



МИНИСТЕРСТВО
ЭКОНОМИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Мониторинг состояния и развития
конкуренции в отраслях (сферах)
экономики Краснодарского края
за 2024 год

г. Краснодар 2025 г.



СОДЕРЖАНИЕ

Методологические основы проведения мониторинга.....	3
1. Характеристика бизнеса	5
2. Оценка состояния конкурентной среды	12
2.1. Оценка бизнесом конкуренции в Краснодарском крае	12
2.2. Факторы, определяющие число конкурентов	12
2.3. Административные барьеры, влияющие на ведение бизнеса	15
2.4. Развитие (расширение) бизнеса в условиях конкуренции на рынках Краснодарского края	20
2.5. Оценка услуг субъектов естественных монополий в Краснодарском крае.....	21
2.5.1. Оценка предпринимателями стоимости подключения	21
2.5.2 Оценка потребителями качества услуг	22
2.6. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды	23
2.7. Мониторинг логистических возможностей Краснодарского края.....	24
2.8. Мониторинг развития передовых производственных технологий и процесса цифровизации экономики	25
2.9. Мониторинг цен на товары, входящие в перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости	26
3. Сферы деятельности в Краснодарском крае	29
3.1. Сфера образования	29
3.2. Социальная сфера	35
3.3. Сфера здравоохранения	41
3.4. Сфера торговли и услуг населению	49
3.5. Сфера топливно-энергетического комплекса	56
3.6. Сфера транспортного комплекса	65
3.7. Сфера информационных технологий.....	72
3.8. Сфера строительного комплекса	79
3.9. Сфера агропромышленного комплекса.....	87
3.10. Сфера промышленности и добычи полезных ископаемых	95
3.11. Сфера санаторно-курортного комплекса	103
3.12. Спортивная сфера	110



Методологические основы проведения мониторинга

В рамках исполнения пункта 39 раздела IV Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 года № 768-р «Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации», министерством экономики Краснодарского края (далее - министерство) проведен ежегодный мониторинг состояния и развития конкурентной среды на товарных рынках.

Результаты мониторинга ежегодно включаются в доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на товарных рынках Краснодарского края.

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 субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров, работ, услуг качеством (в том числе уровнем доступности, понятности и удобства получения) официальной информации о состоянии конкуренции на товарных рынках субъекта РФ и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой уполномоченным органом и муниципальными образованиями;

- мониторинг деятельности субъектов естественных монополий на территории субъекта Российской Федерации;

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

- мониторинг удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг, осуществляемой на территории субъекта РФ;

- мониторинг доступности для населения финансовых услуг, оказываемых на территории субъекта РФ;

- мониторинг логистических возможностей субъекта РФ с учетом логистических возможностей субъектов РФ, имеющих с ним общие территориальные границы, включающий сбор и анализ данных об обеспеченности его транспортной инфраструктурой, времени и объеме ее пропускной способности, существующих транспортных хабах и потенциале создания новых, а также о сервисной и сопутствующей инфраструктуре, необходимой как для транспортных средств, так и для работников, задействованных в этом сегменте, включая наличие стабильной подвижной радиотелефонной связи на удаленных дорогах;

- мониторинг развития передовых производственных технологий и их внедрения, а также процесса цифровизации экономики и формирования ее новых рынков и секторов;

- мониторинг цен на товары, входящие в перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости.



Целью ежегодного мониторинга является организация и проведение анализа текущего состояния и развития конкурентной среды на товарных рынках Краснодарского края.

В качестве основного инструмента мониторинга было выбрано электронное анкетирование, которое проводилось в период с 1 по 30 ноября 2024 года.

Для проведения мониторинга министерством были разработаны анкеты для:

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

Формы для проведения опроса были размещены на сервисе для проведения онлайн-опросов «Yandex Forms», а ссылки на них растиражированы через электронные СМИ, официальные сайты и страницы в социальных сетях отраслевых органов исполнительной власти Краснодарского края, администраций муниципальных образований Краснодарского края, что позволило привлечь значительное число респондентов.

Благодаря проработке технической возможности сортировки пустых анкет, была повышена информативность и качество опроса. В анкетировании приняли участие 227 799 потребителей товаров и услуг из различных социальных слоев населения: работающие, пенсионеры, студенты и безработные (в 2023 году в опросе участвовало 516 804 респондента, согласно результатам прошлогоднего анкетирования).

В анкетировании приняли участие 61 104 представителя бизнеса (в 2023 году в опросе участвовало 137 951 респондент, согласно результатам прошлогоднего анкетирования).

Охватить широкую аудиторию удалось благодаря применению современных информационных технологий, привлечению отраслевых органов исполнительной власти и органов местного самоуправления муниципальных образований Краснодарского края, включая их подведомственные организации. Активное участие в анкетировании приняли представители бизнес-сообщества и общественных организаций.

Проведение мониторинга помогает определить причины, ограничивающие здоровую конкуренцию на рынках региона, 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 Краснодарского края.



1. Характеристика бизнеса

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 Краснодарского края – потребители товаров, работ и услуг регионального рынка.

Мониторинг проводился на территории всех 44 муниципальных образований Краснодарского края.

На вопросы об оценке конкурентной среды ответили **288 903** респондента (**227 799** потребителей и **61 104** предпринимателя).

Наибольшее количество заполненных потребителями анкет, обеспечено следующими муниципальными образованиями:

город-курорт Сочи – 39 270;
город Краснодар – 33 652;
город-герой Новороссийск – 30 885;
город-курорт Анапа – 14 422;
Кореновский район – 11 605.

Наименьшее количество респондентов-потребителей отмечено в муниципальных образованиях:

Приморско – Ахтарский район – 541;
Тбилисский район – 314;
Ленинградский район – 351;
Калининский район – 296;
Щербиновский район – 207.

Количество потребителей, охваченных мониторингом состояния конкурентной среды

№ п/п	Муниципальное образование	Кол-во
1	2	3
1	Абинский район	5 698
2	Апшеронский район	1 475
3	Белоглинский район	1 184
4	Белореченский район	1 642
5	Брюховецкий район	2298



1	2	3
6	Выселковский район	983
7	г. Анапа	14 422
8	г. Армавир	12 367
9	г. Геленджик	3 716
10	г. Горячий Ключ	901
11	г. Краснодар	33 652
12	г. Новороссийск	30 885
13	г. Сочи	39 270
14	Гулькевичский район	2 986
15	Динской район	2 429
16	Ейский район	1 732
17	Кавказский район	2229
18	Калининский район	296
19	Каневской район	3082
20	Кореновский район	11 605
21	Красноармейский район	1 355
22	Крыловский район	1 082
23	Крымский район	3 218
24	Курганинский район	7 139
25	Куцевский район	1 498
26	Лабинский район	1 185
27	Ленинградский район	351
28	Мостовский район	592
29	Новокубанский район	4 798
30	Новопокровский район	916
31	Отраденский район	759



1	2	3
32	Павловский район	646
33	Приморско-Ахтарский район	541
34	Северский район	2 153
35	Славянский район	10 674
36	Староминский район	556
37	Тбилисский район	314
38	Темрюкский район	3 372
39	Тимашевский район	419
40	Тихорецкий район	4 867
41	Туапсинский район	588
42	Успенский район	2 105
43	Усть-Лабинский район	5 612
44	Щербиновский район	207
Общий итог:		227 799

Наибольшее число предпринимателей заполнили анкеты в следующих муниципальных образованиях:

город Краснодар – 15 886;
город – герой Новороссийск – 15 032;
город – курорт Сочи – 9 734;
город-курорт Анапа – 3 321;
Славянский район – 1 746.

Наименьшее количество анкет предпринимателей получено от следующих муниципальных образований:

Ейский район – 55;
Павловский район – 41;
Ленинградский район – 36;
Щербиновский район – 23;
Тбилисский район – 5.



**Количество предпринимателей, охваченных мониторингом
состояния конкурентной среды**

№ п/п	Муниципальное образование	Кол-во
1	2	3
1	Абинский район	577
2	Апшеронский район	183
3	Белоглинский район	178
4	Белореченский район	22
5	Брюховецкий район	230
6	Выселковский район	318
7	г. Анапа	3 321
8	г. Армавир	588
9	г. Геленджик	1 187
10	г. Горячий Ключ	171
11	г. Краснодар	15886
12	г. Новороссийск	15032
13	г. Сочи	9734
14	Гулькевичский район	1515
15	Динской район	451
16	Ейский район	55
17	Кавказский район	424
18	Калининский район	42
19	Каневской район	449
20	Кореновский район	496
21	Красноармейский район	480
22	Крыловский район	111
23	Крымский район	324



1	2	3
24	Курганинский район	533
25	Куцевский район	417
26	Лабинский район	1078
27	Ленинградский район	36
28	Мостовский район	30
29	Новокубанский район	1148
30	Новопокровский район	289
31	Отраденский район	153
32	Павловский район	41
33	Приморско-Ахтарский район	533
34	Северский район	645
35	Славянский район	1746
36	Староминский район	33
37	Тбилисский район	5
38	Темрюкский район	572
39	Тимашевский район	185
40	Тихорецкий район	709
41	Туапсинский район	107
42	Успенский район	514
43	Усть-Лабинский район	533
44	Щербиновский район	23
Общий итог		61 104

Благодаря детальному анализу данных предпринимателей, принимая во внимание осуществление деятельности хозяйствующего субъекта в различных видах экономической деятельности, количество вариантов ответов может отличаться от числа респондентов.

Большинство опрошенных представителей организаций Краснодарского края осуществляют деятельность в таких сферах, как:



образование – 13 314 (22%);
торговля и услуги населению – 11 485 (19 %);
здравоохранение – 5 069 (8 %);
строительный комплекс – 4 492 (7,4 %);
социальная сфера – 4 415 (7,2%).

Количество представителей организаций Краснодарского края по видам осуществляемой деятельности

№ п/п	Сфера деятельности хозяйствующих субъектов	Кол-во
1	2	3
1.	Образование	13314
2.	Сфера торговли и услуг населению	11485
3.	Социальная сфера	4415
4.	Здравоохранение	5069
5.	Агропромышленный комплекс	3655
6.	Строительный комплекс	4492
7.	Транспортный комплекс	3907
8.	Сфера спорта	2532
9.	Топливо-энергетический комплекс	2912
10.	Санаторно-курортный комплекс	3012
11.	Промышленность и добыча полезных ископаемых	2265
12.	Информационные технологии	4046

Основным видом деятельности бизнеса является предоставление услуг – **47,3 %** (28 904), также значимую долю занимает торговля или дистрибуция товаров и услуг, произведенных другими компаниями, – **17,2 %** (10 513), на третьем месте сырье или материалы для дальнейшей переработки – **16,1 %** (9 815).

Основной вид продукции (товара, работ, услуг)



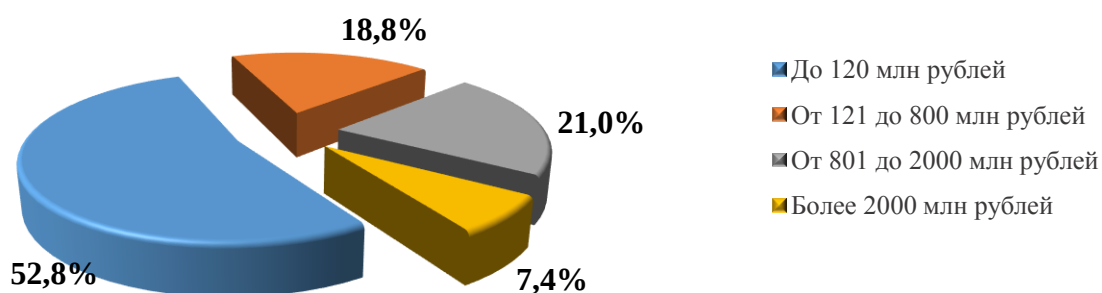


Треть участников опроса осуществляет деятельность в течение периода более 5 лет – **33,7 %** (20 587), **29,6 %** (18 071) – от 1 года до 5 лет, **23,1 %** (14 094) – менее 1 года, затруднились ответить – **13,6 %** (8 352) опрошенных.

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 рублей в год – **52,8 %** (32 317) и предприятиями, средние предприятия с доходом от 801 до 2 000 млн рублей составили – **21,0 %** (12 875), относящимися к категории малый бизнес с доходом от 121 до 800 млн рублей – **18,8 %** (11 508).

Оставшиеся респонденты – представители среднего и крупного бизнеса. Участвовавших в опросе крупных предприятий (с доходом более 2 000 млн рублей) было выявлено – **7,4 %** (4 404).

Размер бизнеса по годовому обороту денежных средств



В большей части организаций численность сотрудников составляет 15 человек, так ответили **47,0 %** (28 736) от общего количества опрошенных.

На вопрос об определении основного географического рынка для ведения бизнеса представители организаций Краснодарского края ответили следующим образом:

значительная часть респондентов занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (в отдельном муниципальном образовании) – **53,3 %** (32 557);

часть товаров и услуг предприниматели реализуют на рынках Краснодарского края – **18,5 %** (11 125);

рынок Российской Федерации – **6,8 %** (4 177);

на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **6,4 %** (3 946);

3,7 % (2 314) всех предпринимателей вышли на рынки стран СНГ, а **2,6 %** (1 639) осуществляют деятельность на рынках стран зарубежья (кроме СНГ).



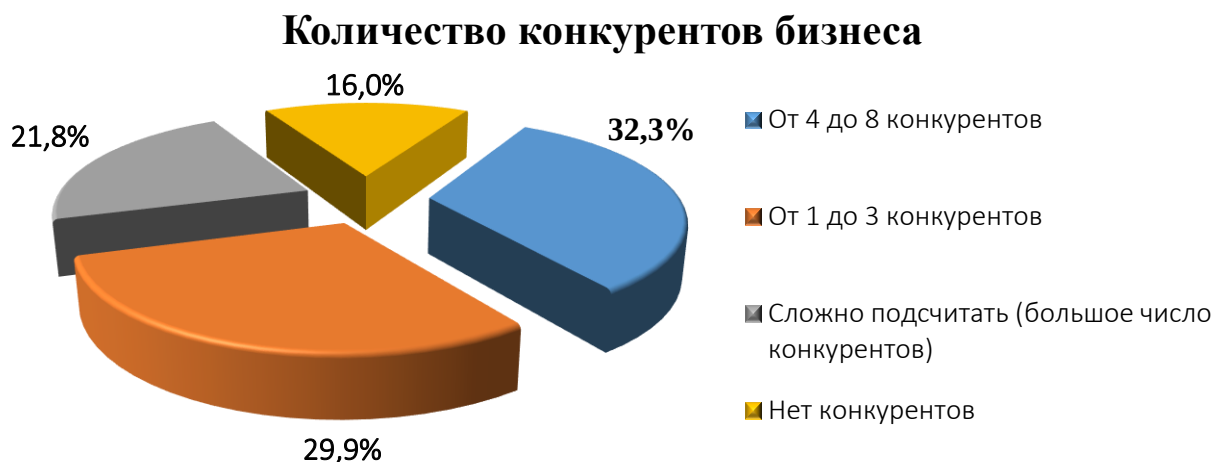
2. Оценка состояния конкурентной среды

2.1. Оценка бизнесом конкуренции в Краснодарском крае

При оценке состояния конкурентной среды в Краснодарском крае **31,7 %** (19 381) предпринимателей отмечают «слабую» конкуренцию, **20,2 %** (12 319) заявляют об отсутствии конкуренции, **16,6 %** (10 117) опрошенных относят состояние конкурентной среды как «умеренную».

Очень высокую конкуренцию отметили **17,8%** (10 907) опрошенных, высокую – **13,7%** (8 380).

Оценивая примерное количество конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию (товар, работу, услугу) или ее заменители, **32,3 %** (19 695) представителей бизнеса насчитывают от 4 до 8 конкурентов; **29,9 %** (18 284) опрошенных сообщили о наличии от 1 до 3 конкурентов; **21,8 %** (13 341) опрошенных испытывали затруднения при подсчете количества конкурентов (большое число конкурентов), **16,0 %** (9 784) опрошенных заявляют об отсутствии конкурентов.

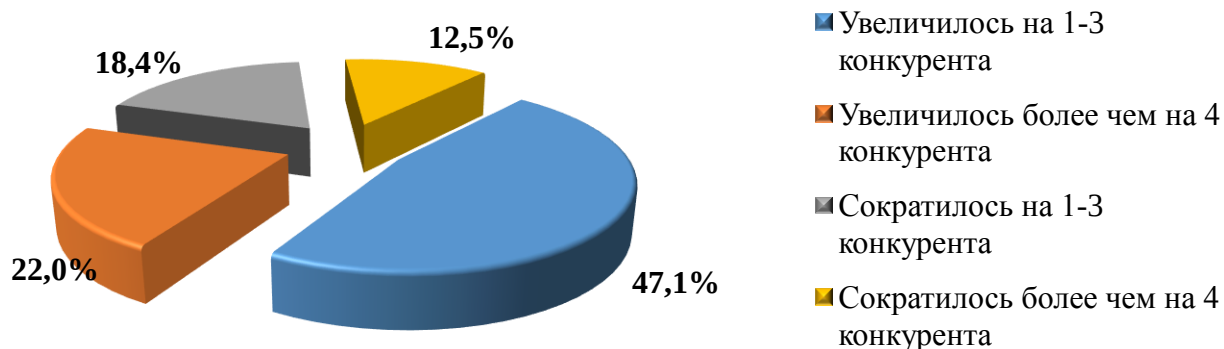


2.2. Факторы, определяющие число конкурентов

Представители бизнеса на вопрос: «Как изменилось число конкурентов бизнеса, который вы представляете на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года?» отметили следующее: **47,1 %** (28 772) утверждают, что число конкурентов увеличилось в размере от 1 до 3, **22,0 %** (13 427) респондентов сообщили об увеличении конкурентов более чем 4, **18,4 %** (11 254) утверждают, что число конкурентов сократилось на 1-3 конкурента, **12,5 %** (7 651) респондентов сообщили о сокращении конкурентов более чем на 4 на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года.

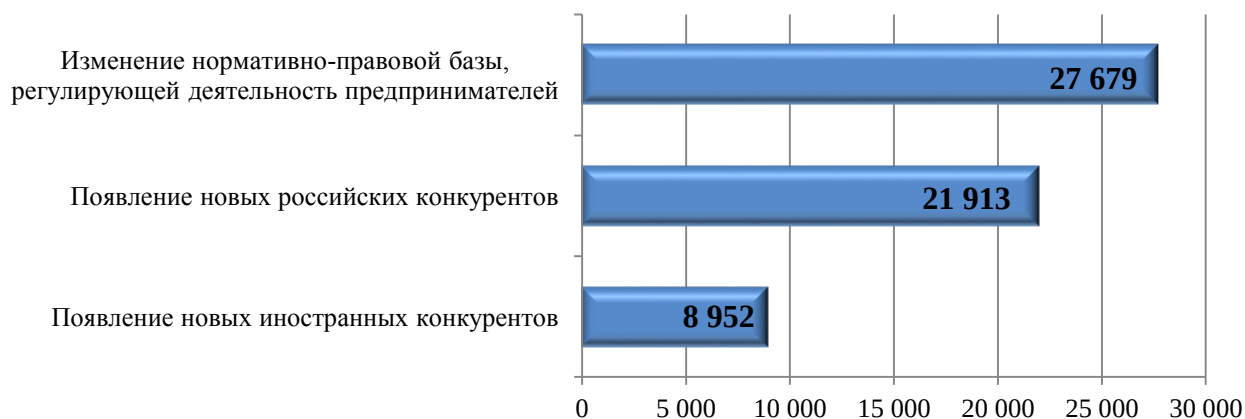


Изменение числа конкурентов бизнеса за 3 года



Ответы предпринимателей на вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, который Вы представляете?» разделились следующим образом: **47,0 %** (27 679) утверждают об изменении нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **37,0 %** (21 913) отметили появление новых российских конкурентов на рынках, которые они представляют, **16,0 %** (8 952) поставили отметки в графе «появление новых иностранных конкурентов».

Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)

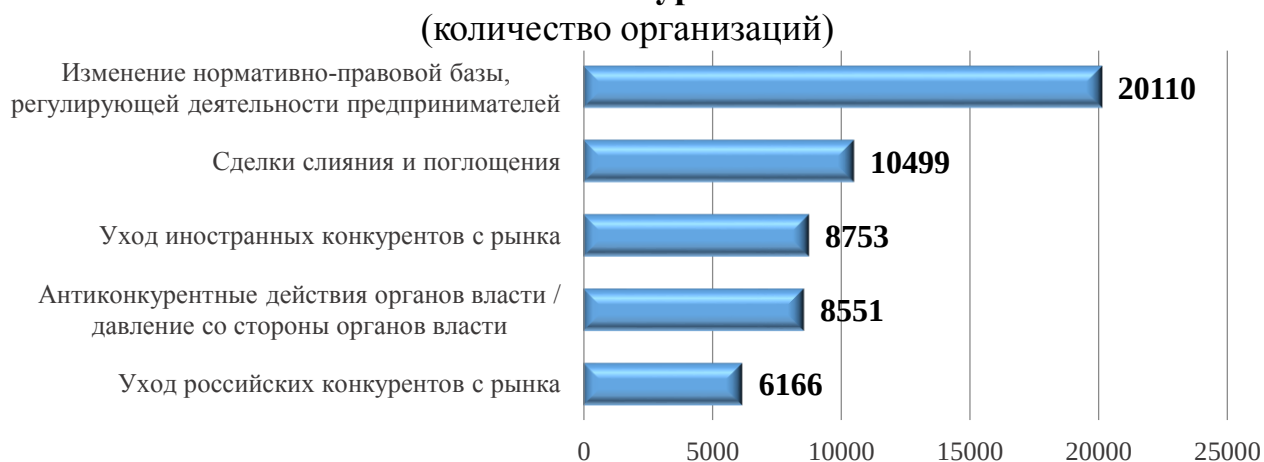


Наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов, по мнению **37,2 %** (20 110) опрошенных оказало изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **19,4 %** (10 499) отметили влияние сделок слияния и поглощения. **16,2 %** (8 753) респондентов указали основной причиной уход иностранных конкурентов с рынка, **15,8 %** (8 551) сообщают об антиконкурентных действиях органов власти / давление со стороны



органов власти, **11,4 %** (6 166) основной причиной отмечают уход российских конкурентов с рынка.

Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов



Наиболее важными факторами конкурентоспособности продукции (работ, услуг), по мнению опрошенных представителей бизнеса, являются:

высокое качество – **43,3 %** (26 469);

низкая цена – **20,1 %** (12 208);

уникальность продукции – **7,8 %** (4 783);

предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **6,3 %** (3 861);

доверительные отношения с клиентами – **6,1 %** (3 743);

доверительные отношения с поставщиками – **3,4 %** (2 082).

Затруднились ответить **13,0 %** (7 958) опрошенных.

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

обучение персонала и переподготовка персонала – **22,4 %** (19 739);

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **15,8 %** (13 933);

сокращение затрат на производство/реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/реализации продукции) – **13,7 %** (12 041);

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **10,0 %** (8 782);

приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **6,3 %** (5 553);

выход на новые географические рынки – **5,7 %** (4 986);

самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) – **5,5 %** (4 879);

выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **5,1 %** (4 519);

развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – **4,9 %** (4 303);

не предпринималось никаких действий – **10,6 %** (9 357).



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:

нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **13,1 %** или 15 851 опрошенный (в 2023 году **9,4 %** или 30 650 человека);

сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **11,2 %** или 13 589 опрошенных (в 2023 году **3,2 %** или 10 330 человек);

недостаток квалифицированных кадров – **10,9 %** или 13 291 опрошенный (в 2023 году **9,9 %** или 32 268 человек);

высокие налоги – **7,7 %** или 9 347 опрошенных (в 2023 году **10,9 %** или 35 517 человек);

сложность получения доступа к земельным участкам – **7,2 %** или 8 698 опрошенных (в 2023 году **5,0 %** или 16 169 человек);

высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **4,8 %** или 5 852 опрошенных (в 2023 году **3,8 %** или 12 508 человек);

коррупция со стороны органов власти (например, взятки) – **3,2 %** или 3 839 опрошенных (в 2023 году **2,8 %** или 9 178 человек);

давление со стороны конкурентов – **3,1 %** или 3 716 опрошенных (в 2023 году **3,6 %** или 11 723 человека);

высокие транспортные и логистические издержки – **2,7 %** или 3 264 опрошенных (в 2023 году **3,7 %** или 12 201 человек);

конкуренция со стороны теневого сектора – **2,6 %** или 3 200 опрошенных (в 2023 году **3,4 %** или 11 093 человека);

ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа – **2,6 %** или 3 125 опрошенных (в 2023 году **3,4 %** или 11 014 человек);

давление со стороны клиентов – **2,6 %** или 3 129 опрошенных (в 2023 году **3,5 %** или 11 323 человек);

необходимость установления партнерских отношений с органами власти – **2,5 %** или 3 077 опрошенных (в 2023 году **2,5 %** или 8 227 человек);

давление со стороны поставщиков – **2,4 %** или 2 962 опрошенных (в 2023 году **3,4 %** или 11 042 человек);

неразвитость инновационной инфраструктуры (включающей в себя научно-исследовательские центры, иные исследовательские и инновационно-технологические центры) – **2,2 %** или 2 628 опрошенных (в 2023 году **3,4 %** или 11 058 человек);



неразвитость транспортной сети – **2,2 %** или 2 689 опрошенных (в 2023 году **3,5 %** или 11 332 человек);

высокие таможенные издержки (при осуществлении поставок продукции на экспорт) – **2,1 %** или 2 596 опрошенных (в 2023 году **3,3 %** или 10 609 человек).

Об отсутствии ограничений заявили **7,2 %** или 8 699 опрошенных (в 2023 году **5,8 %** и 18 778 соответственно).

Остальные варианты ответов занимают незначительную часть от общего числа опрошенных.

При анализе полученных ответов на вопрос об оценке изменения уровня административных барьеров мы видим следующее:

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры – **30,6 %** или 18 689 представителей бизнеса (за 2023 год **14,5 %** или 20 016 респондента);

административные барьеры были полностью устранены – **17,0 %** или 10 387 представителей бизнеса (за 2023 год **28,4 %** или 93 151 респондент);

уровень и количество административных барьеров не изменились, такой вариант выбрали – **10,1 %** или 6 190 представителей бизнеса (за 2023 год **8,9 %** или 12 256 респондентов);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **9,3 %** или 5 681 представитель бизнеса (за 2023 год **15,6 %** или 21 575 респондентов);

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем ранее – **8,4 %** или 5 127 представителей бизнеса (в 2023 году **7,6 %** или 10 555 респондентов);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **6,0 %** или 3 684 представителей бизнеса (в 2023 году **6,9 %** или 9 546 респондентов);

затрудняются с ответом – **18,6 %** или 11 346 представителей бизнеса (в 2023 году **18,1 %** или 24 832 респондентов).



Уровень административных барьеров



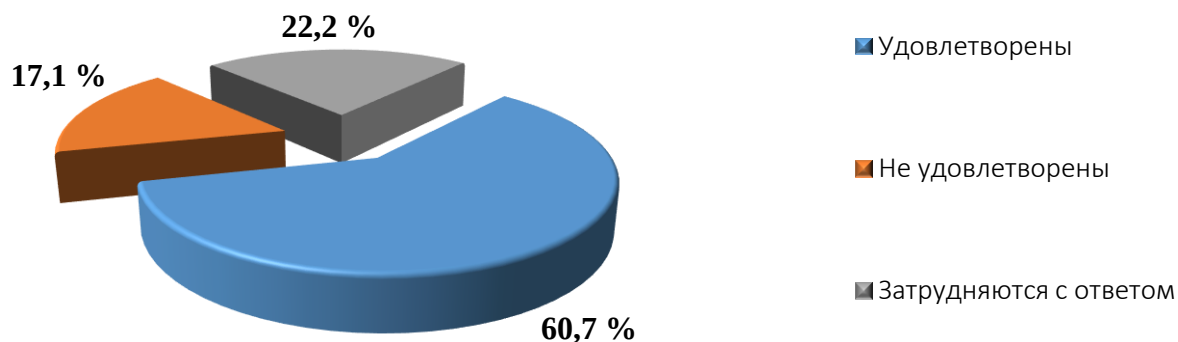
В ходе оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, касаясь степени доступности информации о нормативной базе, в части связанной с внедрением стандарта в регионе. Результаты респондентов распределились следующим образом:

60,7 % (37 151 респондент) – удовлетворены действиями;

17,1 % (10 418 респондентов) – не удовлетворены;

22,2 % (13 535 респондентов) – затрудняются с ответом.

Оценка деятельности органов власти по нормативной базе



Результаты оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, в части предоставления информации о перечне товарных рынков, в рамках содействия развитию конкуренции в регионе. Ответы респондентов распределились следующим образом:



60,0 % (36 678 респондентов) – удовлетворены действиями;
17,5 % (10 683 респондента) – не удовлетворены;
22,5 % (13 653 респондента) – затрудняются с ответом.



По результатам оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, касаясь предоставления возможности прохождения электронных анкет, связанных с оценкой удовлетворенности предпринимателей и потребителей состоянием конкурентной среды региона. Ответы участников опроса распределились следующим образом:

60,8 % (37 151 респондент) – удовлетворены действиями;
16,9 % (10 295 респондентов) – не удовлетворены;
22,3 % (13 659 респондентов) – затрудняются с ответом.

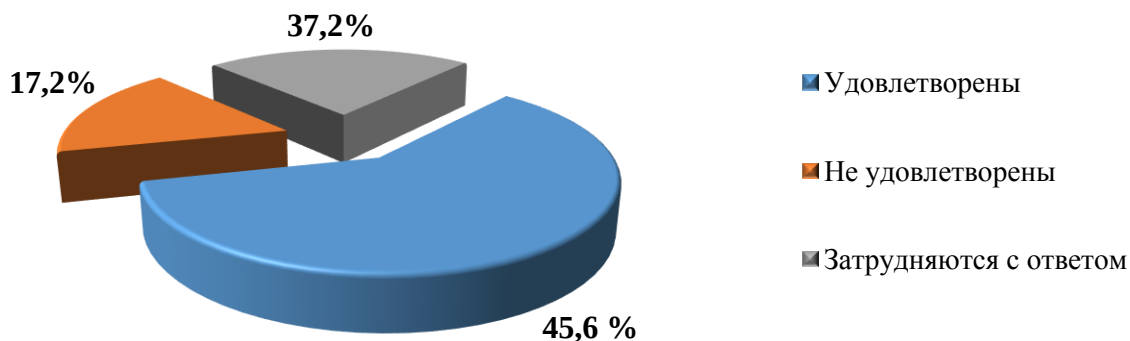


По итогам оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, в части обеспечения доступности «дорожной карты» региона. Результаты опроса респондентов распределились следующим образом:

45,6 % (27 835 респондентов) – удовлетворены действиями;
17,2 % (10 524 респондента) – не удовлетворены;
37,2 % (22 745 респондентов) – затрудняются с ответом.



Оценка деятельности органов власти по обеспечению доступности "дорожной карты"



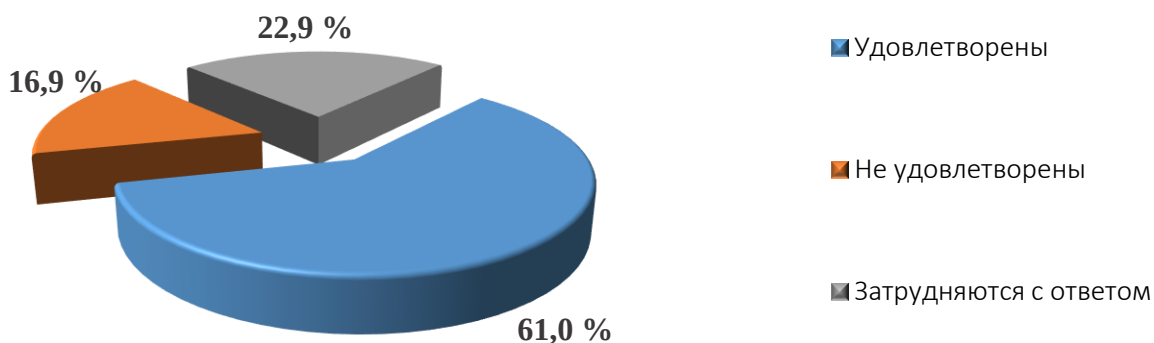
В ходе оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, касавшего предоставления информации о проведенных обучающих мероприятиях для органов местного самоуправления региона. Ответы респондентов распределились следующим образом:

61,0 % (36 755 респондентов) – удовлетворены действиями;

16,9 % (10 340 респондентов) – не удовлетворены;

22,9 % (14 009 респондентов) – затрудняются с ответом.

Оценка деятельности органов власти по обучающим мероприятиям



В ходе оценки деятельности органов исполнительной власти и муниципальных образований Краснодарского края по развитию конкуренции, в части предоставления информации о проведенных мониторингах в регионе и сформированном ежегодном докладе. Результаты опроса респондентов распределились следующим образом:

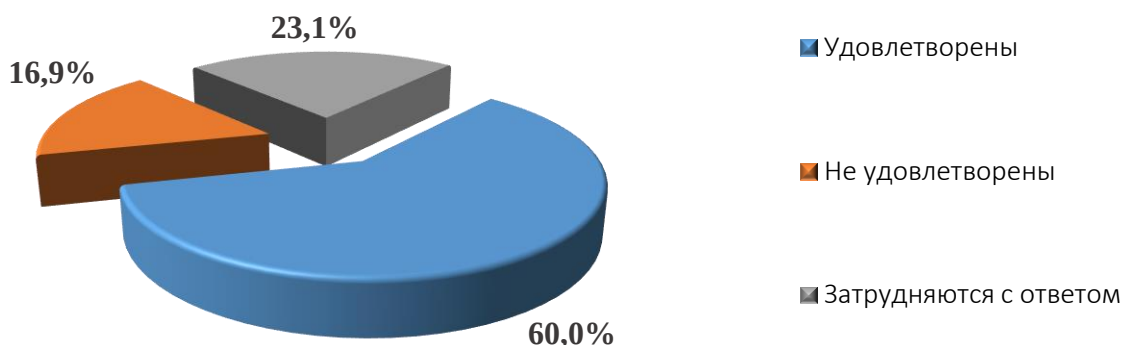
60,0 % (36 665 респондентов) – удовлетворены действиями;

16,9 % (10 345 респондентов) – не удовлетворены;

23,1 % (14 094 респондента) – затрудняются с ответом.



Оценка деятельности органов власти по проведенным мониторингам



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) – **22,1 %** (13 486);

на новые географические рынки – **16,7 %** (10 191).

Однако **61,3 %** (37 427) представителей бизнеса склоняются к отсутствию вариантов по расширению бизнеса.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового товара (работы или услуги), по мнению предпринимателей, являются:

высокие начальные издержки – **18,8 %** (18 235);

высокие транспортные издержки – **14,5 %** (14 062);

насыщенность рынков сбыта – **10,4 %** (10 076);

отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках – **9,2 %** (8 963);

нехватка финансовых средств – **8,3 %** (8 044);

жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) – **5,3 %** (5 167);

лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) – **4,1 %** (4 008);

невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность – **4,1 %** (3 939);

В том, что препятствия отсутствуют, высказываются **10,1 %** (9 838) предпринимателей.

Остальные ответы распределились примерно одинаково.



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.

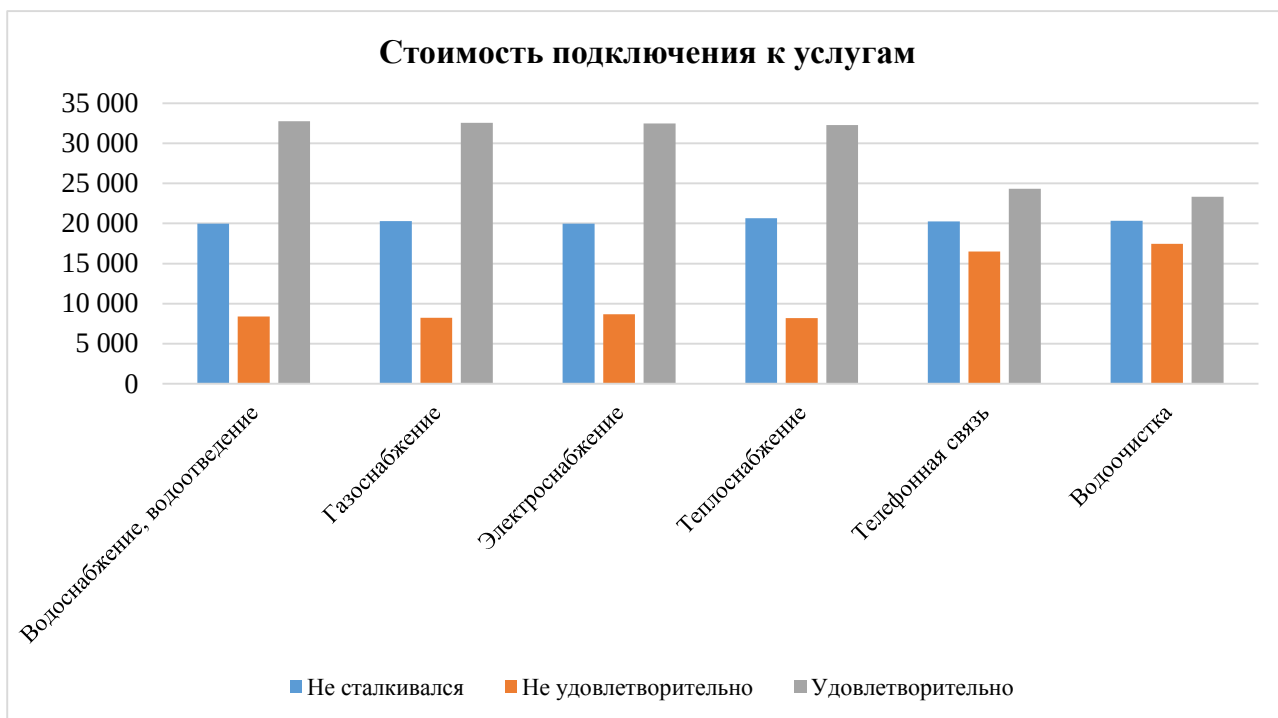
В целом, по мнению представителей бизнеса о стоимости подключения услуг естественных монополий, можно выделить телефонную связь, стоимость подключения по отношению к которой оценивается респондентами удовлетворительно – **39,8 %** (24 332), не удовлетворены – **27,0 %** (16 515), при этом **33,2 %** (20 257) опрошенных не сталкивались.

Также, большая часть респондентов удовлетворительно оценивает стоимость подключения к услугам газоснабжения – **53,3 %** (32 557). Не удовлетворены стоимостью подключения услуг – **13,5 %** (8 243), не сталкивались – **33,2 %** (20 304).

При оценке сферы электроснабжения из числа опрошенных, которые в процессе ведения бизнеса сталкивались с подключением к электросетям, **53,1 %** (32 447) оценили стоимость подключения как низкую (удовлетворены). Остальные респонденты оценили стоимость подключения как высокую (не удовлетворены) – **14,2 %** (8 679), не сталкивались **32,7 %** (19 978) опрошенных.

Стоимостью подключения услуг водоснабжения и водоотведения не довольны **13,7 %** (8 391) предпринимателей, отметив высокую стоимость. На низкую стоимость услуг указали **53,6 %** (44 128) респондентов, при этом **32,7 %** (19 984) опрошенных не сталкивались.

При оценке услуг подключения к теплоснабжению **52,8 %** (32 278) предпринимателей оценивают стоимость удовлетворительно, **13,4 %** (8 181) – не удовлетворительно. Не сталкивались **33,8 %** (20 645) опрашиваемых.



2.5.2 Оценка потребителями качества услуг

Потребителями при оценке услуг субъектов естественных монополий наиболее высокие баллы были выставлены сфере газоснабжения – **74,0 %** (168 518) респондентов удовлетворены качеством услуг, **13,5 %** (30 702) не удовлетворены вовсе, **12,5 %** (28 579) затруднились ответить.

По положительным оценкам также стоит отметить оценки потребителями телефонной связи, так, **70,8 %** (161 154) заявили об удовлетворительном качестве, но **15,3 %** (34 899), наоборот, не удовлетворены, **13,9 %** (31 746) затруднились ответить.

Достаточно высока удовлетворенность потребителей услугами электроснабжения. Так, удовлетворены услугами **57,8 %** (131 684), **30,8 %** (70 108) – не удовлетворены, затруднились ответить **11,4 %** (26 007).

Аналогичную ситуацию можно увидеть при анализе оценки потребителями сферы теплоснабжения, так, **54,6 %** (124 367) удовлетворены услугами теплоснабжения. Доля потребителей, которые не удовлетворены составила **14,2 %** (32 364), затруднились ответить – **31,2 %** (71 068).

Примерно так же потребители оценили качество услуг водоочистки, водоотведения и водоснабжения, так, качеством услуг удовлетворены **46,0 %** (104 876). В результате выявлено, что не удовлетворены качеством **39,2 %** (89 182) и затруднились ответить **14,8 %** (33 741).

Мнение о качестве услуг субъектов естественных монополий водоснабжения и водоотведения по оценкам опрошенного населения распределилось следующим образом: **52,3 %** (119 128) отметили, что они



удовлетворены данными услугами, **34,9 %** (79 423) отмечают полную неудовлетворенность, и еще **12,8 %** (29 248) затруднились ответить.

2.6. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды

Анализ оценок официальной информации о состоянии конкурентной среды на товарных рынках 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.

Предприниматели оценивали качество информации по трем критериям: уровень доступности; уровень понятности; удобство получения.

При опросе представители бизнеса оценили доступность информации так, что при подсчете ответов более **61,6 %** (37 641) высказалось об удовлетворительности размещаемой информации на официальных сайтах министерства экономики Краснодарского края и муниципальных образований Краснодарского края. Оставшиеся отметки разделились следующим образом: не удовлетворены доступом к информации **16,8 %** (10 287), затруднились ответить на данный вопрос **21,6 %** (13 176).

Схожие ситуации с уровнем понятности и удобством получения официальной информации. Так, уровень понятности оценили положительно **60,9 %** (37 210) предпринимателей, не удовлетворены оказались **17,6 %** (10 753) и **21,5 %** (13 141) затруднились с ответом.

Удобством получения информации удовлетворены **46,7 %** (28 531) респондентов, не удовлетворены **31,2 %** (19 044), а также затруднились ответить на поставленный вопрос **22,1 %** (13 529).

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. При оценке качества информации по уровню доступности выявлено, что **57,3 %** (130 601) опрошенных респондентов удовлетворены доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края. Оценку «не удовлетворен» поставили **14,4 %** (32 699) респондентов и «затрудняюсь ответить» – **28,3 %** (64 499).

Оценивая сегодняшние возможности удобства получения информации о развитии рыночной конкуренции, **56,9 %** (129 564) опрошенных отмечают что «удовлетворены», **14,2 %** (32 369) жителей дали оценку «не удовлетворен», **28,9 %** (65 866) – «затрудняюсь ответить».

При оценке уровня понятности информации опрос потребителей показал следующие результаты:

«удовлетворен» – **57,0 %** (129 772);

«не удовлетворен» – **14,5 %** (33 161);

«затрудняюсь ответить» – **28,5 %** (64 866).



2.7. Мониторинг логистических возможностей Краснодарского края

Одним из критериев оценки логистических возможностей Краснодарского края является работа транспортной инфраструктуры в части пассажирских перевозок. Потребители рассказали о периодичности использования общественных видов транспорта. **37,7 %** (85 815) опрошенных пользуются услугами общественного транспорта практически каждый день, **26,4 %** (60 234) практически не пользуются общественным транспортом, а используют личный автомобиль, мотоцикл или такси, **12,9 %** (29 490) пользуются услугами один или несколько раз в неделю и предпочитают ходить пешком или пользоваться велосипедом **10,3 %** (23 232), один или несколько раз в месяц пользуются общественным транспортом **12,7 %** (29 028).

По результатам опроса, потребители положительно оценили работу общественного транспорта, что составило – **40,2 %** (91 460), **33,4 %** (76 029) скорее удовлетворены работой общественного транспорта, **9,7 %** (22 217) не удовлетворены, **16,7 %** (38 093) не пользуются услугами общественного транспорта.

Также потребители отметили факторы, которые негативно влияют на востребованность услуг общественного транспорта. Большинство, **42,0 %** (78 980), считает, что ничто не мешает пользоваться общественным транспортом, он удобен. **20,7 %** (45 829) считают, что личный автомобиль гораздо удобнее даже самого современного и комфортного общественного транспорта, **18,7 %** (42 261) отметили некомфортный, устаревший подвижной состав, а также респонденты указали на большие интервалы движения (длительное ожидание) **18,6 %** (42 085).

Для **11,8 %** (26 716) респондентов существенным фактором является необходимость делать пересадки между маршрутами (видами транспорта). **10,3 %** (23 685) – сложность системы общественного транспорта, **9,6 %** (21 718) указали удаленность остановки общественного транспорта от дома (работы) или наличие барьеров по пути к остановке (рельеф, подземные переходы, плохой тротуар и прочее), **9,2 %** (20 996) – неудобную систему оплаты, **8,7 %** (19 785) – неудобные остановочные павильоны (или их отсутствие). Остальные ответы распределились примерно одинаково.

Оценка населением качества услуг общественного транспорта представлена следующим образом:

Виды транспорта	Удовлетворен	Не удовлетворен	Не сталкивался
1	2	3	3
Ж/д транспорт междугородний	59,3 %	13,8 %	26,8 %



1	2	3	3
Ж/д транспорт пригородный	55,9 %	14,2 %	29,7 %
Рельсовый транспорт городской (трамвай)	31,0 %	12,4 %	56,4 %
Троллейбус	31,7 %	14,0 %	54,1 %
Автобус	56,6 %	20,6 %	22,6 %
Такси	46,6 %	33,8 %	19,5 %
Маршрутные такси	52,8 %	20,4 %	26,7 %

Представители бизнеса на вопрос, что является основной проблемой, оказывающей влияние на уровень эффективности логистических процессов в Краснодарском крае, ответили:

нестабильная макроэкономическая ситуация в стране – **30,0 %**;

проблемы отсутствуют – **15,0 %**;

высокая стоимость заемных средств – **10,0 %**;

отсутствие полноценных российских TMS-решений – **8,0 %**;

снижение деловой активности – **7,0 %**;

несоответствующее состояние дорог – **7,0 %**;

низкий уровень образования в сфере логистики – **6,0 %**;

снижение платежеспособности потребителей/клиентов – **6,0 %**;

отсутствие признанных правил и стандартов организации бизнес-процессов в логистике – **4,0 %**;

низкий уровень использования электронного документооборота – **4,0 %**

недостаточный уровень господдержки логистики – **3,0 %**.

2.8. Мониторинг развития передовых производственных технологий и процесса цифровизации экономики

По мнению **28,0 %** респондентов при разработке и развитии передовых производственных технологий на территории Краснодарского края нехватка квалифицированных кадров является основным препятствием. Остальные препятствия (барьеры), которые указали респонденты:

нехватка финансов – **10,0 %** (6 040);

проблемы развития системы образования и неэффективная система управления – **6,0 %** (4 038) и **6,0 %** (3 527) соответственно;

высокие затраты на внедрение новых производственных технологий – **5,0 %** (3 051);

устаревшие бизнес-модели – **5,0 %** (2 857).

Остальные ответы распределились в равных долях между оставшимися вариантами (не превышая **4 %** на один ответ).

Также предприниматели оценили уровень изменения производительности труда на предприятии/организации/обособленном подразделении в результате использования цифровых технологий:

не изменился – **42,0 %**;

увеличился – **22,0 %**;

ни одна из технологий в 2024 г. не была использована – **19,0 %**;

снизился (стало хуже) – **17,0 %**.



2.9. Мониторинг цен на товары, входящие в перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости

Ежемесячный мониторинг цен на товары, приобретаемые для государственных нужд края, в том числе на ряд социально значимых товаров первой необходимости, проводится в соответствии с распоряжениями главы администрации Краснодарского края от 22.08.2006 № 759-р «О мерах по рациональному и эффективному использованию бюджетных средств при размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд» и от 17.10.2007 № 900-р «О стабилизации цен на отдельные виды социально значимых продуктов питания в Краснодарском крае».

Анализ среднекраевых цен за 2024 года показал следующее.

Повышение (более чем на **10 %**) среднекраевых розничных цен произошло на: яйца куриные столовые, руб. за 1 десяток, 1 категории – **78 %**, и 2 категории – **87 %**; яблоки отечественные, руб. за 1 кг – **23 %**; капусту белокочанную свежую, руб. за 1 кг – **22 %**; лук репчатый, руб. за 1 кг – **22 %**; морковь, руб. за 1 кг – **20 %**; кур (кроме куриных окорочков), руб. за 1 кг – **17%**; рис шлифованный, руб. за 1 кг – **11,5 %**; говядину (кроме бескостного мяса), руб. за 1 кг – **11 %**.

Снижение розничных цен произошло на: крупу гречневую ядрицу, руб. за 1 кг – **20%**; масло подсолнечное нераф. на розлив, руб. за 1 л – **12 %**; масло подсолнечное раф. дезод. фас., руб. за п/э бутылку емкостью 1 л – **3,9 %**; масло подсолнечное нераф. фас., руб. за п/э бутылку емкостью 1 л и вермишель, руб. за 1 кг – **1,3 %**.

На ярмарках выходного дня, проведенных в муниципальных образованиях Краснодарского края в 2024 году, цены на социально значимые продукты питания были ниже, чем в предприятиях стационарной розничной торговли.

Рост цен на ярмарках происходил в основном пропорционально розничным ценам. Так, увеличение цен на ярмарках более чем на **10 %** в 2024 году наблюдалось на:

яйца куриные столовые 1 категории и 2 категории, руб. за 1 десяток – **84 - 87%**; масло сливочное фас. в пачки, руб. за пачку весом 200 г – **44 %**; капусту белокочанную свежую, руб. за 1 кг – **26 %**; морковь, руб. за 1 кг – **23 %**; кур (кроме куриных окорочков), руб. за 1 кг и чай черный байховый, руб. за 1 кг – **21 %**; яблоки отечественные, руб. за 1 кг – **19 %**; творог обезжиренный весовой, руб. за 1 кг – **18 %**; лук репчатый, руб. за 1 кг – **14 %**; хлеб ржаной, ржано-пшеничный (Дарницкий, Бородинский), руб. за 1 кг и говядину (кроме бескостного мяса), руб. за 1 кг – **14 %**; кефир **2,5 %** жирн., руб. за п/э весом 1 кг и рис шлифованный, руб. за 1 кг – **15 %**; масло сливочное весовое, руб. за 1 кг – **13 %**; рыбу мороженую неразделанную (лимонема, камбала, треска, хек, сайда, путассу, минтай), руб. за 1 кг и сметану **20 %** жир. весовую, руб. за 1 кг – **12%**; соль поваренную пищевую, руб. за 1 кг, свинину (кроме бескостного мяса), руб. за 1 кг, творог обезжиренный, руб. за пачку весом 200 г – **11 %**.



Снижение ярмарочных цен в 2024 году произошло на: крупу гречневую ядрицу, руб. за 1 кг – **19 %**; масло подсолнечное нераф. на розлив, руб. за 1 л и масло подсолнечное нераф. фас., руб. за п/э бутылку емкостью 1 л – **4 %**; масло подсолнечное раф. дезод. фас., руб. за п/э бутылку емкостью 1 л – **3 %**; молоко питьевое **2,5 %** жирн. пастеризованное в картонном пакете (тетра-брик, пюр-пак, элопак и др.), руб. за 1 л – **2 %**.

Динамика среднекраевых розничных и ярмарочных цен на социально значимые продукты питания в 2024 году приведена ниже.

**Динамика среднекраевых розничных и ярмарочных цен
на социально значимые продукты питания в 2024 и 2025 году**

№ № п.п.	Наименование товара	Розничные цены			Цены на ярмарках		
		1 января 2024 года	1 января 2025 года	Индек с, %	1 января 2024 года	1 января 2025 года	Индек с, %
1	Мука пшеничная 1 сорта, руб. за 1кг	45,40	45,54	100,3	42,98	46,24	107,6
2	Мука пшеничная в/с, руб. за 1кг	51,21	55,11	107,6	46,65	50,60	108,5
3	Хлеб пшеничный формовой из муки 1 сорта, руб. за 1 кг)	66,98	76,35	114,0	58,89	61,20	103,9
4	Хлебобулочные изделия из пшеничной муки в/с (Батон), руб. за 1кг	98,78	113,77	115,2	82,32	87,01	105,7
5	Хлеб ржаной, ржано-пшеничный (Дарницкий, Бородинский), руб. за 1 кг	88,49	102,50	115,8	77,29	83,11	107,5
6	Молоко питьевое 2,5% жирн. пастер. в п/э пакете, руб. за 1л	65,48	73,07	111,6	65,22	71,20	109,2
7	Молоко питьевое 2,5% жирн. пастер. в картонном пакете (тетра-брик, пюр-пак, элопак и др.), руб. за 1л	85,60	97,15	113,5	87,16	102,60	117,7
8	Молоко питьевое 3,2% жирн. пастер. в п/э пакете, руб. за 1л	75,36	84,90	112,7	80,59	89,40	110,9
9	Молоко питьевое 3,2-4,5% жирн. пастер. в картонном	92,94	103,69	111,6	107,50	120,56	112,2



	пакете (тетра-брик, пюр-пак, элопак и др.), руб. за 1л						
10	Кефир 2,5 % жирн., руб. за п/э пакет весом 1кг	74,31	83,44	112,3	73,17	79,26	108,3
11	Сметана 20% жирн. весовая, руб. за 1кг	235,32	271,86	115,5	237,23	241,46	101,8
12	Сметана 20% жирн. руб. за п/э пакет весом 500г	119,81	133,70	111,6	117,44	141,57	120,5
13	Творог обезжиренный весовой, руб. за 1кг	282,42	303,17	107,3	274,22	285,87	104,2
14	Творог обезжиренный, руб. за пачку весом 200г	76,66	81,21	105,9	72,64	80,57	110,9
15	Масло сливочное весовое , руб. за 1кг	599,61	763,87	127,4	570,66	711,47	124,7
16	Масло сливочное фас. в пачки, руб. за пачку весом 200г	141,58	190,31	134,4	176,39	171,65	97,3
17	Масло подсолнечное нераф. на розлив, руб. за 1л	144,48	158,88	110,0	145,72	170,52	117,0
18	Масло подсолнечное нераф. фас., руб. за п/э бутылку емк. 1 л	136,04	149,68	110,0	125,36	136,44	108,8
19	Масло подсолнечное раф. дезодорир. фасованное, руб. за п/э бутылку емк. 1 л	125,48	135,15	107,7	122,12	128,94	105,6
20	Яйца куриные столовые 1 категории, руб. за 1 десяток	137,69	115,38	83,8	129,60	118,07	91,1
21	Яйца куриные столовые 2 категории, руб. за 1 десяток	122,48	99,22	81,0	123,45	107,71	87,3
22	Говядина (кроме бескостного мяса), руб. за 1кг	538,67	610,45	113,3	524,08	614,91	117,3
23	Свинина (кроме бескостного мяса), руб. за 1кг	341,89	366,38	107,2	328,10	343,79	104,8
24	Баранина (кроме бескостного мяса), руб. за 1кг	570,66	667,97	117,1	570,00	723,33	126,9



25	Куры (кроме куриных окорочков), руб. за 1кг	226,29	232,16	102,6	226,93	267,63	117,9
26	Рыба мороженная неразделанная (лимонема, камбала, треска, хек, сайда, путассу, минтай), руб. за 1кг	232,35	253,97	109,3	224,88	299,98	133,4
27	Сахар-песок, руб. за 1кг	71,45	74,08	103,7	67,19	71,64	106,6
28	Соль поваренная пищевая, руб. за 1кг	21,77	24,91	114,4	21,44	24,67	115,1
29	Чай черный байховый, руб. за 1кг	789,81	864,20	109,4	907,10	900,07	99,2
30	Рис шлифованный, руб. за 1кг	102,13	107,34	105,1	97,83	97,90	100,1
31	Пшено, руб. за 1кг	55,38	59,55	107,5	53,41	51,89	97,2
32	Крупа гречневая ядрица, руб. за 1кг	86,56	81,81	94,5	83,02	75,28	90,7
33	Вермишель, руб. за 1кг	71,77	77,75	108,3	69,17	65,50	94,7
34	Картофель, руб. за 1кг	33,18	57,02	171,8	32,22	54,40	168,8
35	Капуста белокочанная свежая, руб. за 1кг	37,10	47,54	128,1	36,75	46,81	127,4
36	Лук репчатый, руб. за 1кг	34,77	46,59	134,0	31,59	42,77	135,4
37	Морковь, руб. за 1кг	41,10	44,10	107,3	40,91	43,41	106,1
38	Яблоки отечественные, руб. за 1кг	76,49	93,13	121,8	66,25	79,20	119,5

3. Сферы деятельности в Краснодарском крае

3.1. Сфера образования

В сферу образования вошли следующие товарные рынки: рынок услуг дошкольного образования; рынок услуг общего образования; рынок услуг среднего профессионального образования; рынок услуг дополнительного образования детей.

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **13 314** имеют отношение к сфере образования (**21,79 %** от общей численности опрошенных).



В определении основного географического рынка для ведения бизнеса большинство предпринимателей сообщили, что занимаются предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **81,4 % (10 843)**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **8,5 % (1 135)**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **1,9 % (256)**, на рынке Российской Федерации – **2,1 % (277)**, на рынках стран СНГ – **1,5 % (185)**, на рынках стран зарубежья (кроме СНГ) – **1,0 % (136)**. Остальные **3,6 %** затруднились с определением географического рынка.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг в сфере образования, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **66,7 %** опрошенных (8 887). На втором месте – низкая цена – **17,0 % (2 270)**. Третье место, по мнению опрошенных, – уникальность услуг, так ответили **3,7 % (488)** респондентов. Доверительные отношения с клиентами отметили **2,8 % (377)**, предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов оценили **2,0 % (269)**; доверительные отношения с поставщиками – **1,2 % (142)**. Вместе с тем, дать оценку по конкурентоспособности услуг сферы образования затрудняются **6,6 %** опрошенных (881).

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в сфере образования являются обучение и переподготовка персонала – **39,4 % (8 662)**, разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **34,7 % (7 637)**, сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **11,1 % (2 438)**, новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **2,7 % (583)**, приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **2,1 % (469)**, выход на новые



географические рынки и развитие/расширение системы представительств – **1,6 % (346)** и **1,6 % (345)** соответственно, выход на новые продуктовые рынки – **1,6 % (336)**, самостоятельное проведение НИОКР – **1,4 % (316)**. Не предпринимали никаких действий **3,8 %** респондентов.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса в данной сфере время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг – слабая конкуренция – так считают **60,6 % (8071)** опрошенных. В то же время **21,8 % (2 909)** респондентов отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг – нет конкуренции, **7,8 % (1 043)** опрошенных ответили о необходимости регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – умеренная конкуренция, **5,5 % (727)** респондентов считают необходимым постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг , не используемые компанией ранее – очень высокая конкуренция .

Для сохранения рыночной позиции бизнеса нужно регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – высокая конкуренция – так считает **4,2 % (564)** представителей бизнеса.

За последние 3 года на рынке услуг сферы образования число конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента – так считает **78,6 % (10 473)** опрошенных, сокращение количества конкурентов на 1-3 субъекта отметили **6,2 % (823)** опрошенных, сокращение на 4 и более конкурентов заметили **5,9 % (785)** опрошенных. **9,3 % (1 233)** – заметили увеличение более чем на 4 конкурента.



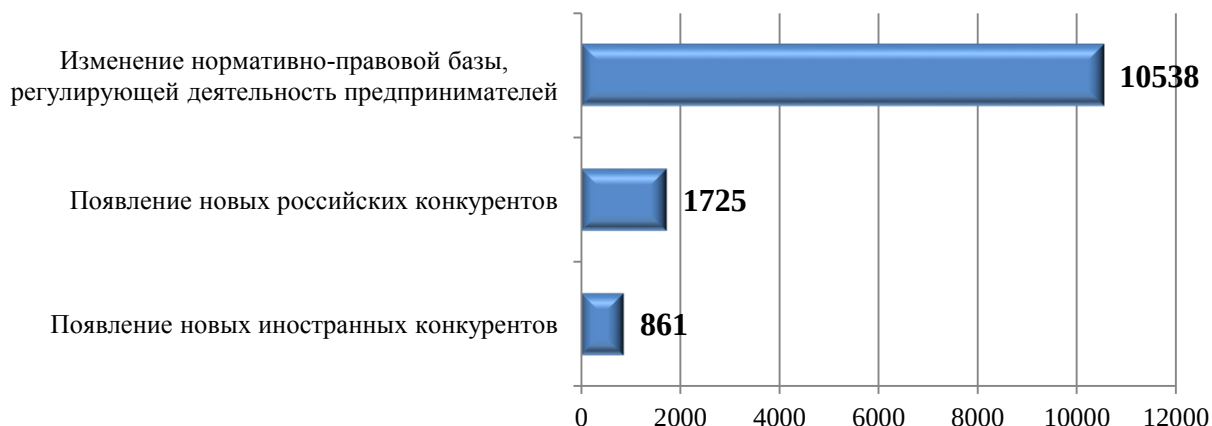
По мнению представителей сферы образования, наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке оказывает:

изменение нормативно правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, так ответили **80,3 % (10 538)** опрошенных;



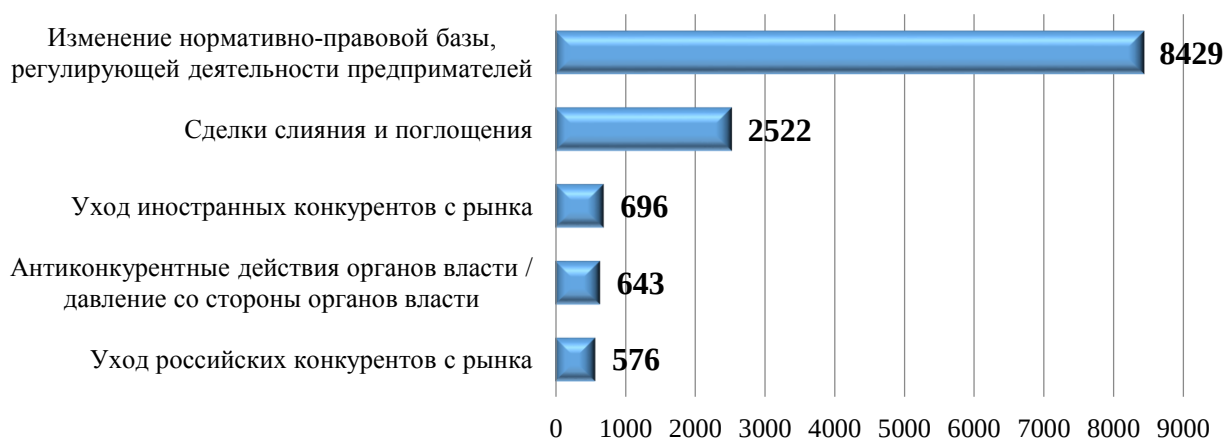
появление новых российских конкурентов на рынках, так ответили **13,1 % (1 725)** опрошенных;
появление новых иностранных конкурентов – **6,6 % (861)**.

Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению **65,7 % (8 492)** представителей бизнеса края, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке образования оказало изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **19,4 % (2 522)** указали на сделки слияния и поглощения предприятий. **5,4 % (696)** утверждают об уходе иностранных конкурентов с рынка; позицию об антиконкурентных действиях органов власти/давлении со стороны органов власти отметили **5,0 % (643)** респондентов; **4,5 % (576)** опрошенных представителей бизнеса поставили отметку в графе «уход российских конкурентов с рынка».

Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов



Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, опрошенные считают:
нестабильность законодательства – **25,1 % (7 950 ответов)**;



недостаток квалифицированных кадров – **24,6 %** (7 770 ответов);
Сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **24,3 %** (7 685 ответов);
сложность получения доступа к земельным участкам – **7 %** (2 199 ответов)
высокие налоги – **2,3 %** (727 ответов);
коррупция со стороны органов власти – **1,6 %** (496 ответов);
высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам – **1,4 %** (430 ответ).

Остальные ответы опрошенных распределены равномерно между вариантами: необходимость установления партнерских отношений с органами власти, ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок, силовое давление со стороны правоохранительных органов (например, угрозы, вымогательства) и др.

При этом **2,7 %** (869 опрошенных) считают, что ограничения отсутствуют.

По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что: бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **59,4 %** (7 907); административные барьеры были полностью устранены – **16 %** (2 127); затрудняются с ответом – **9,7 %** (1 297); уровень и количество административных барьеров не изменились – **4,9 %** (649); административные барьеры отсутствуют, как и ранее, – **3,8 %** (502); бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **3,7 %** (492); ранее административные барьеры отсутствовали и сейчас появились – **2,5 %** (340)

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

получение разрешения на строительство – **35,0 %** (7 638);
регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **9,6 %** (2 101);
лицензирование отдельных видов деятельности – **4,7 %** (1 017);
получение государственной поддержки – **3,6 %** (775);
сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **3 %** (650).
контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **2,5 %** (547);
аренда зданий, помещений – **2,2 %** (475);
размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **1,5 %** (317);

В рамках мер, направленных на повышение конкурентоспособности продукции, работ, услуг **39,4 %** отмечают необходимость обучения и переподготовки персонала. **37,7 %** делают акцент на необходимости разработки новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента и **11,1 %** делает упор на сокращении затрат на производство.

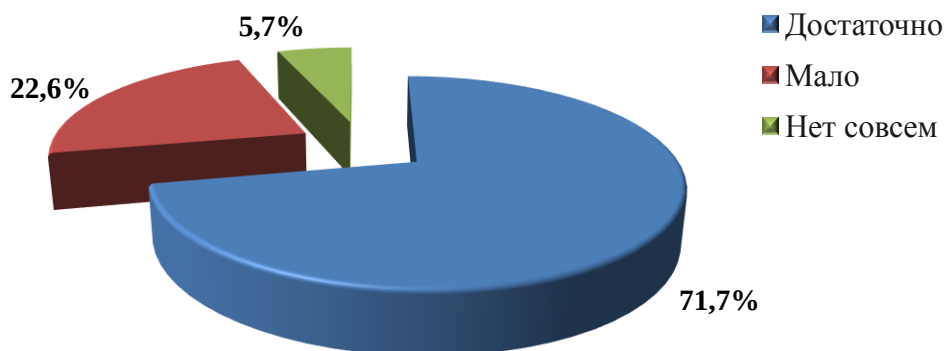
Большая часть предпринимателей сферы образования (**61,8 %**) утверждают, что для разработки передовых технологий на территории



Краснодарского края не хватает квалифицированных кадров, **17 %** на отсутствие барьеров, **4,1 %** считает, что существуют проблемы с развитием системы образования. Высокие затраты отметили **2,6 %** опрошенных, неэффективную систему управления – **2,3 %**.

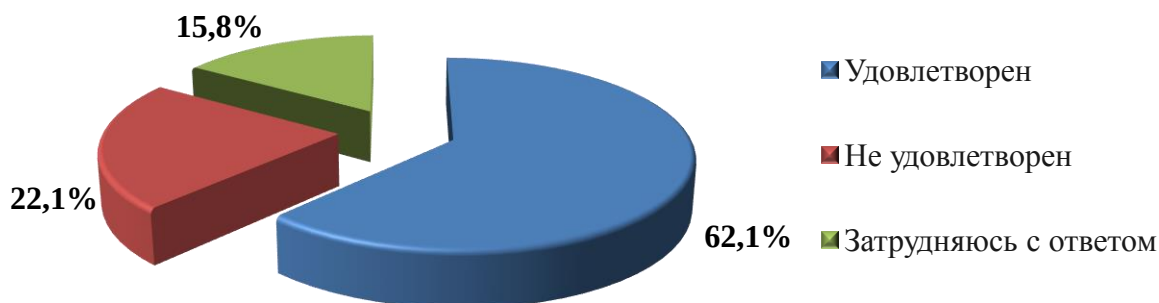
В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу образования следующим образом: **71,7 %** (163 270) опрошенных считают, что количество услуг в данной сфере достаточно, **22,6 %** (51 569) опрошенных считают, что услуг сферы образования мало, **5,7 %** (12 960) считают, что нет совсем.

Количество услуг
(по мнению потребителей)



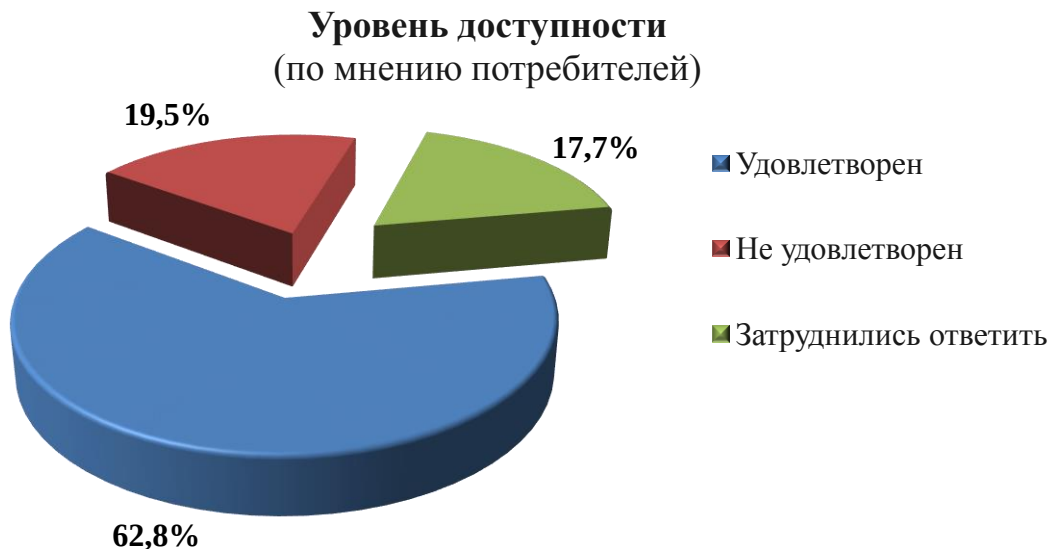
Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качества рынка сферы образования характеризуется следующим образом: отметку в графе «удовлетворен» поставили **62,1 %** (141 412) респондентов. Однако, **22,1 %** (50 446) респондентов не удовлетворены, а **15,8 %** опрошенных затруднились в оценке уровня цен образовательных услуг.

Уровень цен и качества
(по мнению потребителей)





Удовлетворенность доступностью услуг сферы образования относительно высокая: **62,8 %** (143 099) потребителей считают, что удовлетворены характеристиками. Однако, **19,5 %** (44 311) опрошенных граждан говорят, что они не удовлетворены, а **17,7 %** (40 389) опрошенных затруднились в вопросе оценки доступности образовательных услуг.



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

3.2. Социальная сфера

В социальную сферу вошли следующие товарные рынки: рынок услуг детского отдыха и оздоровления; рынок социальных услуг.

В рамках проведения опроса предпринимателей и населения Краснодарского края, прошедших анкетирование, из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **4 415** респондентов относят свою деятельность к социальной сфере (**7,23 %** от общего числа опрошенных).

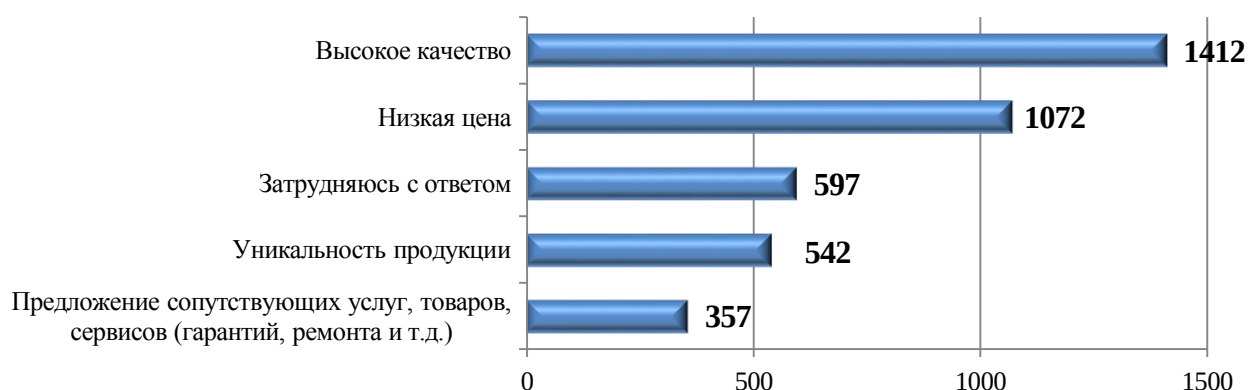
В определении основного географического рынка для ведения бизнеса, предприниматели сообщили, что большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **36,0%** (1 594), на рынке Краснодарского края – **26,0 %** (1 169), на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **11 %** (503), на рынке Российской Федерации – **9,0 %** (413), выход на рынки стран СНГ имеют **5,0 %** (209) респондентов, рынки стран зарубежья (кроме СНГ) – **3,0 %** (133). Затруднились ответить **9,0 %**.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг в социальной сфере, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество, так утверждают **32,0 %** (1 412) опрошенных. На втором месте – низкая



цена, это отметили **24,0 %** (1 072) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, занимает уникальность продукции и предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов – по **12,0%** и **8,0%** соответственно, и на четвертом месте – доверительные отношения с клиентами, что отметили **6 %** (284) респондентов, доверительные отношения с поставщиками – **3 %** (151) респондентов.

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



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

сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) –

22,0 % (1 290);

обучение и переподготовка персонала – **17,0 %** (968);

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **11,0 %** (607);

приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау и – **8,0 %** (483);

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **8,0 %** (442);

выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **6,0 %** (344);

выход на новые географические рынки – **6,0 %** (340);

самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) – **5,0 %** (316);

развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – **5,0 %** (314);

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **7,4 %** (2 922);

Не предпринимали никаких действий **12,0 %** опрошенных.



Так **33,0 %** (1 446) респондентов уверены, что для сохранения рыночной позиции своего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг – нет конкуренции.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса в данной сфере время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг – так считает **25,0 %** (1 108) представителей бизнеса (слабая конкуренция).

В то же время **16,0 %** (698) респондентов уверены, что для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг - умеренная конкуренция, так **14,0 %** (606) респондентов считают, необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности, не используемые компанией ранее – очень высокая конкуренция.

Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее, – высокая конкуренция – так утверждают **13,0 %** опрошенных (557).

Количество конкурентов представители социальной сферы оценили следующим образом:

35,0 % (1566) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

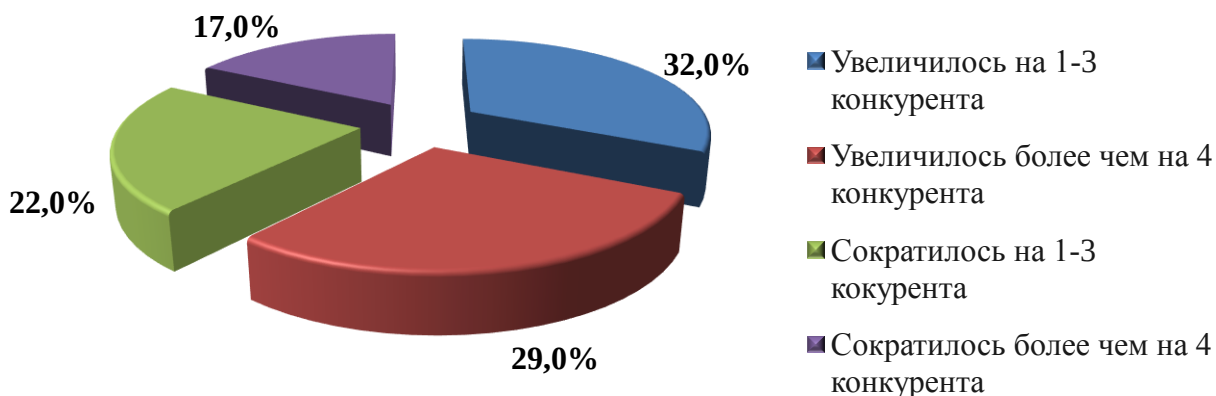
23,0 % (1017) сообщили о 4 и более конкурентах;

23,0 % (1 000) высказали позицию, что конкурентов нет;

19,0 % (832) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов.

За последние 3 года, по мнению **32,0 %** (1 391) респондентов, количество конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента. Число конкурентов увеличилось более чем на 4 субъекта – так считают **29,0 %** (1 296), о том, что количество сократилось на 1-3 сообщают **22,0 %** (984), более чем на 4 – **17,0 %** (744).

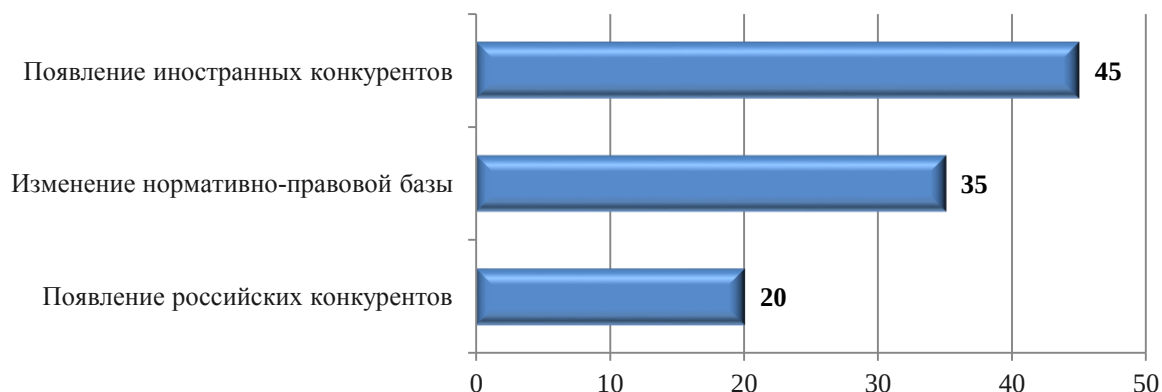
Количество конкурентов





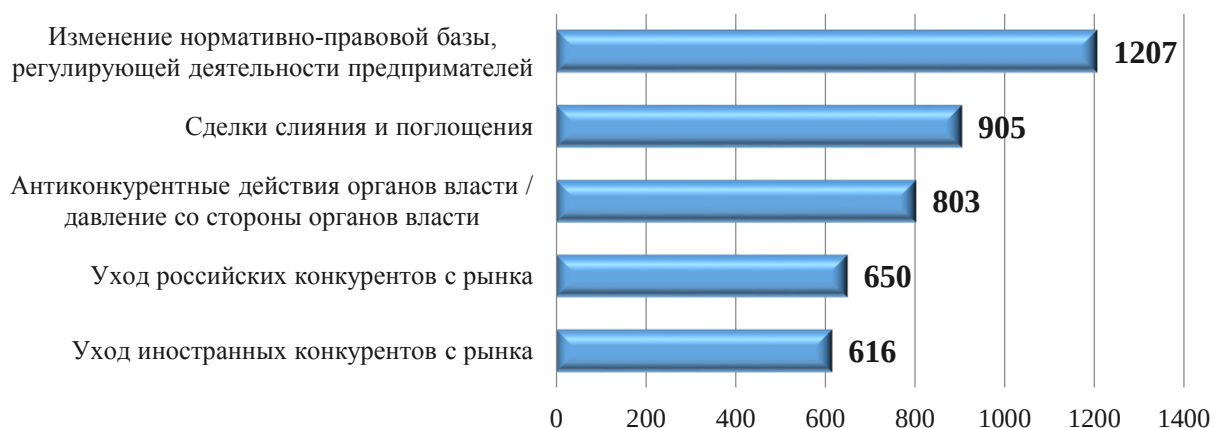
По мнению опрошенных представителей социальной сферы, наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов в сфере оказывает появление новых российских конкурентов указали **45,0 %** (1 919) опрошенных, после отметили изменение нормативно правовой базы, так ответили **35,0 %** (1 483), а **20,0 %** (867) говорят о появлении новых иностранных конкурентов на рынках.

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



По мнению **29,0 %** (1 207) опрошенных представителей бизнеса края, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов в их сфере оказало изменение нормативно-правовой базы, **22,0 %** (905) опрошенных представителей бизнеса указали на сделки слияния и поглощения, **19,0 %** (803) говорят об антиконкурентных действиях органов власти, **16,0 %** (650) отметили уход российских конкурентов с рынка, **15,0 %** (616) поставили отметку в графе «Уход иностранных конкурентов с рынка».

**Факторы, влияющие на сокращение
числа конкурентов
(количество организаций)**



Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, опрошенные считают: сложность получения доступа к земельным участкам – **12,0 %**;



нестабильность Российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **11,0 %**;

высокие налоги – **9,0 %**;

коррупция со стороны органов власти и сложность при получении разрешений – **6,0 %**;

недостаток квалифицированных кадров – **4,0 %**.

Остальные ответы опрошенных распределены равномерно между вариантами: высокие транспортные и логистические издержки, неразвитость транспортной сети, давление со стороны конкурентов, давление со стороны поставщиков, высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам и др.

По оценке изменения уровня проблем в логистических процессах мы видим, что:

нестабильная макроэкономическая ситуация в стране – **21,0 %** (917);

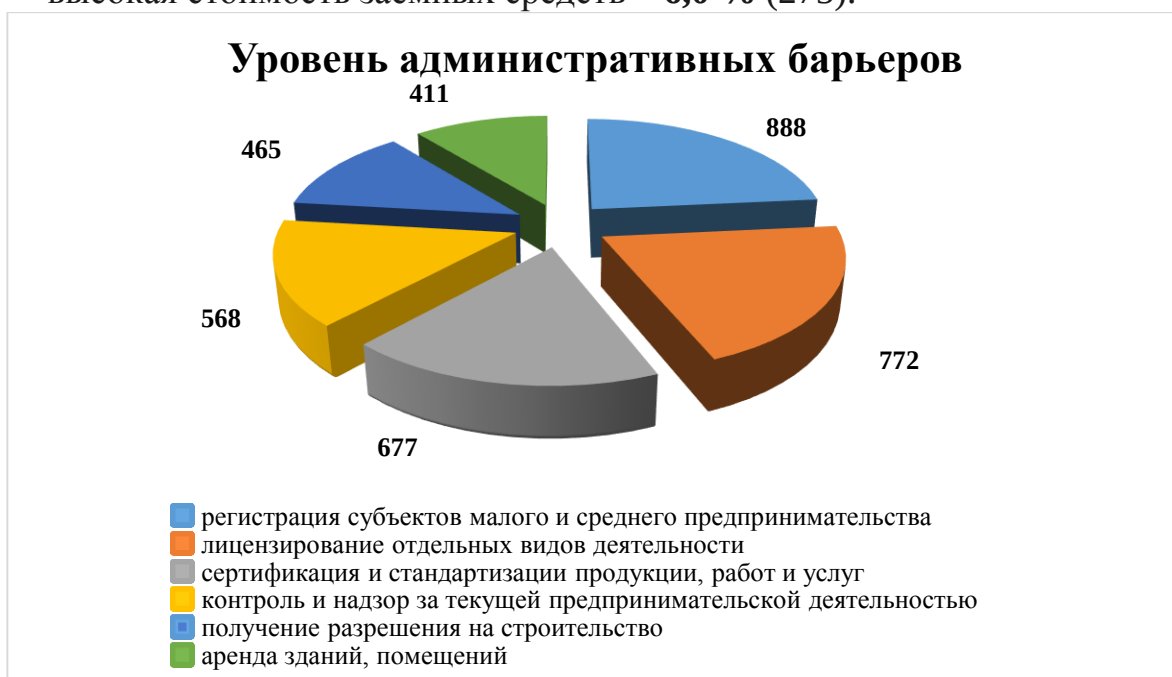
отсутствие полноценных российских TMS-решений – **15,0 %** (644);

проблемы отсутствуют – **14,0 %** (620);

несоответствующее состояние дорог – **11,0 %** (504);

низкий уровень образования в сфере логистики – **8,0 %** (366);

высокая стоимость заемных средств – **6,0 %** (275).



По оценке респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами наблюдается следующая ситуация:

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **16,0 %** (888);

лицензирование отдельных видов деятельности – **14,0 %** (772);

сертификация и стандартизации продукции, работ и услуг – **12,0 %** (677);

контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **10,0 %** (568);

получение разрешения на строительство – **8,0 %** (465);

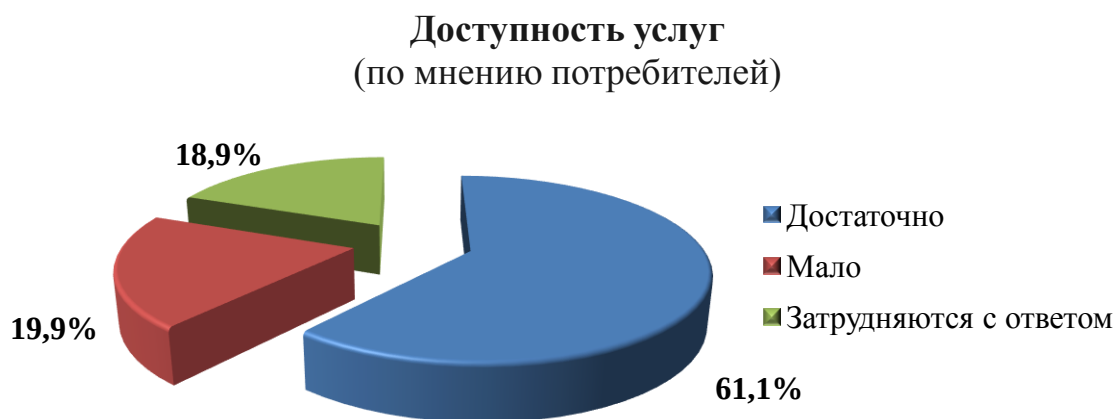


аренда зданий, помещений – **7,0 % (411)**.

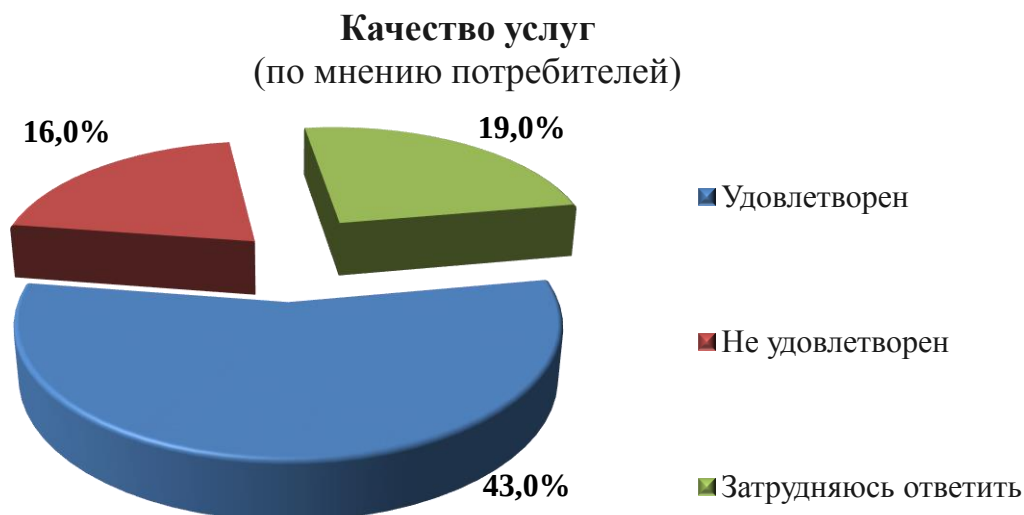
Большинство опрошенных представителей социальной сферы для расширения бизнеса в ближайшие 3 года еще не определились либо не планируют никаких мер, а именно **52,0 % (2 296)**, при этом планируют выход на новые продуктовые и географические рынки – **26,0 % (1 150)** и **22,0 % (969)** респондентов соответственно.

Большая часть опрошенных не встречала барьеры при разработке передовых производственных технологий на территории Краснодарского края. Наиболее существенными препятствиями, по мнению предпринимателей, являются: нехватка квалифицированных кадров – так ответили **693 (16 %)** респондента, проблемы развития системы образования – **451 (10 %)**, неэффективная система управления – **386 (9 %)**, нехватка финансовых средств – **366 (8 %)**, устаревшие бизнес-модели – **289 (7 %)**, высокие затраты на внедрение новых производственных технологий – **263 (6 %)**.

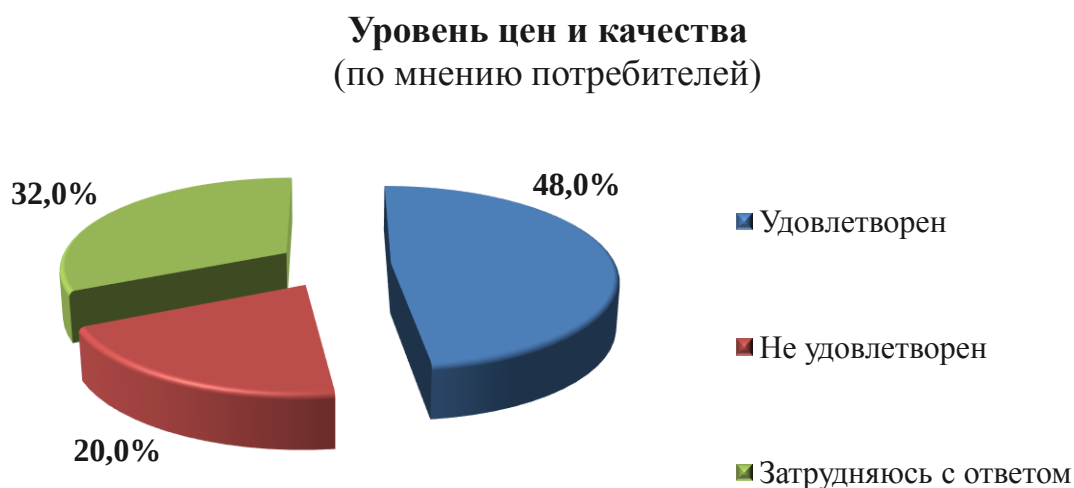
В свою очередь, потребители охарактеризовали социальную сферу следующим образом: **61,1 % (139 294)** удовлетворены доступностью услуг в социальной сфере, **19,9 % (45 413)** опрошенных считают, что услуг в социальной сфере мало, **18,9 % (43 092)** затруднились с ответом.



Удовлетворенность качеством услуг социальной сферы высокая, удовлетворены **43,0 % (97 075)**, однако, **16,0 % (37 368)** опрошенных граждан говорят, что они не удовлетворены услугами, а **19,0 % (42 624)** респондентов затруднились ответить.



По Краснодарскому краю удовлетворенность уровнем цен и качества в социальной сфере высокая **48,0%** (109 135) респондентов ответили соответственно. В то же время **20,0 %** (46 408) опрошенных граждан говорят, что они не удовлетворены, а **32,0 %** (77 265) затрудняются с ответом.



В целом, в социальной сфере в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.3. Сфера здравоохранения

В сферу здравоохранения вошли следующие товарные рынки: рынок медицинских услуг; рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами.

В рамках мониторинга было опрошено **5 069** респондентов.



В определении географического рынка основного для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство занимается деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **55,0 %** или **2 807** хозяйствующих субъектов, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **15,0 %** или **763** хозяйствующих субъектов, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **9,0 %** или **439**, на рынке Российской Федерации – **9,0 %** или **452**, а также на рынке стран СНГ – **5,0 %** или **234** хозяйствующий субъект, затрудняются с ответом – **4,0 %** или **214**, на рынке стран зарубежья (кроме СНГ) – **3,0 %** или **160**.

В результате опроса можно выявить наиболее важные факторы конкурентоспособности в сфере здравоохранения, такие как высокое качество, за это высказалось большинство – **53,0 %** (2 688) представителей бизнеса, на втором месте по важности респонденты поставили низкую цену – **15,0 %** (748), на третьей позиции уникальная продукция – **9,0 %** (463 опрошенных). Среди прочих факторов представители бизнеса отнесли предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов – **8,0 %** (412), доверительные отношения с клиентами – **6,0 %** (293).

По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в сфере здравоохранения являются: обучение и переподготовка персонала – **2 367** респондентов, разработку новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **2 037** респондентов, за сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **816** респондентов, за новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) и разработку новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **522** респондента, приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау и выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **480** респондентов, за выход на новые продуктовые рынки – **326** опрошенных, **326** отметили выход на новые географические рынки и **400** опрошенных ответили, что не предпринималось никаких действий

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

50,0 % (2 541 респондент) отметили высокий уровень конкуренции. По их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг – **слабый уровень конкуренции**;

18,0 % (1 486 респондентов) указали на **отсутствие конкуренции** на товарном рынке, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

13,0 % (669 респондентов) считают, что на рынке **конкуренция умеренная**, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо



регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг;

10,0 % (514 респондента) считают, что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – **высокая конкуренция**.

9,0 % (444 респондентов) отметили очень **высокий уровень конкуренции**, по их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг, не используемые компанией ранее.

Количество конкурентов, представители сферы здравоохранения оценили следующим образом:

51,0 % (2 591 организации) сообщили, что присутствует от 4-х до 8-ми конкурентов;

22,0 % (1 110 организаций) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

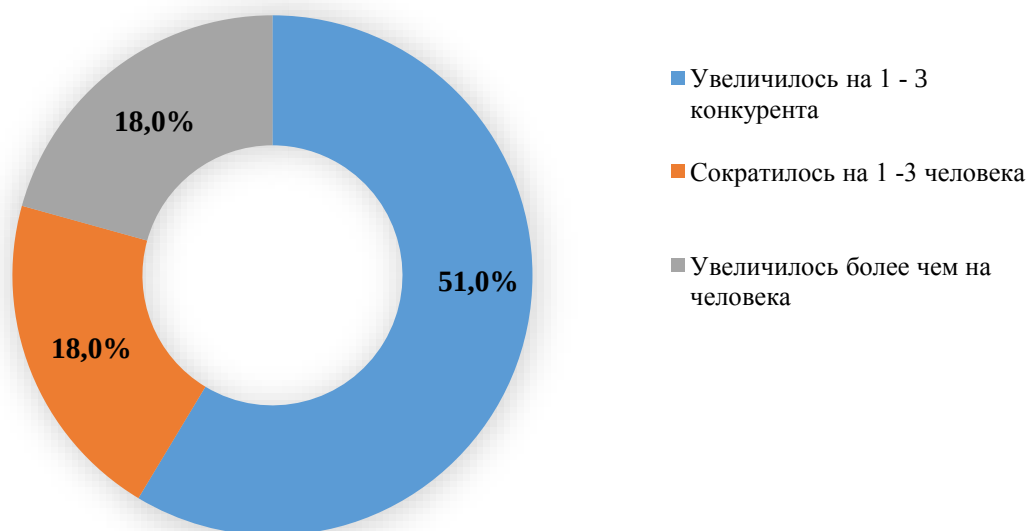
14,0 % (689 организаций) считают, что присутствует большое число конкурентов (сложно подсчитать);

13,0 % (679 организаций) высказались, что конкурентов нет.

За последние 3 года представители сферы здравоохранения отметили, что число конкурентов увеличилось на 1 – 3 конкурента – так считают **51,0 %** (2 579) хозяйствующих субъектов. **18,0 %** (907) и **18,0 %** (925) опрошенных представителей бизнеса считают, что количество конкурентов сократилось на 1 – 3 конкурента и увеличилось более чем на 4 конкурента соответственно.



Факторы, влияющие на изменение числа конкурентов



В свою очередь, на вопрос «Что оказало наиболее существенное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?» предприниматели ответили: изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, – **54,0 %** (2 656 опрошенных), появление новых российских конкурентов – **29,0 %** (1 407 опрошенных). Позицию о появлении новых иностранных конкурентов отметили **17,0 %** (844).

Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов



По мнению опрошенных предпринимателей, основными факторами, влияющими на сокращение числа конкурентов являются:

изменение нормативно-правовой базы, регулирующая деятельность предпринимателей 2502 (**51,0 %**);



антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти 741 (15,0 %);

сделки слияния и поглощения 584 (12,0 %);

уход иностранных и российских конкурентов соответственно по 530 опрошенных (11,0 %) соответственно.

**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 – 21,0 % (2 261);

сложность получения разрешений/ лицензий – 18,0 % (1 972);

недостаток квалифицированных кадров – 17,0 % (1 863);

высокие налоги – 5,0 % (522).

Остальные варианты ответов занимают незначительную часть от общего числа опрошенных и в равных пропорциях распределились между (коррупция со стороны органов власти, установления партнерских отношений с органами власти, силовое давление со стороны правоохранительных органов, высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам, неразвитость инновационной инфраструктуры и др.)

При расширении действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/ работы/ услуги большинство предпринимателей здравоохранения сталкивались со следующими препятствиями: высокие начальные издержки, высокие транспортные издержки, насыщенность рынков сбыта, отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках, недостаточное качество инновационной инфраструктуры, преимущество конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья.

Согласно мнению респондентов, доступность базового набора финансовых услуг представлена следующим образом:



доступны все виды – **71,0 %**;
доступны несколько видов – **14,0 %**;
доступен один вид – **11,0 %**.

Результат оценки изменения уровня административных барьеров:

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **44,0 %** (2 224 организации);

административные барьеры были полностью устранены и уровень, количество административных барьеров не изменился – **11,0 %** (572 организации) и **11,0 %** (553 организации) соответственно;

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **10,0 %** (484 организации);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **9,0 %** (442 организации);

При этом **9,0 %** (449 организаций) затруднились ответить.

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

получение разрешения на строительство – **27,0 %** (2 019 опрошенных);

приобретение зданий, помещений – **26,0 %** (1 957 опрошенных);

лицензирование отдельных видов деятельности – **8,0 %** (586 опрошенных);

контроль и надзор за текущей деятельностью – **6,0 %** (491 опрошенный);

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **6,0 %** (446 опрошенных);

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **5,7 %** (1726 опрошенных);

размещении заказов для государственных и муниципальных нужд – **4,0 %** (290 опрошенных).

Выход на новые географические рынки планируют – **16 %** (788 организаций), выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) планируют **18,0 %** (888 организаций). В тоже время ничего не планируют предпринимать – **67,0 %** (3 393 организации).

Основная доля опрошенных представителей бизнеса **42,0 %** или 2 138 субъектов отметили, что ключевым препятствием при разработке передовых производственных технологий на территории Краснодарского края является нехватка квалифицированных кадров. Мнение остальных опрошенных распределилось следующим образом: барьеры отсутствуют (**11,0 %** или 558 субъектов), проблемы развития системы образования (**10,0 %** или 486 организаций), неэффективная система управления (**7,0 %** или 336), нехватка финансов (**5,0 %** или 231 опрошенных). Другие факторы, такие как высокие затраты на распределение новых производственных технологий, износ или нехватка производственных ресурсов, **социально-политические факторы, устаревшие бизнес-модели, распределились** примерно одинаково.

При построении логистических процессов возникают некоторые проблемы, влияющие на их эффективность. По мнению представителей бизнеса



здравоохранения, основными проблемами, влияющими на эффективность логистических процессов, являются:

нестабильная макроэкономическая ситуация в стране (по мнению 2 172 опрошенных, **43,0 %**);

отсутствие полноценных российских TMS-решений (система управления перевозками) **11,0 %** или 534 организации;

снижение деловой активности компаний (по мнению 6955 опрошенных, **8,5 %**);

об отсутствии проблем, влияющих на эффективность логистических процессов, заявили **8,0 %** опрошенных (421 организация);

несоответствующее состояние дорог (по мнению 373 опрошенных, **7,0 %**).

Остальные опрошенные отметили высокую стоимость заемных средств, снижение платежеспособности потребителей/клиентов, низкий уровень использования электронного документооборота.

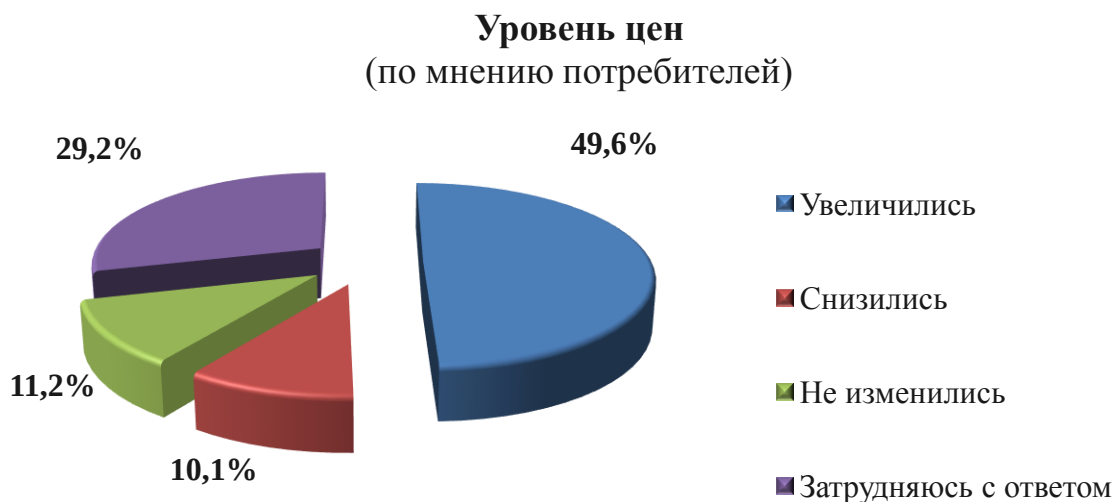
В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу здравоохранения следующим образом: **56,4 %** (128 439) удовлетворены доступностью услуг в сфере здравоохранения, **26,5 %** (60375) опрошенных считают, что услуг в сфере мало, а **17,1 %** (38 985) затруднились с ответом.



Удовлетворенность ценой и качеством услуг сферы здравоохранения высокая, удовлетворены **56,4 %** (128 542), а **29,4 %** (66 936) респондентов вообще не удовлетворены, и только **14,2%** затруднились ответить.



По Краснодарскому краю отметили изменение уровня цен в сфере здравоохранения, увеличились **49,6 %** (112 874) респондентов ответили соответственно. Однако **11,2 %** (25 510) опрошенных граждан говорят, что они не увидели изменения цен, а **10,1 %** (23 006) респондентов вообще отмечают снижение цен, а **29,2 %** (66 409) затрудняются с ответом.



В целом, в сфере здравоохранения в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг удовлетворительного качества.



3.4. Сфера торговли и услуг населению

В Краснодарском крае сфера торговли и услуг населению представлена следующими рынками: рынок наружной рекламы, рынок ритуальных услуг, а также торговля.

В рамках мониторинга торговой сферы было опрошено **11 485** респондентов (**18,8 %** от общей численности опрошенных представителей бизнеса), осуществляющих свою деятельность в данной сфере.

В определении основного географического рынка для ведения бизнеса респонденты сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **7 006 (61,0 %)**, часть товаров и услуг предприниматели оказывают на рынке Краснодарского края – **2 331 (20,3 %)**, на рынке Российской Федерации – **560 (4,9 %)**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **539 (4,7 %)**, на рынках стран СНГ – **270 (2,4 %)**, на рынках стран дальнего зарубежья – **169 (1,5 %)**. Затруднились с ответом **5,3 %** опрошенных.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности в сфере торговли и услуг населению, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество, так высказалось **40,0 %** опрошенных (4 598). На втором месте – низкая цена, это отмечают **19,7 %** (2 260) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, это уникальность продукции, так отметили **8,7 %** (2 334). Остальные голоса распределились примерно одинаково в пользу других факторов.





По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в торговой сфере являются:

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **15,2 % (2 547);**

обучение и переподготовка персонала – **15,0 % (2 504);**

сокращение затрат на производство/ реализацию продукции – **14,0 % (2 343);**

выход на новые географические рынки – **7,3 % (1 221);**

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **6,1 % (1 011);**

Не предпринимали никаких мер по повышению конкурентоспособности **22,0 %** представителей бизнеса. Остальные меры заняли незначительную долю ответов.

При проведении опроса респонденты отметили умеренную конкуренцию на рынке и считают, что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг, – **24,4 %** ответов;

также, **21,8 %** опрошенных ссылаются на высокую конкуренцию, и что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее;

19,9 % респондентов указали на слабую конкуренцию, для сохранения рыночной позиции их бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг;

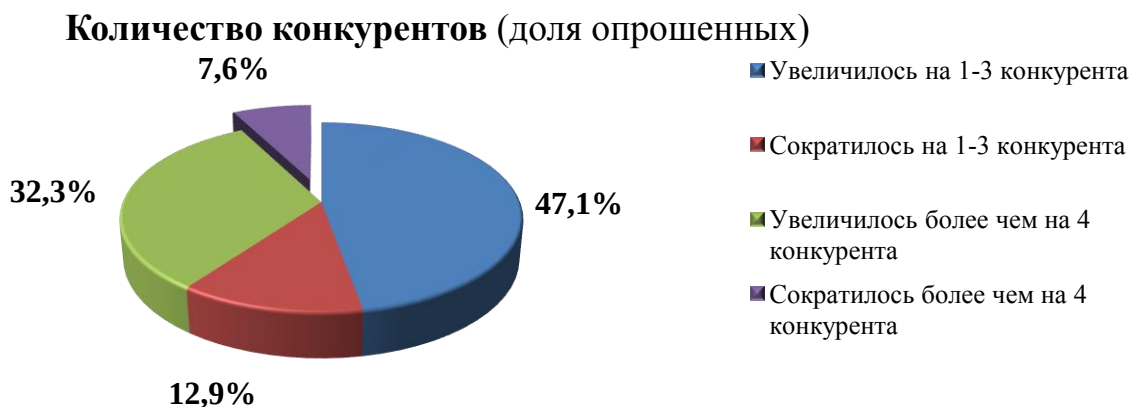
18,1 % респондентов отметили очень высокую конкуренцию на рынке и что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, не используемые компанией ранее;

15,9 % респондент считают, что конкуренции нет, и для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг.

В оценке количества конкурентов 11 485 респондента высказали мнение:

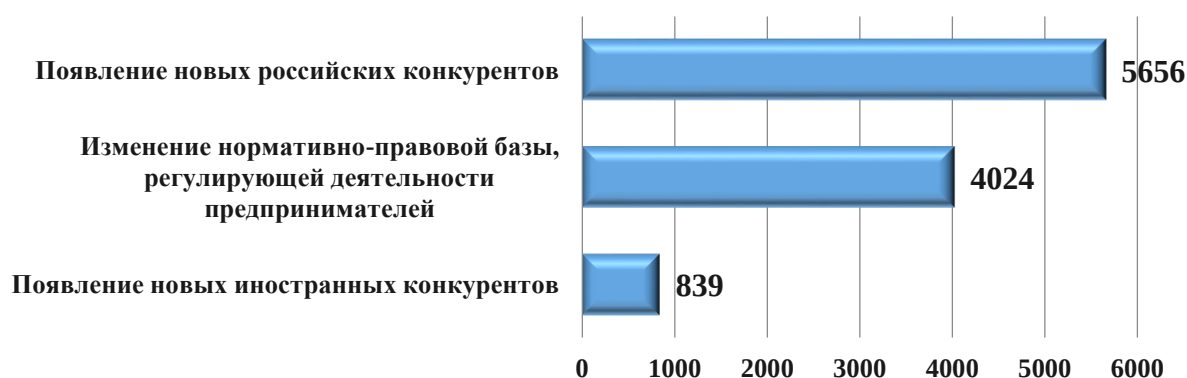
от 1 до 3 конкурентов – **34,5 %**, затруднились с ответом – **33,9 %**, от 4 до 8 конкурентов – **23,0 %** и только **8,6 %** отмечают, что конкурентов нет.

47,1 % (5 411) респондентов отметили увеличение конкурентов на 1-3 в сфере торговли, доля респондентов в размере **32,3 % (3 709)** отметили, что число конкурентов увеличилось более чем на 4, **12,9 % (1 487)** заметили сокращение на 1 – 3 конкурента на рынке и только **7,6 %** сказали о сокращении на более чем 4 конкурента.



Наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов оказало появление новых российских конкурентов, так высказались **53,8 %** (5 656 предпринимателей), **38,3 %** (4 024) ссылаются на изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей **8,0 %** (839) утверждают о появлении новых иностранных конкурентов.

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



К факторам, оказывающим наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на этом рынке, предприниматели отнесли:

изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, – **34,4 %** (2 959);

уход иностранных конкурентов с рынка – **26,4 %** (2 278);

сделки слияния и поглощения – **20,7 %** (1 785);

уход российских конкурентов с рынка – **9,8 %** (842);

антиконкурентные действия органов власти – **8,7 %** (750).



Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса опрошенные считают:

высокие налоги и высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам – **32,8 %** (3 621 организаций) и **16,3 %** (1 803) соответственно;

сложность получения доступа к земельным участкам – **15,9 %** (1 756 организации);

нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **14,1 %** (1 553);

недостаток квалифицированных кадров – **12,4 %** (1 373 организаций);

давление со стороны конкурентов – **10,7 %** (1 178);

высокие транспортные и логистические издержки, а также ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий – **8,1 %** (892 организаций) в обоих случаях;

конкуренция со стороны теневого сектора – **7,6 %** (834 организации);

давление со стороны поставщиков – **6,9 %** (757 организаций).

Остальные ответы опрошенных распределены равномерно между вариантами: необходимость установления партнерских отношений с органами власти, ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок, коррупция со стороны органов власти (например, взятки) и др.

При этом **22,4 %** (2 471 организация) считают, что ограничения отсутствуют.

Доступность государственной поддержки со стороны органов власти в сфере торговли и услуг населению предприниматели охарактеризовали следующим образом:



при необходимости можно легко получить необходимую поддержку – **40,3 % (4 448 организаций)** респондентов;
поддержку получить можно, при затрате серьезных усилий – **20,3 %** респондентов;
6,2 % (684 предприятия) заявляют о том, что получить поддержку бизнеса практически невозможно получить, и только **33,2 %** затруднились ответить.

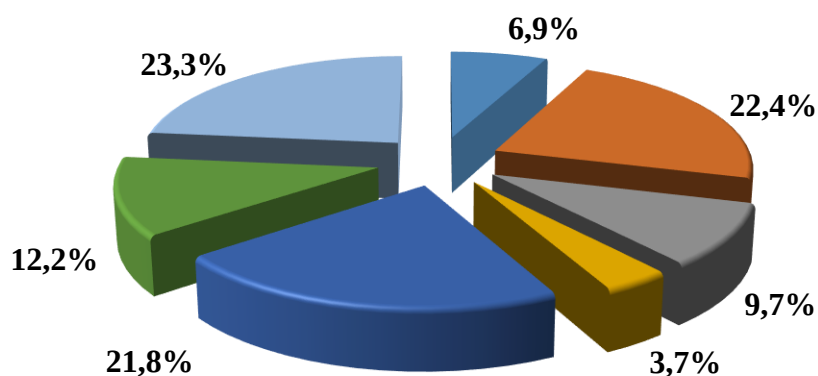
Оценка доступности государственной поддержки (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров мы видим, что:
административные барьеры были полностью устранены – **22,4 % (2 577)**;
бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **21,8 % (2 507)**;
административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **12,2 % (1 397)**;
уровень и количество административных барьеров не изменились – **9,7 % (1 113)**;
бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **6,9 % (788)**;
административные барьеры появились – **3,7 % (853)**;
затрудняются с ответом – **23,3 % (2 681)**.



Уровень административных барьеров



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

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

аренда зданий, помещений – **13,0 %** (1 995) респондентов;

технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства – **12,2 %** (1 880) респондентов;

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **11,0 %** (1 693) респондентов;

лицензирование отдельных видов деятельности – **10,7 %** (1 643) респондентов;

контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью и получение государственной поддержки – **9,9 %** (1524) и **9,9 %** (1520) респондентов соответственно;

получение разрешения на строительство – **8,8 %** (1 354) респондентов;

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **8,0 %** (1 229) респондентов;

приобретение зданий, помещений – **7,5 %** (1 153) респондентов;

регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **5,1 %** (777) респондентов;

размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **3,8 %** (582) респондентов.

Часть опрошенных представителей сферы торговли, а именно **15,2 %** (2 547 респондентов) планируют применять новые способы продвижения продукции, **15,0 %** (2 504) высказались за обучение и переподготовку,



14,0 % (2 343) будут сокращать затраты на производство, реализацию продукции, выходить на новые географические рынки собирается **7,3%** (1 221) и только **22 %** (3 678) предпринимателей ничего не предпринимали.

34,7 % респондентов отмечают, что при разработке передовых производственных технологий на территории Краснодарского края не встречается барьеров. Основными препятствиями являются:

нехватка финансов – **19,7 %** (2 264);

нехватка квалифицированных кадров – **15,4 %** (1 765);

высокие затраты на внедрение новых производственных технологий – **4,7 %** (535);

неэффективная система управления **4,3 %** (491).

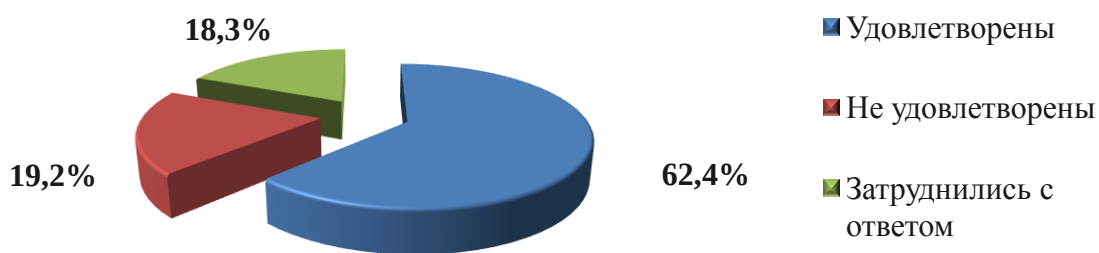
Остальные барьеры заняли незначительную часть ответов.

Факторы, препятствующие расширению бизнеса (количество организаций)



В свою очередь, потребители по уровню доступности охарактеризовали данную сферу следующим образом: **62,4 %** (142 197) опрошенных удовлетворены, **19,2 %** (43 807) опрошенных не удовлетворены, а **18,3 %** (41 795) затруднились с ответом.

Доступность услуг (по мнению потребителей)

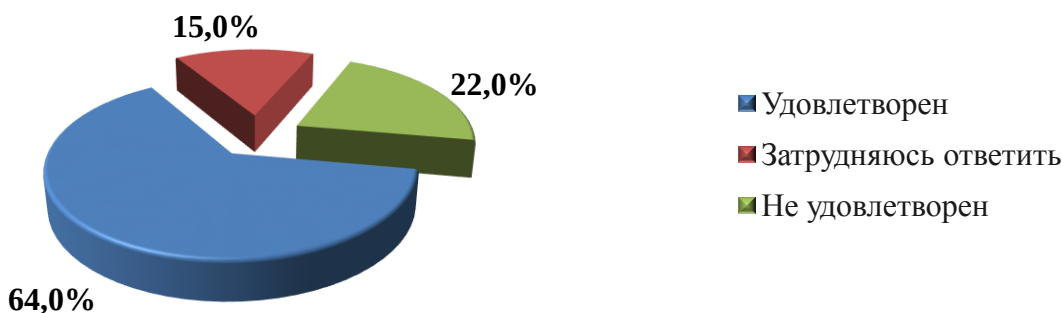




По Краснодарскому краю удовлетворенность цены и качества услуг сферы торговли и услуг для населения составила **64,0 %** (144 702) респондентов.

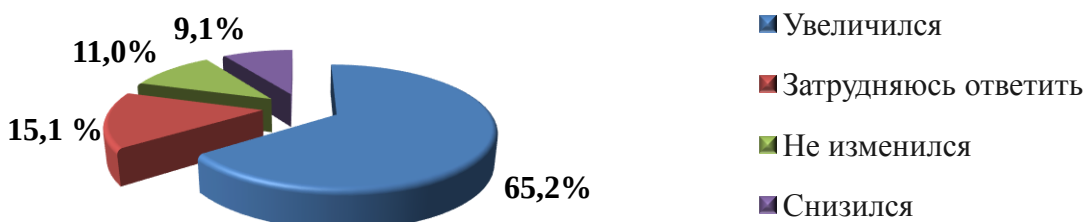
Однако **22,0 %** (49 093) респондентов считают, что не удовлетворены качеством услуг. Затруднились с ответом – **15,0 %** (34 004) респондентов.

Цена и качество услуг
(по мнению потребителей)



По Краснодарскому краю увеличение роста цен отмечают **65,2 %** (148 607) респондентов, **11,0 %** (23 984) опрошенных граждан говорят, что уровень цен не изменился, а **9,1 %** (20 790) респондентов указывают на снижение цен, и только **15,1 %** (34 418) затрудняются с ответом.

Уровень цен
(по мнению потребителей)



В целом, в сфере торговли и услуг населению в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.5. Сфера топливно-энергетического комплекса

В сферу жилищно-коммунального хозяйства вошли следующие товарные рынки: рынок теплоснабжения (производство тепловой энергии); рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов; рынок выполнения работ по благоустройству городской среды; рынок выполнения работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме; рынок поставки сжиженного газа в баллонах; рынок водоснабжения и водоотведения; электроэнергетика.



В рамках мониторинга было опрошено **2 912** респондентов (**4,8 %** от всех опрошенных представителей бизнеса), которые относят свою деятельность к сфере топливно-энергетического комплекса.

По вопросу определения основного географического рынка для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **1 092** опрошенных, **629** опрошенных осуществляют деятельность на рынке Краснодарского края, на рынке Российской Федерации – **314**, на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **287**, на рынке стран СНГ – **206**, на рынке стран зарубежья – **119**, при этом **265** предпринимателей затрудняются с ответом.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности в сфере топливно-энергетического комплекса, по мнению **30,0 %** (865) представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. На втором месте – низкая цена, это отмечают **25,0 %** (1 455) респондентов. Третье место, по мнению опрошенных, уникальность продукции – **11,0 %** (316), предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **9,0 %** (257), доверительные отношения с клиентами отметили **8,0 %** (245), доверительные отношения с поставщиками **4,0 %** – (124), в тоже время затрудняются с ответом **13,0 %** респондентов.

Факторы конкурентоспособности



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в сфере топливно-энергетического комплекса являются: сокращение затрат на производство/реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/реализации продукции) – **17,0 %** (637); обучение и переподготовка персонала – **16,0 %** (566); новые



способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **11,0 %** (393); приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **10,0 %** (382); разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента и выход на новые географические рынки – **8,0 %** (295) и **8,0 %** (284) соответственно, выход на новые продуктовые рынки и самостоятельное проведение НИОКР – **7,0 %** (249) и **7,0 %** (239) респондентов соответственно; развитие и расширение системы представительств – **6,0 %** (2 375).

При этом **10 %** опрошенных (379) указали, что не предпринималось никаких действий.

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

26,0 % (745 опрошенных) отметили слабый уровень конкуренции на рынке. 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;

26,0 % (771 респондентов) указали на отсутствие конкуренции на товарном рынке, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

20,0 % (574 респондентов) считают, что на рынке 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);

14,0 % (413 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;

14,0 % (409 респондентов) отметили очень высокий уровень конкуренции. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее.

Количество конкурентов представители сферы топливно-энергетического комплекса оценили следующим образом:

29,0 % (859 организаций) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

26,0 % (743 организаций) сообщили, что присутствует от 4-х до 8-ми конкурентов;

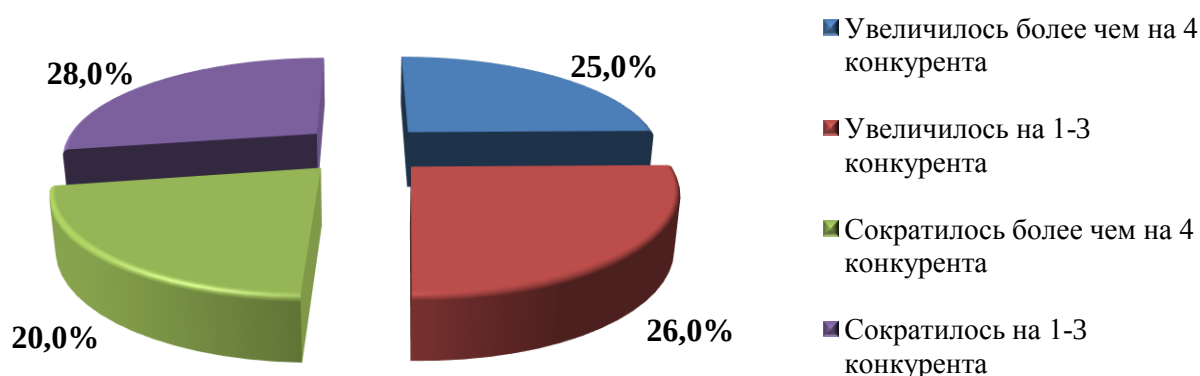


23,0 % (670 организации) затруднились с оценкой примерного количества конкурентов;

22,0 % (640 организаций) высказались, что конкурентов нет.

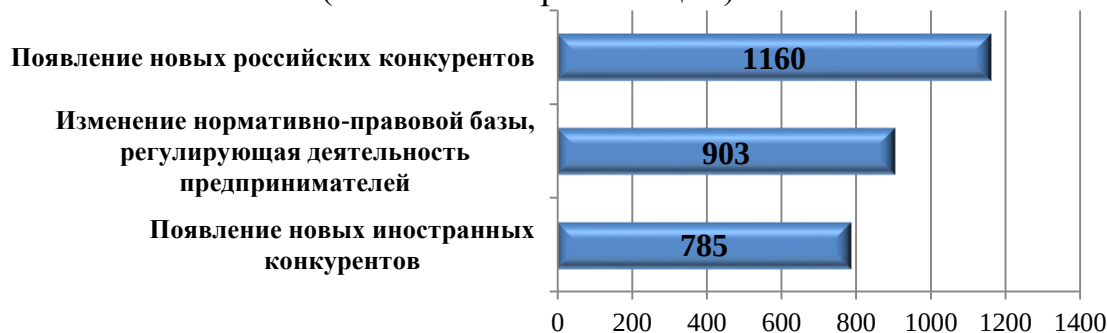
По оценке изменения количества конкурентов, в сфере жилищно-коммунального хозяйства за последние 3 года, из 2 912 опрошенных представителей **28,0 %** (810) отметили, что число конкурентов сократилось на 1-3 конкурента, **26,0 %** (756) отметили, что число конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента, **25,0 %** (718) считают, что количество конкурентов увеличилось более чем на 4 конкурента, **22,0 %** (628) считают, что количество конкурентов сократилось более чем на 4 конкурента.

Количество конкурентов



Наибольшее влияние на увеличение числа конкурентов, по мнению **41,0 %** (1 160) опрошенных отметили появление новых российских конкурентов, по мнению **32,0 %** (903) респондентов, весомое изменение оказала нормативно-правовая база, регулирующая деятельность предпринимателей, **28,0 %** (785) предпринимателей заметили появление новых иностранных конкурентов.

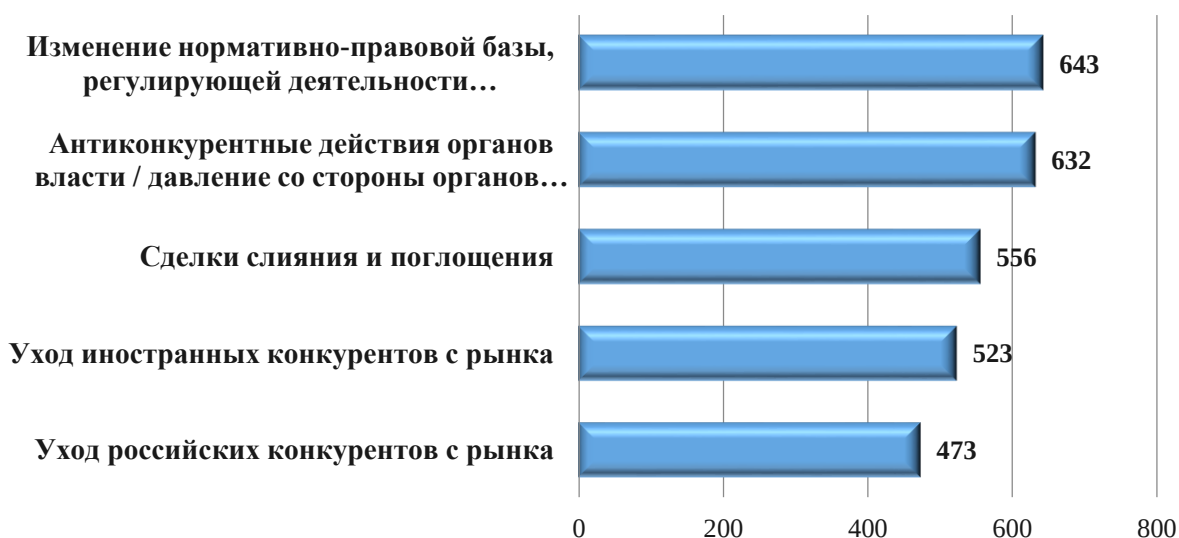
Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)





В свою очередь, на сокращение конкурентов повлияло: по мнению **23 % (643)** предпринимателей изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предприятий, **22 % (632)** указали антиконкурентные действия органов власти, **20,0 % (556)** сообщают о сильном влиянии на сокращение числа конкурентов произошедшее от сделок слияния и поглощения, **19 % (523)** отметили уход иностранных конкурентов с рынка, **17 % (473)** указали на уход российских конкурентов с рынка.

**Факторы, влияющие на сокращение
числа конкурентов
(количество организаций)**



Процедурой и сроками получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (водоочистка, водоотведение, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение, телефонная связь) в Краснодарском крае удовлетворены **62,0 %** представителей организаций топливно-энергетического комплекса.

Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса опрошенные считают:

сложность получения доступа к земельным участкам – **10,0 % (453 организации)**;

нестабильность российского законодательства – **9,0 % (429 организаций)**;

высокие налоги – **8,0 % (377 организаций)**;

коррупция со стороны органов власти (например, взятки) – **6,0 % (281 организация)**;

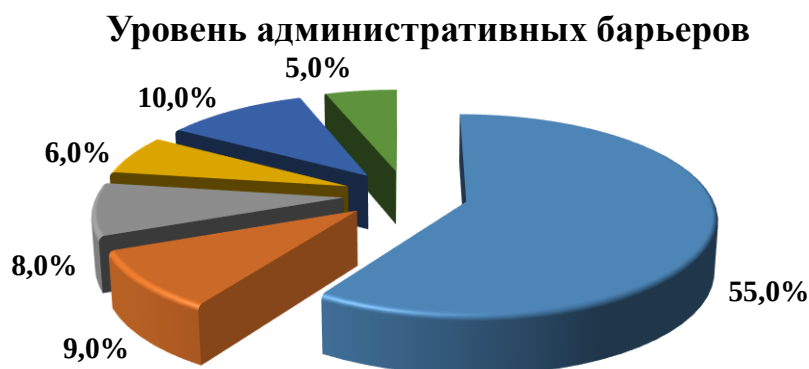
сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **5,0 % (233 организации)**;

Остальные ответы **55,0 %** опрошенных распределены равномерно (менее чем **3,5 %** ответов на каждую позицию) между вариантами: необходимость установления партнерских отношений с органами власти,



ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок, высокие транспортные и логистические издержки.

При этом, **7,0 %** (314 организаций) считают, что ограничения отсутствуют.



- Иные ограничения, отмеченные менее чем 3,5% опрошенных
- Нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий
- Высокие налоги
- Коррупция со стороны органов власти (например, взятки)
- Сложность получения доступа к земельным участкам

Доступность государственной поддержки в сфере топливно-энергетического комплекса **2 912** предпринимателей охарактеризовал следующим образом:

поддержку получить можно, но для этого нужно приложить серьезные усилия: потратить время, разобраться в существующих программах, собрать документы и т.д. – **25,0 %** (734);

при необходимости можно легко получить необходимую поддержку – **18,0 %** (538);

поддержку бизнеса от государства получить практически невозможно – **11,0 %** (317);

затрудняются ответить – **45,0 %** (1 323).

Результат оценки изменения уровня административных барьеров:

административные барьеры были полностью устранены, так считает **17,0 %** (488);

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **16,0 %** (457);

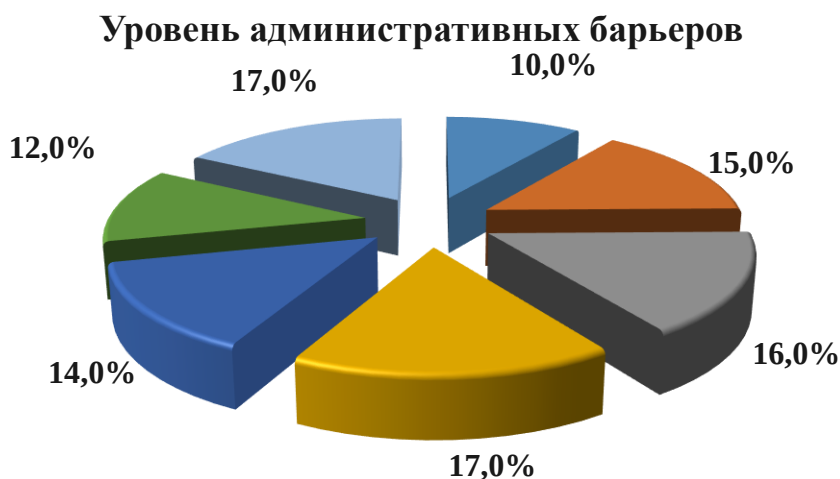


уровень и количество административных барьеров не изменились – **15,0 % (433)**;

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **14,0 % (415)**;

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **12,0 % (343)**;

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **10,0 % (293)**;
затрудняются ответить – **17,0 % (483)**.



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

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

лицензирование отдельных видов деятельности, регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства и – **12,0 % (438 ответов)** и **12,0 % (444 ответа)** соответственно;

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **12,0 % (450 ответов)**;

получение разрешения на строительство и получение государственной поддержки – **9,0 % (335 ответов)** и **9,0 % (325 ответов)** соответственно;

технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства и аренда зданий, помещений – **8,0 % (284 ответа)** и **8,0 % (294 ответа)** соответственно;



приобретение зданий, помещений и размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **7,0 %** (271) и **7,0 %** (249) соответственно;

регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **6,0 %** (234 ответа).

Часть опрошенных представителей бизнеса ответили, что планируют расширение в ближайшие 3 года:

ничего не планируется – **59,0 %** (1716);

выход на новые географические рынки – **21,0 %** (620);

выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **20,0 %** (576).

По мнению опрошенных, наиболее существенными препятствиями при разработке передовых производственных технологий на территории Краснодарского края, являются: нехватка квалифицированных кадров (**13,0 %** или 393 опрошенных), неэффективная система управления и проблемы развития системы образования (**10,0 %** или 288 опрошенных) и (**10,0 %** или 303 опрошенных) соответственно, социально-политические факторы (**10 %** или 845 опрошенных), нехватка финансов (**8,0 %** или 233 опрошенных), высокие затраты на внедрение новых производственных технологий и устаревшие бизнес и устаревшие бизнес–модели (**7,0 %** или 192 опрошенных) и (**7,0 %** или 214 опрошенных) соответственно. Другие факторы распределились примерно одинаково.

При построении логистических процессов в Краснодарском крае возникают некоторые проблемы, влияющие на их эффективность. По мнению представителей бизнеса в сфере топливно-энергетического комплекса, основными проблемами, влияющими на эффективность логистических процессов, являются:

нестабильная макроэкономическая ситуация в стране – **16,0 %** (456 опрошенных);

отсутствие полноценных российских TMS-решений (система управления перевозками) – **14,0 %** (400 опрошенных);

несоответствующее состояние дорог – **11,0 %** (318 опрошенных);

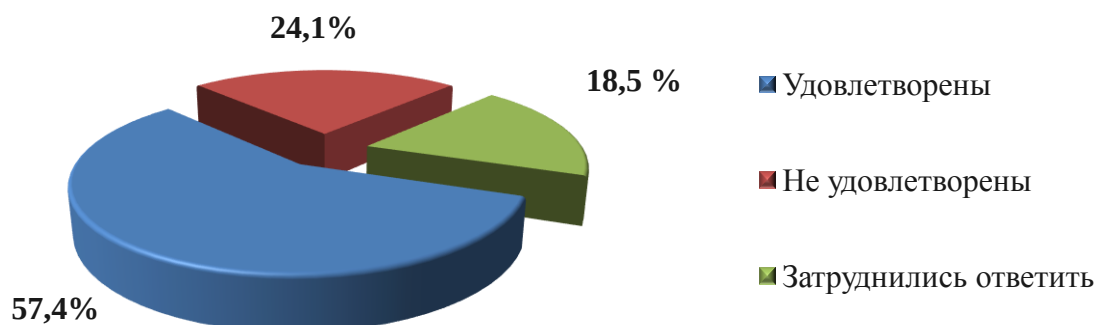
остальные ответы распределились в равных долях.

И только **12,0 %** опрошенных отметили отсутствие проблем (341 опрошенный).

В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу топливно-энергетического комплекса следующим образом: **57,4 %** (130 728) опрошенных удовлетворены, **24,1 %** (54 898) опрошенных считают, не удовлетворены, а **18,5 %** (42 173) затруднились ответить.

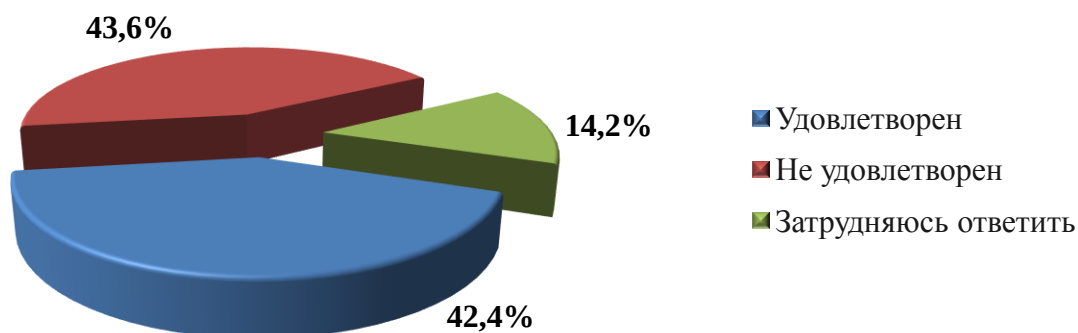


Доступность услуг (по мнению потребителей)



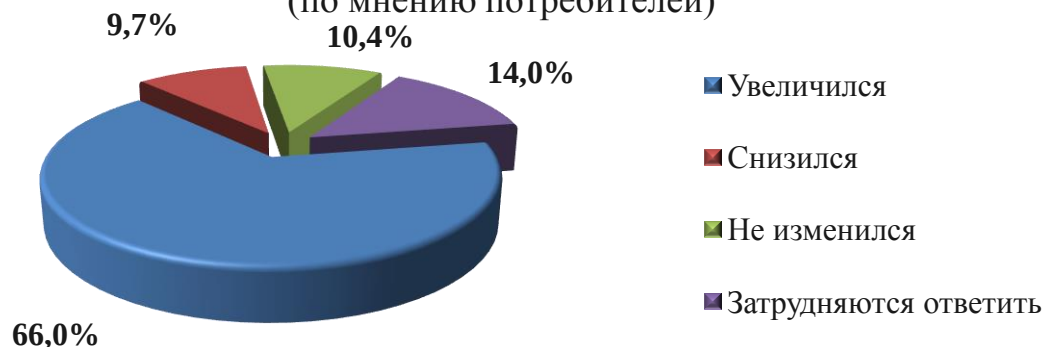
По Краснодарскому краю удовлетворенность цены и качества сферы топливно-энергетического комплекса следующая **42,4 %** (96 222) удовлетворены и **43,6 %** (99 405) респондентов не удовлетворены, ответили соответственно. Затруднились с ответом **14,2 %** опрошенных.

Цена и качество услуг (по мнению потребителей)



По Краснодарскому краю изменение уровня цен услуг сферы топливно-энергетического комплекса в сторону увеличения отметили **66,0 %** (150 247 респондентов), отсутствие изменений в уровне цен отметили **10,4 %** (23 759), снижение уровня цен отметили **9,7 %** (22 012) и **14,0 %** (31 781) затруднились с ответом.

Уровень цен (по мнению потребителей)





В целом, в сфере топливно-энергетического комплекса по оценкам респондентов в крае наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.6. Сфера транспортного комплекса

В транспортный комплекс вошли следующие товарные рынки: рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок, рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок, рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Краснодарского края, рынок дорожной деятельности (за исключением проектирования).

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, 3 907 (**6,4 %**) имеют отношение к транспортному комплексу.

В определении основного географического рынка для ведения бизнеса значительная часть предпринимателей заявила, что занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – 1 867 (**47,8 %**), на рынке Краснодарского края – 861 (**22,0 %**), некоторые предприниматели оказывают услуги на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – 322 (**8,2 %**), а также на рынке Российской Федерации – 286 (**7,3 %**). Незначительная часть представителей бизнеса осуществляет деятельность на рынке стран СНГ – 183 (**4,7 %**) и на рынки стран зарубежья – 141 (**3,6 %**). Затруднились с ответом **6,3 %** опрошенных.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности в транспортном комплексе, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **39,1 %** опрошенных (1 528 предпринимателей). На втором месте – низкая цена (это отмечают **24,4 %** или 953 респондента). На третьем месте – предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.). Так считают **7,3 %** опрошенных (285 предпринимателей). Уникальность продукции выбрали **7,3 %** (286 респондентов), доверительные отношения с клиентами – **6,3 %** (248 респондентов), доверительные отношения с поставщиками – **4,4 %** (172 респондента). Затруднились с определением наиболее важного фактора **11,1 %** опрошенных.



Факторы конкурентоспособности (количество организаций)



Наиболее востребованной мерой, которая применялись респондентами для повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг, является обучение и переподготовка персонала, это отметили 1 161 респондентов (**29,7 %**). Не менее важной мерой является сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (в 871 организации, **22,3 %**), вместе с тем, частью респондентов применялось новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) (в 482 организациях, **12,3 %**). Менее популярными, но не менее важными стали следующие мероприятия: приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау, разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента, самостоятельное проведение НИОКР, выход на новые продуктовые рынки, развитие и расширение системы представительств, выход на новые географические рынки. Не предпринимали никаких мер **13,1 %** из всех опрошенных.

В то же время для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг) – так считают **26,7 %** опрошенных (1 045 представителей бизнеса).

Так **23,4 %** (916 опрошенных) высказали позицию, что нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг.

Для сохранения рыночной позиции бизнеса на данный момент время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности услуг – так утверждает **19,8 %** (1 570 представителей бизнеса).

15,3 % (598 представителей бизнеса) считают, что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее. Порядка **14,7 %** (575 респондентов) отметили,



что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы её повышения, неиспользуемых компанией ранее.

Количество конкурентов представители транспортного комплекса оценили следующим образом:

36,0 % (1 405 организаций) говорят о большом числе конкурентов;

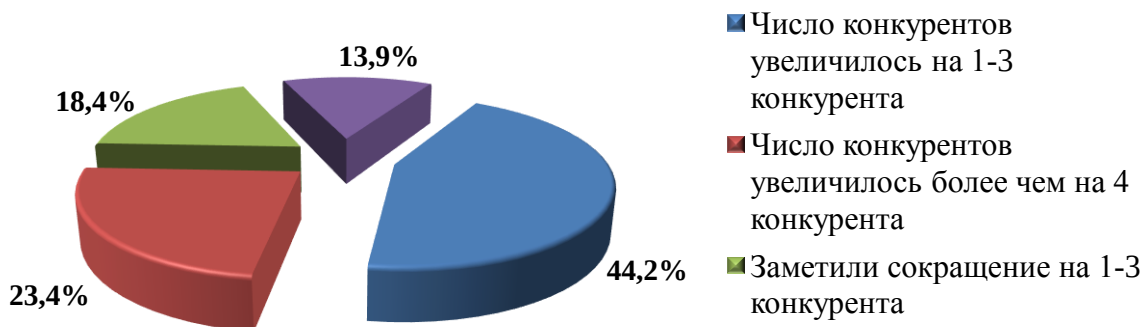
24,7 % (966 организаций) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

21,7 % (846 организаций) сообщили о 4 и более конкурентах;

17,7 % (1 568 организаций) высказали позицию, что конкурентов нет.

За последние 3 года **44,2 %** (1 726 респондентов) говорят, что в транспортном комплексе число конкурентов увеличилось на 1-3 представителя, **23,4 %** (916 опрошенных) утверждают, что увеличилось более чем на 4 конкурента, **18,4 %** (720 респондентов) заметили сокращение 1-3 конкурентов на рынке, **13,9 %** (545 респондентов) считают, что сократилось более чем на 4 конкурента.

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: **52,6 %** (3 123 предпринимателя) отметили, что на увеличение числа конкурентов на рынке, повлияло появление новых российских конкурентов, **30,8 %** (1 165 предпринимателей) утверждают об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **16,6 %** (629 предпринимателей) говорят о появлении новых иностранных конкурентов.



Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса, влияние на сокращение числа конкурентов в транспортном комплексе оказали следующие факторы:

- 25,8 %** (800 организаций) – сделки слияния и поглощения;
- 23,1 %** (717 организаций) – изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей;
- 18,8 %** (581 организация) – уход иностранных конкурентов с рынка;
- 18,4 %** (568 организаций) – антиконкурентные действия органов власти/давление со стороны органов власти;
- 13,9 %** (432 организаций) – уход российских конкурентов с рынка.

Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытие нового бизнеса опрошенные считают:



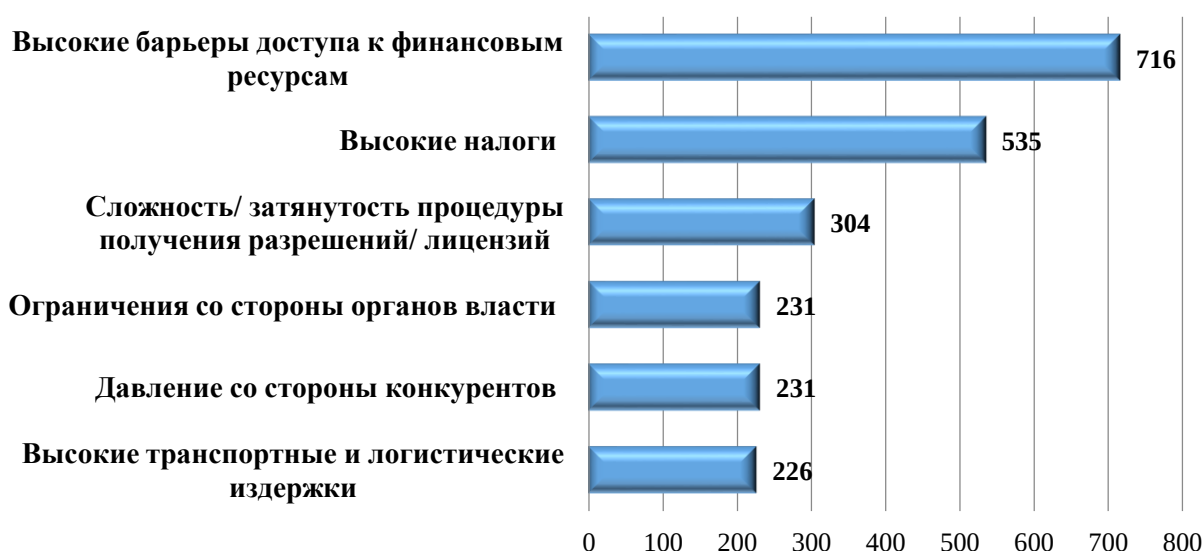
высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **14,8 %** (716 организаций);
высокие налоги – **11,0 %** (535 организаций);
сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **6,3 %** (304 организации);

ограничения со стороны органов власти – **4,8 %** (231 организация);
давление со стороны органов власти – **4,8 %** (231 организация).

Остальные ответы распределены равномерно (менее чем **4,5 %** ответов на каждую позицию) между вариантами: необходимость установления партнерских отношений с органами власти, ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок, коррупция со стороны органов власти (например, взятки) и др.

При этом **9,1 %** (440 организаций) считают, что ограничения отсутствуют.

Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



Более **35,3 %** опрошенных высказались о том, что при необходимости возможно получить государственную поддержку для бизнеса.

Оценка доступности базового набора финансовых услуг для бизнес-сообщества выглядит следующим образом:

доступны все виды финансовых услуг – **71,2 %** (2 781 организация);
доступно несколько видов финансовых услуг – **13,7 %** (536 респондентов);
доступен один вид финансовых услуг – **9,2 %** (359 организаций);
не доступен ни один вид финансовых услуг – **5,9 %** (231 респондент).

По оценке изменения уровня административных барьеров, мы видим, что: бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **26,3 %** (1 026 респондентов);



административные барьеры были полностью устранены – **18,6 %** (725 респондентов);

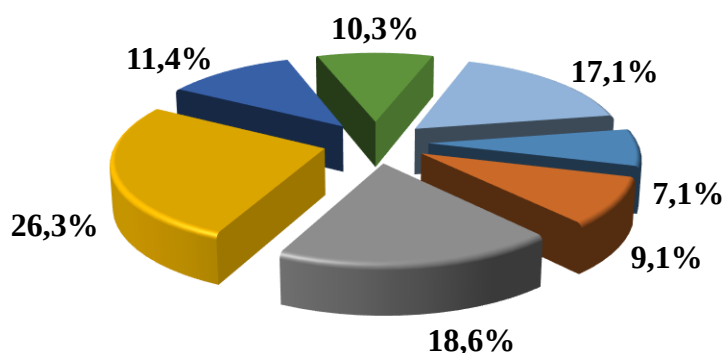
уровень и количество административных барьеров не изменились – **11,4 %** (447 респондентов);

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **10,3 %** (403 респондента);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **9,1 %** (357 респондентов);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **7,1 %** (279 респондентов) и только **17,1 %** респондентов затруднились дать ответ.

Уровень административных барьеров



- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее
- 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
- Затрудняюсь ответить

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

лицензирование отдельных видов деятельности – **20,6 %** (1 079 предпринимателей);

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **11,4 %** (1 710 предпринимателей);

сложность получения доступа к земельным участкам – **10,9 %** (571 предприниматель);

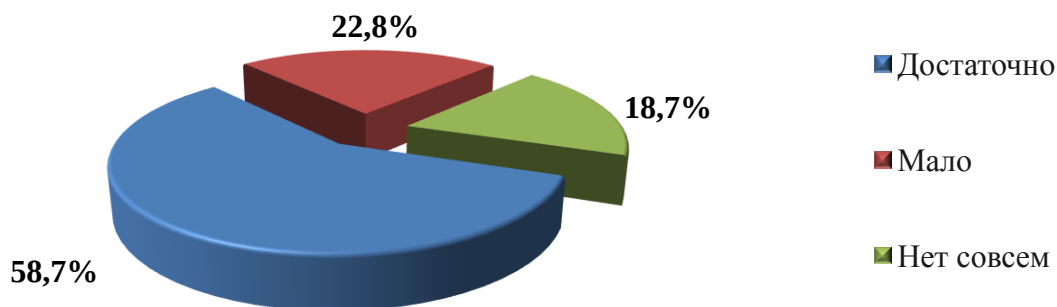
при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **10,2 %** (531 предприниматель);

при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **8,1 %** (423 предпринимателя).



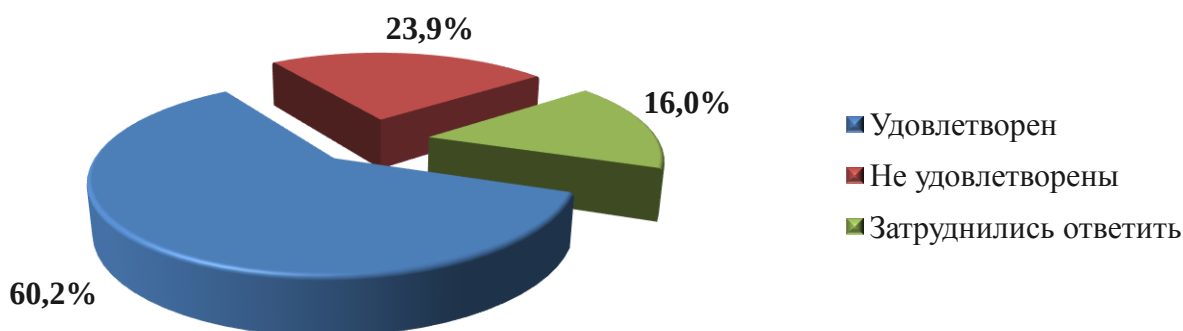
В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу транспортного комплекса по уровню доступности следующим образом: **58,7 %** (158 305) опрошенных удовлетворены, **22,8 %** (54 229) опрошенных не удовлетворены, а **18,7 %** (15 265) затруднились с ответом.

Доступность услуг
(по мнению потребителей)



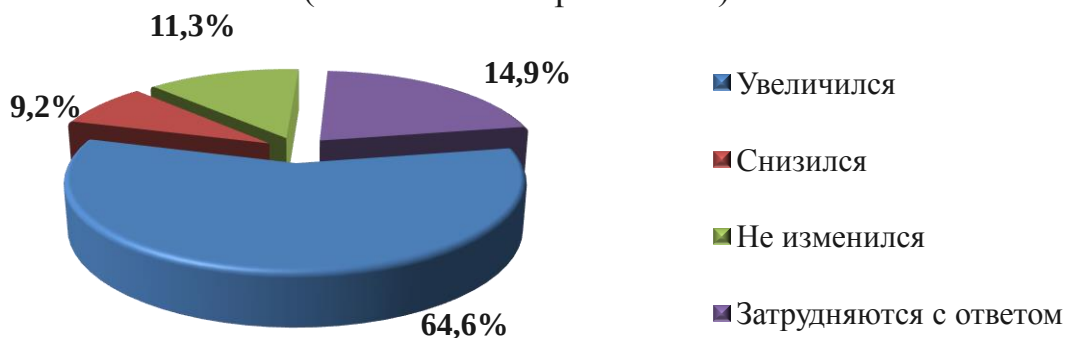
По Краснодарскому краю удовлетворенность ценой и качеством сферы транспортного комплекса составляет **60,2 %** (137 063) соответственно. Однако, **23,9%** (54 354) опрошенных граждан говорят, что они не удовлетворены и **16,0 %** (36 382) респондентов затруднились ответить.

Цена и качество услуг
(по мнению потребителей)



По Краснодарскому краю уровень цен услуг сферы транспортного комплекса увеличился **64,6 %** (147 100) соответственно. Однако, **9,2 %** (21 029) опрошенных граждан говорят, что цены снизились, а **14,9%** (93 558) затрудняются с ответом.

Уровень цен
(по мнению потребителей)





В целом, в сфере транспортного комплекса в Краснодарском крае, по оценкам респондентов, наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.7. Сфера информационных технологий

В сферу информационных технологий вошел рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, 4 046 (**6,6 %** от общего количества опрошенных) имеют отношение к рынку услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – рынок связи).

В определении основного географического рынка для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство предоставляет услуги связи на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **22,4 %** (908 опрошенных) и на рынке Краснодарского края – **14,7 %** (595 опрошенных). Часть работ и услуг представители бизнеса оказывают на рынке Российской Федерации – **6,9 %** (279 опрошенных), на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **5,1 %** (206), на рынках стран СНГ – **3,9 %** (157 опрошенных), рынки стран зарубежья (кроме СНГ) – **3,0 %** (122 опрошенных).

Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг связи является высокое качество предоставляемых услуг – **19,1 %** (774 респондента). На втором месте – низкая цена, это отметили **15,1 %** (1 225 респондентов). Третье место, по мнению опрошенных, занимает уникальность продукции, такой ответ дали **7,1 %** или 289 респондентов. Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **5,4 %** (218 респондентов), доверительные отношения с клиентами – **5,1 %** (205 опрошенных), доверительные отношения с поставщиками – **3,1 %** (124 респондента), а **45,1 %** опрошенных затруднились с ответом.



Факторы конкурентоспособности



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке услуг связи являются: самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) (1820 опрошенных или **37,1 %**), обучение и переподготовка персонала (489 опрошенных или **10,0 %**), сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) (по мнению **9,6 %** или 471 опрошенного), новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) (**7,3 %** или 359 опрошенных), приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау (**7,1 %** или 347 опрошенных), выход на новые географические рынки (**6,0 %** или 294 опрошенных), разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента (по мнению **5,8 %** или 284 опрошенных), выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) (по мнению **5,2 %** или 253 опрошенных), развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) (по мнению **5,0 %** или 246 опрошенных). При этом **7,0 %** (343) опрошенных не предпринимали никаких действий.

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

48,9 % (1 979 респондентов) отметили очень высокий уровень конкуренции. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения



конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее;

14,6 % (592 опрошенных) отметили слабый уровень конкуренции на рынке. 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);

13,4 % (543 респондента) указали на отсутствие конкуренции на товарном рынке, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

12,8 % (517 респондентов) считают, что на рынке 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);

10,3 % (415 респондентов) 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.

Количество конкурентов представители рынка услуг связи оценили следующим образом:

57,3 % (2 318 предпринимателей) считают, что количество конкурентов варьируется от 1 до 3;

15,5 % (628 предпринимателей) считают, что на рынке присутствует от 4 до 8 конкурентов;

14,7 % (594 предпринимателя) считают, что сложно подсчитать количество конкурентов, в связи с их большим количеством;

12,5 % (506 предпринимателей) признают полное отсутствие конкурентов.

Изменение количества конкурентов в сфере информационных технологий за последние 3 года, по мнению представителей бизнеса, произошло следующим образом:

сократилось на 1-3 конкурента (**53,9 %**, 2 182 ответа);

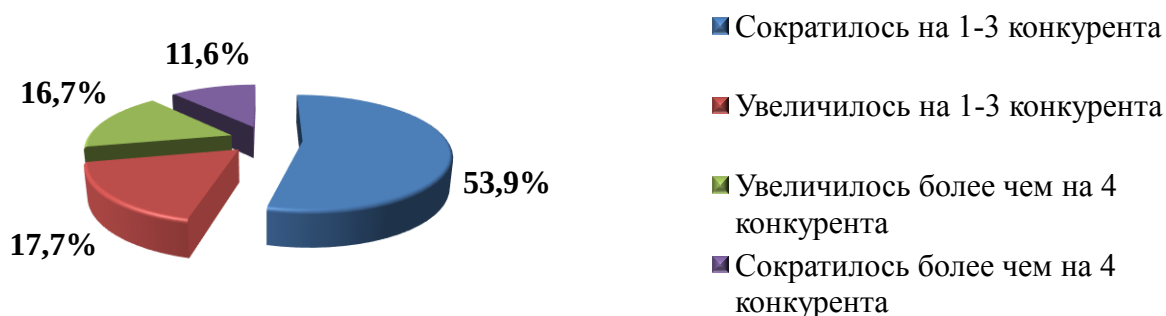
увеличилось на 1-3 конкурента (**17,7 %**, 718 ответов);

увеличилось более чем на 4 конкурента (**16,7 %**, 676 ответов);

сократилось более чем на 4 конкурента (**11,6 %**, 470 ответов).

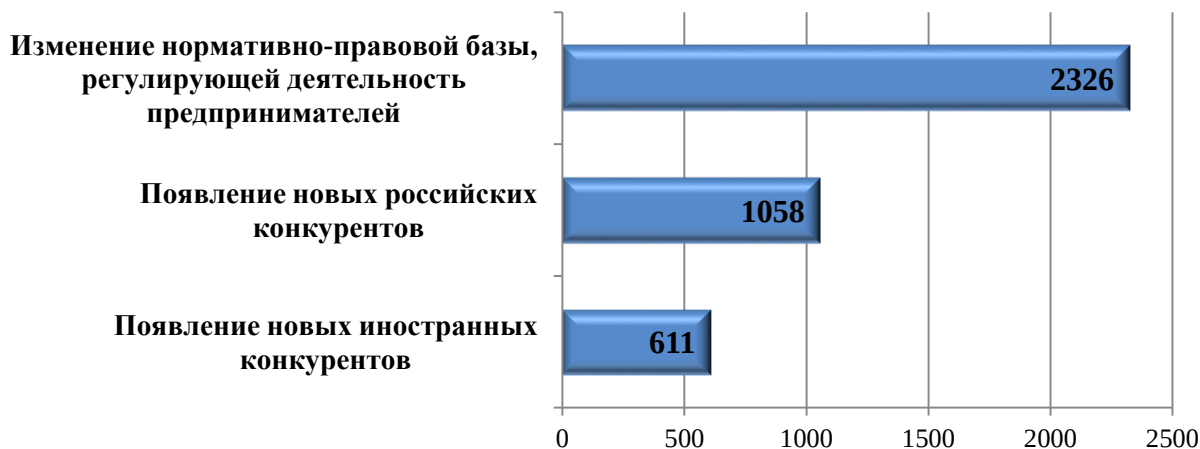


Количество конкурентов



На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», ответы участников опроса разделились следующим образом: из **3 995** ответов **58,2 %** (2 326 респондентов) говорят о влиянии на рост конкурентов изменений нормативно-правовой базы, **26,5 %** (1 058 респондентов) утверждают о появлении новых российских конкурентов, порядка **15,3 %** (611 респондентов) отмечают появление новых иностранных конкурентов.

Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке оказывают антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти – так считает **51,7 %** (2 038 предпринимателей), изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей – так отвечает **13,7 %** (540 предпринимателя), **13,5 %** (533 хозсубъекта) утверждают о влиянии ухода иностранных конкурентов с рынка, сделки слияния и поглощения – **11,1 %** (439) респондентов, **9,9 %** (392 опрошенных) считают, что сокращение числа конкурентов вызвано уходом российских конкурентов с рынка.



Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Из 5 696 ответов наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса по мнению представителей бизнеса являются:

нестабильность российского законодательства и высокие налоги – **11,2 %** (639 организаций);

сложность получения доступа к земельным участкам – **4,7 %** (270 хозяйствующих субъектов);

сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **4,1 %** (231 организация);

коррупция со стороны органов власти (например, взятки) – **3,9 %** (220 организаций);

недостаток квалифицированных кадров – **3,2 %** (181 организация);

высокие транспортные и логистические издержки – **3,0 %** (173 организации);

давление со стороны клиентов – **2,9 %** (163 организации);

давление со стороны конкурентов – **2,8 %** (159 организаций);

высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **2,8 %** (157 организаций);

необходимость установления партнерских отношений с органами власти – **2,7 %** (153 организации);

ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок – **2,6 %** (150 организаций);

конкуренция со стороны теневого сектора – **2,6 %** (149 организаций);

Часть ответов распределена равномерно между прочими барьерами, такими как: ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, получение разрешения на строительство, ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий, высокие таможенные издержки,



неразвитость транспортной сети, давление со стороны поставщиков, силовое давление со стороны правоохранительных органов, ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий, неразвитость инновационной инфраструктуры, иные антиконкурентные действия. При этом **32,0 %** (1 823) опрошенных сообщили об отсутствии ограничений.

По оценке изменения уровня административных барьеров сложилась следующая ситуация:

административные барьеры были полностью устранены – **10,3 %** (418 респондентов);

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **9,9 %** (401 респондент);

уровень и количество административных барьеров не изменились – **9,2 %** (371 респондент);

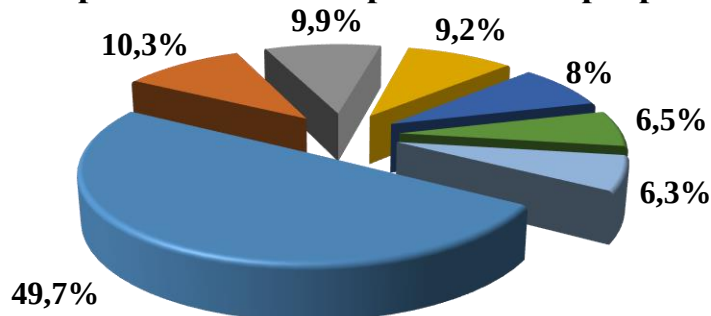
бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **8,0 %** (325 респондентов);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **6,5 %** (265 респондентов);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее, – **6,3 %** (254 респондента);

затруднились с ответом – **49,7 %** (2 012 респондентов).

Уровень административных барьеров



- Затрудняюсь ответить
- 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
- Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились
- Административные барьеры отсутствуют, как и ранее

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

лицензирование отдельных видов деятельности – **40,2 %** (1 968 ответов);

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **7,6 %** (373 ответа);

получение разрешения на строительство – **7,1 %** (349 ответов);



регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства – **6,7 %** (329 ответов);

аренде зданий, помещений – **6,2 %** (303 ответа);

технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **6,2 %** (302 ответа);

Остальная часть ответов распределена примерно одинаково между прочими факторами.

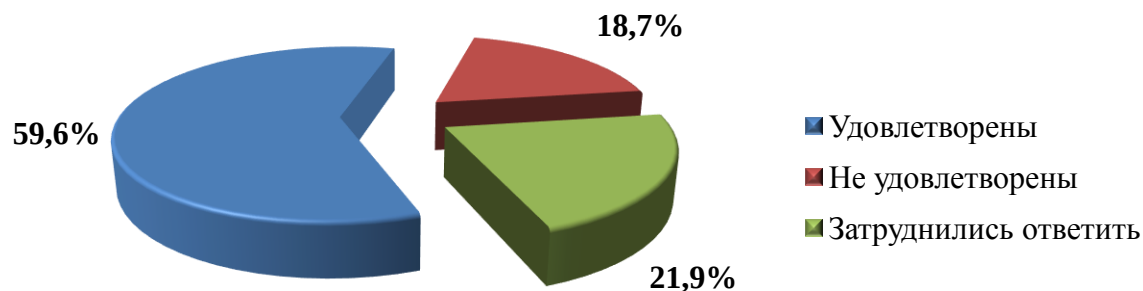
Из **4 046** представителей сферы услуг связи **51,7 %** (1 807 опрошенных) планируют на новые продуктовые рынки (реализацию полностью нового для бизнеса товара, работы, услуги), **37,2 %** (1 504 респондента) не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года, а **11,2 %** (452 респондента) планируют выход на новые географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению респондентов, являются высокие начальные издержки (**8,1 %**), отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках (**7,1 %**), насыщенность рынков сбыта (**7,0 %**), нехватка финансовых средств (**5,7 %**), высокие транспортные издержки (**5,6 %**), жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) (**5,6 %**), поддержка местными властями традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) (**4,2 %**), преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д. (**4,1 %**), невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность (**4,0 %**), неразвитость инновационной инфраструктуры (количество научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) (**4,0 %**), недостаточное качество инновационной инфраструктуры (научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) (**3,9 %**), Лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) (**3,6 %**).

В свою очередь, потребители охарактеризовали рынок услуг связи следующим образом: **59,6 %** опрошенных (135 673 респондент) удовлетворены, **18,7 %** (42 227 потребителей) не удовлетворены, а **21,9 %** (49 899 человек) затруднились с ответом.

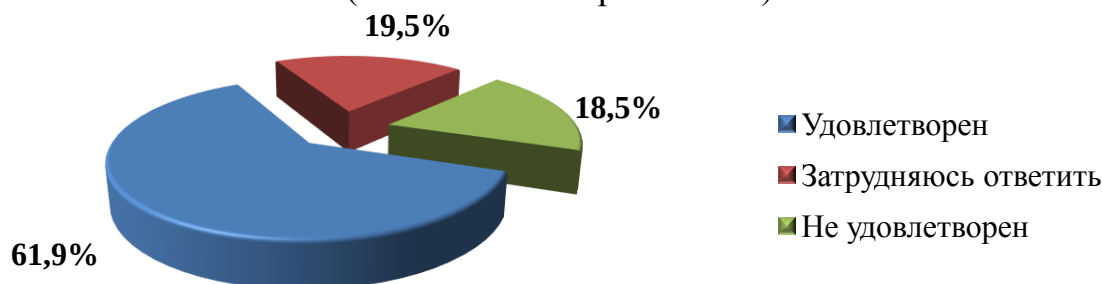


Доступность услуг (по мнению потребителей)



Соотношение уровня цен и качества услуг связи в целом оценивают положительно: **61,9 %** (141 067 потребителей) считают, что качество предоставления услуг связи в Краснодарском крае удовлетворительное, вовсе не удовлетворены **18,5 %** (42 203) респондентов, **19,5 %** (44 529) респондентов затруднились оценить качество услуг.

Соотношение уровня цен и качества услуг (по мнению потребителей)



По результатам анализа ответов потребителей относительно оценки рынка связи, определено, что ситуация на данном рынке в Краснодарском крае демонстрирует положительную динамику.

3.8. Сфера строительного комплекса

В строительный комплекс вошли следующие товарные рынки: рынок жилищного строительства, рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства.

В рамках мониторинга было опрошено **4 492** предпринимателя, осуществляющих деятельность в строительной сфере, что составило **7,3 %** от общего числа опрошенных.

В определении основного географического рынка для ведения бизнеса предприниматели сферы строительного комплекса сообщили, что большинство



занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельное муниципальное образование) – **47,5 %** (2 133 опрошенных), на рынке Краснодарского края – **24,1 %** (1 082), на рынке Российской Федерации – **7,8 %** (352 опрошенных), на рынках нескольких субъектов Российской Федерации – **6,8 %** (304 представителя), на рынке стран СНГ – **4,6 %** (207 представителей), на рынке стран зарубежья (кроме СНГ) – **2,8 %** (126 представителей), затруднились с ответом – **6,4 %** (288 представителей).

В результате опроса выделены наиболее важные факторы конкурентоспособности на рынке жилищного строительства, такие как высокое качество **45,7 %** (2 053), низкая цена **19,8 %** (889), предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) **6,4 %** (287), уникальность продукции **7,0 %** (314), доверительные отношения с клиентами **6,3 %** (283), доверительные отношения с поставщиками **3,2 %** (145). Вместе с тем, затруднились ответить на данный вопрос **11,6 %** (521) респондентов.

Факторы конкурентоспособности



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности на рынке жилищного строительства являются:

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – мнение 1 449 респондентов (**24,9 %**);

обучение и переподготовка персонала – 817 (**14,1 %**);



сокращение затрат на производство/ реализацию продукции – мнение 812 респондентов (**14,0 %**);

не предпринималось никаких действий – 576 (**9,9 %**);

приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – 488 (**8,4 %**);

выход на новые географические рынки – 396 (**6,8 %**);

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – 386 (**6,6 %**);

выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – 330 (**5,7 %**);

развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – 304 (**5,2 %**);

самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) – мнение 252 респондентов (**4,3 %**).

Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее, так считают **1 484** респондента (**33 %**) и отмечают, что конкуренция очень высокая.

878 (19,5 %) респондентов считает, что конкуренции нет и для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг.

807 респондентов (**18,0 %**) отметили, что для сохранения рыночной позиции бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (слабая конкуренция).

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), так считает **700** респондентов (**15,6 %**) и отмечают, что конкуренция, умеренная.

623 (13,9 %) респондента отметили, что конкуренция высокая и для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

В вопросе оценки количества конкурентов **38,4 %** (1 725) респондентов отмечают наличие от 4 до 8 конкурентов, **25,8 %** (1 159) – от 1 до 3 конкурентов, **20,9 %** (940) респондентов сложно подсчитать (большое число конкурентов), у **14,9 %** (668) и вовсе нет конкурентов.

За последние 3 года из **4 492** опрошенных представителей сферы строительного комплекса **70,2 %** (3 155) опрошенных считают, что количество конкурентов повысилось. Из них **48,6 %** (2 182) опрошенных отмечают увеличение конкурентов на 1-3 субъекта, **21,7 %** (973) респондентов заметили увеличение числа конкурентов более чем на 4.

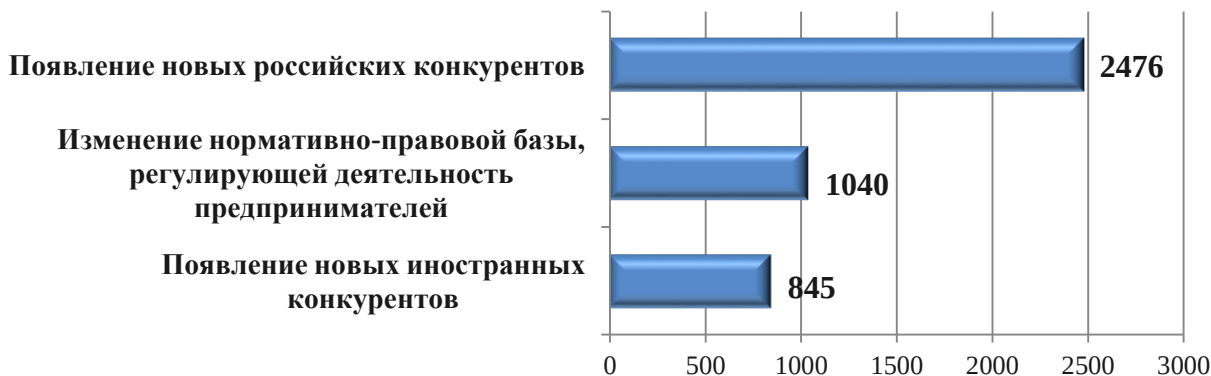


Сокращение числа конкурентов за последние 3 года отмечают **29,8 %** (1 337) опрошенных, на 1-3 субъекта – **16,2 %** (727) опрошенных, более чем 4 – **13,6 %** (610) респондентов.



В свою очередь, наиболее существенное влияние на увеличение количества конкурентов, по мнению предпринимателей, оказало появление новых российских конкурентов – **56,8 %** (2 476 опрошенных), изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей **23,8 %** (1 040 опрошенных), а позицию о появлении новых иностранных конкурентов отметили **19,4 %** (845) респондентов.

Факторы увеличения числа конкурентов
(количество организаций)



По мнению опрошенных предпринимателей, основными факторами, влияющими на сокращение числа конкурентов, являются:

изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей – **22,1 %** (723 респондента);

сделки слияния и поглощения – **21,9 %** (717 респондентов);

уход иностранных конкурентов с рынка – **20,8 %** (680);

антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти – **18,3 %** (599);

уход российских конкурентов с рынка – **16,8 %** (550).



Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



Процедурой и сроками получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (водоснабжение, водоотведение, водоочистка, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение) в Краснодарском крае удовлетворены более **55,2 %** представителей организаций строительной сферы.

Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в числе **7 917** ответов, были выделены:

нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий и высокие налоги – **1 170 (14,8 %)**;

высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **1 149 (14,5%)**;

сложность получения доступа к земельным участкам – **601 (7,6 %)**;

давление со стороны контрагентов – **514 (6,5 %)**;

высокие транспортные и логистические издержки и неразвитость транспортной сети – **422 (5,3 %)**;

сложность/затянутость процедуры получения разрешений/лицензий – **405 (5,1 %)**;

недостаток квалифицированных кадров – **307**;

Об отсутствии ограничений заявил **501** опрошенный.

Другие факторы набрали примерно одинаковое количество ответов.



Наиболее существенные административные барьеры (количество организаций)



По оценке изменения уровня административных барьеров ответы **4 492** респондента распределились следующим образом:

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **1 458** опрошенных (**32,5 %**);

административные барьеры были полностью устранены – **647** респондентов (**14,4 %**);

уровень и количество административных барьеров не изменились – **541** респондент (**12,0 %**);

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **422** респондента (**9,4 %**);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **408** респондентов (**9,1 %**);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **208** респондентов (**6,2 %**);

При этом затрудняются ответить **736** опрошенных (**16,4 %**).



Уровень административных барьеров



По **5 790** ответам респондентов наиболее проблематичными областями, в которых они сталкивались с административными барьерами, являются:

технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства – **22,2 %** (1 283);

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **9,8 %** (568);

получение разрешения на строительство – **9,5 %** (548);

сертификация и стандартизации продукции, работ и услуг – **9,4 %** (543);

лицензирование отдельных видов деятельности – **9,0 %** (521);

получение государственной поддержки – **8,8 %** (510);

контроль и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **7,3 %** (422);

аренда зданий, помещений – **7,2 %** (415);

приобретение зданий, помещений – **6,5 %** (378);

регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **5,7 %** (322);

размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **4,8 %** (280).

По мнению **4 492** опрошенного представителя строительной сферы, **2 011** (44,8 %) респондентов не планируют осуществлять какие-либо мероприятия для расширения бизнеса, **1 668** (37,1 %) планируют выход на новые географические рынки, **813** (18,1 %) планируют выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/работы/услуги).

Об отсутствии барьеров сообщили **38,3 %** опрошенных или 1 719 человек.

Наиболее существенными препятствиями при разработке передовых производственных технологий в строительной сфере на территории Краснодарского края, являются:

нехватка квалифицированных кадров и финансов – **18,3 %** (824 ответа);



проблемы развития системы образования – **7,2 %** (322 ответа);
неэффективная система управления – **6,9 %** (308 ответов);
устаревшие бизнес-модели – **5,6 %** (250 ответов);
высокие затраты на внедрение новых производственных технологий – **5,4 %** (242 ответа);
устаревшие стандарты и нормативное правовое обеспечение – **4,1 %** (182 ответа);
отсутствие стимулов к конкурентному развитию – **3,7 %** (164 ответа);
социально-политические факторы – **3,6 %** (162 ответа);
специфика культуры деятельности, отсутствие личной мотивации – **3,6 %** (162 ответа);
износ или нехватка производственных ресурсов, в том числе инфраструктуры – **3,5 %** (157 ответов);

В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу строительства следующим образом: **44,2%** (100 646) говорят о удовлетворенности, **34,1%** (41 052) опрошенных не удовлетворены, **21,8 %** (15 972) затруднились с ответом.



По Краснодарскому краю удовлетворенность соотношением уровня цен и качества строительной сферы высокая и относительно высокая **60,6 %** (137 982), **20,5 %** (46 770) респондентов отметили неудовлетворенность услугами, а **18,9 %** (43 047) затруднились с ответом.





В целом, в сфере строительства в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.9. Сфера агропромышленного комплекса

В сферу агропромышленного комплекса вошли следующие товарные рынки: рынок лабораторных исследований для выдачи ветеринарных сопроводительных документов, рынок племенного животноводства, рынок семеноводства, рынок вылова водных биоресурсов, рынок переработки водных биоресурсов, рынок товарной аквакультуры, рынок реализации сельскохозяйственной продукции, рынок виноградарства и виноделия.

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **3 655 (5,98 % от всех опрошенных представителей бизнеса)** имеет отношение к сфере агропромышленного комплекса.

В определении основного географического рынка для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельное муниципальное образование) – **34,2 % (1 254)** опрошенных, на рынке Краснодарского края – **27,9 % (1 020)** респондентов, часть услуг предприниматели оказывают на рынке нескольких субъектов РФ – **11,0 % (403)** опрошенных, а на рынке Российской Федерации – **10,9 % (398)** респондентов. Хозяйственную деятельность на рынке стран СНГ осуществляют **5,7 % (207)** участников опроса, а на рынке стран зарубежья (кроме СНГ) **4,0 % (146)** респондент, **6,3 % (230)** опрошенных затруднились с ответом.

Наиболее важным фактором конкурентоспособности в анализируемой сфере, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **31,2 %** опрошенных (1 140 организаций). На втором месте – низкая цена, это отмечают **22,0 % (803)** респондента. Третье место, по мнению опрошенных, занимает уникальность продукции (ответ дали **11,0 %** участников анкетирования или 402 организации). Доверительные отношения с клиентами – **9,4 % (344)** хозсубъекта, предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **8,9 % (326)** хозсубъектов, доверительные отношения с поставщиками – **5,7 % (210)** респондентов, а **11,8 % (430)** организаций затруднились с ответом.



Факторы конкурентоспособности



По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в сфере агропромышленного комплекса являются: сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **14,3 %** (826 организаций), обучение и переподготовка персонала – **12,7 %** (734 организации), новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **10,8 %** (623 организации), выход на новые географические рынки – **9,9 %** (572 опрошенных), приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **9,5 %** (545 опрошенных), разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **9,2 %** (532 опрошенных), выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **8,7 %** (500 опрошенных), развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – **7,9 %** (453 организации), самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) – **3,7 %** (215 опрошенных). При этом **13,2 %** (760 респондента) указали, что не предпринималось никаких действий.

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

24,7 % (901 респондент) считает, что на рынке 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);

22,7 % (831 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;

19,5 % (711 опрошенных) отметили слабый уровень конкуренции на рынке. 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);

17,7 % (646 респондентов) отметили очень высокий уровень конкуренции. По их мнению, для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее;

15,5 % (566 респондентов) указали на отсутствие конкуренции на товарном рынке, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

Количество конкурентов представители сферы агропромышленного комплекса оценили следующим образом:

31,3 % (1 145 организаций) отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

29,6 % (1 082 организации) считают, присутствует большое число конкурентов (сложно подсчитать);

25,7 % (941 организация) сообщили, что присутствует от 4-х до 8-ми конкурентов;

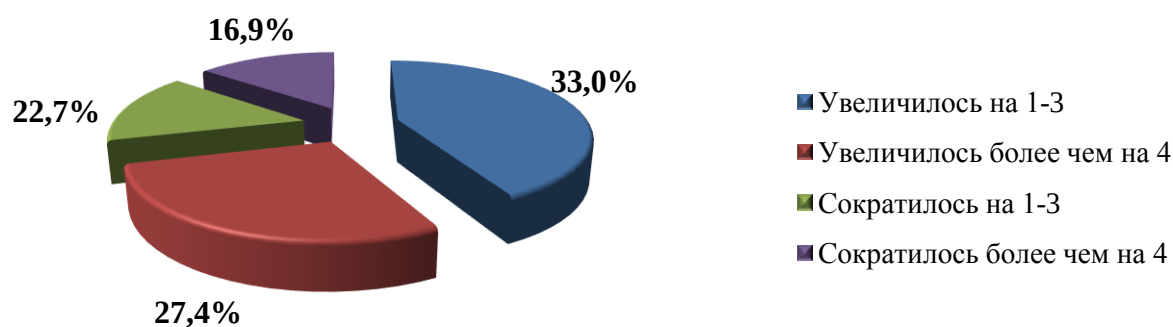
13,3 % (487 организаций) высказались, что конкурентов нет.

За последние 3 года в сфере агропромышленного комплекса **60,4 %** (2 207) предпринимателей считают, что число конкурентов увеличилось, из них **33,0 %** (1 206) предпринимателей отмечают незначительное повышение на 1-3 конкурентов, **27,4 %** (1 001) отмечают увеличение более чем на 4 конкурента.

Сокращение конкурентов отмечают **39,6 %** (1 448) предпринимателей, из них **22,7 %** (831 опрошенных) отметили, что число конкурентов сократилось на 1-3 конкурента, **16,9 %** (617 хозсубъектов) сообщили, что число конкурентов бизнеса уменьшилось более чем на 4 конкурента.

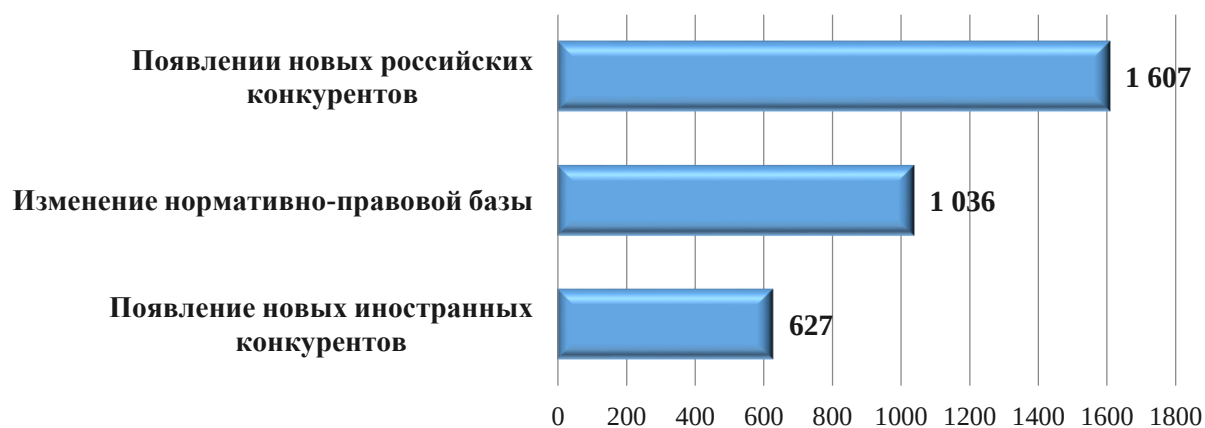


Количество конкурентов



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: **1 607** респондентов (**49,1 %**) заявили о появлении новых российских конкурентов, **1 036** (**31,7 %**) респондентов утверждают об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **627** (**19,2 %**) респондента говорят о появлении новых иностранных конкурентов.

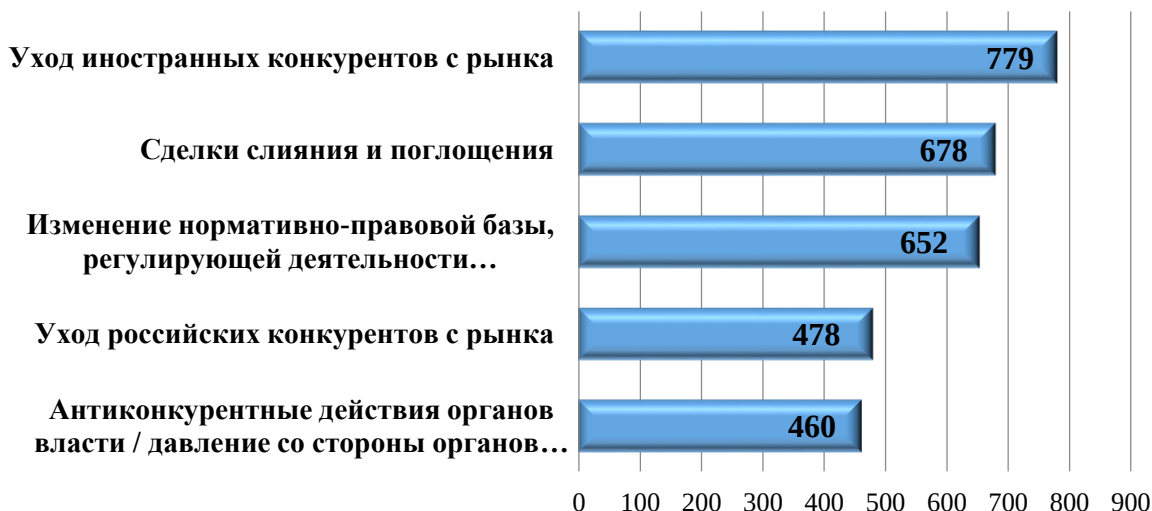
Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов в сфере агропромышленного комплекса оказывает уход иностранных конкурентов с рынка (**779** представителей или **25,6 %**), **678** представителей бизнеса или **22,3 %** – сделки слияния и поглощения, изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей указали **652** представителя или **21,4 %**, **15,7 %** или **478** опрошенных отметили уход российских конкурентов с рынка, **15,1 %** или **460** опрошенных – антиконкурентные действия органов власти/давление со стороны органов власти.



Факторы сокращения числа конкурентов



Процедурой и сроками получения доступа к услугам субъектов естественных монополий (водоснабжение, водоотведение, водоочистка, газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение) в Краснодарском крае удовлетворены более **50 %** представителей организаций агропромышленного комплекса.

Наиболее существенными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса, опрошенные считают:

высокие налоги и нестабильность законодательства – **17,1 %** (1 408 организаций);

сложность получения доступа к земельным участкам, ограничение доступа к товарам и услугам естественных монополий – **9,3 %** (768 организаций);

неразвитость инновационной инфраструктуры, сложность процедуры получения разрешений/лицензий – **9,2 %** (758 организаций);

высокие транспортные и логистические издержки, неразвитость транспортной сети – **9,0 %** (742 организации);

давление со стороны контрагентов – **8,8 %** (726 организаций);

недостаток квалифицированных кадров – **6,0 %** (492 организации);

высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам – **5,9 %** (490 организаций);

давление со стороны конкурентов – **5,2 %** (431 организация);

конкуренция со стороны теневого сектора – **4,7 %** (391 организации).

Остальные ответы **24,8 %** опрошенных распределены примерно одинаково между вариантами: необходимость установления партнерских отношений с органами власти, высокие таможенные издержки, ограничение/сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий, ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, силовое давление со стороны правоохранительных органов (например, угрозы,



вымогательства), ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.), коррупция со стороны органов власти (например, взятки) и др.

Уровень административных барьеров



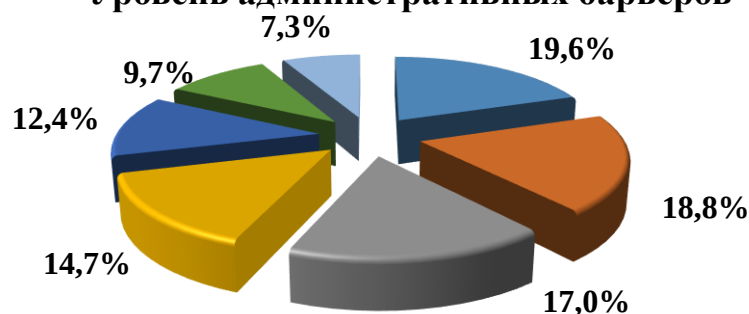
При расширении действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/ работы/ услуги большинство предпринимателей агропромышленной сферы сталкивались со следующими препятствиями: высокие начальные издержки, насыщенность рынков сбыта, нехватка финансовых средств, высокие транспортные издержки, жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг), лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг).

Результат оценки изменения уровня административных барьеров:
административные барьеры были полностью устранены —
19,6 % (715 организаций);



затруднились ответить – **18,8 %** (708 организаций);
бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **17,0 %** (621 организация);
административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **14,7 %** (537 организаций);
уровень и количество административных барьеров не изменились – **12,4 %** (452 организации);
бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **9,7 %** (354 организаций);
ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **7,3 %** (268 организаций).

Уровень административных барьеров



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

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

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **12,6 %** (572 опрошенных);

лицензирование отдельных видов деятельности – **11,0 %** (499 опрошенных);

контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **10,6 %** (484 опрошенных);

аренда зданий и помещений – **9,9 %** (451 опрошенный);

технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства – **9,3 %** (423 опрошенных);

регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **9,2 %** (418 опрошенных);

получение разрешения на строительство – **8,9 %** (1 676 опрошенных);

приобретение зданий, помещений – **7,9 %** (360 опрошенных);

получение государственной поддержки – **7,7 %** (350 опрошенных);



регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **7,2% (330 опрошенных);**

размещение заказов для государственных и муниципальных нужд – **5,7% (262 опрошенных).**

Большее половины опрошенных представителей сферы агропромышленного комплекса ответили, что не планируют расширение бизнеса в ближайшие 3 года (**57,2 %** или 2 092 опрошенных). В тоже время выход на новые географические рынки планируют **21,7 % (792 организации)**, выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/работы/ услуги) планируют **21,1 % (792 организации).**

Наиболее существенными препятствиями при разработке передовых производственных технологий на территории Краснодарского края, по мнению представителей бизнеса в сфере агропромышленного комплекса, являются: высокие начальные издержки (**13,2% или 794 опрошенных**), насыщенность рынков сбыта (**11,6% или 909 опрошенных**), нехватка финансовых средств (**10,9% или 484 опрошенных**), высокие транспортные издержки (**9,3% или 228 опрошенных**), отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках (**8,0% или 425 опрошенных**).

При построении логистических процессов возникают некоторые проблемы, влияющие на их эффективность. По мнению представителей бизнеса агропромышленной сферы, основными проблемами, влияющими на эффективность логистических процессов, являются:

нестабильная макроэкономическая ситуация в стране **14,7 % (536 опрошенных);**

несоответствующее состояние дорог **9,3 % (340 опрошенных);**

высокая стоимость заемных средств **8,5 % (311 опрошенных);**

низкий уровень образования в сфере **8,4 % (306 опрошенных);**

отсутствие полноценных российских TMS-решений (система управления перевозками) **8,2 % (300 опрошенных);**

снижение платежеспособности потребителей/клиентов; недостаточно развитая логистическая и дорожная инфраструктура **7,7 % (282 опрошенных);**

снижение деловой активности компаний **6,9 % (253 опрошенных);**

отсутствие признанных правил и стандартов организации бизнес-процессов в логистике (по мнению 224 опрошенных, **6,1 %**);

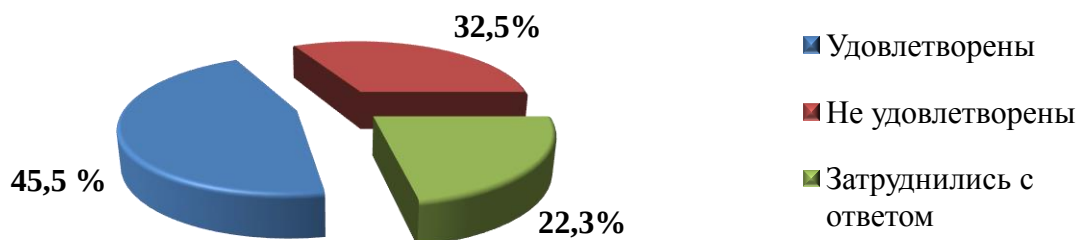
отсутствие проблем, влияющих на эффективность логистических процессов, заявили **19,9 % 726 опрошенных.**

Остальные **10,3 % (376 организаций)** отметили недостаточный уровень господдержки логистики, низкий уровень использования электронного документооборота.

В регионе, по мнению потребителей, сфера агропромышленного комплекса достаточно хорошо развита. Так, **45,5 % (103 272 респондента)** удовлетворены доступностью, **32,5 % (73 751 респондент)** отметили не удовлетворенность, **22,0 % (50 776 потребителей)** затруднились с ответом.

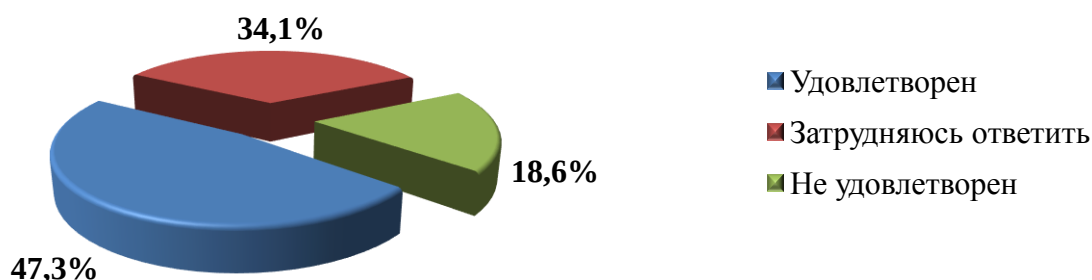


Уровень доступности (по мнению потребителей)



Анализируя мнение населения, можно утверждать, что большинство потребителей услуг в агропромышленной сфере удовлетворены соотношением уровня цен и качества товаров и услуг.

Соотношение уровня цен и качества товаров и услуг (по мнению потребителей)



3.10. Сфера промышленности и добычи полезных ископаемых

В сферу промышленности и добычи полезных ископаемых вошли следующие рынки: рынок добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения, рынок легкой промышленности, рынок обработки древесины и производства изделий из дерева, рынок производства кирпича, рынок производства бетона (включая инновационные строительные материалы), рынок композитных материалов, рынок продукции машиностроения.

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге, **2 265 (3,7 %)** имеют отношение к сфере промышленности и добычи полезных ископаемых.

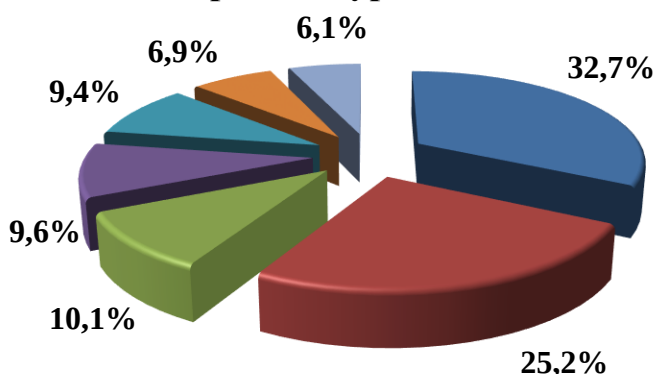
В определении географического рынка, основного для ведения бизнеса, предприниматели сообщили, что подавляющее большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **36,7 %** опрошенных (832 предпринимателя), на рынке Краснодарского края – **20,9 %** опрошенных (473 предпринимателей), на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **13,2 %** опрошенных



(298 хозсубъектов), часть услуг предприниматели оказывают на рынке Российской Федерации – **9,9 %** (224 хозсубъекта), а **7,1 %** (160 хозсубъектов) затруднились с ответом. Только **7,2 %** (163 представителя бизнеса) осуществляют деятельность на рынках стран СНГ, на рынке стран зарубежья (кроме СНГ) – **5,0 %** респондентов (115 организация).

Наиболее важным фактором конкурентоспособности в сфере промышленности и добычи полезных ископаемых, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают **32,7 %** опрошенных (741 предприниматель). На втором месте – низкая цена, это отмечают **25,2 %** (571 респондент). Третье место, по мнению опрошенных, предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **10,1 %** (229), уникальность продукции – **9,4 %** (212 хозсубъектов), **6,9 %** (156) предпринимателей отметили доверительные отношения с клиентами, **6,1 %** указали на доверительные отношения с поставщиками, в то же время **9,6 %** (218 представителей бизнеса) затруднились с ответом.

Факторы конкурентоспособности



- Высокое качество
- Низкая цена
- Предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.)
- Затрудняюсь с ответом
- Уникальность продукции
- Доверительные отношения с клиентами
- Доверительные отношения с поставщиками

По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности, является:

сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) – **12,3 %** (456 организаций);

обучение и переподготовка персонала – **11,7 %** (436 организаций);

новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – **10,3 %** (383 организации);

разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – **9,4 %** (349 организаций);



приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – **8,8 %** (325 организаций);

выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – **8,8 %** (325 организаций);

развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – **8,1 %** (302 организации);

не предпринимали никаких действий – **8 %** (297) организаций.

Остальными участниками опроса равномерно распределились голоса между проведением НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и выходом на новые географические рынки.

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

21,7 % (492 респондента) отметили слабый уровень конкуренции на рынке. 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);

21,5 % (487 участников опроса) считают, что на рынке 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);

19,8 % (449 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;

18,6 % (421 респондент) отметили очень высокий уровень конкуренции. По их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее;

18,4 % (416 респондентов) указали на отсутствие конкуренции, соответственно, по их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности.

Количество конкурентов представители сферы промышленности и добычи полезных ископаемых оценили следующим образом:

29,2 % опрошенных (661 организация) – отметили незначительное число конкурентов от 1-го до 3-х;

25,9 % (586 предпринимателей) сообщили от 4 до 8 конкурентах;

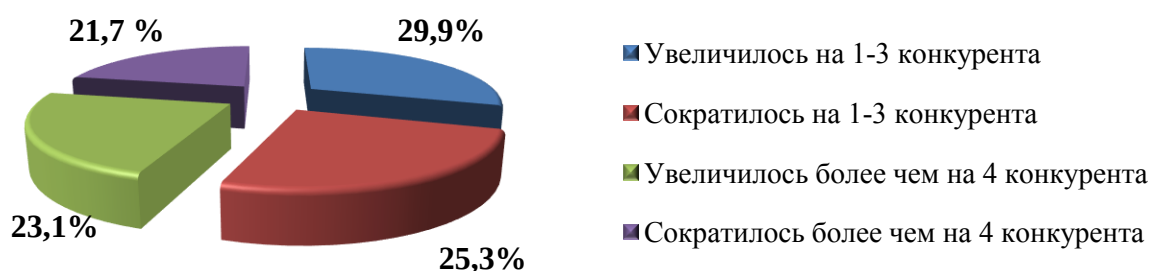


24,9 % (565 организаций) считают, что присутствует большое число конкурентов;

20,0 % (453 хозяйствующего субъекта) высказали позицию, что конкурентов нет.

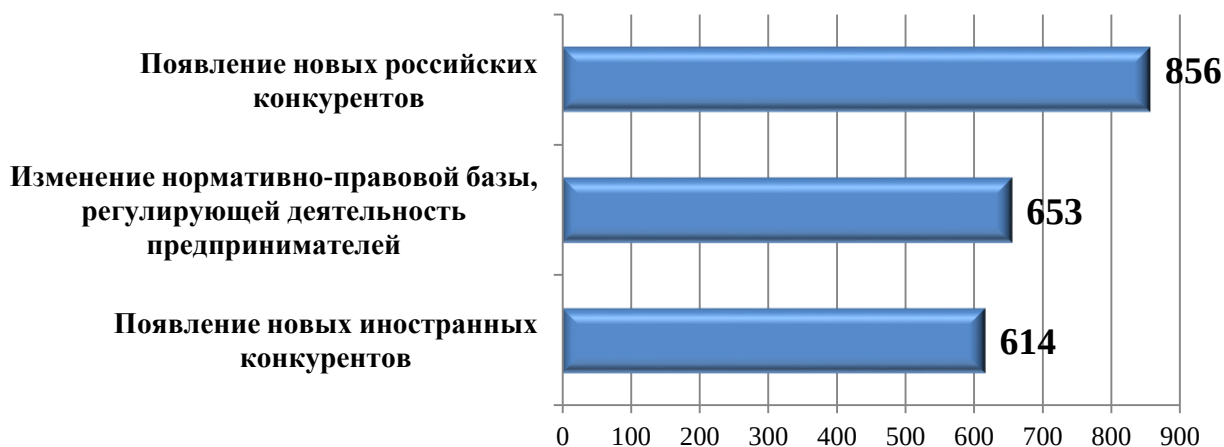
За последние 3 года в сфере промышленности и добычи полезных ископаемых число конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента – так считает **29,9 %** (677 опрошенных), **23,1 %** (523 предпринимателя) отметили повышение более чем на 4 конкурента на рынке. Об уменьшении числа конкурентов на 1-3 проголосовали **25,3 %** (572 организации), о снижении на более чем 4 конкурента высказались **21,7 %** (493 предпринимателя).

Количество конкурентов



На вопрос: «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?», голоса представителей бизнеса распределились следующим образом: **40,3 %** (856 организаций) заявили о появлении новых российских конкурентов, **30,8 %** респондентов (653 организации) утверждают об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **28,9 %** (614 респондентов) говорят о появлении новых иностранных конкурентов.

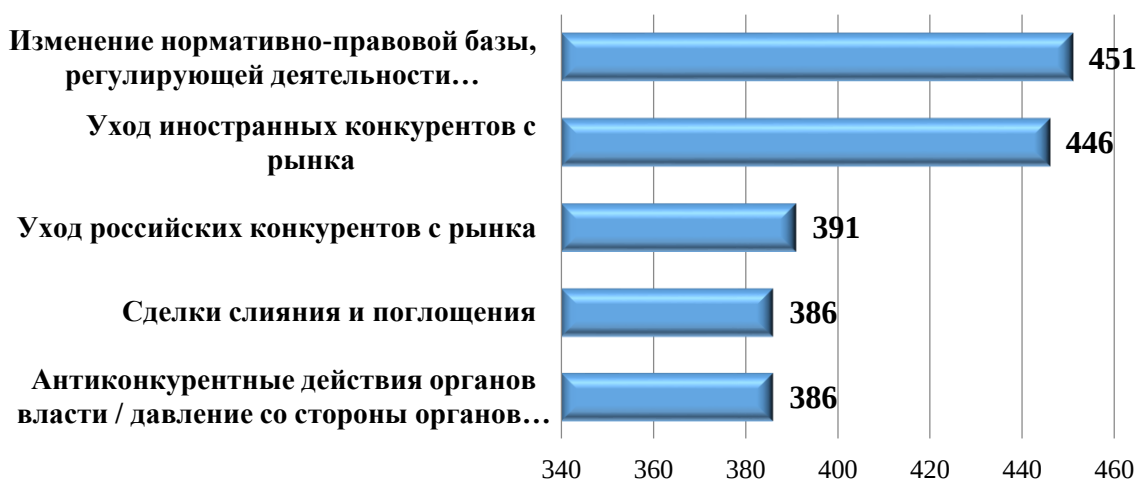
Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)





По мнению опрошенных представителей бизнеса, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, представителями которого они являются, **21,9 %** (451 респондент) отметил весомыми изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, **21,7 %** (446 респондентов) указало на уход иностранных конкурентов с рынка, **19 %** (391 респондент) говорят об уходе российских конкурентов с рынка, **18,7 %** (386 респондентов) ссылаются на сделки слияния и поглощения и **18,7 %** (386 респондентов) выбрали антиконкурентные действия органов власти/ давление со стороны органов власти.

Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)



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

- высокие налоги – **7,5%** опрошенных (333 предпринимателя);
- нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **7,0 %** опрошенных (313 предпринимателей);
- сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **5,9 %** опрошенных (264 предпринимателя);
- конкуренция со стороны теневого сектора – **5,0 %** опрошенных (223 предпринимателя);
- недостаток квалифицированных кадров – **5,0 %** опрошенных (223 предпринимателя);
- высокие транспортные и логистические издержки – **4,9 %** опрошенных (217 предпринимателя);
- высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **4,7 %** опрошенных (210 предпринимателей);



ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа – **4,5 %** опрошенных (198 предпринимателей);

давление со стороны конкурентов – **4,5 %** опрошенных (198 предпринимателей).

Об отсутствии ограничений заявили **4,3 %** (193 предпринимателя). Процент опрошенных распределился примерно одинаково между давлением со стороны конкурентов, поставщиков, клиентов.

По оценке участников опроса изменения уровня административных барьеров, мы видим, следующую ситуацию:

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **18,8 %** опрошенных (425 организаций);

административные барьеры были полностью устранены – **15,8 %** опрошенных (359 организаций);

административные барьеры отсутствуют, как и ранее – **14,6 %** опрошенных (330 хозяйствующих субъектов);

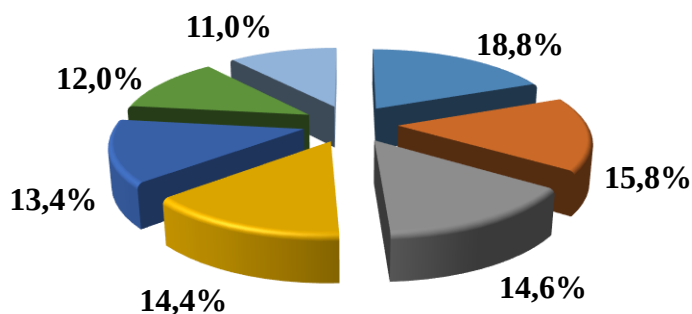
затруднились с ответом – **14,4 %** (327 организаций);

уровень и количество административных барьеров не изменились – **13,4 %** опрошенных (304 организации);

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **12,0 %** опрошенных (271 хозяйствующий субъект);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **11,0 %** опрошенных (249 организаций).

Уровень административных барьеров



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

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



при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **12,4 %** (355 предпринимателей);
при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **10,8 %** (311 предпринимателей);
при регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства – **10,0 %** (288 предпринимателей);
при лицензировании отдельных видов деятельности – **9,4 %** (269 предпринимателей);
при технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **9,3 %** (267 предпринимателей);
при получении разрешения на строительство – **8,7 %** (251 предприниматель);
при регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним – **8,7 %** (251 предприниматель);
при аренде зданий, помещений – **8,2 %** (235 предприниматель);
22 % (647) ответов предпринимателей распределились между вариантами: административными барьерами сталкивались при приобретении зданий, помещений; при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд; при получении государственной поддержки.

Большинство опрошенных представителей сферы промышленности и добычи полезных ископаемых **59,5 %** или 1 347 опрошенных не планируют никаких мероприятий по его расширению ближайшие 3 года. Выход на новые географические рынки отметили **20,4 %** опрошенных (463 организации), **20,1 %** респондентов (455 организаций) планируют выход на новые продуктовые рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, являются: высокие начальные издержки – **10,3 %** (390 предпринимателей), **9,4 %** (357 предпринимателей) отметили насыщенность рынков сбыта, отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках составило **8,2 %** (311 предпринимателей), нехватка финансовых средств – **8,1 %** (306 предпринимателей), жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) отметили **7,9 %** (301 предприниматель), высокие транспортные издержки – **7,8 %** (296 предпринимателей), **7,5 %** (283 предпринимателей) считают, что ограничения отсутствуют, лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) отметили при этом **7,4 %** (279 предпринимателей). **21,3 %** ответов 808 предпринимателей распределились пропорционально между вариантами: недостаточное качество инновационной инфраструктуры; невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность, преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д.

При построения логистических процессов возникают некоторые проблемы, влияющие на их эффективность. По мнению **13,4 %** (304



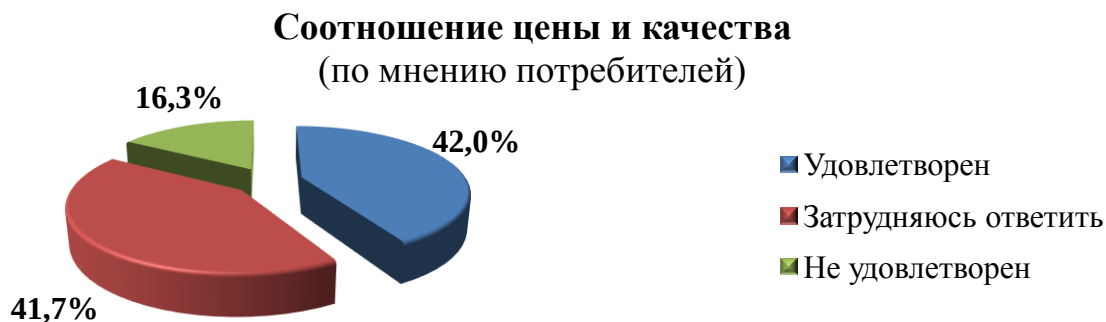
представителей) бизнеса, проблемы, влияющие на эффективность процессов отсутствуют, **12,1 %** или 273 хозяйствующего субъекта считают, что препятствием выступает нестабильная макроэкономическая ситуация, **9,7 %** или 219 респондентов говорят о несоответствующем состоянии дорог, снижение платежеспособности потребителей/клиентов; недостаточно развитая логистическая и дорожная инфраструктура – **9,5 %** (215 хозяйствующих субъектов).

В регионе сфера промышленности и добычи полезных ископаемых развита достаточно хорошо.

Степень удовлетворенности характеристиками товаров и услуг на товарных рынках по уровню доступности потребители ответили: **39,9 %** (90 828) респондентов удовлетворены доступностью продукции, при этом **31,8 %** потребителей (72 586 человек) не удовлетворены. Вместе с тем, **28,3 %** (64 385) затруднились с ответом.



В вопросе оценки уровня соотношения цен и качества продукции товаров и услуг на товарных рынках в сфере промышленности и добычи полезных ископаемых **42,0 %** (95 633) опрошенных оценивают уровень как «удовлетворительный», **41,7 %** (95 072) опрошенных затруднились ответить, графу «не удовлетворен» отметили **16,3 %** (37 094) опрошенных.



В целом на рынке добычи общераспространенных полезных ископаемых на участках недр местного значения в Краснодарском крае по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемой продукции надлежащего качества.



3.11. Сфера санаторно-курортного комплекса

В сферу санаторно-курортного комплекса вошел рынок санаторно-курортных и туристических услуг.

Из общего количества хозяйствующих субъектов и их представителей, участвующих в мониторинге **3 012 (4,9 %)** от общего числа опрошенных представителей бизнеса) имеют отношение к рынку санаторно-курортных и туристических услуг.

В вопросе определения основного географического рынка для ведения бизнеса предприниматели сообщили, что большинство занимается предпринимательской деятельностью на локальном рынке (отдельном муниципальном образовании) – **40,2 %** (1 210 респондентов), на рынке Краснодарского края – **20,7 %** (624 респондента). Часть предпринимателей осуществляют деятельность на рынке Российской Федерации – **14,2 %** (427 респондентов), на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **7,7 %** (233 респондента), **7,3 %** (221 респондент) затруднились с ответом, на рынках стран СНГ – **5,4 %** (164 респондента); на рынке стран зарубежья (кроме СНГ) – **4,5 %** (133 респондента).

Наиболее важным фактором конкурентоспособности услуг на рынке санаторно-курортных и туристических услуг, по мнению представителей хозяйствующих субъектов, является высокое качество. Так утверждают большинство участников опроса – **38,2 %** или 1 150 представителей бизнеса. На втором месте – низкая цена – **22,3 %** (671 хозсубъект). На третьем месте **10,4 %** (314 хозсубъектов) затруднились с ответом. Четвертое место, по мнению опрошенных, занимает предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.), это отмечают **9 %** опрошенных (271 респондент), **8,0 %** (241 респондента) указали уникальность продукции, **7,3 %** (221 респондента) – доверительные отношения с клиентами, **4,8 %** (144 респондента) – доверительные отношения с поставщиками.

Факторы конкурентоспособности (количество организаций)





По мнению респондентов, наиболее востребованными мерами для повышения конкурентоспособности в сфере санаторно-курортного комплекса является сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции), так считают **16,4 %** (653 респондента), обучение, переподготовка персонала – **14,5 %** (4 950).

Новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) выбирают **12,3 %** (489 респондентов), **8,9 %** (352 респондента) отметили приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау, **8,2 %** или 327 представителей бизнеса предпринимали разработку новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента. **7,7 %** (307 респондентов) отметили выход на новые географические рынки. Остальные ответы распределились примерно одинаково между выходом на новые географические рынки, развитием и расширением системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.), самостоятельным проведением НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы). Не предпринимали никаких действий **11,0 %** опрошенных (435 респондентов).

Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса время от времени (раз в 2-3 года) может потребоваться реализация мер по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), так считает 770 респондентов (**25,6 %**) и отмечают слабую конкуренцию.

641 респондент (**21,3 %**) определили, 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) – умеренная конкуренция.

636 (**21,1 %**) респондентов считают, что конкуренции нет и для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг.

499 (**16,6 %**) респондентов отметили, что конкуренция высокая и для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/ работ/ услуг, а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее.

466 (**15,4 %**) респондентов отметили очень высокий уровень конкуренции и что для сохранения рыночной позиции бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности продукции/работ/услуг не используемые компанией ранее.

Количество конкурентов представители сферы санаторно-курортных и туристских услуг оценили следующим образом:

31,8 % (958 предпринимателей) отмечают наличие от 1 до 3 конкурентов;

25,9 % (781 предприниматель) сообщили о наличии примерно от 4 до 8 конкурентов;

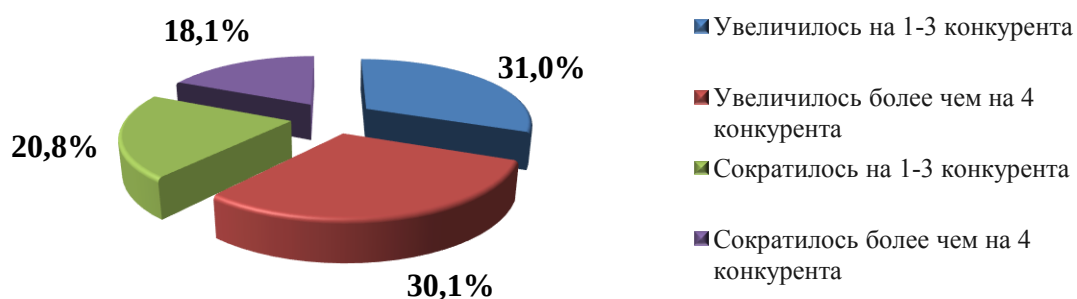


23,1 % (696 предпринимателей) опрошенным сложно подсчитать (большое число конкурентов);

19,2 % (577 предпринимателя) высказали позицию, что конкурентов нет,

За последние 3 года в сфере санаторно-курортного комплекса количество конкурентов увеличилось – так считает **61,1 %** опрошенных (1 840 хозсубъектов), из них **31,0 %** (934 респондента) ответили, что конкурентов увеличилось на 1-3 конкурента, **30,1 %** (906 респондентов) отметили графу «увеличилось более чем на 4 конкурента». Снижение числа конкурентов на рынке отметили **38,9 %** (1 172) из опрошенных, из них **20,8 %** опрошенных (626 представителей бизнеса) говорят, что число конкурентов уменьшилось на 1-3 конкурента, а **18,1 %** (546 предпринимателей) отметили сокращение более чем на 4 конкурента.

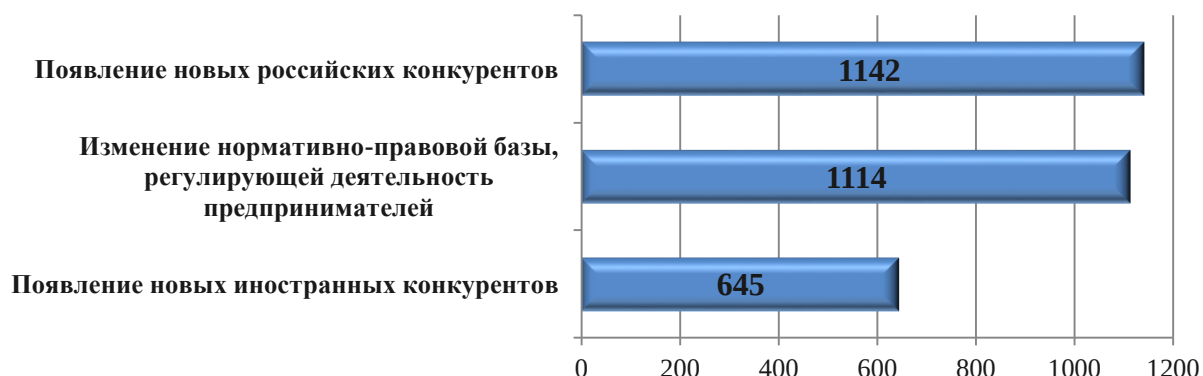
Количество конкурентов



По мнению опрошенных представителей сферы санаторно-курортного комплекса, наиболее сильное влияние на изменение числа конкурентов на рынке, оказывает появление новых российских конкурентов, так считают **39,4 %** (1 142 предпринимателя), **38,4 %** (1 114 предпринимателей) говорят об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей. Появление новых иностранных конкурентов на рынках, которые они представляют, отметили **22,2 %** опрошенных (645 хозсубъектов).

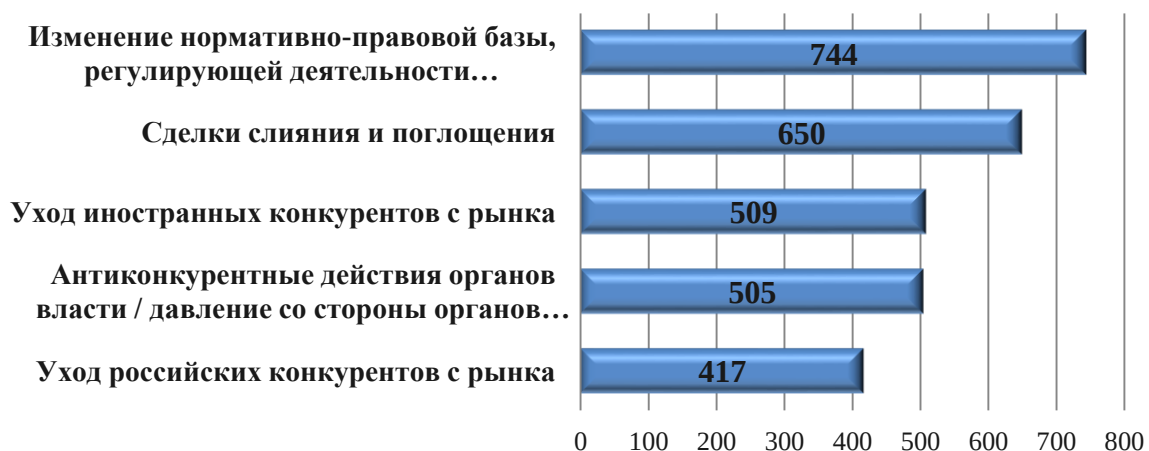


Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



По мнению опрошенных представителей бизнеса Краснодарского края, наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке, представителями которого они являются, ощутили в следствие изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей. **26,3 %** (744 хозсубъекта) ощутили влияние в следствие изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей. **23,0 %** (650 хозсубъектов) выбрали ответ: «сделки слияния и поглощения», **18,0 %** (509 респондентов) – уход иностранных конкурентов с рынка, **17,9 %** опрошенных (505 представителей бизнеса) поставили отметку в графе «Антиконкурентные действия органов власти/давление со стороны органов власти», **14,8 %** (417 предпринимателей) отметили критерий, оказывающий сильное влияние – «уход российских конкурентов с рынка».

Факторы, влияющие на сокращение числа конкурентов (количество организаций)





Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса в числе **5 000** ответов затруднились ответить **17,3 %** (520 респондентов). Респонденты придерживались следующих перечисленных ответов соответственно:

нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – **432 (8,6 %)**;

сложность получения доступа к земельным участкам – **413 (8,3%)**;

отсутствие ограничений - **404 (8,1 %)**;

высокие налоги – **355 (7,1%)**;

сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **274 (5,5 %)**;

недостаток квалифицированных кадров – **244 (4,9 %)**;

необходимость установления партнерских отношений с органами власти – **189 (3,8 %)**;

ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа – **176 (3,5 %)**;

Изменение уровня административных барьеров характеризуется ответами респондентов в следующем порядке:

административные барьеры были полностью устранены – **19,87 %** (595 респондентов);

бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше – **17,4 %** (525 респондентов);

затруднились ответить – **17,3 %** (520 респондентов)

уровень и количество административных барьеров не изменились – **13,4 %** (404 респондента);

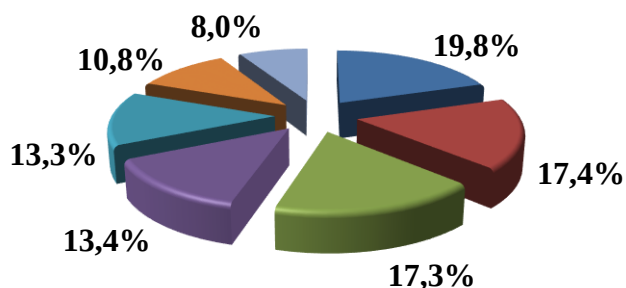
административные барьеры отсутствуют, как и раньше – **13,3 %** (401 респондент);

бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше – **10,8 %** (326 респондентов);

ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились – **8,0 %** (241 респондент);



Уровень административных барьеров



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

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

лицензирование отдельных видов деятельности – **12,1 %** (458 ответов);
регистрация субъектов малого и среднего предпринимательства – **10,9 %** (413 ответов);

получение разрешения на строительство – **10,6 %** (401 ответ);

сертификация и стандартизация продукции, работ и услуг – **10,0 %** (376 ответов);

контроль и надзор за текущей предпринимательской деятельностью – **9,7 %** (368 ответов);

получение государственной поддержки – **8,8 %** (331 ответ);

при технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **8,7 %** (328 ответов);

аренда зданий, помещений – **7,9 %** (300 ответов).

Равномерное количество ответов распределилось между ответами, характеризующими такие проблемные области как: регистрация прав на недвижимое имущество, при приобретении зданий помещений и при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд.

Больше половины опрошенных **55,5 %** (1 673 ответов) представителей санаторно-курортного комплекса не планируют мероприятия для расширения бизнеса в ближайшие 3 года, **23,8 %** (716 респондентов) планируют выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/работы/ услуги) и **20,7 %** (623) на новые географические рынки.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса, по мнению предпринимателей, являются:

высокие начальные издержки – **11,7 %** (494);

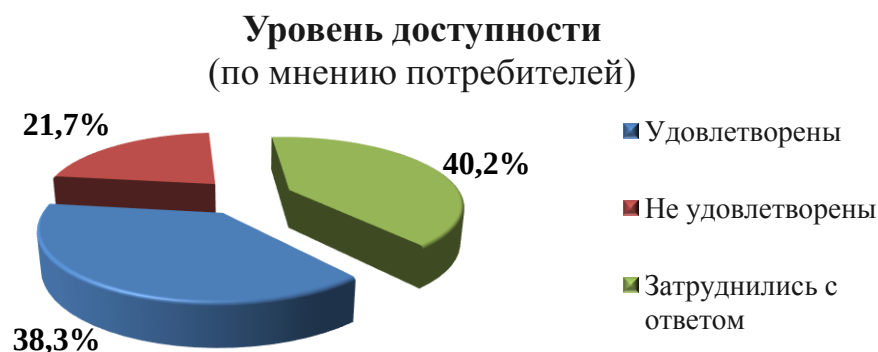


отсутствие барьеров - **11,5 %** (485).
отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках – **11,4 %** (480);
насыщенность рынков сбыта – **10,3 %** (436);
нехватка финансовых средств – **8,4 %** (354);
жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) – **6,3 %** (268);

Незначительная часть ответов респондентов показала, что препятствиями для расширения действующего бизнеса стали: высокие транспортные издержки; поддержка местными властями традиционных участников рынка; лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка; недостаточное качество инновационной инфраструктуры; преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д.

В свою очередь, потребители охарактеризовали сферу санаторно-курортного комплекса в части уровня доступности следующим образом:

38,3 % (87 077 человек) считают уровень доступности товаров и услуг на удовлетворительном уровне, **21,7 %** (49 218 опрошенных) не удовлетворены, а **40,2 %** (91 504 опрошенных) затруднились с ответом.



Потребители считают удовлетворительным соотношение уровня цен и качества санаторно-курортных услуг в следующих цифрах:

полностью удовлетворены - **54,3 %** (123 692) респондентов;
затруднились с ответом – **23,0 %** (52 350) респондентов.
не удовлетворены - **22,7 %** (51 757 респондентов);





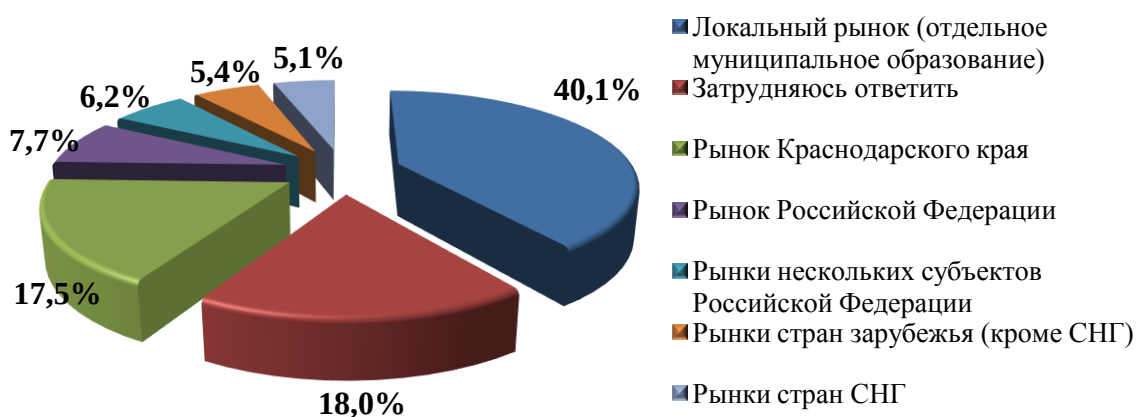
В целом, в сфере санаторно-курортного комплекса Краснодарского края по оценкам респондентов наблюдается достаточное количество предоставляемых услуг надлежащего качества.

3.12. Спортивная сфера

В спортивную сферу вошел рынок спортивных услуг. Число опрошенных – 2 532 человек, **4,1 %** от общего числа опрошенных.

Основным географическим рынком спортивных услуг из 2 532 опрошенных респондентов **40,1 %** (1 015 респондентов) выделяют локальный рынок (отдельное муниципальное образование), меньшую популярность имеет рынок Краснодарского края, на котором предлагают свои услуги **17,5 %** (443) респондентов. На рынке Российской Федерации осуществляют деятельность **7,7 %** (195) опрошенных, на рынке нескольких субъектов Российской Федерации – **6,2 %** (156) представителей бизнеса, на рынках стран зарубежья (кроме СНГ) – **5,4 %** (139), на рынках стран СНГ – **5,1 %** (129), затруднились с ответом **18 %** опрошенных.

Географические рынки бизнеса



Принимая во внимание конкурентоспособность, как один из ключевых факторов успешного ведения бизнеса, **25,0 %** (633 респондента) отметили, что наиболее важную роль на рынке спортивных услуг играет высокое качество, **24,4 %** (618 респондентов) указали низкую цену, **20,0 %** (506 респондентов) затруднились с ответом, уникальность продукции – **9,2 %** (232 респондента), доверительные отношения с клиентами – **7,8 %** (198 респондентов), предложение сопутствующих услуг, товаров, сервисов (гарантий, ремонта и т.д.) – **7,3 %** (184 респондента), доверительные отношения с поставщиками – **6,3 %** (161 респондент),



Факторы конкурентоспособности



Условия ведения своего бизнеса по уровню конкуренции в занимаемом секторе опрошенные предприниматели охарактеризовали следующим образом:

23,9 % (604 участника опроса) считают, что в сфере спортивных услуг конкуренция очень высокая, 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;

20,3 % (513 опрошенных) указали на отсутствие конкуренции на рынке. По их мнению, для сохранения рыночной позиции бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности;

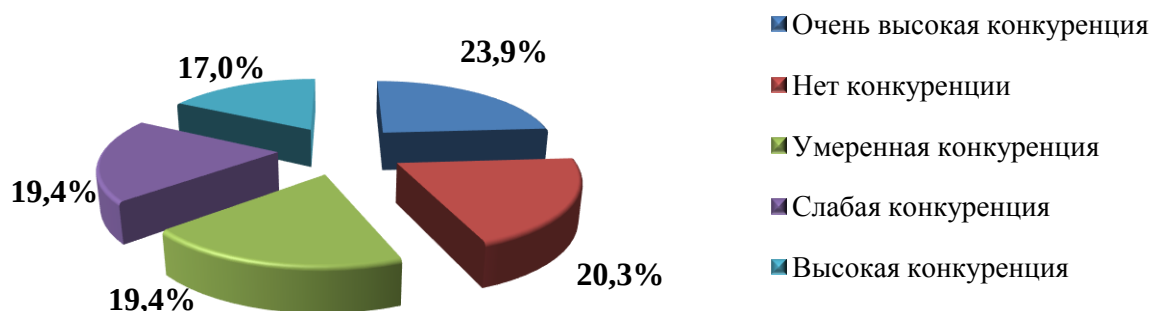
19,4 % (490 респондентов) отметили, что конкуренция умеренная, и для сохранения рыночной позиции своего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции/работ/услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное);

19,4 % (490 респондентов) отметили слабый уровень конкуренции на рынке спортивных 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);

17,0 % (435 респондентов) 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.



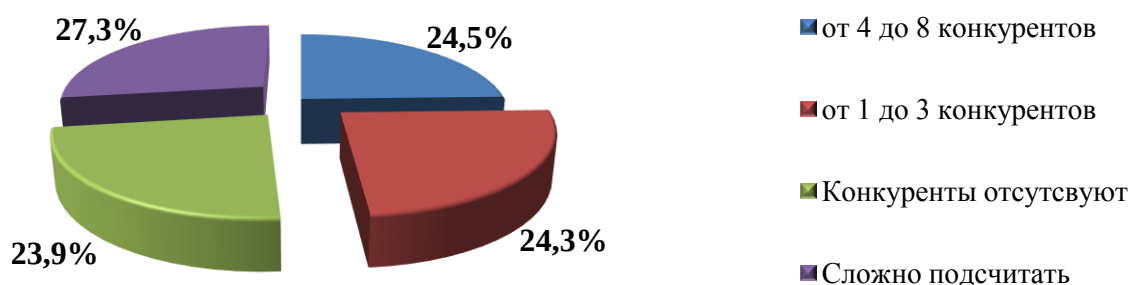
Оценка конкуренции хозяйствующими субъектами



Анализ результатов опроса о количестве конкурентов в спортивной сфере показал, что большинство опрошенных поставили отметку в графе «сложно подсчитать» (большое число конкурентов) – **27,3 %** (692 респондента), **24,5 %** (620 респондентов) отметили «от 4 до 8 конкурентов», «от 1 до 3 конкурентов» – **24,3 %** (614 респондентов), **23,9 %** (606 респондентов) отметили отсутствие конкурентов.

Большая часть опрошенных считает, что количество конкурентов на рынке спортивных услуг увеличилось за последние 3 года.

Изменение числа конкурентов бизнеса за 3 года



В части определения причин, которые оказали сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, ответы распределились следующим образом:

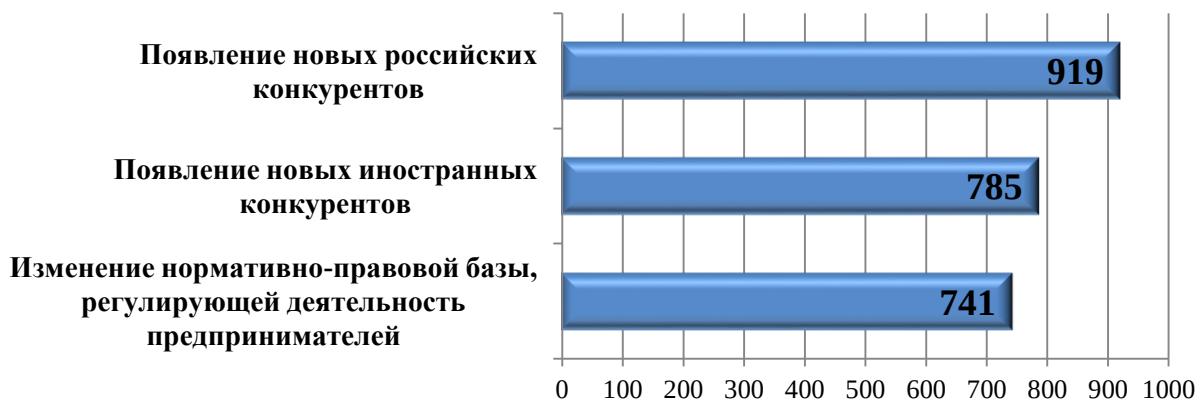
37,6 % (919) респондентов считают, что наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов оказало появление новых российских конкурентов;

32,1 % (785 респондентов) – оказало влияние появление новых иностранных конкурентов;

30,3 % (741 респондент) заявили об изменении нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей;



Факторы, влияющие на увеличение числа конкурентов (количество организаций)



Об отсутствии серьезных административных барьеров заявили **8,8 %** (374 опрошенных из 4 268 ответов).

Наиболее серьезными административными барьерами для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса были выделены:

высокие налоги – **342 (8,0 %)**;

сложность получения доступа к земельным участкам – **288 (6,7 %)**;

нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий и высокие налоги – **267 (6,3 %)**;

сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий – **228 (5,3 %)**;

коррупция со стороны органов власти (например, взятки) – **209 (4,9 %)**;

необходимость установления партнерских отношений с органами власти – **173 (4,1 %)**;

давление со стороны контрагентов – **173 (4,1 %)**;

ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа – **162 (3,8 %)**;

давление со стороны поставщиков – **160 (3,7 %)**;

конкуренция со стороны теневого сектора – **159 (3,7 %)**;

недостаток квалифицированных кадров – **157 (3,7 %)**;

давление со стороны конкурентов – **154 (3,6 %)**;

высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) – **153 (3,6 %)**;

14,4 % (365 респондентов) считают, что бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, **14,4 %** (365 респондента) – административные барьеры были полностью устранены, **13,3 %** (338 респондентов) считают, что административные барьеры отсутствуют, как и ранее. По мнению **12,4 %** (315 респондентов) бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше, **12,1 %** (306 респондентов) считают, что уровень и количество



административных барьеров не изменились, **11,2 %** (284 респондента) – ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились. Затруднились с ответом **22,2 %** опрошенных.

Уровень административных барьеров

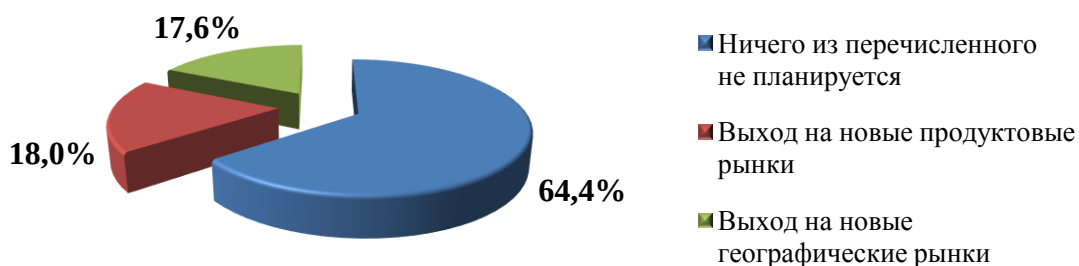


Предприниматели чаще всего сталкиваются с административными барьерами при получении государственной поддержки **16,0 %** (461 ответ), при регистрации субъектов малого и среднего предпринимательства и лицензировании отдельных видов деятельности **10,9 %** (313 ответов), при сертификации и стандартизации продукции, работ и услуг – **10,4 %** (299 ответов), при технологическом присоединении к объектам электросетевого хозяйства – **10,0 %** (289), при аренде зданий – **9,7 %** (280 ответов), при лицензировании отдельных видов деятельности – **9,6 %** (276 ответов), при контроле и надзоре за текущей предпринимательской деятельностью – **9,3 %** (268), при приобретении зданий, помещений – **9,2 %** (265 ответов). Остальные варианты ответов занимают незначительную часть от общего числа опрошенных – **14,9 %** (429 ответов) и распределились между ответами: административные барьеры при регистрации прав на недвижимое имущество и при размещении заказов для государственных и муниципальных нужд.

В ближайшие 3 года **64,4 %** (1 631 респондент) не планируют предпринимать каких-либо действий по расширению действующего бизнеса, по расширению бизнеса, **18,0 %** (455 респондентов) планируют выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/работы/услуги), **17,6 %** (446 респондентов) планируют выход на новые географические рынки.



Планируемые мероприятия для расширения бизнеса



30 % предпринимателей существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса на рынке спортивных услуг респонденты считают высокие транспортные издержки, невозможность достижения быстрого результата, недостаточное качество инновационной инфраструктуры.

Существенным препятствием для расширения действующего бизнеса на рынке спортивных услуг являются:

высокие начальные издержки и нехватка финансовых средств – **10 %** (348 ответов);

отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках – **9,1 %** (347 ответов);

насыщенность рынков сбыта – **9,0 %** (338 ответов);

нехватка финансовых средств – **9,0 %** (330 ответов);

жесткое противодействие традиционных участников рынка и лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка – **7,0 %** (256 ответов);

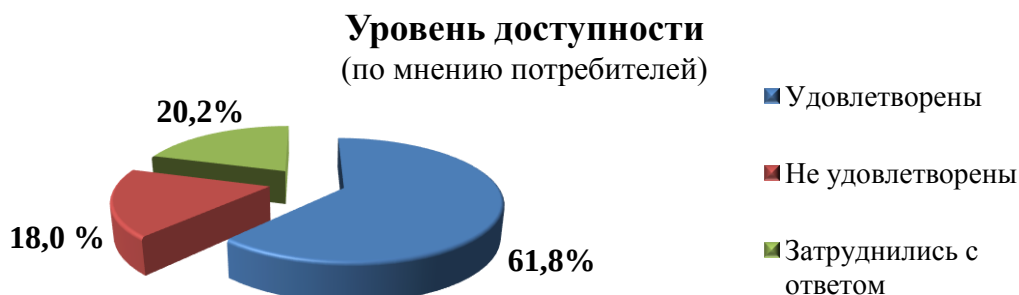
лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) – **7,0 %** (245 ответов);

преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д. – **7,0 %** (238 ответов);

недостаточное качество инновационной инфраструктуры (научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) – **6,0 %** (234 ответа);

неразвитость инновационной инфраструктуры и недостаточное качество инновационной инфраструктуры – **6,0 %** (231 ответ);

Потребители охарактеризовали уровень доступности в спортивной сфере следующим образом: **61,8 %** (140 727) удовлетворены, **18,0%** (41 095) не удовлетворены, **20,2 %** (45 977) затруднились с ответом.



Удовлетворенность уровнем цен и качеством услуг на рынке спортивных услуг относительно высокая, **64,6 %** (147 110) опрошенных ответили, что удовлетворены, **17,4 %** (39 742) опрошенных потребителей считают уровень цен и качества спортивных услуг неудовлетворительным, затруднились с ответом **18,0 %** (40 947) респондентов.



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