**Аналитическая справка о проведении мониторинга о состоянии**

**конкурентной среды**

**в муниципальном образовании Тимашевский район в 2016 году**

1. Сведения о проведенных мероприятиях по мониторингу конкурентной среды на территории муниципального образования.

Для проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг в ноябре 2016 года был проведен опрос предпринимателей и населения Тимашевского района.

Исследование проводилось методом заполнения жителями и предпринимателями Тимашевского района анкет, размещенных на официальном сайте администрации муниципального образования Тимашевский район, и каждый заинтересованный субъект мог заполнить анкету в рамках проводимого мониторинга. Анкеты распространялись через общественные организации, представляющие интересы бизнес-сообщества, потребителей товаров и услуг, а также направлялись непосредственно субъектам предпринимательской деятельности.

Проведён опрос 216 представителей бизнеса, осуществляющих предпринимательскую деятельность, как на ранней стадии (до 1 года) так и свыше 7 лет, 716 граждан в возрасте от 18 и старше 50 лет.

1. Количество субъектов предпринимательской деятельности, принявших участие в опросе.

Из общего количества опрошенных представителей бизнеса, наибольшее количество составили организации, осуществляющие деятельность в сельском хозяйстве (19,9%), оптовой и розничной торговле (16,2%), пищевом производстве (7,8%), дошкольном образовании (14,8%) (таблица №1).

**Распределение по видам экономической деятельности и**

**организационно - правовой форме бизнеса**

Таблица №1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид деятельности | Количество опрошенных, всего | Размер бизнеса | | | |
| Количество опрошенных микро-предприятий (до 120 млн. руб.) | Количество опрошенных малых предприятий (от 121 до 800 млн. руб.) | Количество опрошенных средних предприятий (от 801 до 2 000 млн. руб.) | Количество опрошенных крупных предприятий (более 2 001 млн. руб.) |
| 1 | Выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных культур | 29 | 20 | 7 | 1 | 1 |
| 2 | Овощеводство; декоративное садоводство и производство продукции питомников | 7 | 6 | - | - | 1 |
| 3 | Выращивание фруктов, орехов, трав | 2 | 2 | - | - | - |
| 4 | Животноводство, охота и лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство | 5 | 4 | 1 | - | - |
| 5 | Производство пищевых продуктов, включая напитки | 4 | 3 | 1 | - | - |
| 6 | Производство мяса и мясопродуктов | 4 | 3 | 1 | - | - |
| 7 | Производство молочных продуктов | 6 | 2 | 1 | - | 3 |
| 8 | Переработка и консервирование картофеля, фруктов и овощей | 3 | 2 | - | 1 | - |
| 9 | Оптовая и розничная торговля | 35 | 33 | - | - | 2 |
| 10 | Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт | 6 | 5 | 1 | - | - |
| 12 | Деятельность сухопутного транспорта (пассажирские и грузовые перевозки) | 5 | 5 | - | - | - |
| 13 | Строительство | 10 | 9 | 1 | - | - |
| 14 | Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 2 | 2 | - | - | - |
| 15 | Дошкольного образования | 32 | 25 | 1 | 1 | 5 |
| 16 | Дополнительного образования | 8 | 4 | 1 | - | 3 |
| 17 | Среднее профессиональное образование | 1 | 1 | - | - | - |
| 18 | Предоставление социальных услуг | 4 | 3 | 1 | - | - |
| 19 | Предоставление бытовых услуг | 9 | 9 | - | - | - |
| 20 | Деятельность по организации развлечений и культуры | 2 | 2 | - | - | - |
| 21 | Деятельность ресторанов, кафе, баров и столовых | 9 | 8 | 1 | - | - |
| 22 | Деятельность туристических агентств | - | - | - | - | - |
| 23 | Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания | 3 | 3 | - | - | - |
| 24 | Деятельность санаторно-курортных учреждений | - | - | - | - | - |
| 25 | Деятельность по организации детского отдыха и оздоровления | 1 | 1 | - | - | - |
| 26 | Деятельность в области здравоохранения | 3 | 2 | 1 | - | - |
| 27 | Связь | 3 | 3 | - | - | - |
| 28 | Сфера ИТ-технологий (включая ИТ-услуги, разработку ИТ-техноло гий, программ и т.д.) | 1 | 1 | - | - | - |
| 29 | Научные исследования и разработки | - | - | - | - | - |
| 30 | Страхование | 3 | 3 | - | - | - |
| 31 | Деревообрабатывающее промышленность и целлюлозно-бумажное производство | - | - | - | - | - |
| 32 | Текстильное и швейное производство, производство кожи и изделий из кожи | 3 | 3 | - | - | - |
| 33 | Химическое производство | - | - | - | - | - |
| 34 | Производство неметаллических минеральных продуктов (в том числе резиновых и пластмассовых изделий) | - | - | - | - | - |
| 35 | Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | - | - | - | - | - |
| 36 | Производство машин, электронного и оптического оборудования | - | - | - | - | - |
| 37 | Производство строительных материалов | - | - | - | - | - |
| 38 | Топливно-энергетический комплекс | 4 | 3 | 1 | - | - |
| 39 | Производство и распре деление электроэнергии, газа, воды | 8 | 6 | 2 | - | - |
| 40 | Другое (указать) (рыбоводство, риэлтерские услуги, образование) | 4 | 4 | - | - | - |
| Итого |  | 216 | 177 | 21 | 3 | 15 |

1. Количество потребителей товаров и услуг, принявших участие в опросе.

Из общего количества опрошенных жителей Тимашевского района набольшее количество составили работающие граждане (71,5%), пенсионеры (10,5%), безработные (6,1%) (таблица №2).

**Социальный статус респондентов**

Таблица №2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
| № | Категория граждан | Количество опрошенных |
|
| 1 | Без работные | 44 |
| 2 | Домохозяйка (домохозяин) | 37 |
| 3 | Учащиеся / студенты | 47 |
| 4 | Пенсионеры | 75 |
| 5 | Работающие | 512 |
| 6 | Другое | 1 |
|  | Итого | 716 |

1. Сведения о состоянии конкурентной среды на социально-значимых и

приоритетных рынках.

Выявляя уровень конкуренции, с которыми сталкивается бизнес, результаты опроса показали, что на 8 рынках товаров и услуг, а именно на рынке услуг дошкольного образования, рынке услуг детского отдыха и оздоровления, рынке услуг дополнительного образования, рынке медицинских услуг, рынке услуг в сфере культуры, рынке розничной торговли, рынке услуг связи, рынке бытовых услуг присутствует умеренная конкуренция. Уровень высокой конкуренции отмечается на рынке сельскохозяйственной продукции. На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом отмечен уровень слабой конкуренции. На рынках услуг жилищно-коммунального хозяйства и услуг социального обслуживания населения конкуренция отсутствует.

Свое отношение представители бизнеса охарактеризовали и к работе власти. 66,7% опрошенных считают, что органы власти помогают бизнесу своими действиями. В то же время 33% считают, что органы власти в чем-то помогают, в чем-то мешают (таблица №3).

**Оценка уровня конкуренции и деятельности органов власти субъектами предпринимательской деятельности, осуществляющими деятельность на территории Тимашевского района**

Таблица№ 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Рынок | Оценка предпринимателями степени конкуренции на рынке | Оценка предпринимателями деятельности органов власти |
| 1 | Рынок услуг дошкольного образования | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 2 | Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 3 | Рынок услуг дополнительного образования | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 4 | Рынок медицинских услуг | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 5 | Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | - | - |
| 6 | Рынок услуг в сфере культуры | Умеренная конкуренция | В чем-то органы власти помогают в чем-то мешают |
| 7 | Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства | Нет конкуренции | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 8 | Рынок розничной торговли | Умеренная конкуренция | В чем-то органы власти помогают в чем-то мешают |
| 9 | Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | Слабая конкуренция | В чем-то органы власти помогают в чем-то мешают |
| 10 | Рынок услуг связи | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 11 | Рынок услуг социального обслуживания населения | Нет конкуренции | В чем-то органы власти помогают, в чем-то мешают |
| 12 | Рынок сельскохозяйственной продукции (овощной и плодовоягодной продукции, продукции животноводства) | Высокая конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |
| 13 | Рынок бытовых услуг | Умеренная конкуренция | Органы власти помогают бизнесу своими действиями |

В ходе проведения опроса представителям бизнеса задавался вопрос «Создает ли конкуренция стимулы для развития и расширения на основном рынке для бизнеса, который Вы представляете?»

59,8% опрошенных считает, что конкуренция создает стимулы для развития и расширения бизнеса - выход на новые географические или продуктовые рынки, осуществление инвестиций в инновации, проведение модернизации. Результаты опроса представлены в таблице №4.

**«Создает ли конкуренция стимулы для развития и расширения на**

**рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?»**

Таблица № 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Частота | Процент, % |
| Да | 129 | **59,8** |
| Нет | 17 | 7,8 |
| Иногда да, иногда нет | 45 | 20,8 |
| Затрудняюсь ответить | 25 | 11,6 |
|  | 216 | 100 |

На вопрос «Что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?» 33,3% респондентов считает, что увеличение количества конкурентов на рынке связано с появлением новых российских конкурентов. 31,5% считает, что изменение нормативно - правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, приводит к росту числа конкурентов (таблица №5).

**«По Вашему мнению, что оказало наиболее сильное влияние на увеличение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?»**

Таблица №5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Частота | Процент,% |
| Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей | 68 | 31,5 |
| Появление новых российских конкурентов | 72 | **33,3** |
| Появление новых иностранных конкурентов | 46 | 21,3 |
| Другое | 30 | 13,9 |
| ИТОГО | 216 | 100 |

Одновременно с этим, Тимашевским предпринимателям задавался вопрос «Что оказало наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?» респонденты ответили следующим образом (таблица №6):

**«По Вашему мнению, что оказало наиболее сильное влияние на сокращение числа конкурентов на рынке, основном для бизнеса, который Вы представляете?»**

Таблица №6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Частота | Процент,% |
| Сделки слияния и поглощения | 39 | **18,1** |
| Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельности предпринимателей | 49 | **22,7** |
| Антиконкурентные действия органов власти / давление со стороны органов власти | 35 | 16,2 |
| Уход российских конкурентов с рынка | 34 | 15,7 |
| Уход иностранных конкурентов с рынка | 36 | **16,7** |
| Другое | 23 | 10,6 |
| ИТОГО | 216 | 100 |

Таким образом, 22,7 % респондентов на заданный вопрос ответили, что на уменьшение числа конкурентов повлияло изменение нормативно - правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, для 18,1% опрошенных – сделки слияния и поглощения, для 16,7% - уход иностранных конкурентов с рынка.

На вопрос «Планирует ли бизнес, который Вы представляете, осуществлять какие-либо мероприятия для его расширения в ближайшие 3 года?» респонденты ответили следующим образом (таблица №7):

**«Планирует ли бизнес, который Вы представляете, осуществлять какие-либо мероприятия для его расширения в ближайшие 3 года?»**

Таблица №7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Частота | Процент,% |
| Выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) | 28 | 13 |
| Выход на новые географические рынки | 31 | 14,4 |
| Ничего из перечисленного не планируется | 72 | 33,3 |
| Затрудняюсь ответить | 85 | 39,3 |
| ИТОГО | 216 | 100 |

Как показали результаты анкетирования, большая часть респондентов затруднилась ответить на данный вопрос (39,3%), 33,3% опрошенных не планируют выходить на новые географические рынки, либо на новые продуктовые рынки.

Наряду с этим, предпринимателям задавался вопрос: «Какие препятствия являются наиболее существенными для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/ работы/ услуги?». Ответы респондентами представлены в таблице №8:

**«Какие препятствия являются наиболее существенными для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового для него товара/ работы/ услуги?».**

Таблица №8

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Варианты ответа**: | **Частота** | **Процент,%** |
| Отсутствие информации о конкурентной ситуации на рынках | 10 | 4,6 |
| Насыщенность рынков сбыта | 47 | **21,8** |
| Высокие начальные издержки | 60 | **27,8** |
| Жесткое противодействие традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) | 2 | 0,9 |
| Поддержка местными властями традиционных участников рынка (производителей и поставщиков товаров и услуг) | 5 | 2,3 |
| Лояльность поставщиков и потребителей к традиционным участникам рынка (производителям и поставщикам товаров и услуг) | 1 | 0,5 |
| Неразвитость инновационной инфраструктуры (количество научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) | 4 | 1,9 |
| Недостаточное качество инновационной инфраструктуры (научно-исследовательских, инновационно-технологических и иных аналогичных центров) | 0 | 0 |
| Высокие транспортные издержки | 14 | 6,5 |
| Невозможность быстрого достижения необходимых масштабов деятельности, обеспечивающих прибыльность | 2 | 0,9 |
| Преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, патентами, лицензиями, ноу-хау, технологическими образцами и т.д. | 1 | 0,5 |
| Нехватка финансовых средств | 62 | **28,7** |
| Нет ограничений | 8 | 3,6 |
| **ИТОГО** | **216** | **100** |

Таким образом, 28,7% респондентов наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса выделила нехватку финансовых средств, 27,8% - высокие начальные издержки, 21,8% - насыщенность рынков сбыта.

1. Оценка уровня административных барьеров, влияющих на ведение деятельности или открытия нового бизнеса на рынке.

**Изменение уровня административных барьеров на рынке, основном для бизнеса за последние 3 года**

Таблица 9

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Частота | Процент, % |
| Административные барьеры были полностью устранены | 29 | 13,4 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 83 | 38,4 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 55 | 25,5 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 7 | 3,2 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 1 | 0,5 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 17 | 7,9 |
| Не указали ни один из вариантов ответа | 24 | 11,1 |
| **ИТОГО** | **216** | **100** |

38,4% предпринимателей сообщили, что за последние 3 года бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше, а 25,5% опрошенных считает, что их уровень и количество не изменился (в январе 2016 года 25% опрошенных).

В то же время 13,4% опрошенных заявили о том, что административные барьеры были полностью устранены (в январе 2016 – 1,6%), 7,9% - что административные барьеры отсутствуют, как и ранее (в январе 2016 – 6,2%). 11,1% не указали ни один из вариантов ответа.

**Административные барьеры для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса на рынке, основном для бизнеса**

Таблица 10

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Частота | Процент, % |
| Сложность получения доступа к земельным участкам | 35 | 16,2 |
| Получение разрешения на строительство | 1 | 0,5 |
| Нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий | 37 | 17,1 |
| Коррупция со стороны органов власти (например, взятки) | 6 | 2,8 |
| Высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам (в частности, высокая стоимость кредитов) | 50 | 23,1 |
| Конкуренция со стороны теневого сектора | 9 | 4,2 |
| Сложность/ затянутость процедуры получения разрешений/ лицензий | 10 | 4,6 |
| Высокие налоги | 58 | 26,9 |
| Недостаток квалифицированных кадров | 17 | 7,9 |
| Неразвитость инновационной инфраструктуры (включающей в себя научно-исследовательские центры, иные исследовательские и инновационно-технологические центры) | 2 | 0,9 |
| Высокие транспортные и логистические издержки | 7 | 3,2 |
| Неразвитость транспортной сети | 5 | 2,3 |
| Высокие таможенные издержки (при осуществлении поставок продукции на экспорт) | 2 | 0,9 |
| Ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий (электроснабжение, водоснабжение, водоочистка, водоотведение, теплоснабжение, газоснабжения), в том числе экономические – высокая стоимость доступа | 2 | 0,9 |
| Ограничение / сложность доступа к закупкам компаний с госучастием и субъектов естественных монополий | 1 | 0,5 |
| Ограничение / сложность доступа к поставкам товаров, оказанию услуг и выполнению работ в рамках госзакупок |  |  |
| Необходимость установления партнерских отношений с органами власти |  |  |
| Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий (например, в части создания совместных предприятий, кооперативов и др.) |  |  |
| Силовое давление со стороны правоохранительных органов (например, угрозы, вымогательства) |  |  |
| Иные антиконкурентные действия органов власти/ давление со стороны органов власти (действия/давление, препятствующие ведению предпринимательской деятельности на рынке или входу на рынок новых участников) |  |  |
| Давление со стороны конкурентов | 17 | 7,9 |
| Давление со стороны поставщиков | 18 | 8,3 |
| Давление со стороны клиентов |  |  |
| Другое | 3 | 1,4 |
| **Итого** | **216** | **\*** |
| \*- сумма несводима к 100%, т.к. опрошенные могли указать несколько вариантов ответов | | |

Основным барьером для ведения текущей деятельности или открытия нового бизнеса тимашевские предприниматели считают не совершенность налоговой политики и, как следствие, высокие налоги (26,9%), высокая стоимость кредитов (23,1%), которые не позволяют увеличивать долю присутствия своей организации на рынке.

Кроме этого немаловажным фактором, тормозящим развитие предпринимательской деятельности, по мнению респондентов, является недостаток квалифицированных кадров (7,9%), давление со стороны конкурентов (7,9%) и со стороны поставщиков (8,3%).

Еще одной проблемой, которая остро беспокоит предпринимателей (17,1% предпринимателей) является нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность. О наличии административных барьеров, связанных с процедурой получения разрешений/ лицензий отметили 4,6% опрошенных.

У ряда предпринимателей имеются проблемы с получением разрешения на строительство (0,5%), получением земельных участков под строительство (16,2%). Скорее всего, это связано с недостатком финансовых ресурсов на начальном этапе развития предпринимательской деятельности.

1. **Сравнительный анализ с результатами прошлого года (мониторинг, проведенный в январе 2016 года).**
   1. В январе 2016 года в опросе оценки состояния и развития конкурентной среды в муниципальном образовании Тимашевский район субъектами предпринимательской деятельности приняли участие 64 предпринимателя Тимашевского района. В ноябре 2016 года – 216 субъектов предпринимательской деятельности. Коэффициент опрошенных в ноябре 2016 года к январю 2016 года составил 3,37.

Из представленных данных таблицы №11 следует, что в ноябре 2016 года в сравнении с январем 2016 года количество опрошенных субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих деятельность на всех социально значимых и приоритетных рынках товаров и услуг Тимашевского района, увеличилось на 152 респондента.

Таблица №11

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Январь 2016 года** | | **Ноябрь 2016 года** | | Коэф. ноября к январю |
| **Варианты ответов** | **Частота** | **Процент, %** | **Частота** | **Процент, %** |
| Выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных культур | 3 | 4,7 | 29 | 13,4 | 9,6 |
| Овощеводство; декоративное садоводство и производство продукции питомников | 4 | 6,2 | 7 | 3,2 | 1,7 |
| Выращивание фруктов, орехов, культур для производства напитков и пряностей | 2 | 3,1 | 2 | 0,9 | 1 |
| Животноводство | 3 | 4,7 | 5 | 2,3 | 1,7 |
| Производство пищевых продуктов, включая напитки | 1 | 1,6 | 4 | 1,8 | 4 |
| Производство мяса и мясопродуктов | - | - | 4 | 1,8 | - |
| Производство молочных продуктов | - | - | 6 | 2,8 | - |
| Переработка и консервирование картофеля, фруктов и овощей | - | - | 3 | 1,4 | - |
| Производство прочих пищевых продуктов | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Производство напитков | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Текстильное и швейное производство | 2 | 3,1 | 3 | 1,4 | 1,5 |
| Химическое производство | 3 | 4,7 | - | - | - |
| Производство резиновых и пластмассовых изделий | 2 | 3,1 | - | - | - |
| Производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Металлургическое производство | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Производство готовых металлических изделий | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Производство машин и оборудования | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Строительство | 4 | 6,2 | 10 | 4,6 | 2,5 |
| Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их обслуживание и ремонт | 1 | 1,6 | 6 | 2,8 | 6 |
| Оптовая торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Розничная торговля (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) | 2 | 3,1 | - | - | - |
| Оптовая и розничная торговля | - | - | 35 | 16,1 | - |
| Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания | 2 | 3,1 | 3 | 1,4 | 1,5 |
| Деятельность ресторанов, кафе, баров и столовых | 2 | 3,1 | 9 | 4,2 | 4,5 |
| Деятельность сухопутного транспорта  (перевозка пассажиров) | 2 | 3,1 | - | - | - |
| Деятельность сухопутного транспорта  (грузоперевозки) | 2 | 3,1 | - | - | - |
| Деятельность сухопутного транспорта (пассажирские и грузовые перевозки) | - | - | 5 | 2,3 | - |
| Связь | 2 | 3,1 | 3 | 1,4 | 1,5 |
| Страхование | 1 | 1,6 | 3 | 1,4 | 3 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 4 | 6,2 | 2 | 0,9 | 0,5 |
| Дошкольное образование | 8 | 12,5 | 32 | 14,7 | 4 |
| Дополнительное образование | 1 | 1,6 | 8 | 3,7 | 8 |
| Среднее профессиональное образование | - | - | 1 | 0,5 | - |
| Деятельность в области здравоохранения | 2 | 3,1 | 3 | 1,4 | 1,5 |
| Предоставление социальных услуг | 1 | 1,6 | 4 | 1,8 | 4 |
| Деятельность санаторно-курортных учреждений | 1 | 1,6 | - | - | - |
| Предоставление персональных услуг | 2 | 3,1 | - | - | - |
| Предоставление бытовых услуг | - | - | 9 | 4,2 | - |
| Деятельность по организации развлечений и культуры | - | - | 2 | 0,9 | - |
| Деятельность по организации детского отдыха и оздоровления | - | - | 1 | 0,5 | - |
| Сфера ИТ-технологий (включая ИТ-услуги, разработку ИТ-технологий, программ и т.д.) | - | - | 1 | 0,5 | - |
| Топливно-энергетический комплекс | - | - | 4 | 1,8 | - |
| Производство и распределение электроэнергии, газа, воды | - | - | 8 | 3,7 | - |
| Другое (садоводство) | - | - | 4 | 1,8 | - |
| **ИТОГО** | **64** | **100** | **216** | **100** | **-** |

В ноябре 2016 года по сравнению с январем 2016 года приняло участие в опросе в 3,45 раз больше хозяйствующих субъектов, основной продукцией которых являются услуги, в 2,45 раз больше хозяйствующих субъектов, основной продукцией которых является сырье или материалы для дальнейшей переработки, практически в 2 раза больше хозяйствующих субъектов, основной продукцией которых является конечная продукция (таблица №12).

**Основная продукция (товары, работа, услуги)**

Таблица №12

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Январь 2016 | | Ноябрь 2016 | | Коэф.-т ноября к январю |
|  | Частота | Процент, % | Частота | Процент,% |
| Услуги | 31 | 48,4 | 107 | 49,5 | 3,45 |
| Сырье или материалы для дальнейшей переработки | 9 | 14 | 22 | 10,1 | 2,45 |
| Компоненты для производства конечной продукции | 0 | 0 | 5 | 2,3 | - |
| Конечная продукция | 18 | 28,2 | 35 | 16,1 | 1,95 |
| Торговля или дистрибуция товаров и услуг, произведенных другими компаниями | 0 |  | 33 | 15,2 | - |
| Другое *– Январь (мясо, готовая пища, ремонтные работы, информационная деятельность)*  *Ноябрь (строительные работы, производство продукции питомников, образовательные услуги, дошкольное образование)* | 6 | 9,4 | 14 | 6,8 | 2,3 |
| **ИТОГО** | 64 | 100 | 216 | 100 |  |

Определяя географический рынок, который является основным для представителей бизнеса, на котором они реализуют продукцию (товары, работы, услуги), то при сравнении ответов, полученных в январе 2016 года с ответами, полученными в ноябре 2016 года, получаем результаты, отраженные в таблице №13:

**Географический рынок (рынки), которые являются**

**основными для ведения бизнеса**

Таблица №13

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Январь 2016 года | | Ноябрь 2016 года | | Коэф.-т. Ноября к январю |
| Варианты ответов | Частота | Процент, % | Частота | Процент, % |
| Локальный рынок (отдельное муниципальное образование) | **29** | 45,3 | **129** | 59,7 | 4,45 |
| Рынок Краснодарского края | 20 | 31,2 | 76 | 35,2 | 3,8 |
| Рынки нескольких субъектов Российской Федерации | 7 | 10,9 | 4 | 1,9 | 0,6 |
| Рынок Российской Федерации | 6 | 9,4 | 7 | 3,2 | 1,1 |
| Рынки стран СНГ | 1 | 1,6 | 0 | - | - |
| Рынки стран дальнего зарубежья | 1 | 1,6 | 0 | - | - |
| **ИТОГО** | **64** | **100** | **216** | **100** |  |

Из приведенных выше данных следует, что в ноябре 2016 года в опросе приняло участие в 4,45 раза больше хозяйствующих субъектов, основным рынком которых является локальный рынок (отдельное муниципальное образование), в 3,8 раза больше хозяйствующих субъектов, основным рынком которых является рынок Краснодарского края.

При сравнении ответов респондентов по вопросу оценки качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе, получены результаты, указанные в таблице №14.

**Оценка качества официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Краснодарского края и деятельности по содействию развитию конкуренции, размещаемой в открытом доступе по 5-балльной шкале, где 1 балл – низший балл, означающий «очень плохо», «крайне низкий уровень», 5 баллов – высший балл, означающий «отлично», «высокий уровень»**

Таблица №14

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь |
| **Варианты ответов** | 1  балл | | 2  балла | | 3  балла | | 4  балла | | 5  баллов | |
| Уровень доступности | 3 (4,6%) | 14  (6,4%) | 4 (6,2%) | 15 (6,9%) | 27 (42%) | 84 (38,6%) | 20 (31,2%) | 69 (31,8%) | 10 (15,6%) | 34 (15,7%) |
| Уровень понятности | 3 (4,6%) | 22 (10,2%) | 4 (6,2%) | 16 (7,36%) | 23 (35,8%) | 47  (22%) | 26 (40,5%) | 103  (47,6%) | 8 (12,5%) | 28 (12,9%) |
| Удобство получения | 3 (4,6%) | 19  (8,8%) | 3 (4,6%) | 17 (7,8%) | 24 (37,5%) | 55 (25,5%) | 25 (39%) | 94  (43,5%) | 9  (14%) | 31 (14,4%) |

При оценке уровня доступности, уровня понятности, удобства получения субъектами предпринимательской деятельности информационного обеспечения о состоянии конкурентной среды, проведенной в ноябре 2016 года, было выявлено, что для 38,6% опрошенных предпринимателей данная информация находится в свободном доступе, и оценивают они ее на «3 балла» (в январе 2016 данный показатель составлял 42%).

Для 47,6% респондентов размещаемая информация является понятной и оценена работа в данном направлении на «4 балла» (в январе 2016 года данный показатель составлял 40,5% и оценивался также на «4 балла»).

43,5% опрошенных предпринимателей сообщили, что получить всю необходимую информацию удобно и оценили данный показатель на «4 балла» (в январе 2016 года данный показатель составлял 39% и оценивался также на «4 балла»).

При сравнении ответов респондентов полученных в январе 2016 года с ответами, полученными в ноябре 2016 года на вопрос «Оцените примерное количество конкурентов на основном целевом рынке» были получены следующие результаты (таблица №15).

**Количество конкурентов на основном рынке**

Таблица №15

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Январь 2016 года | | Ноябрь 2016 года | | Коэф-т ноября к январю |
| Частота | Процент, % | Частота | Процент, % |
| Нет конкурентов | 2 | 3,1 | 25 | 11,7 | 12,5 |
| От 1 до 3 конкурентов | 8 | 12,5 | 38 | 17,6 | 4,75 |
| 4 и более конкурентов | 21 | 32,8 | 68 | 31,4 | 3,23 |
| Большое число конкурентов | 33 | 51,6 | 44 | 20,3 | 1,33 |
| Затрудняюсь ответить | - | - | 41 | 19 | - |
| **ИТОГО** | **64** | **100** | **216** | **100** |  |

В январе 2016 года 51,6% предпринимателей ответили, что у них много конкурентов, 32,8% бизнесменов отметили наличие 4-х и более конкурентов, 12,5% опрошенных сообщили о наличии от 1 до 3-х конкурентов, и лишь 3,1% - об отсутствии конкурентов.

В ноябре 2016 года только 20,3% предпринимателей ответили, что у них много конкурентов, 31,4% бизнесменов отметили наличие 4-х и более конкурентов, 17,6% опрошенных сообщили о наличии от 1 до 3-х конкурентов, 11,7% - об отсутствии конкурентов, 19% - затруднились ответить.

Как показывает сравнительный анализ количество предпринимателей, считающих, что у них нет конкурентов увеличилось (в январе – 3,1%, в ноябре – 11,7%); увеличилось также и количество предпринимателей, считающих, что у них от 1 до 3 конкурентов (в январе – 12,5 %, в ноябре – 17,6%); однако практически в двое уменьшилось количество предпринимателей, считающих, что у них большое число конкурентов (в январе – 51,6%, в ноябре – 20,3%).

При сравнении ответов респондентов полученных в январе 2016 года с ответами, полученными в ноябре 2016 года на вопрос: «Как изменилось число конкурентов бизнеса, который вы представляете на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года?» были получены следующие результаты (таблица №16).

**Изменение количества конкурентов на основном рынке за**

**последние 3 года**

Таблица №16

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Январь 2016 года | | Ноябрь 2016 года | | Коэф-т ноября к январю |
| Варианты ответов | Частота | Процент, % | Частота | Процент, % |
| Увеличилось на 1-3 конкурента | 16 | 25 | 65 | 30 | 1,7 |
| Увеличилось на 4 конкурента и более | 23 | 36 |
| Сократилось на 1-3 конкурента | 1 | 1,6 | 11 | 5,1 | 11 |
| Сократилось на 4 конкурента и более | 0 | 0 |
| Не изменилось | 24 | 37,5 | 77 | 35,5 | 3,2 |
| Затрудняюсь ответить | - | - | 45 | 21 | - |
| Не ответили на вопрос вообще | - | - | 18 | 8,4 | - |
| **ИТОГО** | **64** | **100** | **216** | **100** |  |

В январе 2016 года большинство опрошенных указали на то, что количество конкурентов за последние три года не изменилось (37,5% опрошенных). В то же время 36% опрошенных заявили об увеличении на 4 конкурента и более. Сокращение количества конкурентов указал один из опрошенных представителей бизнеса (1,6%).

В ноябре 2016 года большинство опрошенных указали на то, что количество конкурентов за последние три года не изменилось (35,5% опрошенных). В то же время 30% опрошенных заявили об увеличении конкурентов. 5,1% опрошенных ответили, что количество конкурентов сократилось, 21% - затруднились ответить, 8,4% респондентов – не ответили вовсе.

При сравнении ответов респондентов полученных в январе 2016 года с результатами, полученными в ноябре 2016 года на вопрос: «Оцените стоимость подключения к услугам субъектов естественных монополий в Краснодарском крае» были получены следующие выводы (таблица №17).

**Стоимость подключения к услугам субъектов естественных монополий в Краснодарском крае**

Таблица №17

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Низкая | | Скорее низкая | | Скорее  высокая | | Высокая | | Отказались ответить | |
|  | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь | январь | ноябрь |
| Водоснабжение, водоотведение | **3 (4,7%)** | 32 (14,8%) | 18 (28,1%) | 26  (12%) | **32**  **(50%)** | **90 (41,7%)** | 5  (7,8%) | 68 (31,3%) | 6  (9,4%) | - |
| Газоснабжение | 2 (3,1%) | 37  (17%) | 6  (9,4%) | 25  (11,5) | 29 (45,3%) | 80 (36,8%) | **20 (31,3%)** | 74  (34%) | 7  (11%) | - |
| Электроснабжение | 1 (1,5%) | 28 (12,9%) | 9  (14%) | 13  (6%) | 28 (43,75%) | 87  (40%) | **20 (31,3%)** | **88 (40,5%)** | 6  (9,4%) | - |
| Теплоснабжение | 1 (1,5%) | 45 (20,7%) | 7  (11%) | 15 (6,9%) | 27 (42,2%) | 87  (40%) | 18 (28,1%) | 69 (31,8%) | 11 (**17,2%)** | - |
| Телефонная связь | 2 (3,1%) | **57 (26,2%)** | **19 (29,6%)** | **43 (19,8%)** | 29 (45,3%) | 68 (31,3%) | 7  (11%) | 48  (22%) | 7  (11%) | - |

Как показывает проведенный опрос в январе 2016 года, стоимость подключения к услугам субъектов естественных монополий для представителей бизнеса достаточно велика. 50% опрошенных предпринимателей считают, что стоимость подключения к услугам водоснабжения и водоотведения «скорее высокая». 45% опрошенных отметили «скорее высокую» стоимость подключения к услугам по газоснабжению и телефонной связи. Для других представителей бизнеса (почти 44% опрошенных предпринимателей) «скорее высокой» стоимостью стала цена на подключение к услугам по электроснабжению.

В ноябре 2016 года по результатам проведенного опроса большая часть (41,7%) считает стоимость подключения к услугам водоснабжения и водоотведения «скорее высокой», 31,3% - считают стоимость «высокой»; 36,8% респондентов считают стоимость подключения к газоснабжению «скорее высокой», 34% - высокой; 40% опрошенных считают стоимость подключения к электроснабжению «скорее высокой», 40,5% - «высокой»; 40% респондентов считают стоимость подключения к теплоснабжению «скорее высокой», 31,8% - считают стоимость «высокой»; 31,3% считают стоимость подключения к телефонной связи «скорее высокой», 11% - считают высокой.

Сопоставляя результаты опроса предпринимателей по определению уровня конкуренции, с которым сталкивается бизнес, можно выявить, что на 18% увеличилась доля респондентов, считающих, что конкуренция в Тимашевском районе является умеренной; на 4,2% увеличилась доля респондентов, считающих, что конкуренция отсутствует; на 1,5% увеличилась доля респондентов, считающих, что конкуренция в муниципальном образовании очень высокая (таблица №18).

**Оценка уровня конкуренции на территории Тимашевского района**

Таблица №18

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | Январь 2016 | | Ноябрь 2016 | |
| Частота | Процент, % | Частота | Процент, % |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) – **нет конкуренции** | 5 | 7,8 | 26 | 12 |
| 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) – **слабая конкуренция** | 11 | 17,2 | 39 | 18 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное) - **умеренная конкуренция** | 24 | **37,5** | 121 | **56** |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), а также время от времени (раз в 2-3 года) применять новые способы ее повышения, неиспользуемые компанией ранее – **высокая конкуренция** | 16 | 25 | 0 | 0 |
| Для сохранения рыночной позиции нашего бизнеса необходимо постоянно (раз в год и чаще) применять новые способы повышения конкурентоспособности нашей продукции/ работ/ услуг (снижение цен, повышение качества, развитие сопутствующих услуг, иное), не используемые компанией ранее – **очень высокая конкуренция** | 8 | 12,5 | 30 | 14 |
| **ИТОГО** | **64** | **100** | **216** | **100** |

6.2. В январе 2016 года в опросе оценки состояния и развития конкурентной среды в муниципальном образовании Тимашевский район населением приняли участие 629 жителей муниципального образования Тимашевский район – потребителей товаров и услуг. В ноябре 2016 года – 716 человек. Коэффициент опрошенных респондентов в ноябре 2016 года по отношению к январю 2016 года составил 1,13.

При сравнении ответов респондентов полученных в январе 2016 года с полученными в ноябре 2016 года на вопрос **«**Какое количество организаций предоставляют следующие товары и услуги на рынках вашего района (города)?», где 1 – избыточно; 2 – достаточно; 3 – мало; 4 – нет совсем» были получены результаты (в %), отраженные в таблице №19.

**Оценка насыщенности товарными рынками**

(сравнение результатов опроса ноября 2016 года и января 2016 года)

Таблица №19

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | 1  (Избыточно) | | 2  (Достаточно) | | 3  (Мало) | | 4  (Нет совсем) | |
|  | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 3,9 | 16,9 | 72,6 | **62** | 22,2 | 19,8 | 1,3 | 1,3 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 1,9 | 16,6 | 48,9 | **37,7** | 42,5 | 37 | 6,7 | 8,7 |
| Рынок услуг дополнительного образования | 3 | 18,4 | 62,5 | **51** | 31,5 | 26,8 | 3 | 3,8 |
| Рынок медицинских услуг | 2,9 | 18,4 | 57 | **45** | 34,9 | 33,7 | 5,2 | 2,9 |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 2,3 | 16,8 | 49,4 | 32 | 41,4 | **38,8** | 6,9 | 12,4 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 2,5 | 18,6 | 64 | **51** | 30,2 | 29 | 3,3 | 1,4 |
| Рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства | 3,7 | 20,1 | 65,2 | **52,4** | 28 | 26 | 3,1 | 1,5 |
| Рынок розничной торговли | 24,6 | 44,4 | 69,3 | **50,4** | 5,6 | 4,8 | 0,5 | 0,4 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 7,7 | 22,9 | 72,5 | **54,9** | 18 | 20 | 1,8 | 2,2 |
| Рынок услуг связи | 11,6 | 20,4 | 79 | **62,7** | 8,3 | 14,5 | 1,1 | 2,4 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 5,7 | 20,2 | 68,5 | **46,6** | 23,5 | 29,9 | 2,3 | 3,3 |
| Рынок овощей и плодово-ягодной продукции | 15 | 29,5 | 78,8 | **55,3** | 5,7 | 10,9 | 0,5 | 4,3 |
| Рынок молока и молочной продукции | 14,6 | 21,9 | 79 | **61,9** | 5,7 | 12,3 | 0,7 | 3,9 |
| Рынок мясной продукции | 14 | 22,2 | 80,2 | **63,8** | 5,3 | 10,8 | 0,5 | 3,2 |
| Рынок товаров промышленного назначения | 15,6 | 29,6 | 76,2 | **52,7** | 6,7 | 11,7 | 1,5 | 6 |
| Рынок электрических машин и электрооборудования | 15 | 23,2 | 72 | **54,5** | 10,5 | 13,5 | 2,5 | 8,8 |
| Рынок сельскохозяйственной техники | 11,5 | - | 69,3 | - | 15,7 | - | 3,5 | - |
| Рынок строительных материалов | 20,7 | 31,6 | 72,2 | **52,8** | 6,3 | 8,9 | 0,8 | 6,7 |
| Рынок текстильной и швейной продукции | 14,8 | 28,5 | 69,7 | **47,4** | 13,4 | 16,8 | 2,1 | 7,3 |
| Рынок туристских услуг (Внутренний туризм) | 6,1 | 17,9 | 58,3 | 28,2 | 28,4 | **37,8** | 7,2 | 16,1 |
| Рынок санаторно-оздоровительных услуг | 5,5 | 17,9 | 45,8 | 22,2 | 33,4 | **35,2** | 15,3 | 24,7 |
| Рынок бытовых услуг | 10,7 | 21 | 67,8 | **47** | 18 | 24 | 3,5 | 8 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Наиболее широкое распространение, по мнению тимашевцев, имеют предприятия, занимающиеся реализацией мясной продукции: 63,8% опрошенных считает, что их достаточно (в январе 2016 года – 80,2%), 22,2% заявляет об их избыточности (в январе 2016 года – 14%). На втором месте - организации, занимающиеся предоставлением услуг связи: 62,7% отмечают их достаточность (в январе 2016 года – 79%) , 20,4% - избыточность (в январе 2016 года – 11,6%) . Также широк выбор организаций, занимающихся реализацией овощей и фруктов, молочной продукции, грузоперевозками.

Недостаточно представлены на рынке услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья. Такого мнения придерживается 38,8% опрошенных в ноябре 2016 года, отметивших, что их мало, а 12,4% считает, что их «совсем нет». Необходимо отметить, что по результатам опроса, проведенного в январе 2016 года, недостаток услуг отмечался на рынке услуг по предоставлению детского отдыха и оздоровления. Такого мнения придерживалось 42,5% опрошенных.

Также опрошенные считают недостаточным число организаций, предоставляющих санаторно-оздоровительные услуги, туристические услуги.

Сравнивая уровень удовлетворенности рынками товаров и услуг на территории муниципального образования Тимашевский район, респондентам задавался вопрос: «Насколько вы удовлетворены характеристиками следующих товаров и услуг на рынках вашего района?», где 1 – Удовлетворен; 2 - Скорее удовлетворен; 3 - Скорее не удовлетворен; 4 - Не удовлетворен (в %)», были получены результаты (в %), отраженные в таблице №20.

**Анализ удовлетворенности товарными рынками**

**(сравнение результатов опроса ноября 2016 года и января 2016 года)**

Таблица №20

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Варианты ответов | 1  (Удовлетворен) | | 2  (Скорее удовлетворен) | | 3  (Скорее не удовлетворен) | | 4  (Не удовлетворен) | |
|  | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 | Январь  2016 | Ноябрь  2016 |
| Рынок услуг дошкольного образования | 54 | 69,7 | 35,4 | 19,3 | 8,5 | 8,5 | 2,1 | 2,5 |
| Рынок услуг детского отдыха и оздоровления | 35,5 | 59,4 | 32 | 11,5 | 24,8 | **18,6** | 7,7 | 10,5 |
| Рынок услуг дополнительного образования | 44,4 | 60,9 | 36,3 | 17,2 | 15,2 | 14,3 | 4,1 | 7,6 |
| Рынок медицинских услуг | 29,4 | 49,1 | 26,3 | 12,7 | 24,2 | **18,6** | 20,1 | **19,6** |
| Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья | 35,5 | 51,5 | 34,5 | 12,8 | 20,6 | **22,5** | 9,4 | 13,2 |
| Рынок услуг в сфере культуры | 40,5 | 66,6 | 39,5 | 18,3 | 13,7 | 10,6 | 6,3 | 4,5 |
| Рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства | 36,3 | 59,4 | 34,5 | 16,6 | 20 | 16,9 | 9,2 | 7,1 |
| Рынок розничной торговли | 53,1 | 76,9 | 39 | 19 | 5,7 | 2,8 | 2,2 | 1,3 |
| Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом | 45,6 | 61 | 36,4 | 20,5 | 13,8 | 11,2 | 4,2 | 7,3 |
| Рынок услуг связи | 50,3 | 68 | 42,4 | 19,4 | 5,7 | 8,5 | 1,6 | 4,1 |
| Рынок услуг социального обслуживания населения | 40,6 | 64,7 | 43,9 | 19,7 | 13 | 11,3 | 2,5 | 4,3 |
| Рынок овощей и плодово-ягодной продукции | 55,2 | 72,9 | 38,9 | 17,1 | 4,8 | 5,4 | 1,1 | 4,6 |
| Рынок молока и молочной продукции | 56,6 | 74,5 | 37,8 | 17 | 4,2 | 4,6 | 1,4 | 3,9 |
| Рынок мясной продукции | 55,8 | 75,8 | 37,8 | 17,5 | 4 | 4 | 2,4 | 2,7 |
| Рынок товаров промышленного назначения | 52,7 | 72,6 | 39,4 | 14,7 | 6 | 7,8 | 1,9 | 4,9 |
| Рынок электрических машин и электрооборудования | 51 | 70,4 | 38,2 | 14 | 7,2 | 8,1 | 3,6 | 7,5 |
| Рынок сельскохозяйственной техники | 49,6 | - | 38,9 | - | 7,5 | - | 4 | - |
| Рынок строительных материалов | 59 | 71 | 34,7 | 16 | 4,6 | 6,5 | 1,7 | 6,5 |
| Рынок текстильной и швейной продукции | 53,5 | 67,9 | 35 | 13,8 | 8 | 14,5 | 3,5 | 3,8 |
| Рынок туристских услуг (Внутренний туризм) | 39,7 | 55,5 | 31,6 | 9,4 | 19,2 | 15,8 | 9,5 | **19,3** |
| Рынок санаторно-оздоровительных услуг | 33,7 | 50,3 | 26,7 | 10,8 | 25,7 | 15,9 | 13,9 | 23 |
| Рынок бытовых услуг | 44,1 | 59 | 37 | 18 | 13,6 | 13,7 | 5,3 | 9,3 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Таким образом, по уровню удовлетворенности функционирования товарных рынков недовольство населения Тимашевского района сосредоточено вокруг услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, рынка туристических услуг, отмечены проблемы на рынке медицинских услуг и услуг детского отдыха и оздоровления. Аналогичная ситуация наблюдалась и в январе 2016 года.

***7. Выводы и предложения***

Подводя итоги анализа о проведении мониторинга о состоянии конкурентной среды в муниципальном образовании Тимашевский район можно сделать вывод, что в районе присутствуют все основные социально-значимые и приоритетные рынки. Большая часть потребителей считает, что количество рынков предоставляемых товаров и услуг является достаточным и удовлетворены их качеством.