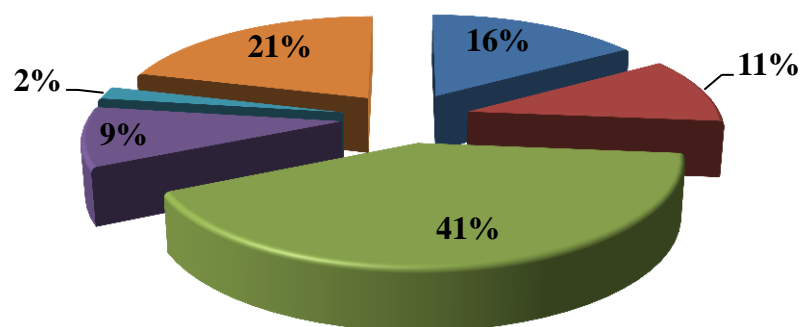
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **41%** (226);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **21%** (113) административные барьеры были полностью устранены – **16%** (87);
- административные барьеры были полностью устранены – **16%** (87).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичные области, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

- ✓ при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **30%** (199) опрошенных;
- ✓ при лицензировании отдельных видов деятельности – **23%** (153);
- ✓ при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд – **9%** (59);
- ✓ при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **9%** (57).

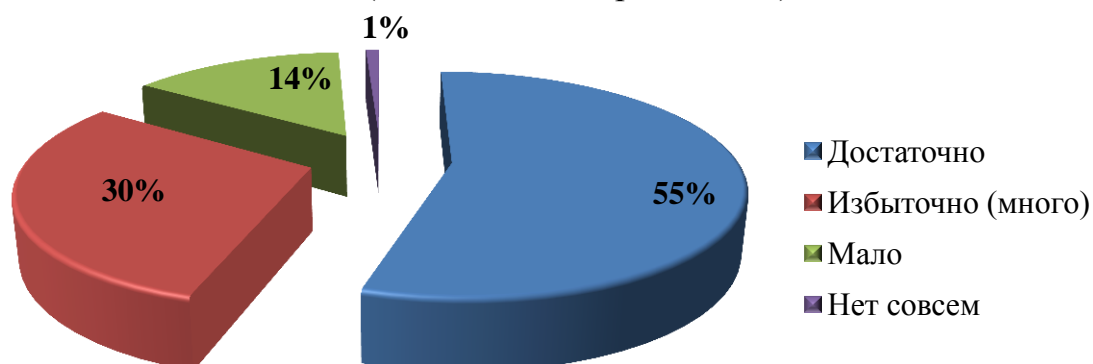
Большинство опрошенных представителей рынка услуг перевозок пассажиров наземным транспортом не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **37%** (205), а **30%** (163) респондентов затрудняются ответить, при этом **27%** (150) планируют выход на новые географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **300** респондентов из **1191**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**273** опрошенных), а **199** респондентов поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом следующим образом: **55%** (34 492) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, избыточность отметил **30%** (18 636), а еще **15%** (9 157) опрошенных считают, что услуг перевозок пассажиров наземным транспортом мало.

Количество организаций

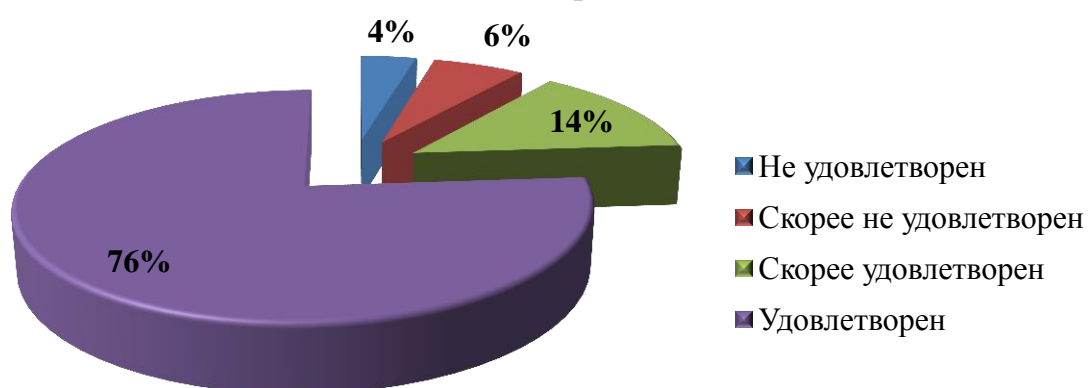
(по мнению потребителей)



Качество услуг при перевозке пассажиров в целом оценивают положительно **76%** (47 922) респондентов. Остальные сходятся во мнении в неудовлетворительном или почти неудовлетворительном качестве.

Качество услуг

(по мнению потребителей)



В целом, на рынке услуг при перевозке пассажиров в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.10. Рынок услуг связи

В Краснодарском крае достаточно высокий уровень развития информатизации и связи.

По числу абонентских терминалов сотовой связи на 1000 жителей Краснодарский край занимает 7-ое место в целом по России.

По объему затрат на информационные и коммуникационные технологии на 1 жителя Краснодарский край относится к 5-ти наиболее продвинутым российским регионам.

При этом наравне с развитой информационно-коммуникационной инфраструктурой экономика Краснодарского края отличается низким уровнем «компьютеризации».

По количеству персональных компьютеров на 100 работников Краснодарский край занимает 72-ое в целом по Российской Федерации.

Отчасти это отставание обусловлено отраслевой структурой занятости.

Услуги мобильной телефонной связи и Интернета оказывают на территории региона все крупнейшие федеральные операторы (бренды «Билайн», МТС, «Мегафон» и «Теле 2»).

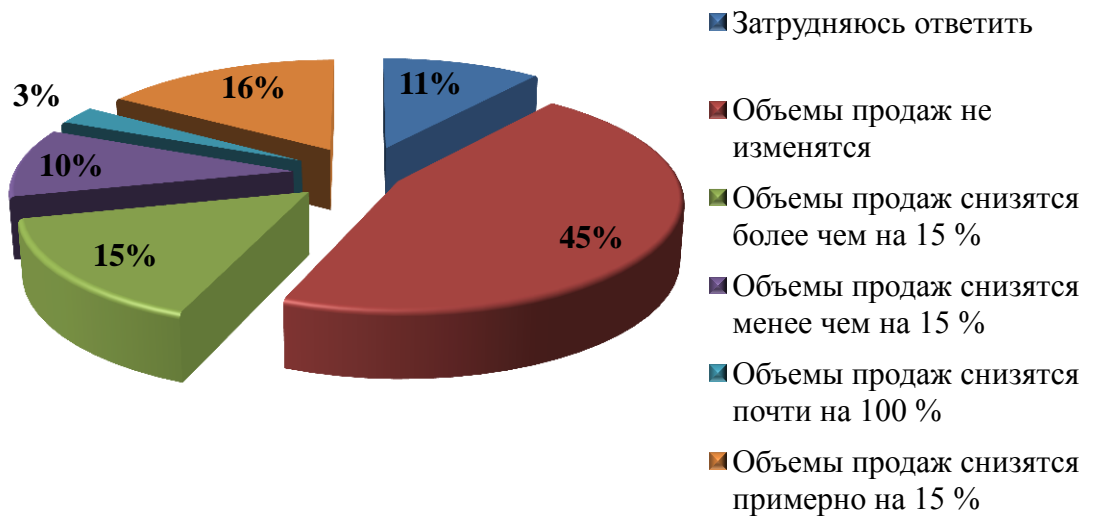
Инфраструктура связи развивается в результате очень сильной восприимчивости отрасли к внедрению результатов научно-технического прогресса, использованию новых передовых технологий предоставления услуг, большому спросу со стороны пользователей связи, инвестиционной привлекательности отрасли.

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **150** имеют отношение к рынку услуг связи.

Данный бизнес распространяется в основном (**56%**) по всему Краснодарскому краю, часть предпринимателей (**31%**) осуществляют деятельность по отдельным муниципальным образованиям.

Оценивая объемы оказания услуг связи при увеличении цены на 15% и условии, что цены на товары конкурентов останутся неизменными, предприниматели в большинстве случаев, около **45% (68)** прогнозируют, что объем продаж не изменится. В том, что продажи снизятся примерно на 15% уверены **16% (24)**. **15% (23)** представителей бизнеса думают, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, а **11% (16)** затруднились ответить. При этом **10% (15)** отмечают, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. В снижении объемов продаж почти на 100% уверены **3% (4)** представителей бизнеса.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг связи, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество предоставляемых услуг. Так утверждает **41%** опрошенных (62). На втором месте – уникальность продукции, это отмечают **23%** (34) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, низкая цена – **12%** (18). Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) отметили – **11%** (17).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг связи являются обучение

персонала (проводили в **53** организациях из **150** опрошенных) и мероприятия по сокращению затрат (в **24** организациях из **150** респондентов).

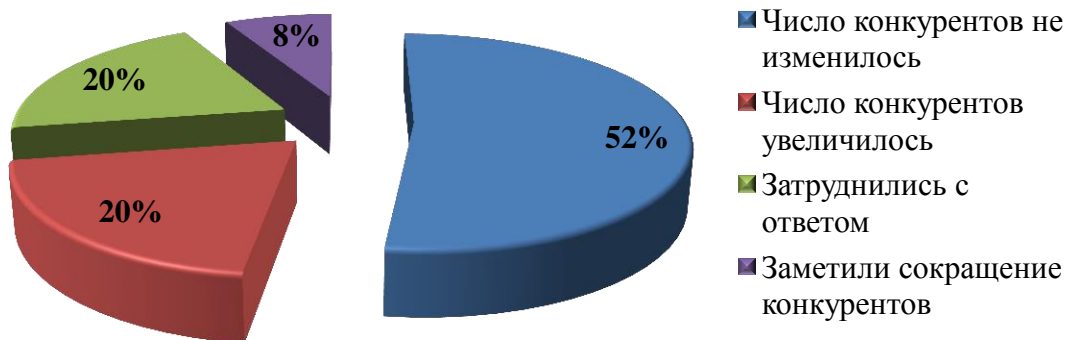
32% (48) представителей бизнеса считают, что для сохранения рыночной позиции на рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг). В то же время **27% (40)** считают, что для сохранения рыночной позиции их бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

Количество конкурентов представители рынка услуг связи оценили следующим образом:

- **33% (49)** сообщили об отсутствии конкурентов;
- **31% (47)** высказались о 4 и более конкурентах;
- **16% (24)** отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **11% (16)** затруднились с оценкой примерного количества конкурентов;
- **9% (14)** сообщили о большом количестве конкурентов.

За последние 3 года на рынке услуг связи число конкурентов не изменилось – так считает **52% (75)** опрошенных, по **20% (29)** отметили их увеличение, при этом **20% (29)** затруднились ответить на вопрос, **8% (11)** - заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса разделились следующим образом: **44% (30)** отмечают появление новых российских конкурентов, **38% (26)** поставили отметки в графе «другое», по **9% (6)** утверждают об

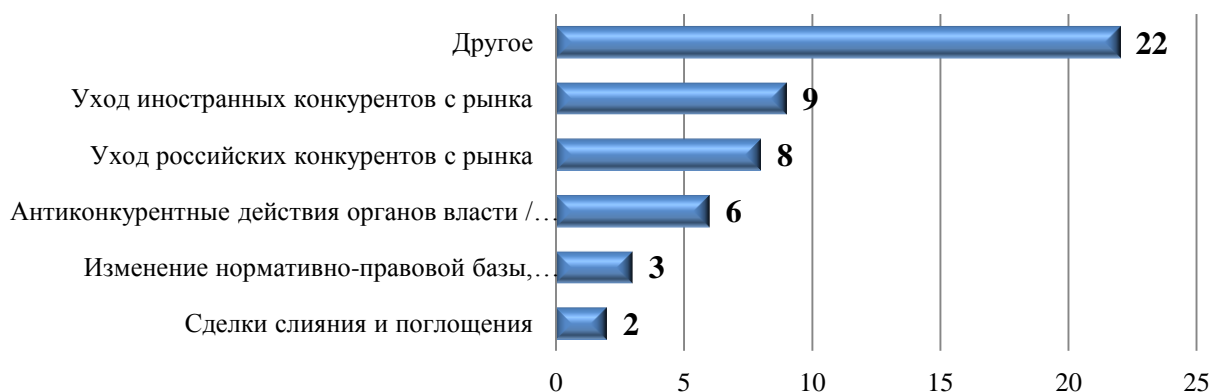
изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей и появлении новых иностранных конкурентов.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа конкурентов** на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **44%** (22) указало на иные факторы. **18%** (9) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», **16%** (8) отметили уход российских конкурентов с рынка, **12%** (6) утверждают о «антиконкурентных действия органов власти / давление со стороны органов власти». Об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей сообщили **6%** (3) опрошенных и только **4%** (2) отметили о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели являются:

- высокие налоги – **24%** (46);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий - **14%** (27);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **11%** (21)
- недостаток квалифицированных кадров – **9%** (18);
- получение разрешения на строительство – **9%** (17).

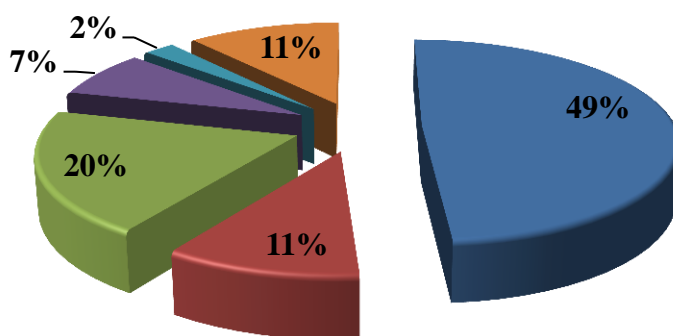
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- административные барьеры были полностью устранены – **49%** (65);
- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **20%** (26);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **11%** (15).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичные области, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

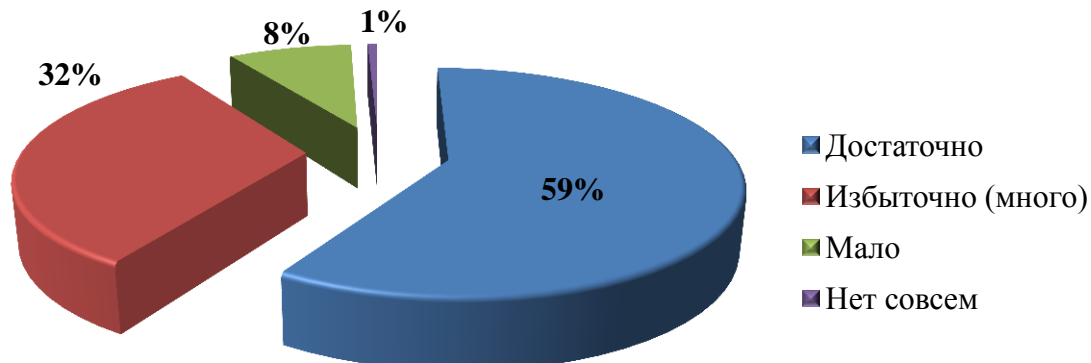
- ✓ при аренде зданий, помещений – **13%** (16) опрошенных;
- ✓ при получении разрешения на строительство – **13%** (16);
- ✓ при лицензировании отдельных видов деятельности – **12%** (15);
- ✓ при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **12%** (15).

Большинство опрошенных представителей рынка услуг связи не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **44%** (55), а **33%** (41) респондентов затрудняются ответить, при этом **13%** (16) планируют выход на новые продуктовые рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **27** респондентов). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**27** опрошенных), а **24** респондента поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

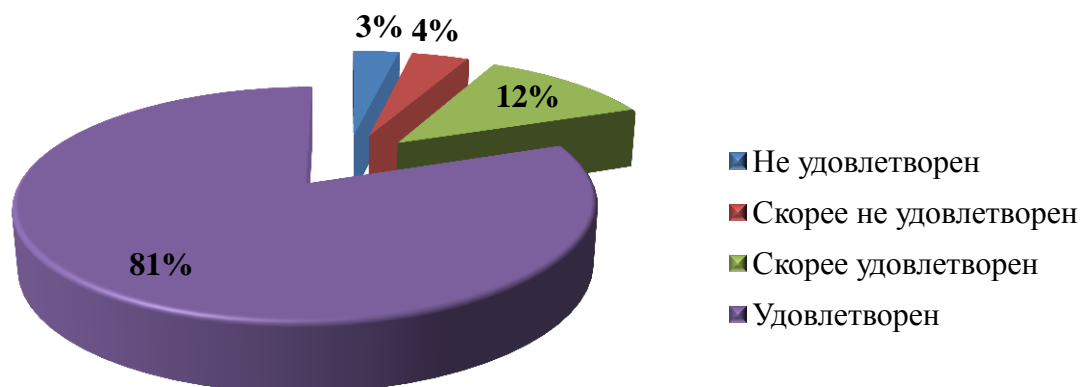
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг связи следующим образом: **59%** (36 907) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **32%** (20 183) отметили избыточность, а еще **8%** (5 341) опрошенных считают, что услуг связи мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Качество услуг связи в целом оценивают положительно 81% (50744) респондентов. Остальные сходятся во мнении в неудовлетворительном или почти неудовлетворительном качестве.

Качество услуг (по мнению потребителей)



Проанализировав ответы потребителей относительно рынка услуг связи, мы пришли к выводу, что ситуация на данном рынке в Краснодарском крае демонстрирует достаточно позитивную картину.

3.11. Рынок услуг социального обслуживания населения

Под эгидой министерства труда и социального развития Краснодарского края на постоянной основе осуществляется социальная поддержка различных категорий граждан, проживающих на территории края. К социальной поддержке относится государственная социальная помощь малоимущим гражданам, поддержка семей с детьми, ежемесячная денежная

выплата региональным льготникам и компенсация расходов на оплату жилья и коммунальных услуг.

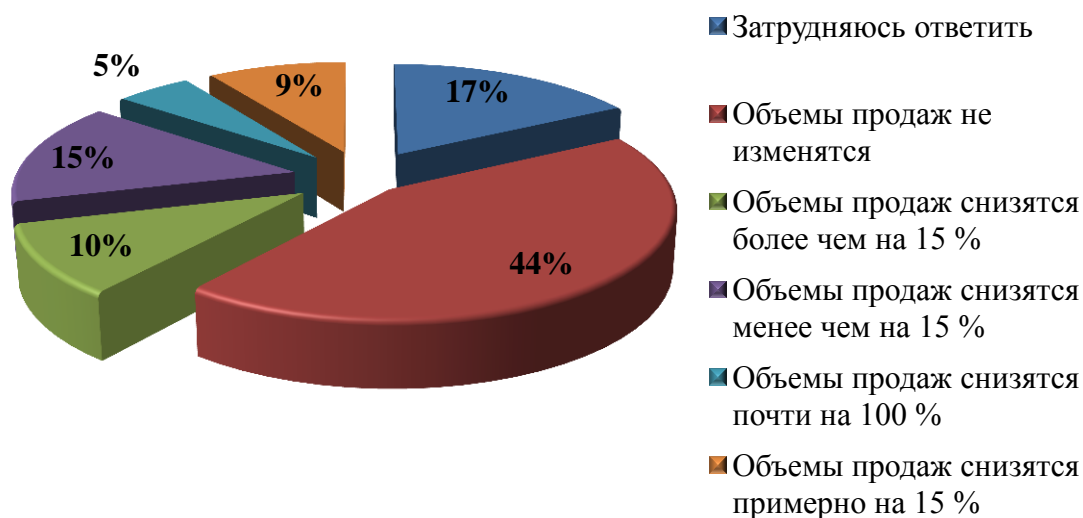
В Краснодарском крае был создан веб-портал «Реестр поставщиков социальных услуг», предназначенный для ведения реестра поставщиков социальных услуг Краснодарского края. В данный реестр включено 159 организаций по всему краю с необходимой информацией (наименование, адрес, телефон, муниципальное образование, дата регистрации, ИНН, ОГРН, ОКПО, режим работы). В реестр включены не все предприятия, а только лишь небольшая часть. (информация с сайта министерства труда и социального развития Краснодарского края <http://www.sznkuban.ru/socpodn234118.html>).

В рамках проведения мониторинга удалось опросить 236 организацию, представляющую рынок услуг социального обслуживания населения.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **162**, часть услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **60**, на рынки нескольких субъектов Российской Федерации – **6**, а на рынок Российской Федерации – **5**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке услуг социального обслуживания населения при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **236** опрошенных предпринимателей **44%** (103) ответили, что не изменятся, **17%** (40) – затруднился с ответом, **15%** (35) респондента указали, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%, **10%** (24) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся более чем на 15%. **9%** (22) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **5%** (12) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке социального обслуживания населения, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **31%** опрошенных (73). На втором месте – низкая цена, это отмечают **19%** (44) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, уникальность продукции – **18%** (42). Доверительное отношение с клиентами отметили – **17%** (40).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг социального обслуживания населения являются обучение персонала (проводили в **86** организациях) и мероприятия по сокращению затрат (в **39** организациях).

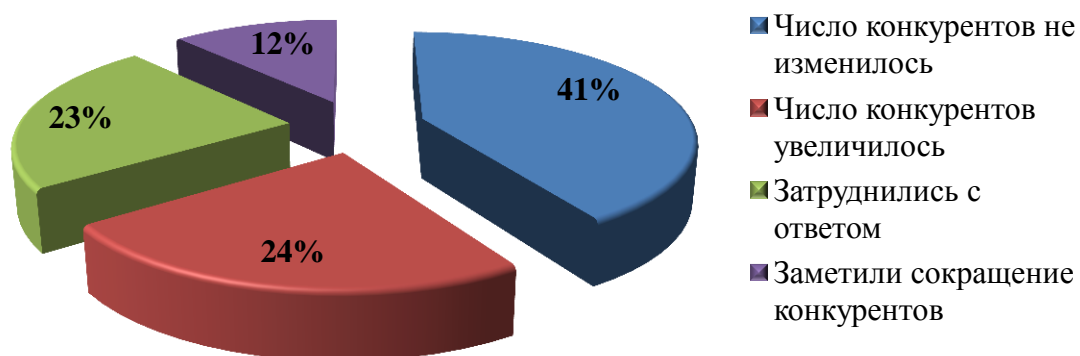
Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке время от времени (раз в 2-3 года) необходимо реализовывать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – так считает **28%** (66) представителей бизнеса. В то же время для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **26%** (61) представителей бизнеса. **22%** (51) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

Количество конкурентов представители рынка социального обслуживания населения оценили следующим образом:

- **27%** (63) отметили большое число конкурентов (сложно подсчитать);
- **25%** (59) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **23%** (55) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **13%** (31) высказали позицию, что конкурентов нет;
- **12%** (28) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года на рынке услуг социального обслуживания населения число конкурентов не изменилось – так считает **41%** (84) опрошенных, **24%** (49) говорят, что число конкурентов увеличилось, **23%** (47) - затруднились ответить на вопрос, а **12%** (24) заметили сокращение конкурентов на рынке.

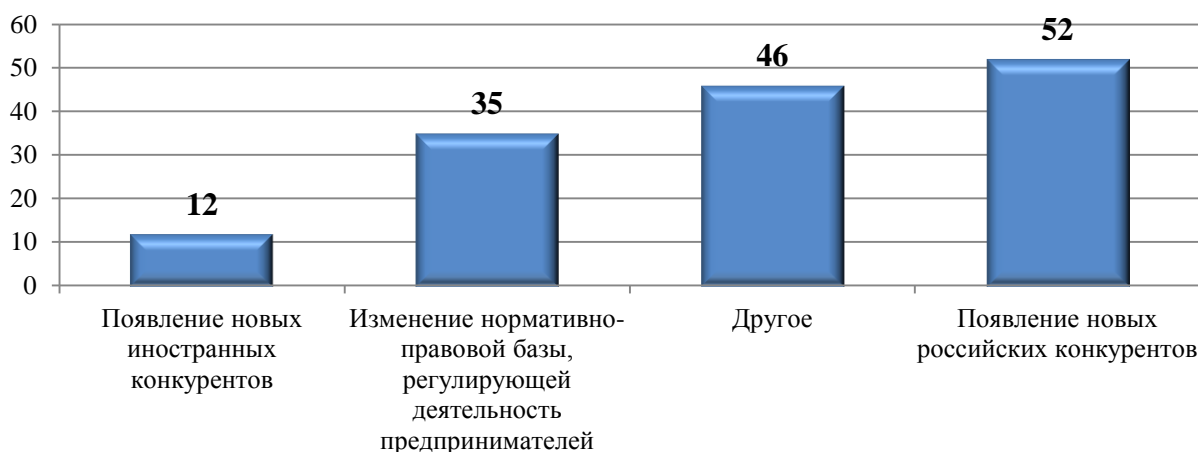
Количество конкурентов



На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса разделились следующим

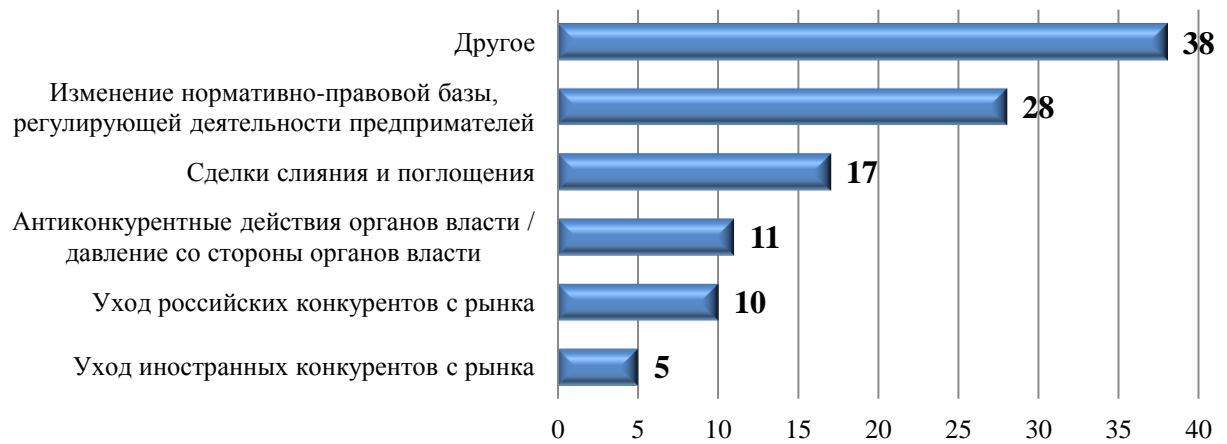
образом: **36%** (52) говорят о появлении новых российских конкурентов, **32%** (46) поставили отметки в графе «другое», **24%** (35) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **8%** (12) говорят о появлении новых иностранных конкурентов.

**Факторы влияющие на увеличение
числа конкурентов
(количество организаций)**



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **26%** (28) указало на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **16%** (17) говорят о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. **10%** (11) утверждают о «антиконкурентных действия органов власти / давление со стороны органов власти», позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **9%** (10) респондентов, а **5%** (5) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению большинства **35%** (38) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали влияние иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокие налоги – 14% (58);
- недостаток квалифицированных кадров - 11% (45);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий - **11%** (44);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **11%** (43);
- давление со стороны конкурентов – 6% (26).

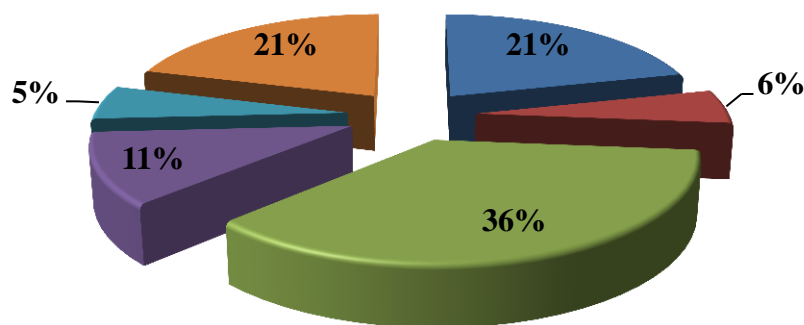
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – 36% (67);
- административные барьеры были полностью устранены – 21% (39);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **21% (38)**;
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **11% (21)**.

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичные области, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

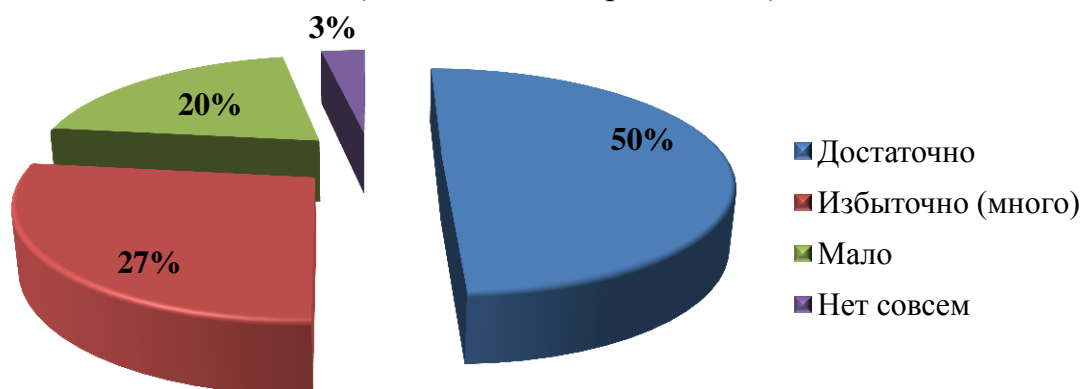
- ✓ при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **17%** (35) опрошенных;
- ✓ при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **12%** (24);
- ✓ при аренде зданий, помещений – **10%** (21);
- ✓ при лицензировании отдельных видов деятельности – **10 %** (20);
- ✓ при приобретении зданий, помещений – **10%** (20).

Большинство опрошенных представителей рынка услуг социального обслуживания населения не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **42%** (79), а **26%** (49) респондентов затрудняются ответить.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **77** респондентов). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**48** опрошенных), а **38** респондентов поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

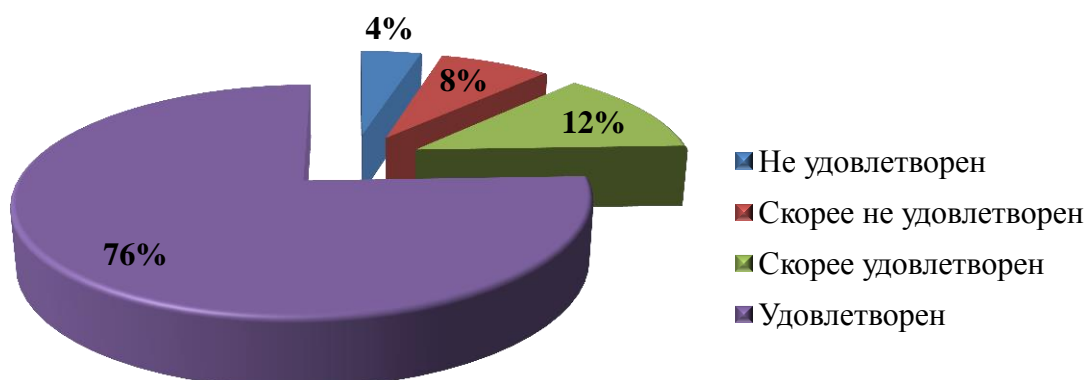
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг социального обслуживания населения следующим образом: **50%** (31 172) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **27%** (17 225) говорят об избыточности, а **20%** (12 550) опрошенных считают, что услуг перевозок пассажиров наземным транспортом мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Качество услуг социального обслуживания в целом оценивают положительно 76% (47 518) респондентов. Остальные сходятся во мнении в неудовлетворительном или почти неудовлетворительном качестве.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке услуг социального обслуживания населения в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

4. Приоритетные рынки

4.1. Рынок сельскохозяйственной продукции (овощной и плодово-ягодной продукции, продукции животноводства).

С учетом сложившихся географических условий и особенностей территория нашего края условно разделена на пять природно-экономических зон, что и определило в них специфику производственной сельскохозяйственной деятельности людей. В северной и центральной зоне

выращивается и возделывается зерно, сахарная свекла, подсолнечник и соя; в западной – рис; в Анапо-Черноморской – виноградарство и виноделие; а в южно-предгорной – картофель, овощи, чай, цитрусовые культуры.

В природном отношении территория края состоит из двух частей. Северная и центральная части, включающие Кубано – Приазовскую низменность, заняты степями с чернозёмными почвами, а южная включает в себя почти всё Черноморское побережье

Степная Кубань очень благоприятна для ведения сельского хозяйства, поэтому практически вся её территория представляет собой одно огромное поле.

Таким образом, географическое положение и природно-климатические условия края, обусловленные границами поясов умеренного и субтропического климата, наличие хороших сельскохозяйственных угодий определили основное направление экономики края – мощный агропромышленный комплекс по производству и переработке сельскохозяйственной продукции и поставкам продовольствия в промышленные центры страны.

Общая земельная площадь в крае – более 7,5 млн. гектаров, в том числе 3,9 млн. гектаров пашни.

Краснодарский край один из основных регионов, обеспечивающих продовольственную безопасность страны.

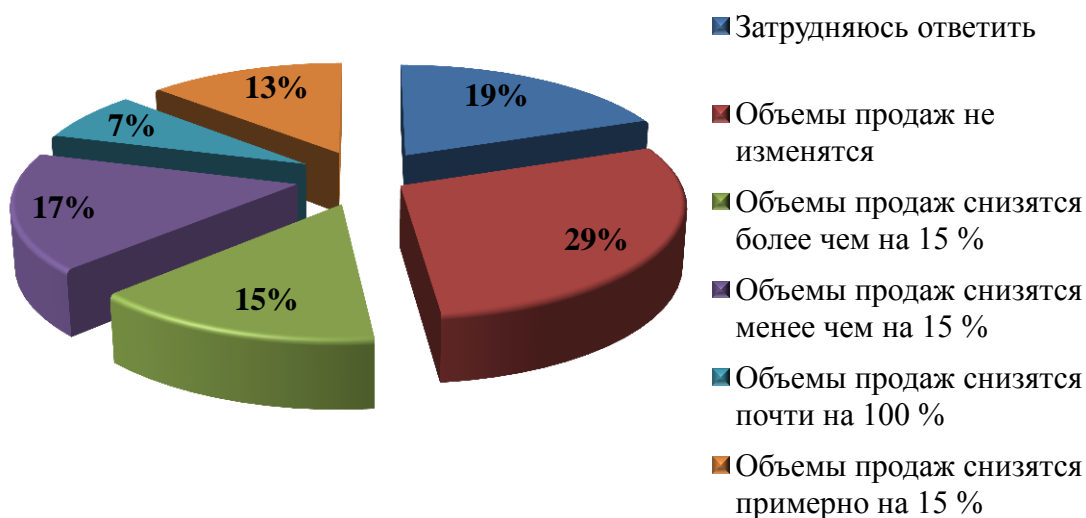
<http://www.krasnodar.ru/content/2/show/49564/>

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **5280** имеет отношение к рынку сельскохозяйственной продукции.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью рынке Краснодарского края – **2355**, часть услуг предприниматели оказывают на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **1712**, на рынки нескольких субъектов Российской Федерации – **896**, а на рынок Российской Федерации – **235**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке сельскохозяйственной продукции при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **5280** опрошенных предпринимателей **29%** (1532) ответили, что не изменятся, **19%** (1016) – затруднились с ответом, **17%** (893) респондента указали, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%, **15%** (759) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся более чем на 15%. **13%** (696) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **7%** (384) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности на рынке сельскохозяйственной продукции, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **41%** опрошенных (2147). На втором месте – низкая цена, это отмечают **37%** (1976) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, уникальность продукции – **6%** (321). Доверительное отношение с клиентами отметили – **6%** (299).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке сельскохозяйственной продукции являются мероприятия по сокращению затрат (**2246** организаций) и покупка машин и технологического оборудования (**1603** организаций).

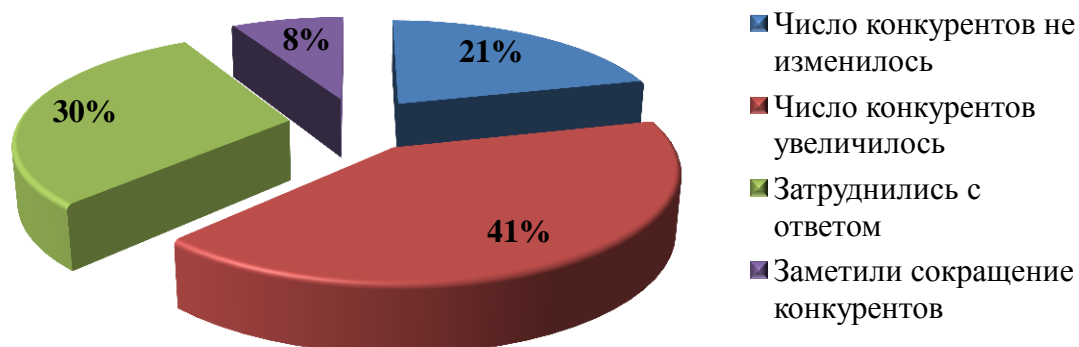
Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – так считает **36%** (1892) представителей бизнеса. В то же время для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или 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 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – так считает **23%** (1225) представителей бизнеса. Однако, **20%** (1046) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное).

Количество конкурентов представители рынка сельскохозяйственной продукции оценили следующим образом:

- **31%** (1633) отметили большое число конкурентов (сложно подсчитать);
- **29%** (1525) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **16%** (851) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов;
- **14%** (713) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **11%** (558) высказали позицию, что конкурентов нет.

За последние 3 года на рынке сельскохозяйственной продукции число конкурентов увеличилось – так считает **41%** (1849) опрошенных, **30%** (1344) - затруднились ответить на вопрос, **21%** (948) говорят, что число конкурентов не изменилось, **8%** (359) - заметили сокращение конкурентов на рынке.

Количество конкурентов



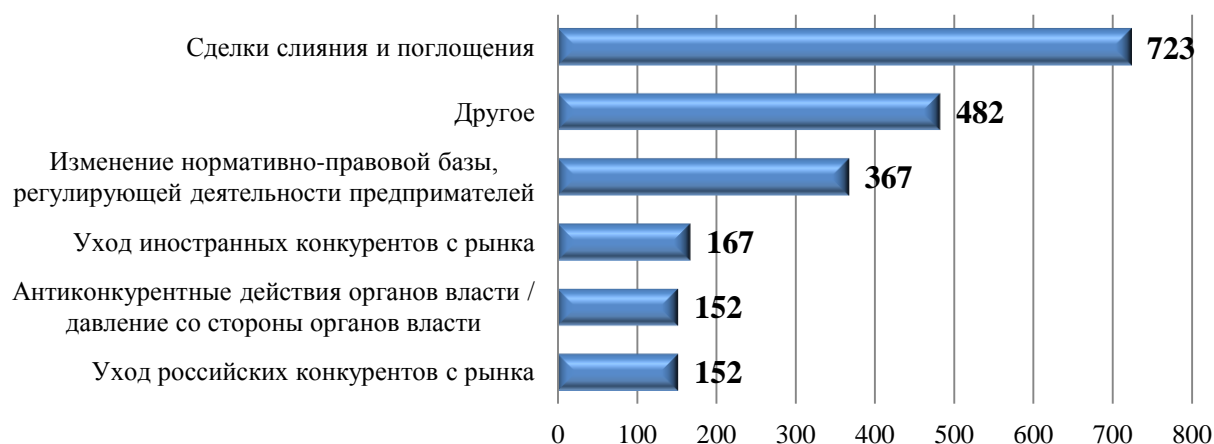
На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса разделились следующим образом: **46%** (1303) говорят о появлении новых российских конкурентов, **30%** (838) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **17%** (480) поставили отметки в графе «другое», **7%** (198) говорят о появлении новых иностранных конкурентов.

**Факторы влияющие на увеличение
числа конкурентов
(количество организаций)**



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **35%** (723) говорят о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий, **24%** (482) поставили отметку в графе «Другое», **18%** (367) указало на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

- высокие налоги – 22% (1803);
- сложность получения доступа к земельным участкам - 18% (1476);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) - 12% (969);
- высокие транспортные и логистические издержки – 7% (595);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – 7% (581).

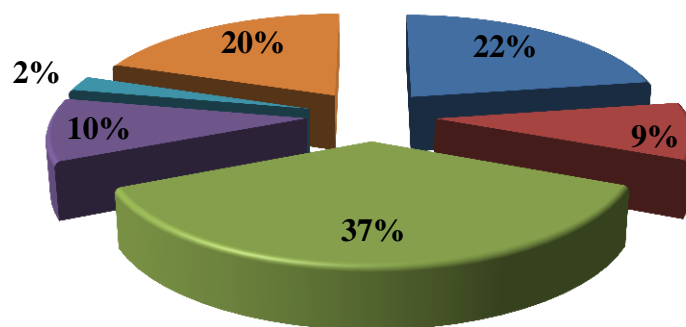
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **37%** (1431);
- административные барьеры были полностью устранены – **22%** (872);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **19%** (756);
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **10%** (390).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичные области, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

- ✓ при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **19%** (797) опрошенных;
- ✓ при регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства – **18%** (737);
- ✓ при технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **13%** (542);
- ✓ при регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **10%** (429);
- ✓ при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **10%** (405).

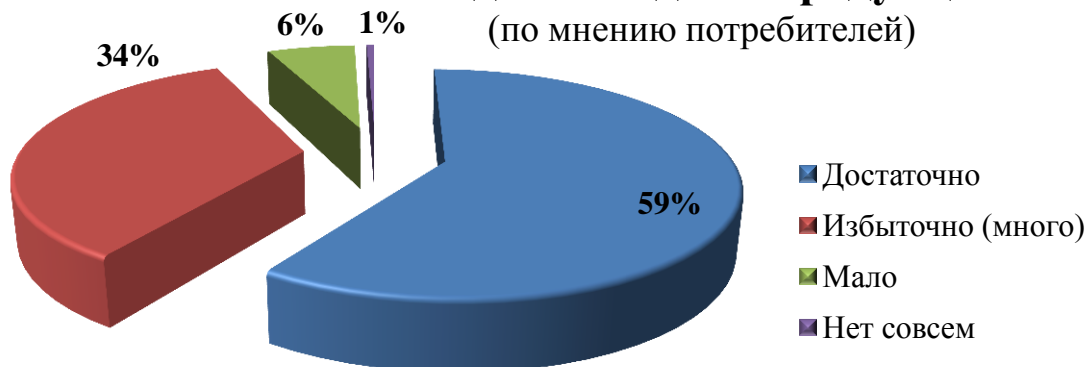
Большинство опрошенных представителей рынка сельскохозяйственной продукции планируют мероприятия по выходу на новые географические рынки в целях расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **28%** (1085), а **25%** (974) респондентов затрудняются ответить.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является насыщенность рынков сбыта (так высказалось **1479** респондентов). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**1380** опрошенных), а **1320** респондентов поставили отметку в графе «нехватка финансовых средств».

В регионе рынок сельскохозяйственной продукции (овощной и плодоягодной продукции, продукции животноводства) развит достаточно хорошо. В целом удовлетворено количеством продукции более **90%** населения края. В регионе функционируют 140 ярмарок выходного дня, где вся продукция представлена производителями Краснодарского края. Для участия в ярмарках

приглашаются сельхозтоваропроизводители, пищевые и перерабатывающие предприятия всех форм собственности, включая фермерские и личные подсобные хозяйства для обеспечения населения продовольственной продукцией по ценам производителя.

Количество организаций овощной и плодово-ягодной продукции



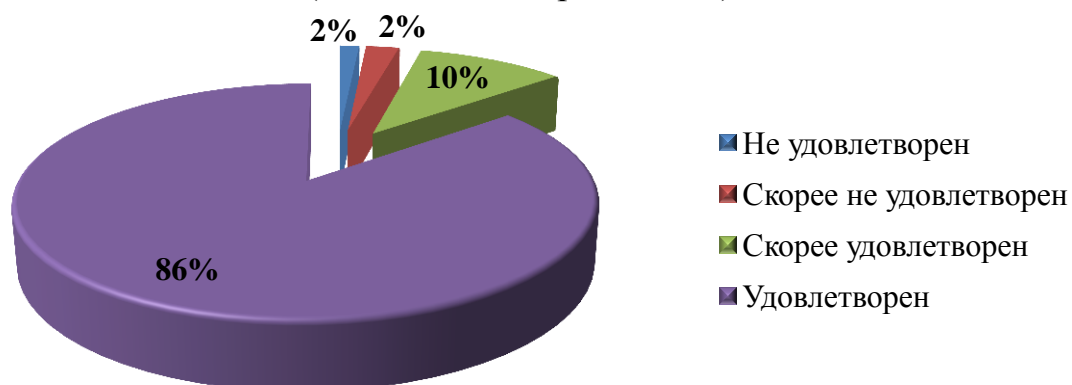
Количество организаций по производству мясной продукции



Благодаря организованным ярмаркам, продукция, выращенная кубанскими фермерами, практически сразу попадает на прилавок, что позволяет говорить о свежести и качестве продукции. Анализируя мнение населения, можно утверждать, что более 90% удовлетворены качеством продукции.

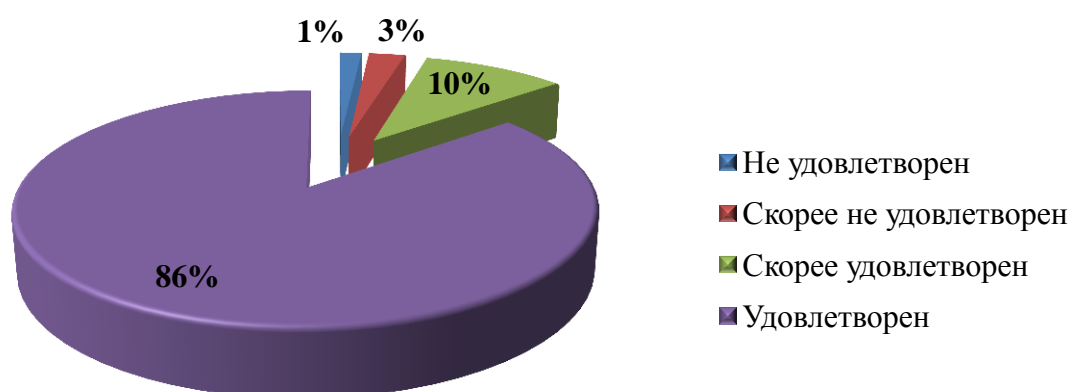
Качество овощной и плодово-ягодной продукции

(по мнению потребителей)



Качество мясной продукции

(по мнению потребителей)



В целом, на рынке сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемой продукции надлежащего качества.

4.2. Рынок бытовых услуг

По состоянию на 1 января 2017 года количество объектов, оказывающих бытовые услуги, составило 12672, количество населенных пунктов, охваченных бытовыми услугами 1326, уровень охвата бытовыми услугами 76,5 %.

По видам услуг количество объектов и работников по состоянию на 1 января 2017 года составило:

ремонт и пошив обуви – количество объектов 614, количество работников 858;

ремонт и пошив швейных изделий – количество объектов 1163, количество работников 2948;

ремонт электронной аппаратуры – количество объектов 702, количество работников 2301;

ремонт бытовых машин и приборов – количество объектов 427, количество работников 1322;

ремонт и изготовление металлоизделий – количество объектов 758, количество работников 2012;

изготовление и ремонт мебели – количество объектов 422, количество работников 2985;

услуги химической чистки – количество объектов 161, количество работников 886;

услуги прачечных – количество объектов 61, количество работников 272;

ремонтно-строительные услуги – количество объектов 1030, количество работников 7242;

фотоуслуги – количество объектов 490, количество работников 1028; услуги бань, душевых, саун – количество объектов 442, количество работников 1798;

парикмахерские – количество объектов 4037, количество работников 14782;

прокат – количество объектов 232, количество работников 766; ритуальные услуги – количество объектов 605, количество работников 2369;

клининговые услуги – количество объектов 46, количество работников 885;

прочие бытовые услуги – количество объектов 1482, количество работников 5020.

По информации органов местного самоуправления, в январе-ноябре 2017 года в эксплуатацию введено 14 объектов бытовых услуг. В 2016 году введено в эксплуатацию 40 объектов бытовых услуг.

В январе-ноябре 2017 года объем платных услуг населению составил 436,6 млрд. рублей, что в сопоставимой оценке на 2,7% больше, чем в январе-ноябре 2016 года. Объем бытовых услуг населению составил 60736,4 млн. рублей, что в сопоставимых ценах на 2,5% больше, чем в январе-ноябре 2016 года.

В структуре бытовых услуг населению положительная динамика по отношению к январю-ноябрю 2016 года наблюдалась в следующих видах: ремонт и строительство жилья (108,0%), услуги бань и душевых (104,1%), техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования (102,3%), химическая чистка и крашение, услуги прачечных (101,9%).

Отрицательную динамику продемонстрировали: услуги парикмахерских (99,0%), ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий (96,5%), услуги фотоателье (95,9%), ритуальные услуги (92,8%), ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий (88,6%), ремонт, окраска и пошив обуви (85,7%).

В 2016 году объём платных бытовых услуг населению составил 64,4 млрд. руб., что, в сопоставимых ценах, на 1,7% меньше, чем в 2015 году.

В структуре бытовых услуг населению положительная динамика по отношению к 2015 году наблюдалась в следующих видах: услуги прачечных (108,8%); услуги фотоателье, фото - и кинолабораторий (106,8%), ремонт и пошив изделий (102,5%); услуги бань, душевых и саун (101,4%).

Худшие показатели указанной динамики продемонстрировали: химчистка и крашение (86,9%); ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий (94,2%); ритуальные услуги (94,4%).

Основные проблемы в сфере бытового обслуживания населения – нехватка квалифицированных кадров в сельских поселениях, долгие сроки окупаемости вложенных средств, наличие нелегального сектора на рынке бытовых услуг.

За 9 месяцев 2017 года в муниципальных образованиях Краснодарского края проведена следующая работа по легализации деятельности лиц, оказывающих бытовые услуги без соответствующей государственной регистрации:

выявлено 254 факта оказания бытовых услуг лицами без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица;

постановлено на налоговый учет (оформлено в качестве индивидуальных предпринимателей) 90 граждан, что позволило увеличить налоговые поступления в бюджет на сумму 445,3 тыс. рублей;

предприниматели оформили 104 трудовых договора с работниками.

Для наиболее полного обеспечения населения Краснодарского края качественными, в первую очередь социально значимыми бытовыми услугами, необходимо на местах вести систематическую работу с предпринимателями по благоустройству объектов бытовых услуг, проводить на постоянной основе мероприятия по повышению квалификации работников отрасли, в сотрудничестве с правоохранительными органами выявлять и принимать меры по легализации «надомников», оказывающих бытовые услуги без соответствующей регистрации, проводить работу по обеспечению удаленных населенных пунктов социально значимыми бытовыми услугами, оказывать содействие развитию выездных форм обслуживания.

В проводимом министерством экономики Краснодарского края мониторинге состояния конкурентной среды в крае из 22385 предпринимателей, прошедших анкетирование, 1216 относятся к предоставлению бытовых услуг.

Основной продукцией бизнеса являются услуги 93% (1127), далее идет конечная продукция 5% (58) и только 2% (21 респондент) занимаются торговлей или дистрибуцией товаров и услуг, произведенных другими компаниями.

Основным географическим рынком бытовых услуг 84% (1024) выделяют локальный рынок – отдельные муниципальные образования. Исходя из проведенного анализа анкет, 11% (129) отметили, что основным рынком для их бизнеса, является рынок Краснодарского края; 4% (54) предлагают свои услуги на рынках нескольких субъектов Российской Федерации, и только 1 респондент отметил страны дальнего зарубежья в качестве рынка сбыта своих услуг.

Принимая во внимание конкурентоспособность, как один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса, почти 48% (583) отметили, что наиболее важную роль на рынке бытовых услуг играет высокое качество, 23% (280) считают залогом успеха – низкую стоимость предоставляемых услуг, а 12% (149) ставят на первое место доверительные отношения с клиентами.

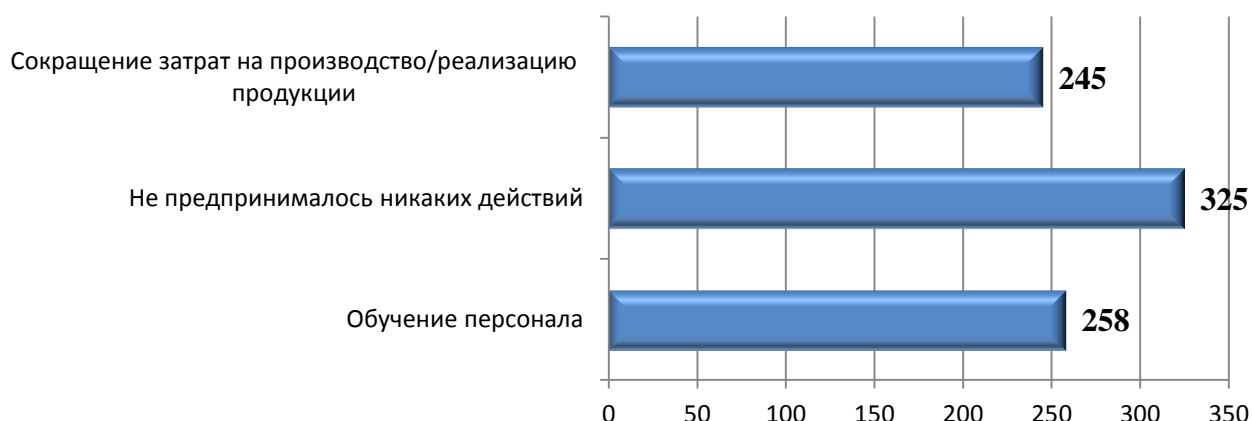
Факторы конкурентоспособности услуг (количество организаций)



По примерным оценкам, опрошенных предпринимателей, объемы реализации продукции/работ/услуг бизнеса, который они представляют, на основном рынке при увеличении цены данной продукции/работ/услуг на 15% при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, 34%(412) ответили, что объемы продаж не изменятся, 22% (263) - объемы продаж снизятся менее чем на 15%, а затрудняются ответить 19% (234).

С целью сохранения рыночной позиции бизнеса на рынке бытовых услуг, а также повешения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, 27% (325) не предпринимали никаких действий, в то же время 21% (258) обучали персонал, а 20% (245) сокращали затраты на производство и реализацию продукции, не снижая при этом объема производства/реализации продукции.

Меры повышения конкурентоспособности (количество организаций)



Также, предприниматели охарактеризовали условия ведения своего бизнеса по уровню конкуренции в занимаемом секторе следующим образом:

- 36% (438) считает, что на рынке бытовых услуг конкуренция умеренная, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

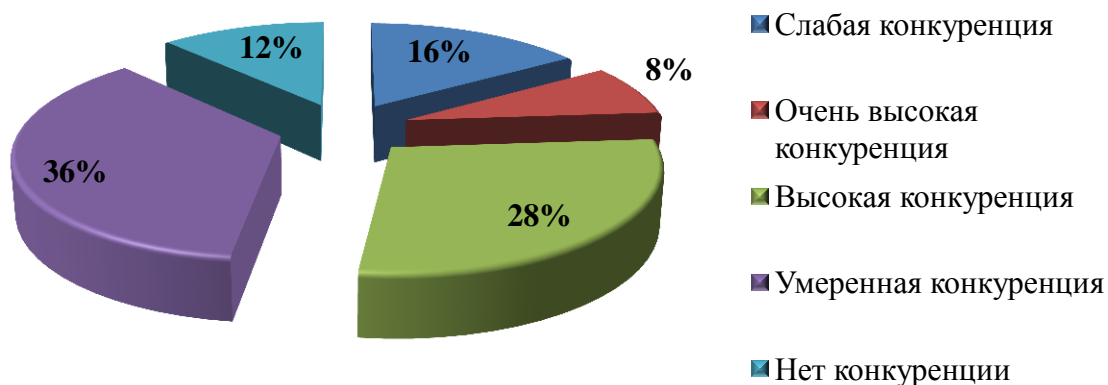
- 28% (344) уверены, что для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – высокая конкуренция;

- почти 16% (192) отметили слабый уровень конкуренции на рынке бытовых услуг. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

- 12% (145) указали на отсутствие конкуренции на рынке бытовых услуг, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

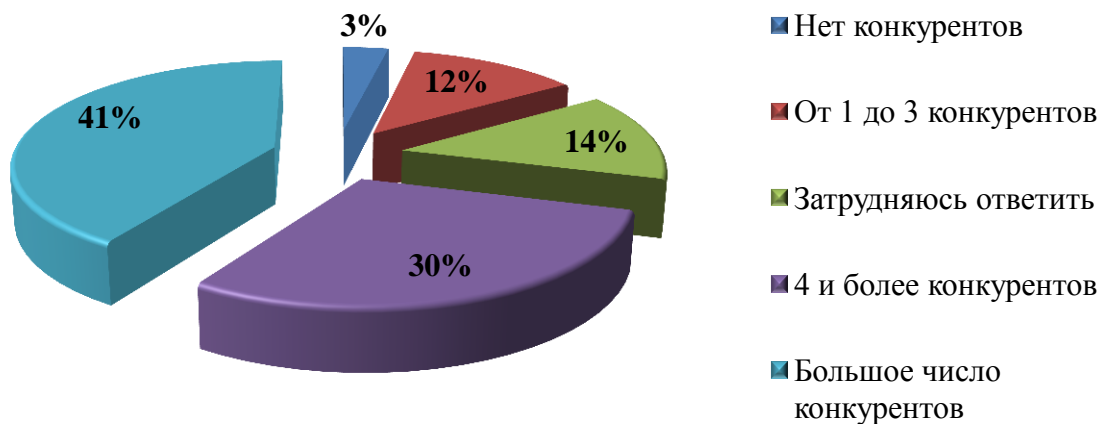
- 8% (97) видят конкуренцию в данном секторе очень высокой, и считают, что успех сохранения рыночной позиции своего бизнеса заключается в регулярном (раз в год или чаще) применении новых способов повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемых компанией ранее.

Уровень конкуренции на рынке бытовых услуг



Анализ результатов опроса о количестве конкурентов в занимаемом секторе бытовых услуг показал, что предприниматели ответили «Сложно подсчитать (большое число конкурентов)» у 41% (498), «4 и более конкурентов» у 30% (360). Мнение «от 1 до 3 конкурентов» сложилось у 12% (150), отметку в графе «Нет конкурентов» поставили 3% (40), а 14% (168) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

Количество конкурентов



По вопросу изменения числа конкурентов 43% (523) отметили, что число конкурентов увеличилось; 22% (266) считают, что число конкурентов не изменилось; и лишь 3% (39) отметили снижение числа конкурентов.

На вопрос, что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, ответило 766 предпринимателей.

По их мнению, наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало появление новых российских конкурентов - 48% (364), изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей - 23% (174). Ответ «Другое» выбрали 18% опрошенных (215).

А по мнению 379 предпринимателей произошло сокращение числа конкурентов на рынке. В следствии изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей - 20% (74), из-за ухода российских конкурентов с рынка – 17% (64), сделки слияния и поглощения – 14% (54), «Другое» выбрали 43% (162).

По мнению всех опрошенных предпринимателей наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке, являются: высокие налоги – 23% (284 респондента), высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – 15% (188), нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – 13% (154), сложность получения доступа к земельным участкам – 6% (77) и недостаток квалифицированных кадров выбрали 5% (55).

Наиболее часто сталкиваются с административными барьерами при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью 23% (192 респондента), при регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства 22% (185) и 395 респондентов не смогли ответить.

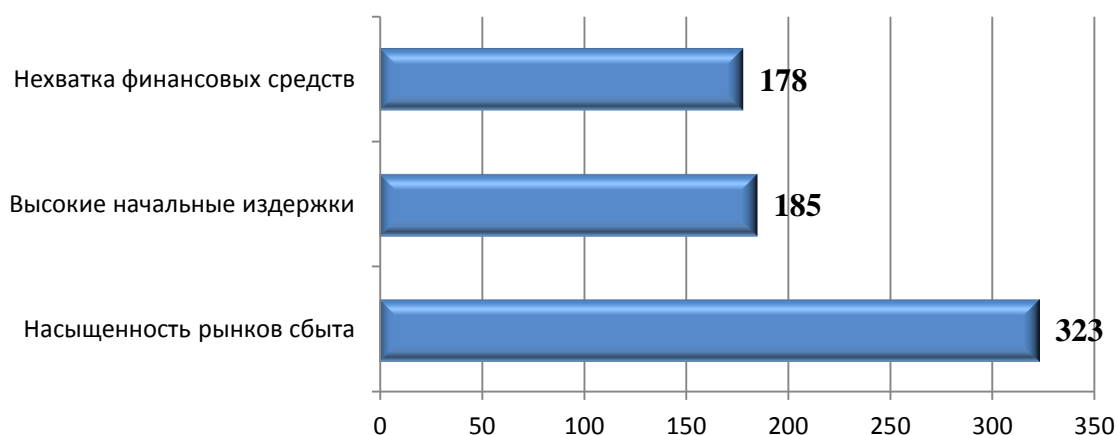
По оценке предпринимателей, бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры чем раньше – 31% (383). Уровень и количество административных барьеров не изменились считают 25% (305), административные барьеры были полностью устранены – 14% (170) и 13% (156) не смогли ответить на вопрос.

По результатам анкетирования 87% (587) уверены, что органы власти помогают бизнесу своими действиями, 27% (326) считают, что в чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают и лишь 15% (180) думают, что органы власти ничего не предпринимают, что и требуется.

В результате проведенного опроса 15% (158) планируют выход на новые рынки услуг.

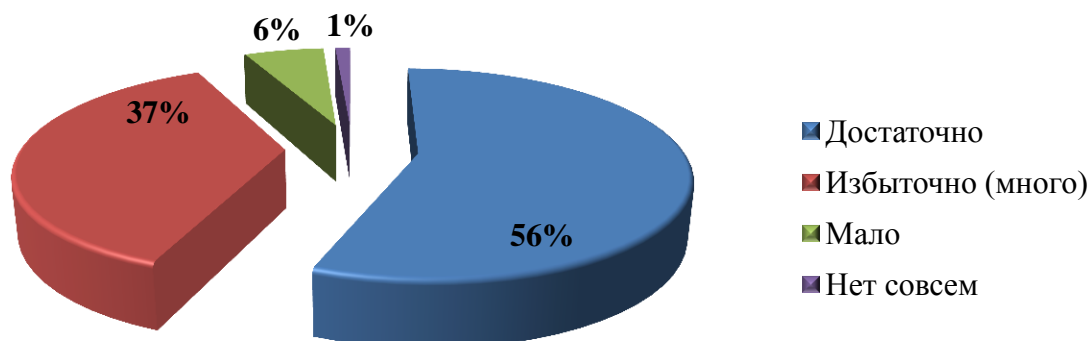
Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса в части реализации нового товара/работы/услуги, по мнению предпринимателей, служит насыщенность рынка сбыта – так отметили 27% (323), высокие начальные издержки – мнение у 15% (185), а нехватка финансовых средств – так ответили 14% (178).

Препятствия для расширения действующего бизнеса (количество организаций)



Проведенный опрос рынка бытовых услуг среди населения края (62840 человек) показал следующие результаты: 56% опрошенных говорят о достаточном количестве рынка в регионе, 37% высказались об избыточности рынка, 6% респондентов придерживаются позиции, что данного рынка мало, а лишь 1% считают, что его нет совсем.

Количество организаций (по мнению потребителей)



В опросе по оценке качества на рынке бытовых услуг, 85% опрошенного населения характеризует уровень качества услуг как удовлетворительный; 10% считает уровень услуг скорее удовлетворительным и только 5% респондентов не удовлетворены качеством услуг.

4.3. Рынок санаторно-курортных и туристских услуг.

В Краснодарском крае около 5 000 средств размещения и около 14 000 частных квартиростатчиков, туристские услуги оказывают свыше 600 организаций.

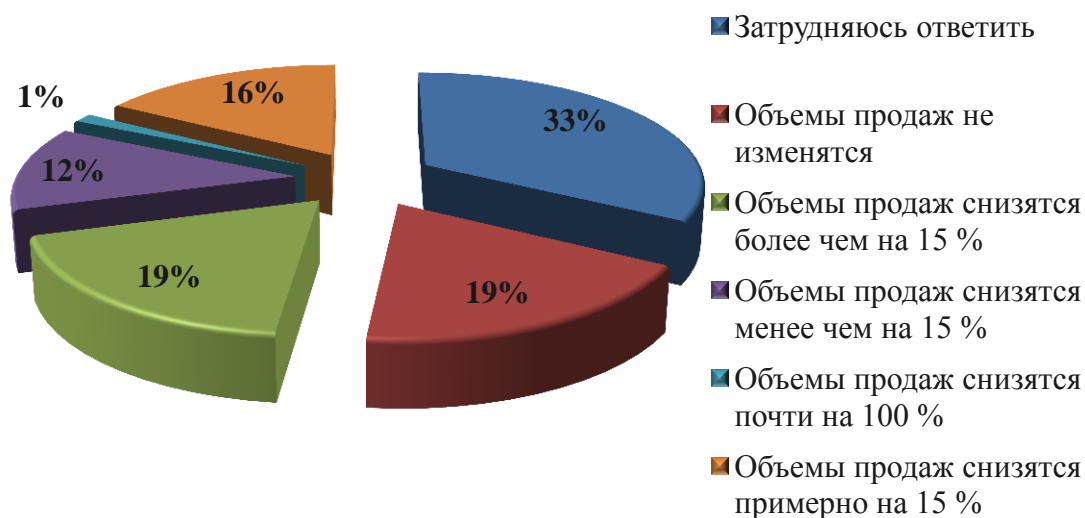
Ежегодно поток отдыхающих на курорты Краснодарского края растет, так в 2014 году край посетили около 13,8 млн. человек, в 2015 году число

туристов составило 15,0 млн. человек, в 2016 году – 15,8 млн. человек. С начала 2017 года до конца лета Краснодарский край принял более 12,6 млн. туристов. Число работающих в отрасли – более 100 тыс. человек. Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, 1 107 имеют отношение к рынку санаторно-курортных и туристских услуг.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **406**, на рынке Российской Федерации – **366**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынок Краснодарского края – **276**, на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **46**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке санаторно-курортных и туристских услуг при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из 1107 опрошенных предпринимателей **19%** (204) ответили, что не изменятся, **19%** (204) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **16%** (181) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, **12%** (135) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. и лишь **1%** (14 из 1107) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%, **33%** (369) – затруднились с ответом.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке санаторно-курортных и туристских услуг, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **48%** опрошенных (529). На втором месте – низкая цена, это отмечают **20%** (219) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, доверительные отношения с клиентами – **18%** (200).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке санаторно-курортных и туристских услуг являются обучение персонала (проводили в **550** организациях из **1107** опрошенных) и выход на новые географические рынки (в **435** организациях из **1107** респондентов). В **274** организациях проводились мероприятия по сокращению затрат.

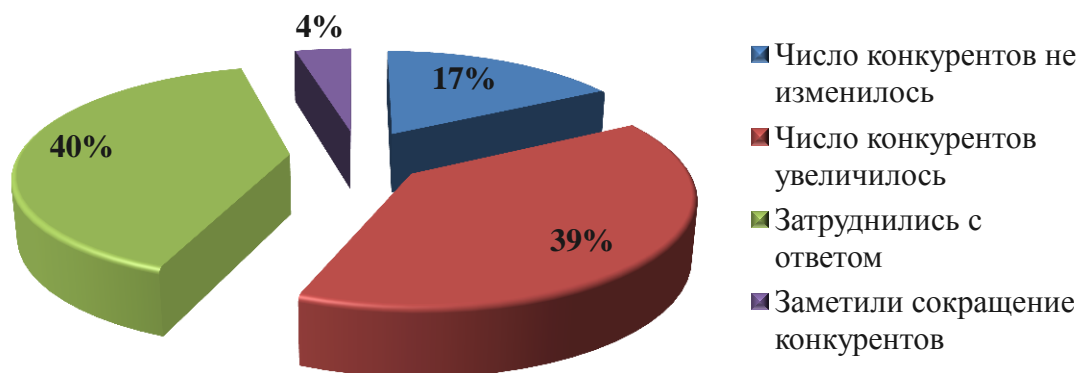
Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **52%** (580) представителей бизнеса, а **18%** (203) считают, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее. В то же время **7%** (78) респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.

Количество конкурентов представители рынка санаторно-курортных и туристических услуг оценили следующим образом:

- **54%** (598) говорят о большом числе конкурентов;
- **19%** (215) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **15%** (161) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **2%** (19) высказали позицию, что конкурентов нет;
- **10%** (114) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года на рынке санаторно-курортных и туристских услуг **39%** (404) говорят, что число конкурентов увеличилось, число конкурентов не изменилось – так считает **17%** (168) опрошенных, **4%** (38)- заметили сокращение конкурентов на рынке, а **40%** (398) затруднились ответить на вопрос.

Количество конкурентов



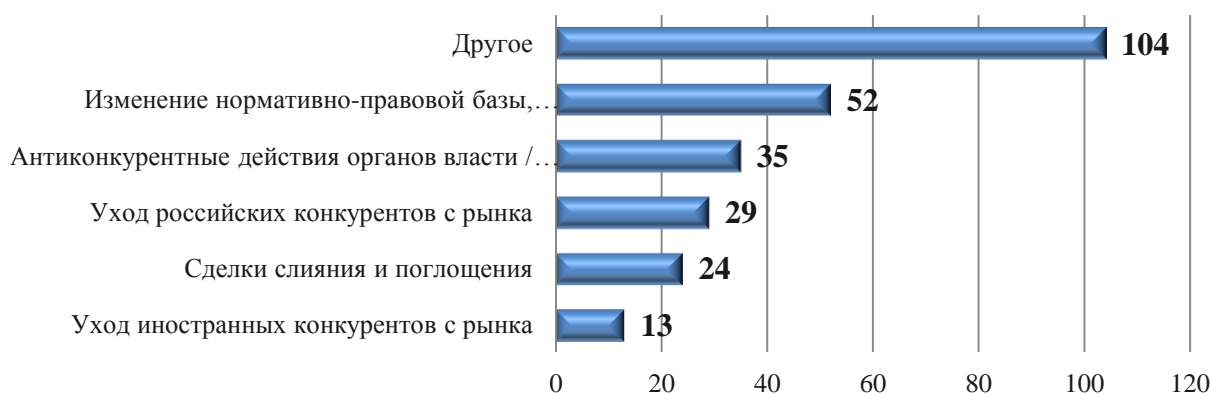
По мнению опрошенных представителей рынка санаторно-курортных и туристских услуг наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке оказывает появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так ответил **46%** (231) опрошенных, **14%** (68) говорят об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **8%** (41) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». Значительное количество респондентов, а именно **32%** (159) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **20%** (52) указало на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **14%** (35) утверждают о «антиконкурентных действиях органов власти / давлении со стороны органов власти». Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **11%** (29) респондентов, **9%** (24) говорят о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий, а **5%** (13) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению **41%** (104) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели по-прежнему, как и в 2016 году назвали:

- высокий уровень налогов - **16%** (382) предпринимателей;
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **13%** (308);
- сложность получения доступа к земельным участкам – **12%** (290);
- получение разрешения на строительство – **11%** (278);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **9%** (229).

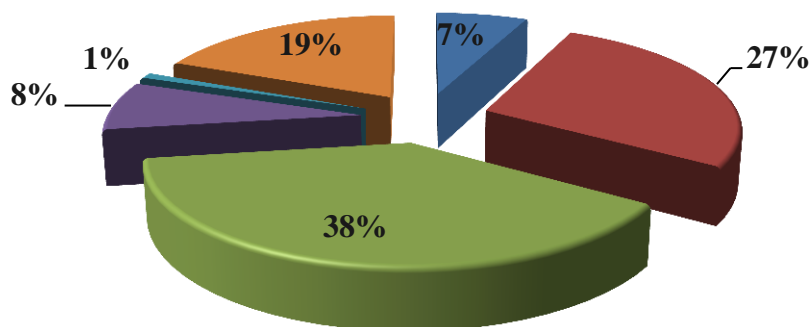
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **38%** (354);
- административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **27%** (250);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **19%** (171).

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

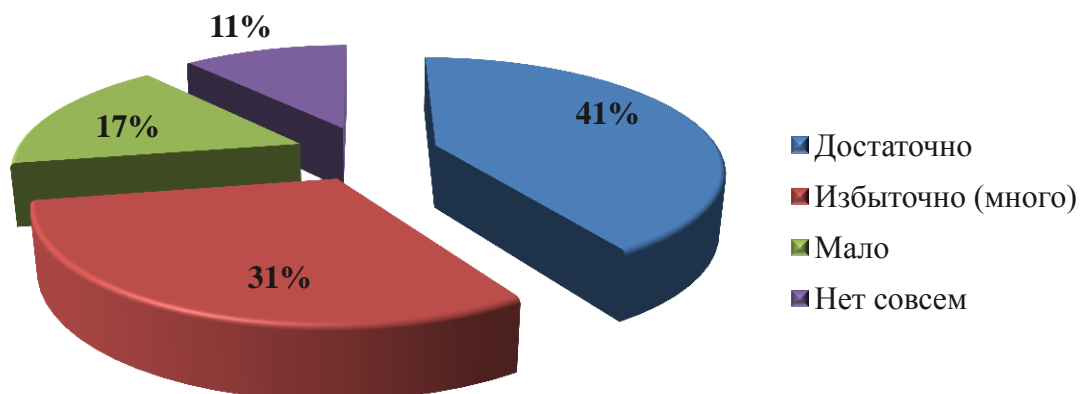
- ✓ аренда зданий, помещений – **34 %** (387);
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **16 %** (181);
- ✓ приобретение зданий, помещений – **13%** (152);
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **10%** (110) опрошенных.

Большинство опрошенных представителей рынка санаторно-курортных и туристских услуг не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **25%** (230), а **31 %** (289) респондентов планирует выход на новые продуктовые и географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **562** респондента из **1107**), **405** респондентов поставили отметку в графе «насыщенность рынков сбыта». Еще одно препятствие - высокие начальные издержки (**226** опрошенных из **1107**)

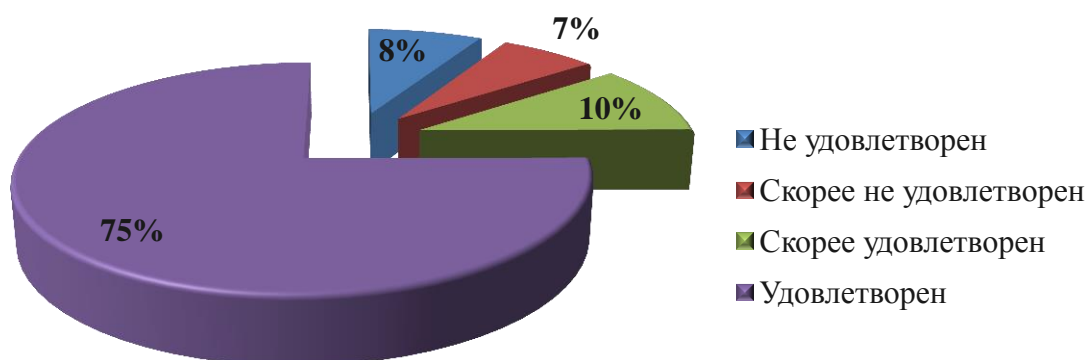
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок санаторно-курортных и туристских услуг следующим образом: **41%** (51 681) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **31%** (38 977) говорят об избыточности, а еще **17%** (20 741) опрошенных считают, что санаторно-курортных и туристских услуг мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством санаторно-курортных и туристских услуг относительно высокая и высокая **10%**(12954) и **75%** (94380) респондентов ответили соответственно. Однако, **7%**(8369) опрошенных граждан говорят, что они скорее не удовлетворены услугами, а **8%** (9977) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке санаторно-курортных и туристских услуг в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

4.4. Рынок пищевой продукции

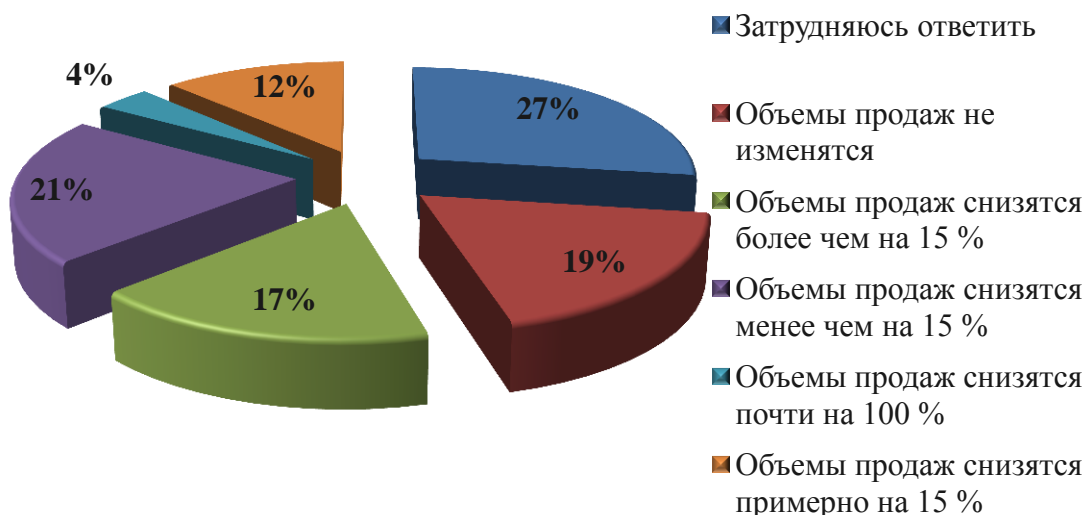
Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **1405** имеют отношение к рынку пищевой продукции.

В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на рынке Краснодарского края – **660**,

часть товаров и услуг предприниматели оказывают на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **475**, на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **147**, на рынке Российской Федерации – **97**.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке пищевой продукции при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из 1405 опрошенных предпринимателей **27%** (385) – затруднился с ответом, а **21%** (298) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. **19%** (260) ответили, что не изменятся, **17%** (239) респондентов указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **12%** (172) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и лишь **4%** (51 из 1405) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке пищевой продукции, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **54%** опрошенных (756). На втором месте – низкая цена это отмечают **24%** (333) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных – уникальность продукции так отметили – **9%** (27). Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **3%** (20) респондентов.

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке пищевой продукции являются мероприятия по сокращению затрат (в **469** организациях из **1405** респондентов) и обучение персонала (проводили в **389** организациях из **1405** опрошенных). В **362** из **1405** предпринимаются новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии).

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данном рынке необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считает **30%** (415) представителей бизнеса. В то же время **28%** (391) респондентов отметили, что, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) необходимо применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее, а **20%** (279) считают, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное).

Количество конкурентов представители рынка пищевой продукции оценили следующим образом:

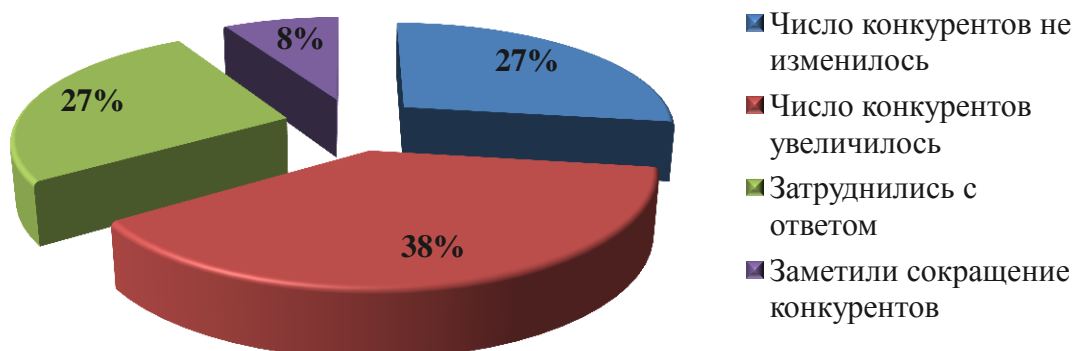
- **37%** (526) сообщили о 4 и более конкурентах;
- **27%** (385) говорят о большом числе конкурентов;
- **18%** (247) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;
- **15%** (210) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

- **3%** (37) высказали позицию, что конкурентов нет;

За последние 3 года на рынке пищевой продукции число конкурентов увеличилось – так считает **38%** (495) опрошенных, **27%** (354) говорят, число

конкурентов не изменилось, **8%** (107)- заметили сокращение конкурентов на рынке, а **27%** (342) затруднились ответить на вопрос.

Количество конкурентов



По мнению опрошенных представителей рынка пищевой продукции наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке оказывает появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так ответил **38%** (370) опрошенных, **27%** (242) говорят об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **8%** (53) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». Так же **27%** (204) респондентов отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

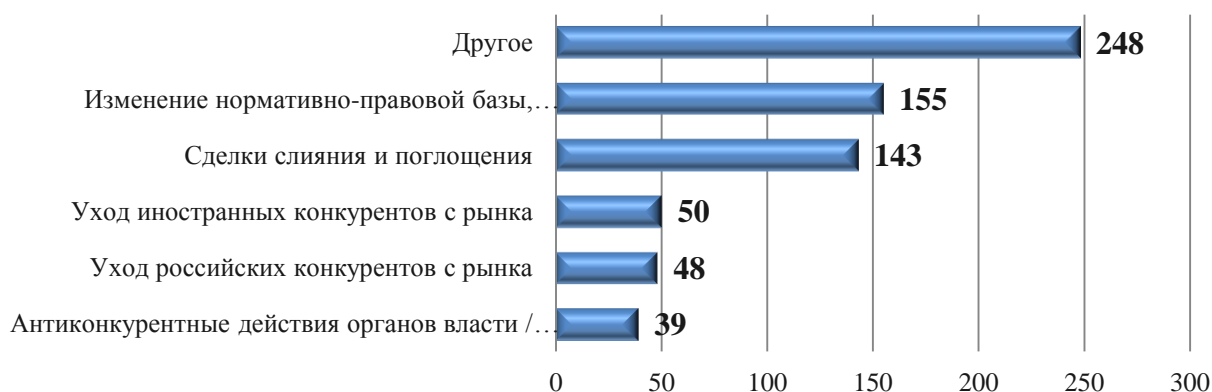
Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа конкурентов** на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, **23%** (155) указало на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей, **21%** (143) говорят о сильном влиянии на сокращение

числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили **7%** (48) респондентов, а **7%** (50) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», **6%** (39) утверждают о «антиконкурентных действиях органов власти / давлении со стороны органов власти», но, по мнению **36%** (248) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели по-прежнему, как и в 2016 году назвали:

- высокий уровень налогов - **22%** (655) предпринимателей;
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **14%** (401);
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **9%** (273);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **9%** (255);
- высокие транспортные и логистические издержки – **8%** (221);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **6%** (186).

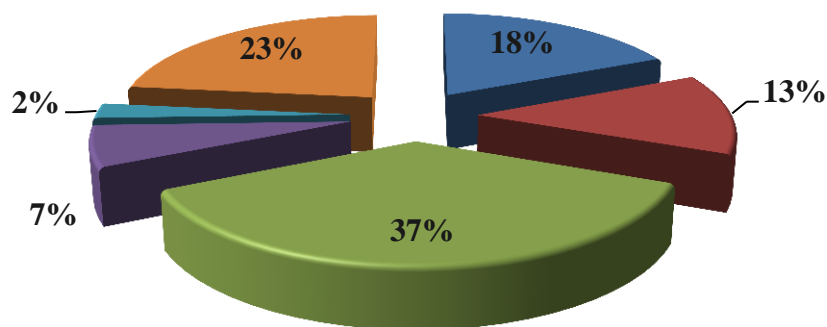
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **37%** (433);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **23%** (273).
- административные барьеры были полностью устранены – **18%** (215);

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

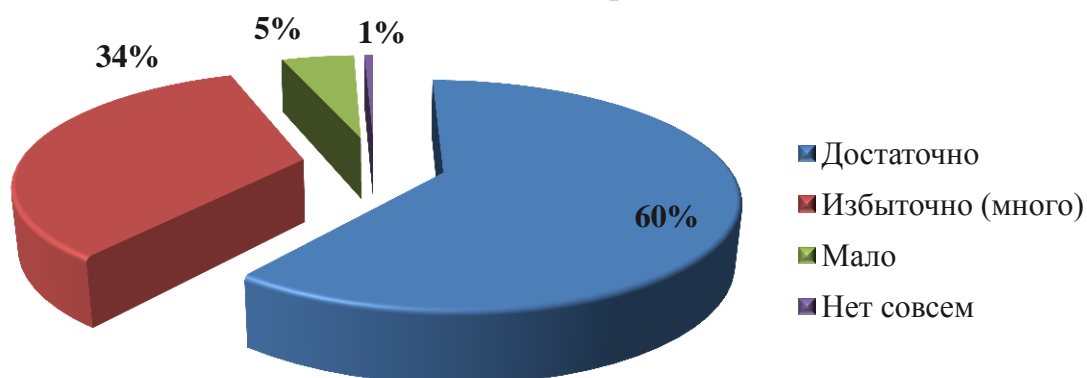
- ✓ контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **21%** (340);
- ✓ сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **16%** (255);
- ✓ технологическое присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **11%** (176);
- ✓ регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **8%** (127);
- ✓ лицензирование отдельных видов деятельности – **8%** (123) опрошенных.

Большинство опрошенных представителей рынка пищевой продукции не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года – **27%** (334), **20%** (250) планирует выход продуктовые рынки, а **19%** (242) респондентов планирует выход на новые географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, является нехватка финансовых средств (так высказалось **507** респондентов из **1405**). Следующее препятствие - высокие начальные издержки (**460** опрошенных из **1405**), а **390** респондент поставил отметку в графе «насыщенность рынков сбыта».

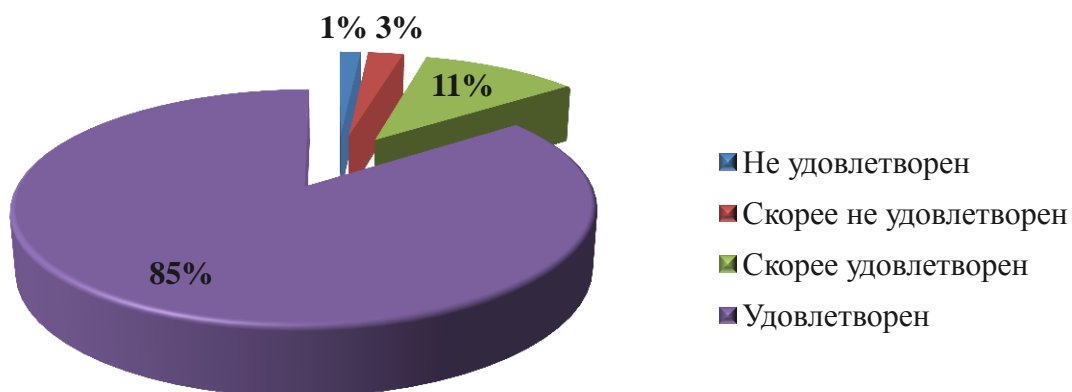
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок рынка пищевой продукции следующим образом: **60%** (38 057) опрошенных считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **34%** (21 259) говорят об избыточности, а еще **5%** (3141) опрошенных считают, что рынок пищевой продукции мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг рынка пищевой продукции относительно высокая и высокая **85%**(53 508) и **11%** (6 866) респондентов ответили соответственно. Однако, **3%**(1551) опрошенных граждан говорят, что они скорее не удовлетворены услугами, а **1%** (914) респондентов вообще не удовлетворены.

Качество услуг (по мнению потребителей)



4.5. Рынок композитных материалов.

На территории Краснодарского края производством продукции с использованием композитных материалов занимаются 10 предприятий

В соответствии с методическими рекомендациями по разработке региональных программ по применению композитных материалов, утвержденными приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 30 августа 2013 года № 1393, был произведен

анализ применения композитных материалов при строительстве (реконструкции) объектов капитального строительства за счет средств краевого бюджета в рамках мероприятий соответствующих государственных программ Краснодарского края, а также использования спортивного инвентаря, изготовленного из композитных материалов, и проработан вопрос по проведению в Краснодарском крае выставочно-ярмарочных мероприятий, направленных на популяризацию и внедрение композитных материалов, включая подготовку обоснований затрат на данные мероприятия из средств краевого бюджета.

По результатам проведенной работы в государственную программу Краснодарского края «Развитие промышленности Краснодарского края и повышение ее конкурентоспособности» постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 15 июня 2017 года № 429 внесены изменения, в соответствии с которыми данная государственная программа дополнена мероприятием по организации и проведению выставок, ярмарок, конференций (в том числе международных) или оказанию содействия в их проведении в рамках информационно-консультационной поддержки субъектов деятельности в сфере промышленности, в том числе по вопросам производства, применения и использования изделий из композитных материалов.

Из 139 опрошенных респондентов в сфере композитных материалов, у **52%** (72) основной продукцией бизнеса является конечная продукция, **22%** (30) занимаются сырьем или материалами для дальнейшей переработки, **15%** (21) занимаются компонентами для производства конечной продукции. Также **8%** (11) осуществляют торговлю или дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, **3%** (4 респондента) оказывают услуги в сфере композитных материалов.

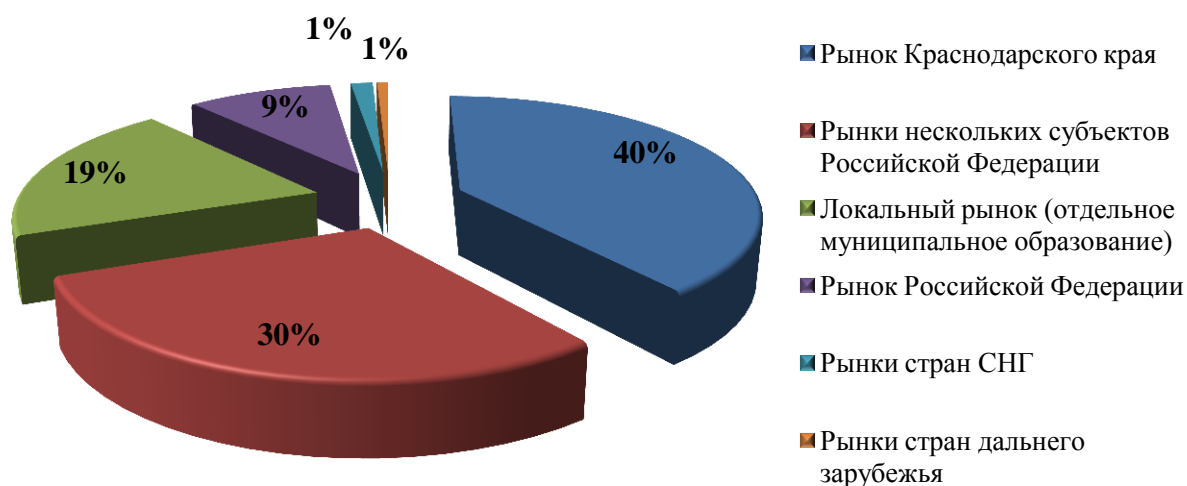
Основная продукция бизнеса



Географический анализ рынков сбыта

Основным географическим рынком композитных материалов **40%** (55) выделяют рынок Краснодарского края, немногим меньшую популярность имеют: рынок нескольких субъектов РФ, на котором предлагают свои услуги **29%** (41), и локальный рынок (отдельное муниципальное образование) - **19%** (27). Меньшей популярностью среди предпринимателей пользуются более масштабные рынки композитных материалов, к примеру, рынок РФ, стран СНГ и дальнего зарубежья. Исходя из проведенного анализа анкет, **9%** (13) отметили, что основным рынком для их бизнеса, является рынок Российской Федерации, **1%** (2) предлагают свои услуги на рынке стран СНГ и только 1 респондент отметил страны дальнего зарубежья.

Географические рынки бизнеса



Факторы конкурентоспособности

Принимая во внимание конкурентоспособность, как один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса, **41%** (57) отметили, что наиболее важную роль на рынке композитных материалов играет высокое качество, **26%** (36) считают залогом успеха – низкую стоимость предоставляемых товаров и услуг, а **23%** (32) ставят на первое место уникальность продукции.

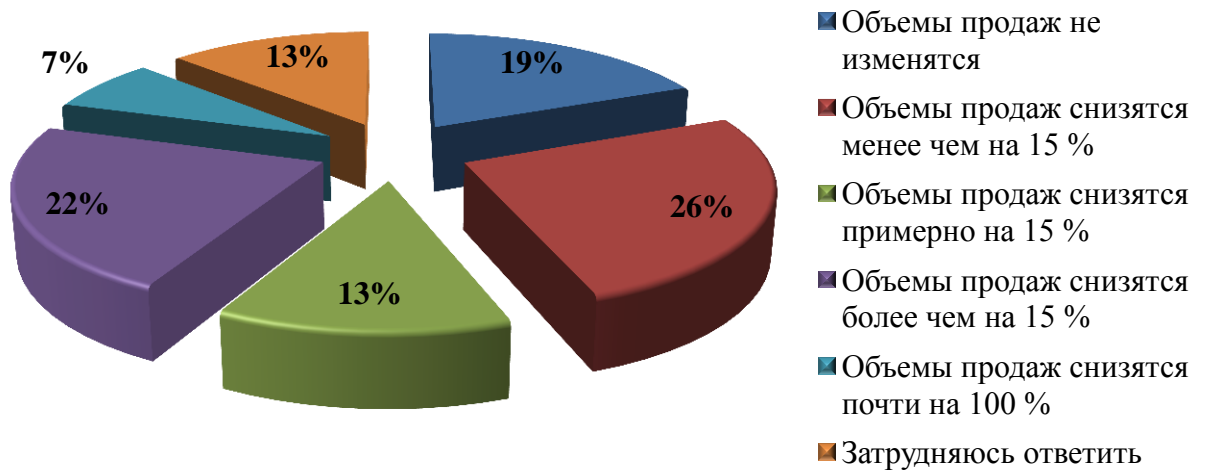
Факторы конкурентоспособности



В случае снижения объема реализации продукции/ работ/ услуг бизнеса на основном рынке при увеличении цены данной продукции/ работ/ услуг на 15% при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, **26%** (36) считают, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%, **22%** (31) считают, что объемы продаж снизятся более чем на 15%. Также **19%** (26) уверены,

объемы продаж не изменятся, **23%** (18) считают, что объемы продаж снизятся примерно на 15%. Снижение объемов продаж почти на 100% оценивают **7%** (10), а **13%** (18) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Меры повышения конкурентоспособности

С целью сохранения рыночной позиции бизнеса на рынке композитных материалов, а также повешения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, **50%** (69) сокращали затраты на производство и реализацию продукции, не снижая при этом объема производства/реализации, также **36%** (50) отметили, что именно покупка машин и технологического оборудования позволила им увеличить свои показатели. В тоже время **24%** (33) проводили обучение персонала, **22%** (30) применяли новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии), **18%** (25) приобретали технологии, патенты, лицензии, ноу-хау.

Меры повышения конкурентоспособности



Условия ведения своего бизнеса по уровню конкуренции в занимаемом секторе характеризуется предпринимателями следующим образом:

- **41%** (57) считает, что на рынке композитных материалов конкуренция умеренная, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса

необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

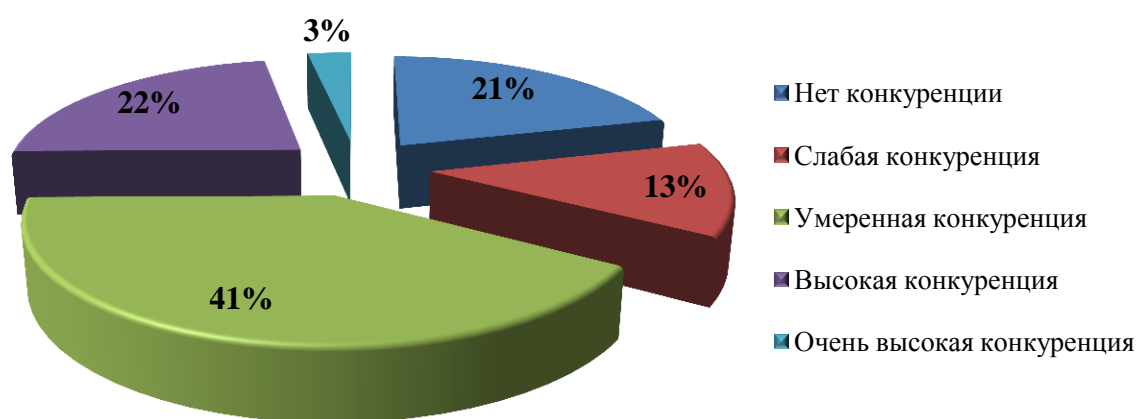
- **22%** (31) уверены, что для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – высокая конкуренция;

- **21%** (29) указали на отсутствие конкуренции на рынке композитных материалов, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.

- **13%** (18) отметили слабый уровень конкуренции на рынке композитных материалов. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

- **3%** (4) видят конкуренцию в данном секторе очень высокой, и считают, что успех сохранения рыночной позиции своего бизнеса заключается в регулярном (раз в год или чаще) применении новых способов повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемых компанией ранее.

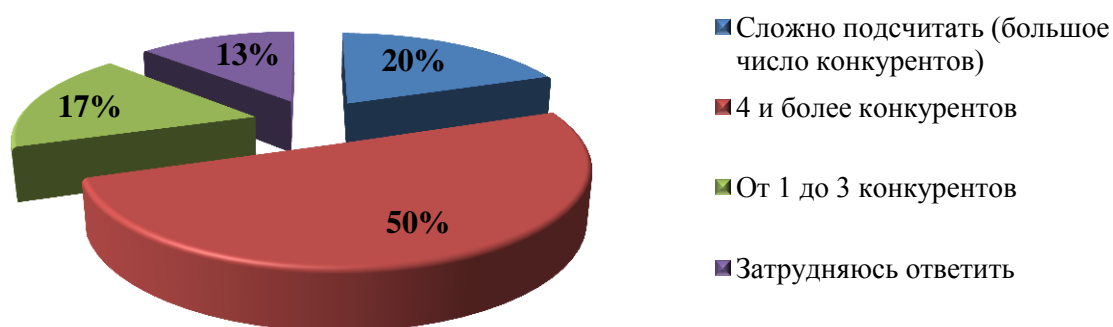
Оценка конкуренции хозяйствующими субъектами



Количество конкурентов

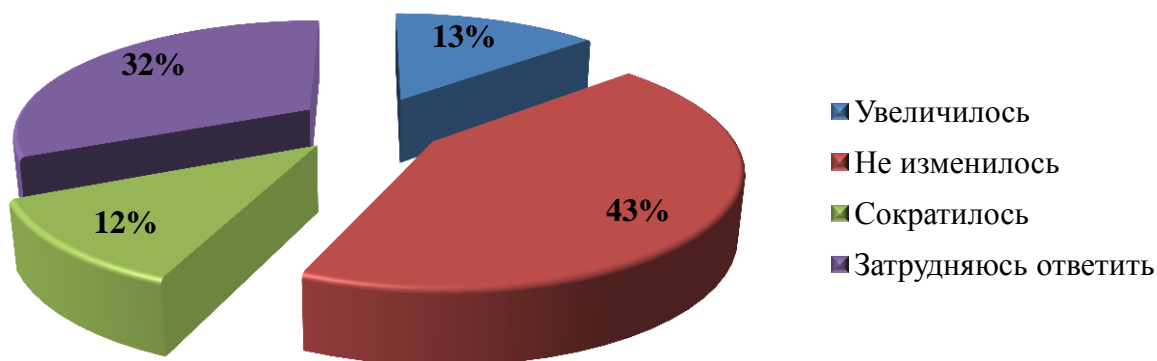
Анализ результатов опроса о количестве конкурентов в занимаемом секторе композитных материалов показал, что больше половины опрошенных - **50%** (70) оценивают примерное количество конкурентов для своего бизнеса в «4 и более конкурентов. Мнение «Сложно подсчитать (большое число конкурентов)» сложилось у **19%** (27). Отметку в графе «От 1 до 3 конкурентов» поставили **17%** (24), а **13%** (18) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

Количество конкурентов бизнеса



По вопросу изменения числа конкурентов **43%** (47) отметили, что число конкурентов не изменилось, **14%** (15) считают, что число конкурентов увеличилось, **12%** (13) отметили снижение числа конкурентов. Также **32%** (35) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

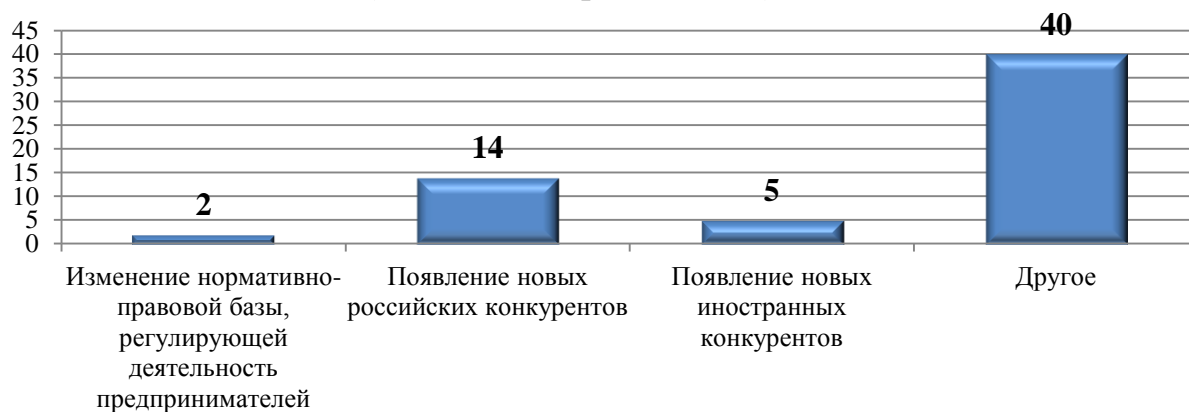
Изменение числа конкурентов бизнеса за 3 года



Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке композитных материалов, по мнению **23%** (14) оказало появление новых

российских конкурентов, а **8%** (5) считают появление новых иностранных конкурентов.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



В свою очередь среди опрошенных считающих, что число конкурентов снизилось, основной причиной выделяют сделки слияния и поглощения, такого мнение **50%** (26). Также **17%** (9) отметили, что изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей повлияло на снижение числа конкурентов.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Административные барьеры

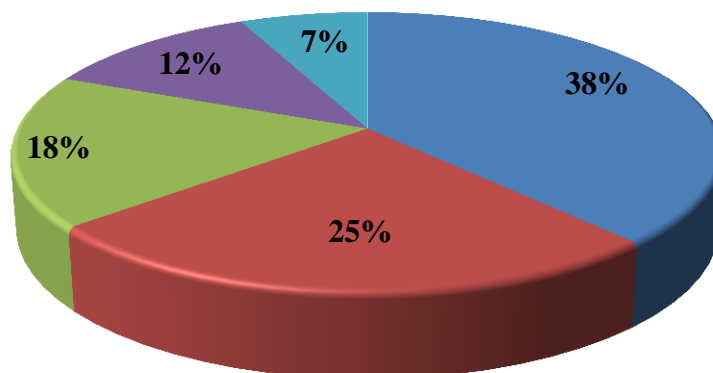
Наиболее существенным административным барьером для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке композитных материалов по мнению **26%** (36) являются высокие налоги, также ощутимо сказывается давление со стороны конкурентов, так считают **24%** (34). В свою очередь **19%** (27) отмечают высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (высокая стоимость кредитов), и по **14%** (19) выделяют недостаток квалифицированных кадров и высокие транспортные и логистические издержки.

Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



Административные барьеры за последние 3 года по мнению **38%** (39) были полностью устранены, **25%** (26) считают, что стало их проще преодолевать. Также **18%** (18) считают, что ситуация не изменилась, а **12%** (12) отмечают усложнение преодоления административных барьеров. В свою очередь **7%** (7) заявили об отсутствии барьеров, как и ранее.

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Уровень и количество административных барьеров не изменились
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее

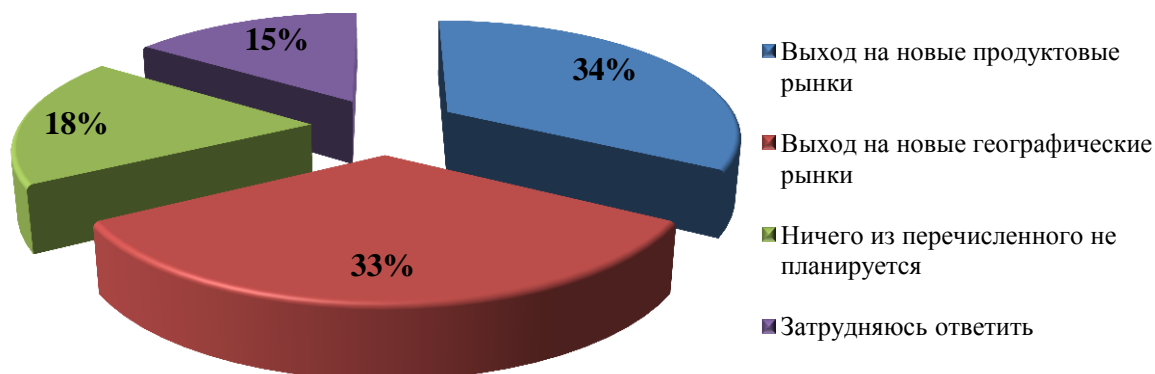
Наиболее часто приходится сталкиваться с административными барьерами, по мнению **17%** (24), при регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства. При контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью сталкивались **13%** (18). При технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **11%** (15).

Наиболее подверженные области сталкивающиеся с административными барьерами



В планах на ближайшие 3 года по расширению бизнеса, мероприятия по выходу на новые продуктовые рынки и выходу на новые географические рынки готовы осуществить равное количество опрошенных **24%** (33), а **13%** (18) не планируют данные мероприятия. **11%** (15) испытывают затруднения при ответе на данный вопрос.

Планируемые мероприятия для расширения бизнеса



Существенным препятствием для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара, по мнению **24%** (34) являются высокие начальные издержки. **22%** (30) выделяют насыщенность рынков сбыта, а отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынке отмечают **19 %** (27). Также **19%** (26) считают высокие транспортные издержки существенным препятствием для расширения бизнеса.

Наиболее существенные препятствия для развития (расширения) бизнеса (количество организаций)

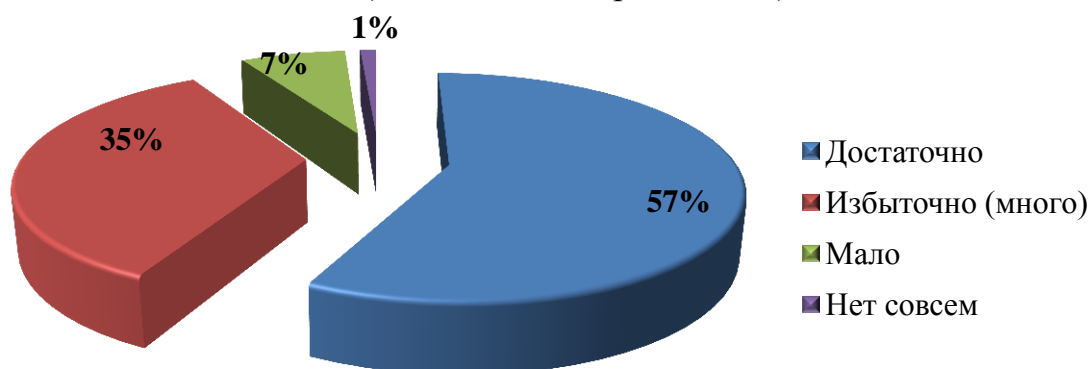


Мнение потребителей

Потребители охарактеризовали рынок композитных материалов следующим образом: **57%** (36 018) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **35%** (21 578) говорят об избыточности, **7%** (4 548) опрошенных считают, что предложения услуг мало.

Количество организаций

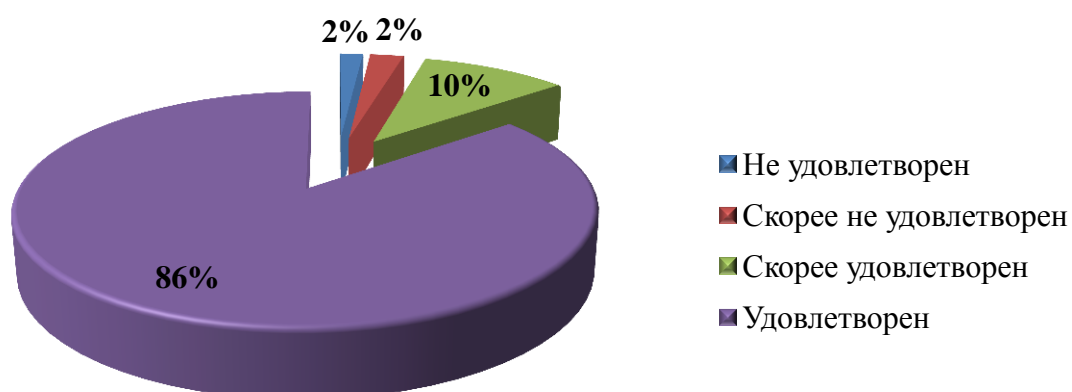
(по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг на рынке композитных материалов относительно высокая, «удовлетворены» **86%** (53 956) и «скорее удовлетворены» **10%** (6 416) респондентов. Однако **2%** (1470) опрошенных граждан говорят, что они «скорее не удовлетворены» услугами, и **2%** (998) респондентов вообще «не удовлетворены».

Качество услуг

(по мнению потребителей)



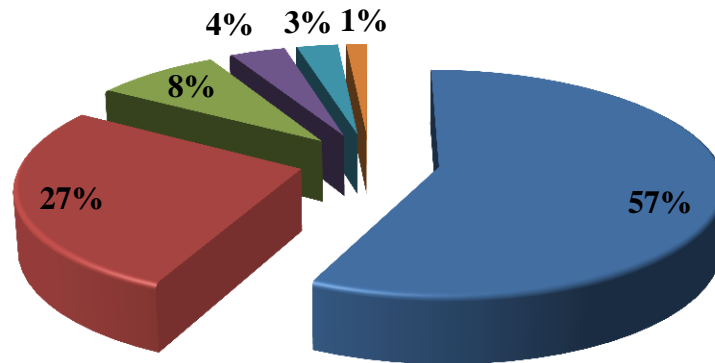
В целом, на рынке композитных материалов в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

4.6. Рынок продукции легкой промышленности.

Из 216 опрошенных респондентов в сфере легкой промышленности, у 57% (123 респондента) основной продукцией бизнеса является конечная продукция, 27% (58 респондентов) оказывают услуги в данной сфере, 8% (18 респондентов) занимаются компонентами для производства конечной продукции. Также 4% (8 респондентов) осуществляют торговлю или

дистрибуцию товаров и услуг, произведенных другими компаниями, 3% (6 респондентов) занимаются сырьем или материалами для дальнейшей переработки.

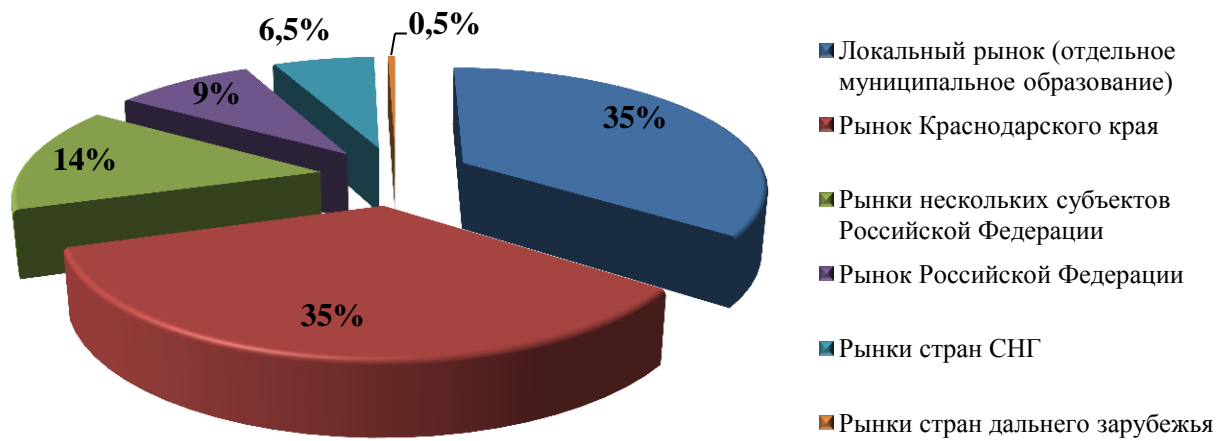
Основная продукция бизнеса



- Конечная продукция
- Услуги
- Компоненты для производства конечной продукции
- Торговля или дистрибуция товаров и услуг, произведенных другими компаниями
- Сырье или материалы для дальнейшей переработки
- Другое

Основными географическими рынками легкой промышленности выделяют локальный рынок (отдельное муниципальное образование) и рынок Краснодарского края по 35% (76 и 75 респондентов соответственно), меньшей популярностью среди предпринимателей пользуются более масштабные рынки композитных материалов, к примеру, рынок РФ, стран СНГ и дальнего зарубежья. Исходя из проведенного анализа анкет, 14% (31 респондентов) отметили, что основным рынком для их бизнеса, является рынок нескольких субъектов Российской Федерации, 9% (19 респондентов) выделяют рынок Российской Федерации, 6% (14 респондентов) предлагают свои услуги на рынке стран СНГ и только 1 респондент отметил страны дальнего зарубежья.

Географические рынки бизнеса



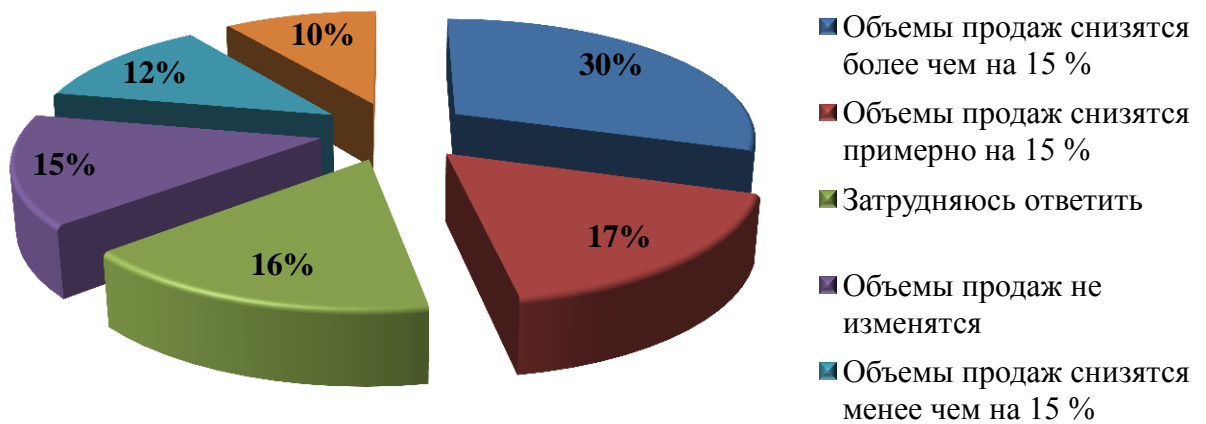
Принимая во внимание конкурентоспособность, как один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса, 53% (114 респондентов) отметили, что наиболее важную роль на рынке легкой промышленности играет высокое качество, 22% (47 респондентов) считают залогом успеха – низкую стоимость предоставляемых товаров и услуг, а 15% (33 респондента) ставят на первое место уникальность продукции.

Факторы конкурентоспособности



В случае снижения объема реализации продукции/ работ/ услуг бизнеса на основном рынке при увеличении цены данной продукции/ работ/ услуг на 15% при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, 30% (65 респондентов) считают, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, 17% (37 респондентов) считают, что объемы продаж снизятся примерно на 15%. Также 15% (32 респондента) уверены, что объемы продаж не изменятся, 12% (26 респондентов) считают, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%. Снижение объемов продаж почти на 100% оценивают 10% (21 респондент), а 16% (35 респондентов) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



С целью сохранения рыночной позиции бизнеса на рынке легкой промышленности, а также повешения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, 40% (87 респондентов) проводили обучение персонала, также 31% (67 респондентов) отметили, что именно покупка машин и технологического оборудования позволила им увеличить свои показатели. В тоже время 17% (36 респондента) применяли новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии), 16% (34 респондентов) разрабатывали новые модификации производимой продукции. А вот сокращение затрат на производство и реализацию продукции, без снижения объема производства/реализации, проводили 14% (31 респондент).

Меры повышения конкурентоспособности



Условия ведения своего бизнеса по уровню конкуренции в занимаемом секторе характеризуется предпринимателями следующим образом:

- 42% (91 респондент) считает, что на рынке легкой промышленности конкуренция умеренная, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

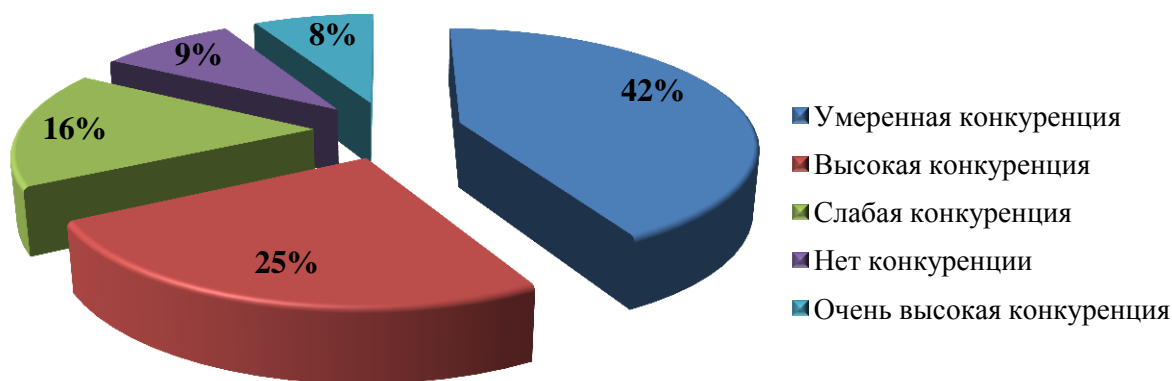
- 25% (54 респондент) уверены, что для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – высокая конкуренция;

- 16% (35 респондентов) отметили слабый уровень конкуренции на рынке легкой промышленности. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

- 9% (19 респондентов) указали на отсутствие конкуренции на рынке легкой промышленности, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.

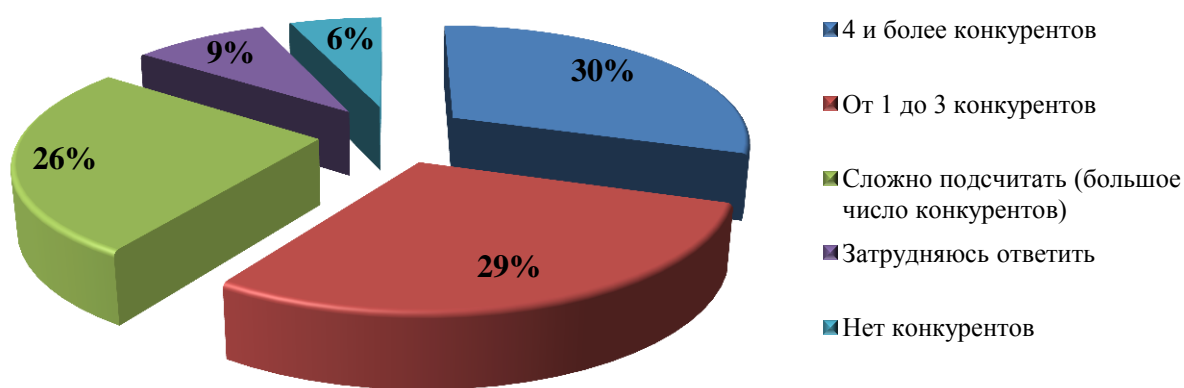
- 8% (17 респондента) видят конкуренцию в данном секторе очень высокой, и считают, что успех сохранения рыночной позиции своего бизнеса заключается в регулярном (раз в год или чаще) применении новых способов повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемых компанией ранее.

Оценка конкуренции хозяйствующими субъектами



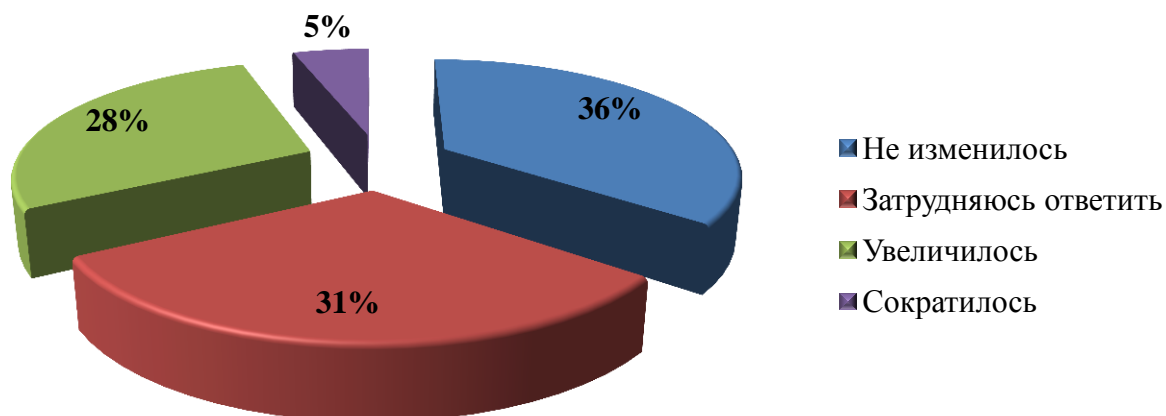
Анализ результатов опроса о количестве конкурентов в занимаемом секторе легкой промышленности показал, что 30% (65 респондентов) оценивают примерное количество конкурентов для своего бизнеса в «4 и более конкурентов». Отметку в графе «От 1 до 3 конкурентов» поставили 29% (63 респондента), мнение «Сложно подсчитать (большое число конкурентов)» сложилось у 26% (56 респондентов), а 13% (18 респондентов) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос. Также 6% (13 респондентов) указали, что конкуренты в данной сфере отсутствуют.

Количество конкурентов бизнеса



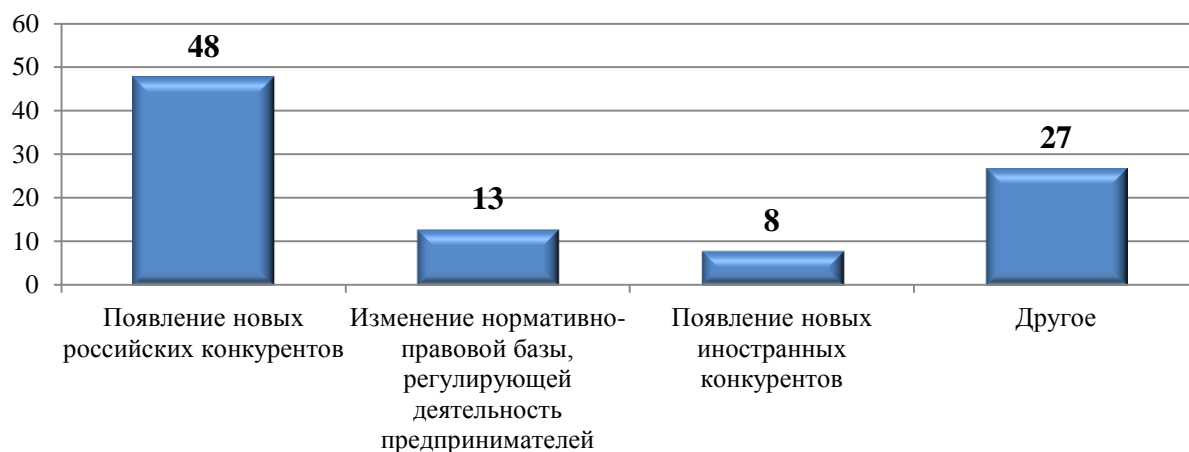
По вопросу изменения числа конкурентов за последние 3 года 36% (70 респондентов) отметили, что число конкурентов не изменилось, 28% (55 респондентов) считают, что число конкурентов увеличилось, 10% (5 респондентов) отметили снижение числа конкурентов. Также 31% (61 респондентов) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

Изменение числа конкурентов бизнеса за 3 года



Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке легкой промышленности, по мнению 50% (48 респондентов) оказало появление новых российских конкурентов, а 14% (13 респондентов), что изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей повлияло на увеличение числа конкурентов.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



В свою очередь среди опрошенных считающих, что число конкурентов снизилось, основной причиной выделяют изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, такого мнение 24% (12 респондентов). Также 16% (8 респондентов) отметили, что сделки слияния и поглощения повлияли на снижение числа конкурентов.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Административные барьеры

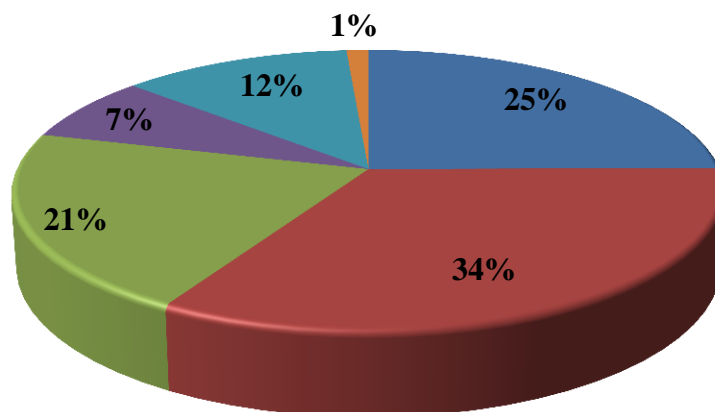
Наиболее существенным административным барьером для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке легкой промышленности по мнению 38% (83 респондента) являются высокие налоги, также ощутимо сказываются высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (высокая стоимость кредитов), так считают 19% (40 респондента). В свою очередь 16% (35 респондентов) отмечают недостаток квалифицированных кадров в данной сфере и 14% (30 респондентов) выделяют нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий.

Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



Административные барьеры за последние 3 года по мнению 34% (58 респондентов) стало проще преодолевать, 25% (43 респондента) считают, что барьеры были полностью устранены. Также 21% (36 респондентов) считают, что ситуация не изменилась, а 8% (13 респондентов) отмечают усложнение преодоления административных барьеров. В свою очередь 12% (21 респондент) заявили об отсутствии барьеров, как и ранее.

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Уровень и количество административных барьеров не изменились
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились

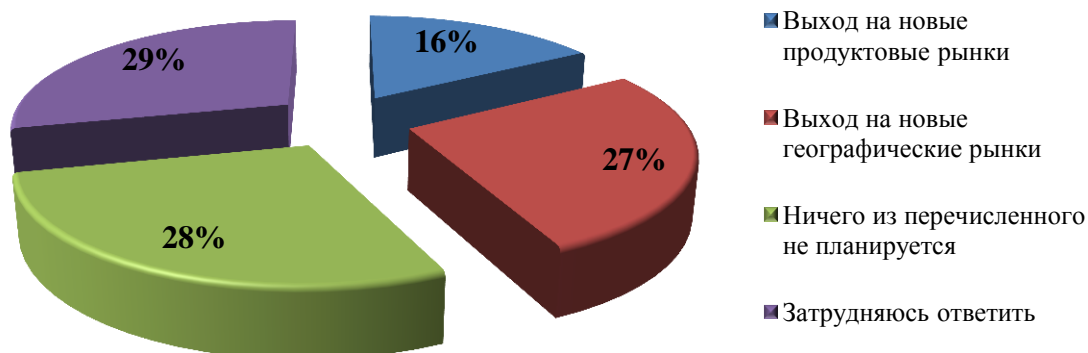
Наиболее часто приходится сталкиваться с административными барьерами, по мнению 27% (37 респондентов), при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью. При сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг сталкивались 15% (21 респондент). При технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – 13% (18 респондентов).

Наиболее подверженные области сталкивающиеся с административными барьерами



В планах на ближайшие 3 года по расширению бизнеса, мероприятия по выходу на новые географические рынки готовы осуществить 20% (44 респондента), а на новые продуктовые рынки всего 13% (27 респондентов). Также 21% (46 респондентов) не планируют данные мероприятия. 22% (47 респондентов) испытывают затруднения при ответе на данный вопрос.

Планируемые мероприятия для расширения бизнеса



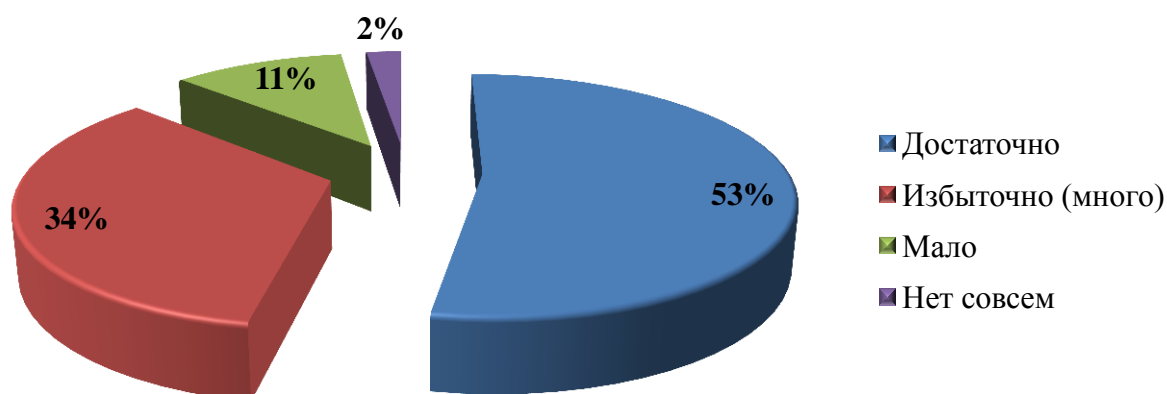
Существенным препятствием для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара, по мнению 36% (77 респондентов) является нехватка финансовых средств. 24% (52 респондента) выделяют высокие начальные издержки. Также 21% (46 резидентов) отмечают насыщенность рынков сбыта, а высокие транспортные издержки указывают 12% (26 резидентов).

Наиболее существенные препятствия для развития (расширения) бизнеса (количество организаций)



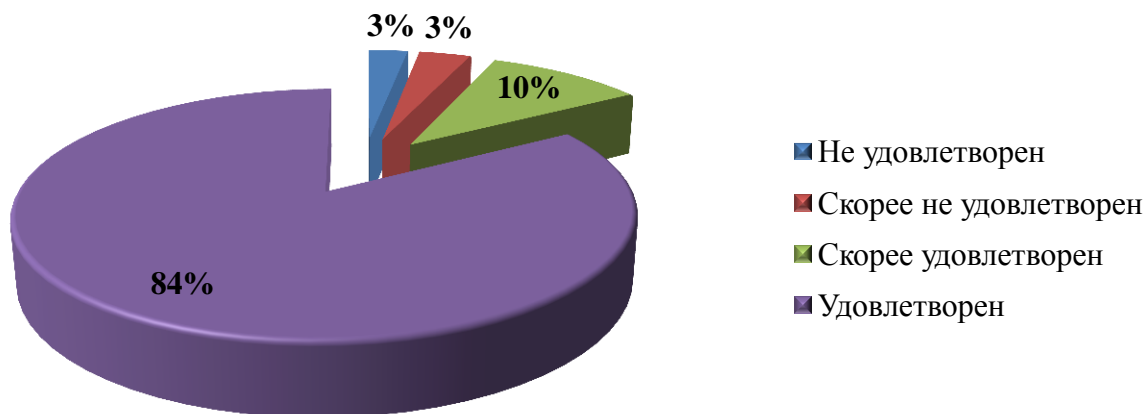
Потребители охарактеризовали рынок легкой промышленности следующим образом: **53%** (33249) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **34%** (21414) говорят об избыточности, **11%** (6800) опрошенных считают, что предложения услуг мало.

Количество услуг (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг на рынке легкой промышленности относительно высокая, «удовлетворены» **84%** (52592) и «скорее удовлетворены» **10%** (6483) респондентов. Однако **3%** (2132) опрошенных граждан говорят, что они «скорее не удовлетворены» услугами, и **3%** (1632) респондентов вообще «не удовлетворены».

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке легкой промышленности в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

4.7. Рынок продукции сельскохозяйственного машиностроения.

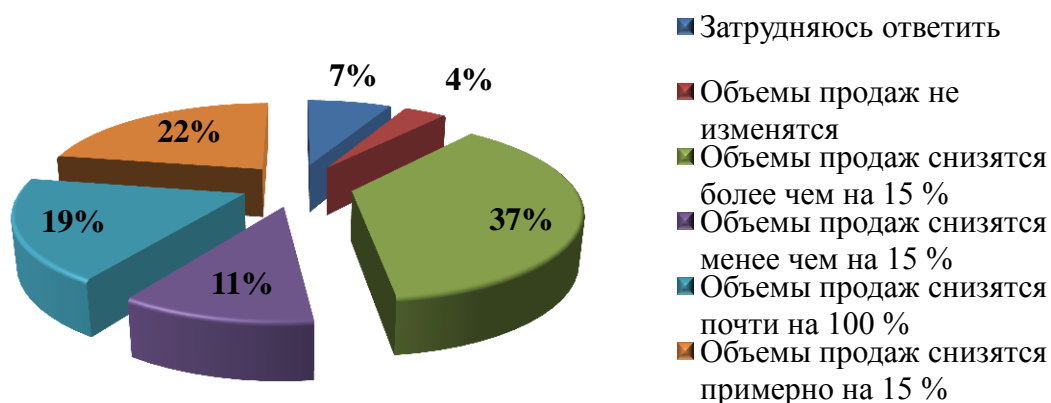
Одной из главных характеристик развития экономики Краснодарского края, традиционно являющимся субъектом Российской Федерации с развитым аграрным сектором, на современном этапе является рост производства сельскохозяйственного машиностроения. Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, 27 относят свою деятельность к рынку сельскохозяйственного машиностроения.

Основным географическим рынком сбыта сельскохозяйственного машиностроения - 44% (12 респондент) выделяют рынок нескольких субъектов Российской Федерации. Меньшей популярностью среди предпринимателей пользуются рынки сбыта сельскохозяйственного машиностроения в отдельных муниципальных образованиях (локальный рынок), рынок Краснодарского края. К более масштабным рынкам сбыта, к примеру, рынок Российской Федерации и стран СНГ, относят свою деятельность единицы. Исходя из проведенного анализа анкет 30% (8 респондентов) отметили, что основным рынком для их бизнеса, является рынок Краснодарского края, 15% (4 респондента) предлагают свои услуги на локальном рынке (отдельное муниципальное образование), 7%

(2 респондента) на рынке Российской Федерации, и только 1 респондент отметил страны СНГ в качестве рынка сбыта своих услуг.

По оценкам предпринимателей, на сколько снизятся объемы реализации продукции (работ, услуг), которую они представляют, на рынке дошкольного образования при увеличении цены данной продукции (работ, услуг) на 15%, при условии, что цены конкурентов останутся неизменными, из **27** опрошенных предпринимателей **4%** (1) ответили, что не изменятся, **7%** (2) – затруднился с ответом, **37%** (10) респондента указали, что объемы продаж снизятся более чем на 15%, **11%** (3) опрошенных ответили, что объемы продаж снизятся менее чем на 15%, **19%** (5) респондентов высказали позицию, что объемы продаж снизятся примерно на 15%, и **22%** (6 из **27**) респондентов ответили, что объемы продаж снизятся почти на 100%.

Изменения объема реализации продукции (количество организаций)



Принимая во внимание конкурентоспособность, как один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса, **59%** (16) опрошенных отметили, что наиболее важную роль на рынке сельскохозяйственного машиностроения играет высокое качество, **15%** (4) респондентов считают залогом успеха – уникальность продукции, по **11%** (по 3) респондентов ставят на первое место доверительные отношения с клиентами и предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.), и в качестве основополагающего фактора для сбыта своих услуг **4%** (1) респондентов указали на низкую стоимость.

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



С целью сохранения высоких позиций бизнеса на рынке сельскохозяйственного машиностроения, а также повешения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, 63% (17 респондентов) сокращали затраты на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции), 11% (3 респондента) отметили, что именно новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) позволили им увеличить свои показатели. В тоже время по 7% (по 2 респондента) делают ставку на обучение персонала и покупку машин и технологического оборудования, и по 4% (по 1 респонденту) высказались в пользу приобретения технологий, патентов, лицензий, ноу-хау, развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.), а также выход на новые географические рынки.

Также, предприниматели охарактеризовали условия ведения своего бизнеса по уровню конкуренции в занимаемом секторе следующим образом:

- 55% (15 респондента) уверены, что для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – высокая конкуренция;

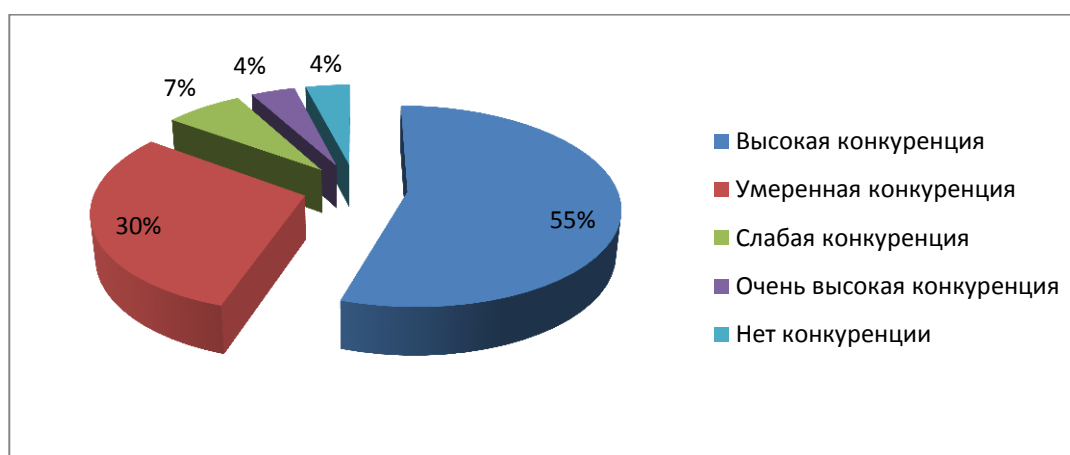
- 30% (8 респондентов) считает, что на рынке бытовых услуг конкуренция умеренная, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

- 7% (2 респондента) отметили слабый уровень конкуренции на рынке бытовых услуг. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер

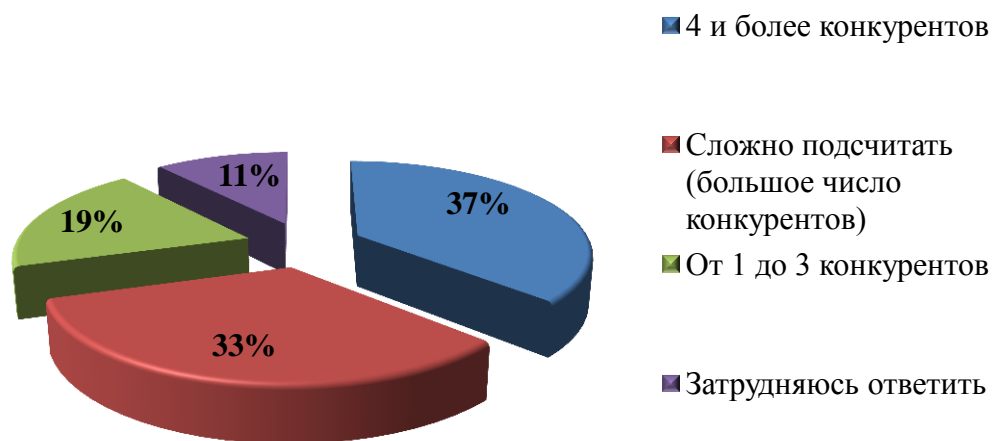
по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

- 4% (1 респондент) видят конкуренцию в данном секторе очень высокой, и считают, что успех сохранения рыночной позиции своего бизнеса заключается в регулярном (раз в год или чаще) применении новых способов повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемых компанией ранее;

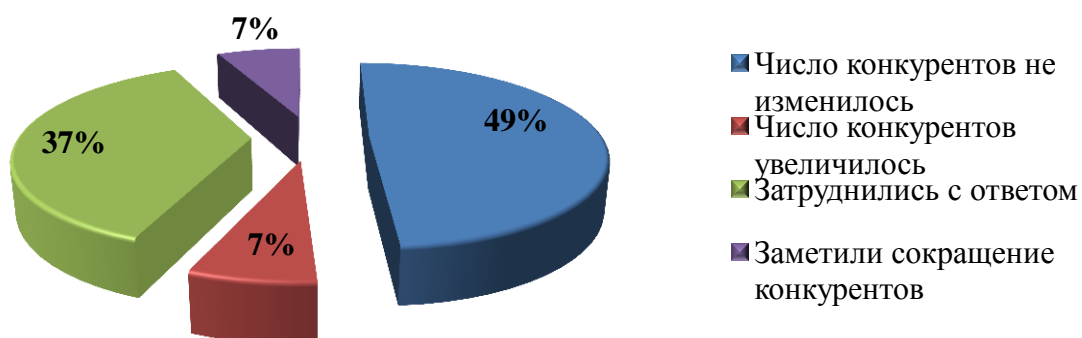
- 4% (1 респондент) указали на отсутствие конкуренции на рынке бытовых услуг, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.



Анализ результатов опроса о количестве конкурентов в занимаемом секторе производства сельскохозяйственного машиностроения показал, что мнения предпринимателей разделилось практически поровну между ответами «4 и более конкурентов» и «Сложно подсчитать (большое число конкурентов)», а именно 37% и 33% (10 и 9 респондентов соответственно). Мнение «от 1 до 3 конкурентов» сложилось у 19% (5 респондентов), отметку в графе «Нет конкурентов» не поставил ни один предприниматель, а 11% (3 респондента) испытывали затруднения при ответе на этот вопрос.

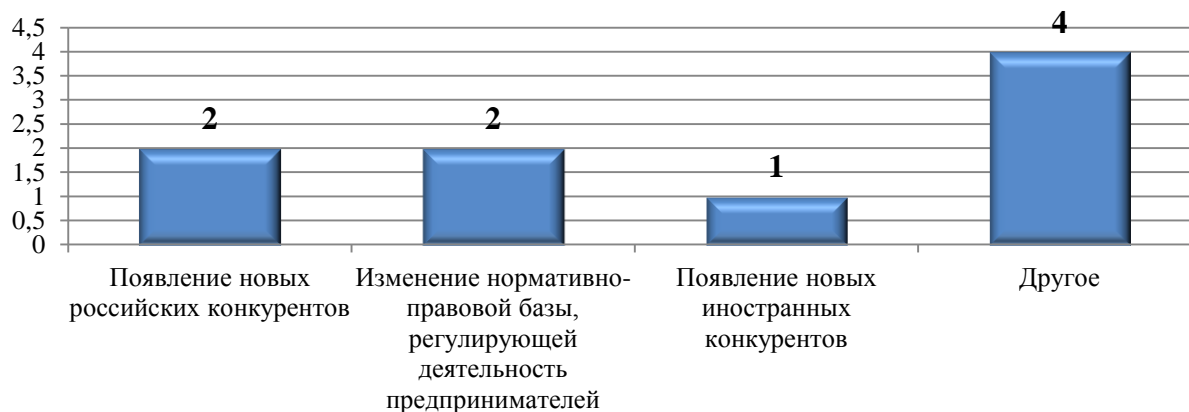


По вопросу изменения числа конкурентов 7% (2 респондента) отметили, что число конкурентов увеличилось, 49% (13 респондентов) считают, что число конкурентов не изменилось, и лишь 7% (2 респондента) отметили снижение числа конкурентов. Отметку в графе «Затрудняюсь ответить» поставили 37% предпринимателей (10 респондентов).



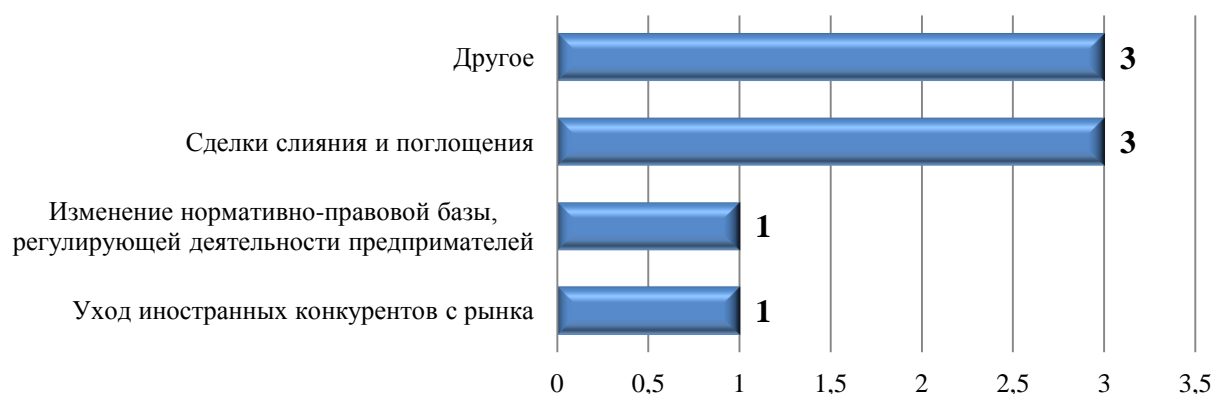
На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса разделились следующим образом: 7% (2) говорят о появлении новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, 7% (2) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, 4% (1) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов», 15% (4) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние. Стоит отметить, что 67% (18) опрошенных никак не ответили на данный вопрос.

Факторы влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса края наиболее сильное влияние на **сокращение числа** конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями, которыми они являются, по **11%** (по 3 респондента) указало на сделки слияния и поглощения и иные факторы, по **4%** (по 1 респонденту) поставили отметку в графе «Уход иностранных конкурентов с рынка» и «Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей», **70%** (19) опрошенных воздержались от ответа.

Факторы влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели назвали:

➤ недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **7%** (2);

➤ высокий уровень налогов и платежей во внебюджетные фонды - **33%** (9) предпринимателей;

- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **4%** (1);
- Ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок - **4%** (1);
- Нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий, давление со стороны конкурентов – **11%** (3);
- кроме того, в текущем опросе предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **4%** (1).
- Никак не высказались **37%** (10) предпринимателей;

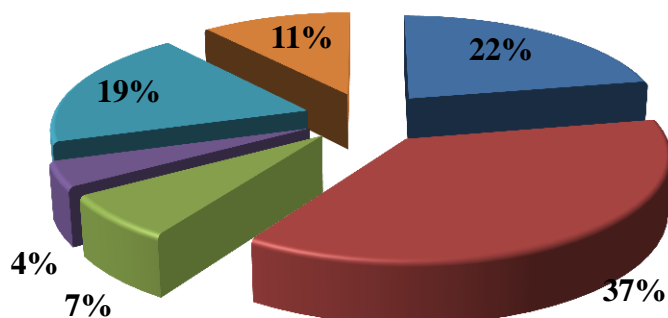
Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:

- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **7%** (2);
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **4%** (1);
- административные барьеры были полностью устранены – **22%** (6);
- уровень и количество административных барьеров не изменились – **11%** (3).
- административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **37%** (10);
- воздержались от ответа – **19%** (5);

Уровень административных барьеров



- Административные барьеры были полностью устранены
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше
- Воздержались
- Уровень и количество административных барьеров не изменились

По оценке респондентов наиболее проблематичные области, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

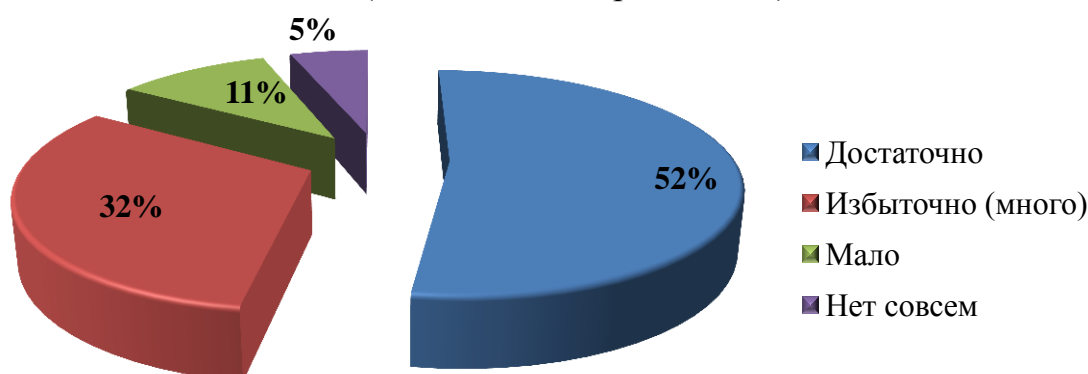
- ✓ при получении разрешения на строительство – **4%** (1) респондент;
- ✓ другие области – **4%** (1);
- ✓ при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд – **7%** (2);
- ✓ при технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **4%** (1);
- ✓ при аренде зданий, помещений - **4%** (1);
- ✓ при получении государственной поддержки – **11%** (3);
- ✓ при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью - **4%** (1);
- ✓ воздержались – **62%** (17) опрошенных;

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/работы/услуги, по мнению предпринимателей, служит насыщенность рынков сбыта – так ответили 33% (9 респондентов), высокие начальные издержки и поддержка местными властями традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) – здесь солидарны во мнении по 11% (по 3 респондента). Также, по 4% (по 1 респонденту) высказались предприниматели в отношении нехватки финансовых средств; преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д.; лояльности поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг); недостаточного качества

инновационной инфраструктуры и невозможности быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность. Стоит отметить, что 25% (7 респондентов) данный вопрос оставили без комментариев.

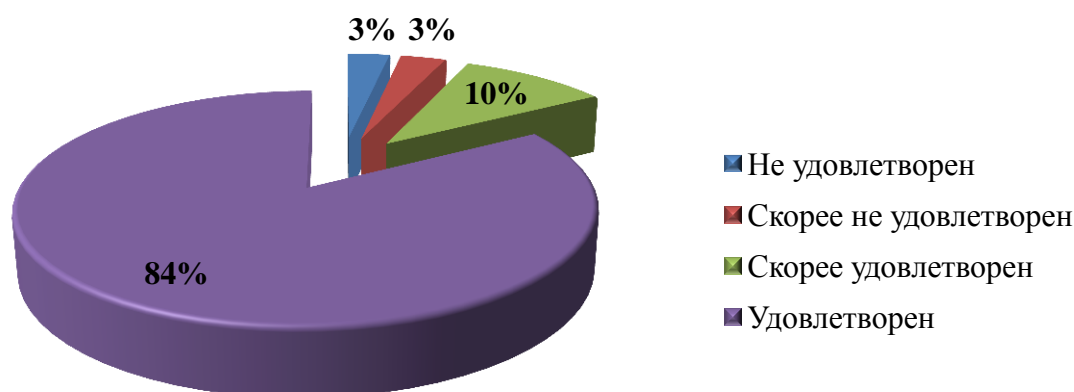
В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок сельскохозяйственного машиностроения следующим образом: **52%** (32 987) опрошенных граждан считают, что количество услуг на данном рынке достаточно, **32%** (19 860) говорят об избыточности, **11%** (6 603) опрошенных считают, что предложения услуг мало.

Количество организаций (по мнению потребителей)



Удовлетворенность качеством услуг на рынке сельскохозяйственного машиностроения относительно высокая, «удовлетворены» **84%** (52 551) и «скорее удовлетворены» **10%** (6 455) респондентов. Однако **3%** (1 985) опрошенных граждан говорят, что они «скорее не удовлетворены» услугами, и **3%** (1 848) респондентов вообще «не удовлетворены».

Качество услуг (по мнению потребителей)



В целом, на рынке сельскохозяйственного машиностроения в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

5. Выводы по результатам мониторинга

Развитию конкуренции в регионе способствуют мероприятия, реализуемые министерством экономики Краснодарского края и другими исполнительными органами государственной власти рамках региональной «дорожной карты». Важным шагом для развития конкуренции в Краснодарском крае стало начало внедрения в 2015 году Стандарта развития конкуренции.

Структурные показатели конкурентной среды свидетельствуют о значительном потенциале развития конкуренции в Краснодарском крае.

Проведенный опрос представителей бизнеса и потребителей товаров, (работ, услуг) показал, что состояние конкуренции на рынках Краснодарского края держится на высоком уровне.

Представители бизнеса отметили, что уровень конкуренции в Краснодарском крае достаточно высокий, таким мнением поделились **39%** (8780). Для сохранения рыночной позиции бизнес регулярно предпринимает меры по повышению конкурентоспособности товаров и услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применяет новые способы ее повышения, не используемые компанией ранее.

По данным опроса предпринимателей, **основными мерами для повышения конкурентоспособности** продукции, работ, услуг и развития бизнеса, предпринимаемые ими, являются:

- Сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **31%** (6833);
- Обучение персонала – **29%** (6454);
- Покупка машин и технологического оборудования – **23%** (5070);
- Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **19%** (4151).

Опрошенные представители бизнеса высказались по **изменению числа конкурентов за последние 3 года** так **42%** (8708) утверждают об увеличении конкурентов на рынках, которые они представляют, **29%** (5888) затруднились ответить на вопрос, **23%** (4622) утверждают, что число конкурентов не изменилось, а **6%** (1258) респондентов отметили позицию о сокращении конкурентов. Здесь мы видим увеличение количества предпринимателей которые считают, что число конкурентов растёт, относительно предыдущего года. В прошлом году данный показатель был на 5% меньше. Так же на 2% сократилось количество утверждающих о сокращении числа конкурентов.

Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов по мнению предпринимателей, оказывается в появлении новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, так утверждают 47% (5987), 22% (2847) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, 5% (654) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов». Но самое большое

количество респондентов, а это 25% (3210) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, оказало другое влияние.

Самое же оказываемое **влияние на сокращение числа конкурентов** заключается в изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей и в этом уверены 21% (1647) респондентов, 21% (1629) говорят о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов, произошедшее от слияния и поглощений предприятий. Позицию о «уходе российских конкурентов с рынка» отметили 8% (644) респондентов, 6% (460) утверждают о «антиконкурентных действиях органов власти / давление со стороны органов власти» и еще 6% (500) опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход иностранных конкурентов с рынка», но, по мнению 38% (2944) респондентов на сокращение числа конкурентов на рынке, оказали иные факторы.

Но в тоже время существует ряд барьеров, затрудняющих деятельность хозяйствующих субъектов на данных рынках. Прежде всего, это административные барьеры.

Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса предприниматели по-прежнему, как и год назад назвали:

- высокий уровень налогов и платежей во внебюджетные фонды - **40%** (8871) предпринимателей;
- на втором месте – доступ к финансовым ресурсам – **23%** (5253);
- частые изменения российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность – **17%** (3881);
- недостаточное количество квалифицированного персонала остается проблемой – **15%** (3425);
- сложность получения доступа к земельным участкам – **14%** (3062);
- кроме того, в текущем опросе большое количество предпринимателей указали не добросовестную конкуренцию со стороны теневого сектора как существенный барьер для рынка – **12%** (2730);
- давление со стороны конкурентов – **11%** (2385).

По оценке **изменения уровня административных барьеров** мы видим, что:

- административные барьеры были полностью устранены – **18%** (3281);
- административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **12%** (2224);
- бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры – **34%** (6262);
- бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **9%** (1672);

➤ Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **2%** (420);

➤ уровень и количество административных барьеров не изменились – **25%** (4454).

Что касается оценки деятельности органов власти по развитию конкуренции в целом, то, по мнению **47%** (10600) респондентов, органы власти своими действиями помогают бизнесу, еще **28%** (6249) отметили, что в чем-то помогают, а в чем-то мешают. А вот в том, что органы власти ничего не предпринимают, но это и требуется, уверены **12%** (2680), с другой стороны **9%** (1876) считают, что власть не предпринимает каких-либо действий, но ее участие необходимо. И наконец, **4%** (980) говорят о том, что органы власти только мешают бизнесу своими действиями.

Результаты мониторинга также свидетельствуют, что в целом потребители позитивно оценивают качество продукции кубанских производителей, осуществляющих деятельность на приоритетных и социально значимых рынках. Потребители в целом довольны качеством товаров и услуг на приоритетных и социально значимых рынках, однако считают цены на них несколько завышенными.