**Муниципальное образование городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края**



**Результаты опроса представителей бизнеса и потребителей о состоянии конкурентной среды**

**в городе-курорте Сочи**



**2023 год**

Одним из инструментов, который позволяет максимально объективно охарактеризовать конкурентную среду в городе, является оценка состояния конкурентной среды непосредственно самими хозяйствующими субъектами.

В опросе приняли участие представители бизнеса вне зависимости от организационно-правовой формы, а также жители города-курорта Сочи, которые и являются потребителями товаров и услуг местного рынка.

На вопросы об оценке конкурентной среды были получены ответы от **209 739** потребителей и **47 129** представителей бизнеса.

1. **Характеристика бизнеса**

**Количество хозяйствующих субъектов по видам осуществляемой деятельности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сфера деятельности** | **Количество** | **%** |
| Сфера образования | 9447 | 20,04% |
| Социальная сфера | 8708 | 18,48% |
| Здравоохранение | 8647 | 18,35% |
| Строительство | 2694 | 5,72% |
| Торговля и услуги населению | 2531 | 5,37% |
| Спорт | 2323 | 4,93% |
| Транспортный комплекс | 2316 | 4,91% |
| ЖКХ | 2251 | 4,78% |
| Информационные технологии | 2129 | 4,52% |
| Промышленность и добыча полезных ископаемых | 2047 | 4,34% |
| Санаторно-курортный комплекс | 2033 | 4,31% |
| Агропромышленный комплекс | 1994 | 4,23% |

Как мы видим, большинство хозяйствующих субъектов, принявших участие в опросе, осуществляют деятельность в сфере образования (20,04 %), социальной (18,48 %), здравоохранения (18,35 %). Далее идет сфера строительства (5,72 %), торговля (5,37 %), спорт (4,93 %), транспортный комплекс (4,91 %). Немного меньше участников опроса ведут деятельность в таких, как ЖКХ (4,78 %), информационные технологии (4,52 %), промышленность (4,34 %), санаторно-курортный комплекс (4,31 %), АПК (4,23 %).

**Основной вид продукции**

Учитывая распределение участников опроса по сферам деятельности и специфику развития города-курорта Сочи естественно более половины отметили, что основной вид деятельности организации – это оказание услуг (54,89 %). Распределение по остальным видам продукции достаточно равномерное: конечная продукция (11,64 %), торговля или дистрибуция товаров и услуг, произведенных другими компаниями (11,46 %), сырье или материалы для дальнейшей переработки (11,07 %), компоненты для производства конечной продукции (10,96 %).

**Величина годового оборота бизнеса**

В соответствии с постановлением Правительства РФ «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» от 04.04.2016 № 265 на основании ответов участников опроса об оборотах денежных средств 19 134 хозяйствующих субъекта являются малыми предприятиями с годовым доходом от 121 до 800 млн рублей (40,6 %), 12 816 – средними организациями, указав годовой доход от 801 до 2000 млн рублей (27,19 %), 8 310 – микропредприятими, указав свой годовой доход до 120 млн рублей (17,63 %). Оставшиеся респонденты – это представители крупного бизнеса, 6 861 организация (14,56%), которые указали, что их годовой доход более 2 000 млн рублей.

**Численность работников**

Численность сотрудников в организациях у большинства участников опроса (54,6 %) составляет от 16 до 100 человек. У 17, 49 % от числа респондентов – до 15 человек. Остальные респонденты с численностью от 101 до 250 человек (14,43 %), и более 250 человек (13,46 %).

**Географический рынок ведения бизнеса**

Значительная часть участников опроса ведет предпринимательскую деятельность на локальном рынке, в рамках города – 53,11 % (25 031). 12,81 % респондентов реализуют свои товары и услуги на рынках города Сочи (6039). 11,0 % (5184) работают на одновременно на рынках нескольких субъектов Российской Федерации. 11,01 % (5191) предпочитают рынки Российской Федерации. 0,69 % (326) ведут свой бизнес на рынках стран СНГ, 0,42 % (199) на рынках зарубежных стран (кроме СНГ).

1. **Оценка состояния конкурентной среды**

**2.1. Оценка бизнесом конкуренции в городе-курорте Сочи**

Более половины респондентов 23 836 (50,58 %) считают, что в городе «слабая» конкуренция, 5650 (11,99 %) уверены, что конкуренции в городе нет. 4 643 (9,85 %) участника опроса отметили уровень конкуренции как «умеренный», 4 247 (9,01 %) – «высокий», 4 129 (9,01 %) – «очень высокий». У 4 610 (9,78 %) респондентов ответ на данный вопрос вызвал затруднения.

**Количество конкурентов бизнеса**

При оценке числа конкурентов на рынке 51,62 % (24 362) представителей бизнеса отметили, что их число составляет от 1 до 3. 12,51 % (5 898) уверяют, что конкурентов нет вообще. 11,80 % (5 563) указали, что конкурентов на рынке от 4 до 8, 11,91 % (5 611) сообщил, что у них большое число конкурентов. 12,06 % (5 686) испытали трудности при ответе на данный вопрос.

На вопрос о том, как изменилось число конкурентов бизнеса, который Вы представляете на основном рынке товаров и услуг за последние 3 года, около половины участников опроса 49,92 % (23 529) уверено ответили, что число конкурентов увеличилось от 1 до 3. 10,18 % (4 797) отметили, что число конкурентов наоборот сократилось на 1-3. 9,94 % (4 686) представителей бизнеса отметили, что число респондентов не изменилось, 9,78 % (4 609) заверили, что число конкурентов увеличилось более чем на 4. 9,3 % (4 381) считают, что число конкурентов сократилось более чем на 4. У 10,86 % (5 118) участников опроса при ответе на данный вопрос возникли затруднения.

**2.2. Факторы, определяющие число конкурентов**

60,07 % (28 311) участников опроса считают, что изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей повлияло на увеличение числа конкурентов. 21,20 % (9 992) уверены, что основным фактором роста числа конкурентов является появление новых российских конкурентов. Оставшиеся 18,70 % (8 813) представителей бизнеса отметили, что появление новых иностранных конкурентов повлияло на увеличение числа конкурентов на рынке.

52,09 % (24 548) опрошенных представителей бизнеса считают, что на сокращение числа конкурентов на рынке влияет изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность предпринимателей, 13,19 % (6 217) – сделки слияния и поглощения, 11,84 % (5 579) – уход иностранных конкурентов с рынка. 11,59 % (5 463) придерживаются позиции, что «антиконкурентные» действия органов власти повлияли на снижение числа конкурентов на рынке, а 11,26 % (5 305) уверены, что сокращению числа конкурентов поспособствовал уход российских конкурентов с рынка.

**Важные факторы конкурентоспособности продукции**

Почти половина опрошенных представителей бизнеса 48,94 % (23 064) уверены, что основным фактором конкурентоспособности продукции при ее реализации является ее высокое качество. 9,51 % (4 484) считают, что таким фактором является низкая цена продукции. 8,31 % (3 915) выбрали уникальность продукции, 8,30 % (3 910) – предложение сопутствующих услуг. 7,90 % (3 721) полагают, что на конкурентоспособность продукции влияют доверительные отношения с клиентами, 7.78 % (3 666) – доверительное отношения с поставщиками. У 9,24 % (4 355) возникли затруднения при ответе на данный вопрос.

По данным ответов на вопрос о том, какие меры по повышению конкурентоспособности продукции, работ, услуг, которые производит или предоставляет Ваш бизнес, Вы предпринимали за последние 3 года, были:

* сокращение затрат на производство/ реализацию продукции (не снижая при этом объема производства/ реализации продукции) отметили – 27,60 % (13 008) участников опроса,
* обучение и переподготовка персонала – 66,57 % (31 373),
* новые способы продвижения продукции (маркетинговые стратегии) – 26,53 % (12 503),
* приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау – 26,56 % (12 518),
* разработка новых модификаций и форм производимой продукции, расширение ассортимента – 25,83 % (12 173),
* самостоятельное проведение НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) – 25,80 % (12 161),
* выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара/ работы/ услуги) – 25,52 % (12 027),
* развитие и расширение системы представительств (торговой сети, сети филиалов и пр.) – 65,31 % (30 782),
* выход на новые географические рынки – 25,55 % (12 043),
* не предпринималось никаких действий – 26,69 % (12 579).

**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:

* недостаточное количество квалифицированного персонала– 46,23 % (21 788),
* нестабильность российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий – 41,78 % (19 690),
* высокие налоги – 41,67 % (19 639).

Также опрошенные отметили следующие административные барьеры:

* получение разрешения на строительство – 6,19 % (2 917),
* высокие барьеры доступа к финансовым ресурсам – 6,46 % (3 043),
* конкуренция со стороны теневого сектора – 6,18 % (2 911),
* неразвитость инновационной инфраструктуры – 6,38 % (3 006),
* высокие транспортные и логистические издержки – 6,25 % (2 947),
* неразвитость транспортной сети – 6,18 % (2 912),
* высокие таможенные издержки – 5,95 % (2 804),
* ограничения доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий – 6,17 % (2 907),
* давление со стороны конкурентов – 6,34 % (2 990),
* давление со стороны поставщиков – 6,05 % (2 853),
* давление со стороны клиентов – 6,09 % (2 869),
* коррупция со стороны органов власти – 1,35 % (636),
* сложность/затянутость процедуры получения разрешений/лицензий – 1,26 % (593).

Остальные ответы распределились примерно одинаково – менее 1 %.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Административные барьеры были полностью устранены | 54,49% | 25 680 |
| Затрудняюсь ответить | 15,25% | 7 185 |
| Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше | 13,93% | 6 564 |
| Административные барьеры отсутствуют, как и ранее | 12,99% | 6 121 |
| Уровень и количество административных барьеров не изменились | 1,34% | 632 |
| Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше | 1,21% | 570 |
| Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились | 0,78% | 367 |

Что касаемо вопроса о деятельности органов власти на основном для ведения респондентами бизнеса товарном рынке, то 59,62 % (28 096) опрошенных удовлетворены работой, 18,09 % (8 526) скорее удовлетворены. У 19,43 % (9 159) ответ на вопрос вызвал затруднения. 1,47 % (692) – скорее не удовлетворены, 1,36 % (642) – не удовлетворены.

**Оценка деятельности органов власти**

Что касается оценки деятельности органов исполнительной власти города Сочи по развитию конкуренции в целом, то, по мнению респондентов:

* 59,62 % (28 096) – удовлетворены действиями,
* 18,09 % (8 526) – скорее удовлетворены,
* 1,47 % (692) – скорее не удовлетворены,
* 1,36 % (642) – не удовлетворены,
* 19,43 % (9 159) – затрудняются с ответом.

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

Перспективы расширения бизнеса в ближайшие 3 года в планах участники опроса считают следующие:

* выход на новые продуктовые рынки (реализация полностью нового для бизнеса товара (работы, услуги) – 15,15**%** (7 141),
* выход на новые географические рынки – 14,52% (6 841).

Однако 14,63 %(6 895)представителей бизнеса склоняются к отсутствию вариантов по расширению бизнеса. 55,67 % (26 238) в ответе на этот вопрос затрудняются с ответом.

Наиболее существенными препятствиями для расширения действующего бизнеса в части реализации принципиально нового товара (работы или услуги), по мнению предпринимателей, являются: нехватка финансовых средств – 65,93 % (31 071), высокие транспортные издержки – 65,33 % (30 788), неразвитость инновационной инфраструктуры – 65,27 % (30 761). Остальные факторы распределились примерно одинаково.

**2.5. Оценка услуг субъектов естественных монополий**

Удовлетворенность участников опроса услугами естественных монополий оценивалась по стоимости подключения к услугам, а также по сложности подключения.

Стоимостью подключения услуг водоснабжения и водоотведения не довольными оказались 1,15 % (541), 1,32 % (620) предпринимателей отметили, что скорее не удовлетворены. 17,73 % (8 356) участников опроса скорее удовлетворены, а 59,92 % (28 238) – удовлетворены стоимостью подключения услуг.

Что касается стоимости подключения к услугам водоочистки, то в данном вопросе 57,89 % (27 285) представителей бизнеса скорее удовлетворены стоимостью, 18,53 % (8 732) – полностью удовлетворены. Чуть менее одного процента отметили, что скорее не удовлетворены или не удовлетворены. А вот 17,58 % столкнулись с трудностями при ответе на данный вопрос.

Также, более половины респондентов скорее удовлетворительно оценивают стоимость подключения к услугам газоснабжения – 57,60 % (27 145), удовлетворительно – 18,19 % (8 575). Скорее не удовлетворены и совсем не удовлетворены – менее одного процента.

Из числа опрошенных, которые в процессе ведения бизнеса сталкивались с подключением к электросетям, 58,13 % (27 394) оценили стоимость подключения как удовлетворительную и 17,33 % (8 169) как скорее удовлетворительную. Остальные респонденты менее 2 % считают стоимость скорее не удовлетворительной и не удовлетворительной.

При оценке услуг подключения к теплоснабжению 57,58 % (27 136) предпринимателей оценивают стоимость как скорее удовлетворительно, 18,18 % (8 568) - удовлетворительно. Чуть более одного процента считают стоимость подключения к услуге скорее не удовлетворительной или вовсе не удовлетворительной.

По мнению представителей бизнеса, о стоимости подключения услуг естественных монополий можно выделить телефонную связь, стоимость подключения к которой оценивается респондентами скорее удовлетворительно – 57,63 % (27 159) и удовлетворительно – 18,38 % (8 662), при этом скорее не удовлетворены стоимостью подключения услуг и не удовлетворены – чуть более одного процента.

**Оценка потребителями качества услуг**

Потребителями при оценке услуг субъектов естественных монополий наиболее высокие баллы были выставлены в сфере водоснабжения и водоотведения - 34,63 % (72 640) респондентов удовлетворены качеством услуг, 29,45 % (61 772) скорее удовлетворены, чуть более одного процента скорее не удовлетворены или вовсе не удовлетворены.

По положительным оценкам также стоит отметить электроснабжение. Удовлетворены 34,18 % (71 693) и скорее удовлетворены 29,46 % (61 799) данными услугами. Менее 1 % (1 912) скорее не удовлетворены либо не удовлетворены.

Немного меньше удовлетворены потребители услуг теплоснабжения. Так удовлетворенными услугами теплоснабжения являются 34,00 % (71 309), скорее удовлетворены 29,12 % (61 079) респондентов. Потребителей, которых не устраивают услуги теплоснабжения оказалось менее 1 %, из них не удовлетворены 0,46 % (966) и скорее не удовлетворены 0,43 % (912).

Аналогичную ситуацию можно увидеть при анализе оценки потребителями услуг водоочистки. Так 33,82 % (70 925) заявили об удовлетворительном качестве, еще 29,39 % (61 641) отмечают, что скорее удовлетворены. А вот 0,57 % (1 198) наоборот скорее не удовлетворены, так же количество не удовлетворенных услугами водоочистки оказалось 0,62 % (1 304).

Меньше всего потребители оценили качество услуг газоснабжения и телефонной связи. Так, качеством услуг газоснабжения удовлетворены не более 29,60 % (62 079), скорее удовлетворены 33,78 % (70 845). В результате чего неудовлетворенных 0,52 % (1 087) и скорее неудовлетворенных 0,38 % (797).

Мнение о качестве услуг субъектов естественных монополий телефонной связью по оценкам опрошенного населения, распределилось следующим образом: 29,48 % (61 829) отметили, что они удовлетворены данными услугами, 33,84 % (70 977) скорее удовлетворены, 0,39 % (818) отмечают неудовлетворенность и еще 0,46 % (958) скорее не удовлетворены.

**2.6. Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды**

Анализ оценок официальной информации о состоянии конкурентной среды на товарных рынках города Сочи 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 следующим образом: 59,54 % (28 061) высказалось об удовлетворительности размещаемой информации на официальных сайтах министерства экономики Краснодарского края и города-курорта Сочи, соответственно скорее удовлетворены 18,31 % (8 628), скорее не удовлетворены 1 % (473) и не удовлетворены 1,07 % (506). Вместе с этим, затруднились ответить на данный вопрос 18,67 % (8 798).

Иная ситуация сложилась с уровнем понятности официальной информации. Так, уровнем понятности полностью удовлетворены оказались лишь 18,19 % (8 574) предпринимателей, скорее удовлетворены – 57,71 % (27 196). Скорее не удовлетворены – 0,72 % (341), совсем не удовлетворенными остались 0,56 % (262) и 18,48 % (8 711) затруднились с ответом.

Удобство получения информации как удовлетворительное отметило 58,44 % (27 543) представителей бизнеса, скорее удовлетворительное - 17,83 % (8 405). Скорее не удовлетворительное отметили 0,63 % (296) респондентов, а не удовлетворительным – 0,45 % (213). А также у 18,05 % (8 506) возникли трудности при ответе на поставленный вопрос.

**Оценка потребителями качества официальной информации**

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

В оценке качества информации по уровню доступности 33,78 % (70 846) опрошенных респондентов удовлетворены доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг города Сочи, 29,06 % (60 958) респондентов дали оценку как «скорее удовлетворены», что указывает на важность этой информации. Оценку «не удовлетворен» поставили 0,41 % (857) респондентов и «скорее не удовлетворен» – 0,46 % % (968).

Уровень понятности потребители оценили следующим образом: 29,09 % (61 013) удовлетворены, в тоже время 33,57 % (70 415) скорее удовлетворены. Не удовлетворены уровнем понятности 0,37 % (784), скорее не удовлетворены – 0,40 % (845).

Оценивая возможности удобства получения информации о развитии рыночной конкуренции 33,79 % (70 870) участников опроса отмечают, что удовлетворены, 28,94 % (60 700) – скорее удовлетворены, скорее не удовлетворены – 0,42 % (879), не удовлетворены – 0,35 % (734).

Стоит отметить, что почти 30 % потребителей столкнулись с трудностями при ответе на данный вопрос.

Представители бизнеса и население отметили, что информация доступна, удобна в получении, но существуют определенные трудности в понятности информации.

**2.7. Мониторинг логистических возможностей города**

Одним из критериев оценки логистических возможностей города является работа транспортной инфраструктуры в части пассажирских перевозок. Потребители рассказали о периодичности использования общественными видами транспорта:

|  |  |
| --- | --- |
| Один или несколько раз в неделю | 46 805 |
| Практически каждый день | 39 522 |
| Один или несколько раз в месяц | 37 034 |
| Практически не пользуюсь, пользуюсь личным автомобилем, мотоциклом или такси | 36 878 |
| Практически не пользуюсь, хожу пешком или пользуюсь велосипедом | 36 346 |

Подавляющее большинство **58,82 % (123 361)** пользуются услугами общественного транспорта: один или несколько раз в неделю – 22,32% (46 805), практически каждый день – **18,84 %** (39 522), один иди несколько раз в месяц – 17,66 % (37 034).

Практически не пользуются общественным транспортом – 34,91 % (73 224), а именно пользуются личным автомобилем, мотоциклом или такси – 17,58 % (36 878), а ходят пешком или пользуются велосипедом – 17,33 % (36 346).

40,95 % (85 883) опрошенных потребителей оценивают работу общественного транспорта как «хорошо» - 22,77 % (47 750), и «скорее хорошо» - 18,18 % (38 133). 35,47 % (74 399) участников опроса оценивают работу общественного транспорта как «скорее плохо» - 17,81 % (37 350), и «плохо» - 17,66 % (37 049). При этом 17,38 % (36 443) не пользуются общественным транспортом.

Также потребители отметили факторы, которые негативно влияют на количество использования услуг общественного транспорта. Ответы приведены в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| Некомфортный / устаревший подвижной состав | 101 046 |
| Большие интервалы движения (длительное ожидание) | 91 175 |
| Ничто не мешает, общественный транспорт удобен | 90 576 |
| Необходимость делать пересадки между маршрутами (видами транспорта) | 90 520 |
| Нет конкретных причин, личный автомобиль гораздо удобнее даже самого современного и комфортного общественного транспорта | 89 712 |
| Сложная система общественного транспорта | 89 462 |
| Удаленность остановки общественного транспорта от дома (работы) или наличие барьеров по пути к остановке (рельеф, подземные переходы, плохой тротуар и проч.). | 89 452 |
| Неудобные остановочные павильоны (или их отсутствие) | 89 372 |
| Неудобная система оплаты проезда | 89 193 |

Почти половина опрошенных потребителей 48,18 % (101 046) указали на некомфортный (устаревший) подвижной состав. 43,47 % (91 175) отметили большие интервалы движения, 43,16 % (90 520) – на необходимость делать пересадки. При этом 43,19 % (90 576) ответили, что ничто не мешает, общественный транспорт удобен.

Оценка населением качества услуг общественного транспорта представлена следующим образом:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Не сталкивался | Не удовлетворен | Скорее не удовлетворен | Скорее удовлетворен | Удовлетворен |
| Ж/д транспорт междугородний | 28,78% | 0,35% | 0,42% | 29,37% | 34,38% |
| Ж/д транспорт пригородный | 28,64% | 0,33% | 0,39% | 29,36% | 34,22% |
| Автобус | 28,46% | 0,60% | 0,70% | 29,38% | 33,77% |
| Такси | 28,56% | 0,45% | 0,60% | 34,01% | 29,26% |
| Маршрутные такси | 29,06% | 0,57% | 0,56% | 29,01% | 33,68% |

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

45,06 % (21 237) представителей бизнеса считают, что снижение деловой активности компаний непосредственно влияет на уровень эффективности логистических процессов. 6,73 % (3 172) уверены, что на данный процесс влияет нестабильная макроэкономическая ситуация в стране. 5,72 % (2 698), отметили недостаточный уровень господдержки логистики, 5,66 % (2 669) уверены, что проблемы в этом вопросе отсутствуют.

**2.8. Мониторинг развития передовых производственных технологий и процесса цифровизации экономики**

При проведении опроса в части выявления уровня удовлетворенности качеством и доступностью населения к цифровым услугам на территории города Сочи подавляющее большинство респондентов положительно охарактеризовали данную сферу деятельности – более 70 % удовлетворены или скорее удовлетворены доступностью и качеством цифровых услуг.

|  | Удовлетворительно, % | Скорее удовлетворительно, % | Скорее неудовлетворительно, % | Неудовлетворительно, % | Затрудняюсь ответить, % |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Портал государственных услуг Российской Федерации | 18,81 | 57,52 | 0,73 | 0,53 | 18,26 |
| Единый портал Многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг Краснодарского края | 58,43 | 17,54 | 0,70 | 0,48 | 18,06 |
| Портал инспекции федеральной налоговой службы по Краснодарскому краю | 60,37 | 18,19 | 0,99 | 0,95 | 18,18 |
| Интернет-банкинг | 18,21 | 57,37 | 0,63 | 0,40 | 18,40 |
| Инвестиционный портал Краснодарского края | 58,22 | 17,30 | 0,67 | 0,41 | 18,49 |
| Онлайн-торговля (реализация товаров и услуг (операции которые совершаются удаленно), таких как реализация электронных билетов, различные личные кабинеты и т.д.) | 58,18 | 17,81 | 0,64 | 0,40 | 18,15 |
| Информационные порталы администрации и органов исполнительной власти Краснодарского края | 58,42 | 17,51 | 0,73 | 0,42 | 18,24 |

По мнению 46,89 % (22 100) респондентов при разработке и развитии передовых производственных технологий на территории города и края барьеры отсутствуют. Среди основных препятствий были названы следующие:

* нехватка квалифицированных кадров – 5,43 % (2 561),
* проблемы развития системы образования - 5,29 % (2 494),
* нехватка финансов – 5,20 % (2 452),
* неэффективная система управления – 5,02 % (2 365).

Остальные барьеры набрали одинаковое количество голосов, по каждому из которых показатель не превысил 5 %.

На вопрос о том, как повлияет применение цифровых технологий на деятельность предприятия/организации, участники опроса ответили следующим образом:

Большинство респондентов 56,23 % (26 501) уверены, что использование цифровых технологий улучшит деятельность организации, а 13,96 % (6 581) сошлись во мнении, что цифровые технологии значительно улучшат работу компании. 14,05 % (6 620) склоняются к тому, что внедрение цифровых технологий не окажет положительного эффекта, а 1,37 % (646) уверены, что и вовсе вызовут негативный эффект. При этом 14,36 % (6 769) испытали трудности при ответе на поставленный вопрос.

Предприниматели оценили также и уровень изменения производительности труда на предприятии/организации/обособленном подразделении в результате использования цифровых технологий:

* незначительно увеличился – 49,32 % (23 245),
* не изменился – 10,12 % (4 768),
* увеличился – 9,73 % (4 584),
* значительно увеличился – 9,84 % (4 637),
* ни одна из технологий в 2023 г. не была использована – 8,89 % (4 192)
* снизился (стало хуже) – 1,7 % (799);
* затрудняюсь ответить – 10,38 % (4 891).

**2.9. Мнение потребителей об уровне цен и качестве товаров и услуг на товарных рынках**

На вопрос о том, изменился ли уровень цен на товары и услуги за последние 3 года, от потребителей были получены следующие ответы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Увеличился | Не изменился | Снизился | Затрудняюсь ответить |
| Сфера образования | 35,23% | 28,67% | 0,22% | 29,14% |
| Социальная сфера | 30,53% | 28,56% | 4,77% | 28,99% |
| Здравоохранение | 35,23% | 28,66% | 0,26% | 28,80% |
| ЖКХ | 30,57% | 28,68% | 4,78% | 28,92% |
| Транспортный комплекс | 31,00% | 28,49% | 4,75% | 28,86% |
| Информационные технологии | 35,15% | 28,60% | 0,19% | 29,16% |
| Строительство | 30,71% | 28,52% | 4,74% | 29,00% |
| АПК | 30,20% | 28,61% | 4,74% | 29,23% |
| Промышленность | 29,67% | 33,11% | 0,19% | 29,79% |
| Торговля и услуги | 35,22% | 28,56% | 0,22% | 28,79% |
| Санаторно-курортный комплекс | 30,48% | 28,55% | 4,75% | 28,99% |
| Спорт | 30,26% | 28,56% | 4,74% | 29,25% |

Мнение потребителей сошлись. Третья часть участников опроса уверены, что уровень цен во всех сферах увеличился. Наиболее увеличились цены в таких сферах, как образование – 35,23 % (73 892), информационные технологии – 35,15 % (73 717), торговля и услуги – 35,22 % (73 860).

Также третья часть опрошенных отметили, что уровень цен не изменился. В сфере промышленного производства таких ответов оказалось больше – 33,11 % (69 435).

Порядка 28-29 % всех респондентов испытали трудности при ответе на поставленный вопрос по всем сферам.

По таким направлениям, как социальная сфера, ЖКХ, транспортный комплекс, строительство, АПК, санаторно-курортный комплекс, спорт порядка 4,8 % респондентов отметили, что уровень цен снизился.

Что касается изменения качества товаров и услуг на товарных рынках в городе в течение последних 3 лет, то от респондентов были получены следующие ответы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Повысился | Не изменился | Снизился | Затрудняюсь ответить |
| Сфера образования | 34,29% | 29,38% | 0,94% | 29,14% |
| Социальная сфера | 28,89% | 29,39% | 5,34% | 29,22% |
| Здравоохранение | 33,50% | 29,32% | 1,09% | 28,97% |
| ЖКХ | 28,90% | 29,30% | 5,52% | 29,17% |
| Транспортный комплекс | 29,25% | 29,39% | 5,38% | 28,76% |
| Информационные технологии | 33,51% | 29,29% | 0,56% | 29,41% |
| Строительство | 29,29% | 28,93% | 5,23% | 29,45% |
| АПК | 28,83% | 29,08% | 5,15% | 29,70% |
| Промышленность | 28,96% | 33,61% | 0,49% | 29,97% |
| Торговля и услуги | 33,46% | 29,26% | 0,72% | 29,29% |
| Санаторно-курортный комплекс | 29,22% | 29,06% | 5,11% | 29,33% |
| Спорт | 29,21% | 29,13% | 5,05% | 29,36% |

Более одной трети опрошенных потребителей уверены, что качество услуг повысилось, а именно: образование – 34,29 % (71 922), информационные технологии – 33,51 % (70 287), здравоохранение – 33,50 % (70 273), торговля и услуги – 33,46 % (70 187).

В сфере промышленности большинство считают, что уровень качества не изменился - 33,61 % (70 487). В остальных сферах ответ «не изменился» отметили около 29 % потребителей.

Что касается снижения качества товаров и услуг, то чуть более 5 % респондентов полагают, что наблюдается снижение качества предлагаемых товаров и услуг в социальной сфере, ЖКХ, транспортном комплексе, строительстве, АПК, санаторно-курортном и спорте. Остальные сферы были отмечены менее 1 % потребителями.

Также порядка 28-29 % всех респондентов испытали трудности при ответе на поставленный вопрос по всем сферам.