

## ИЗМЕНЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ВО ВРЕМЕНИ В ОТНОШЕНИИ СЕГМЕНТОВ БИЗНЕСА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

**А.В. Миненко**, канд. экон. наук, доцент

**К.В. Селиверстов**, старший лаборант

Алтайский государственный аграрный университет  
(Россия, г. Барнаул)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-6-4-136-139

***Аннотация.** В статье представлены данные проведенного на территории региона изучения мнения предпринимательского сообщества о состоянии конкуренции на основных социально-значимых рынках товаров и услуг, изменении конкурентной среды во времени в отношении сегментов бизнеса. Приведено общее количество респондентов, осуществляющих деятельность на исследуемых рынках. Представлены данные о распределении оценок уровня конкуренции в разрезе обследуемых рынков и рассмотрены результаты их систематизации и обработки, сделан вывод о рынках с большим числом конкурентов.*

***Ключевые слова:** предпринимательство, мониторинг, социальная значимость, рынки, конкуренция, респонденты.*

В рамках реализации стандарта развития конкуренции, актуально исследование мнений предпринимательского сообщества о состоянии конкуренции на основных социально-значимых рынках товаров и услуг, изменении конкурентной среды во времени в отношении сегментов бизнеса как на федеральном уровне, так и на уровне регионов [1; 2].

На территории Алтайского края проведен соответствующий опрос, в котором приняли участие 1051 респондентов, которые осуществляют деятельность на обследуемых рынках. В число рынков с высоким уровнем конкуренции, исходя из ответов респондентов, отнесены: розничная торговля лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими

товарами, перевозка пассажиров и багажа легковым такси, розничная торговля, семеноводство по основным сельскохозяйственным культурам, ремонт автотранспортных средств и жилищное строительство. Половина опрошенных предпринимателей, осуществляющих деятельность на этих рынках, оценили уровень конкуренции как высокий и очень высокий [3; 4].

Представители рынков психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, вылова водных биоресурсов и архитектурно-строительного проектирования отметили самый высокий уровень отсутствия конкуренции или ее слабое наличие на своих рынках (табл. 1).

Таблица 1. Распределение оценок уровня конкуренции, в разрезе обследуемых рынков, доля ответов респондентов, %

Перечень рынков	Количество респондентов	Отсутствует или слабая	Умеренная	Высокая и очень высокая	Ранг
Рынок услуг розничной торговли лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и сопутствующими товарами	19	10,0	19,5	70,5	1
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Алтайского края	13	7,2	30,8	62,0	2
Рынок розничной торговли	352	7,2	33,3	59,5	3
Рынок семеноводства по основным сельскохозяйственным культурам	40	24,3	24,7	51,0	4
Рынок оказания услуг по ремонту автотранспортных средств	35	10,7	39,3	50,0	5
Рынок жилищного строительства (за исключением индивидуального жилищного строительства)	10	25,0	25,0	50,0	5
Рынок туристических услуг	30	30,0	23,3	46,7	7
Рынок производства молочных продуктов (в том числе рынок закупа сырого коровьего молока)	45	24,7	33,3	42,0	8
Рынок строительства объектов капитального строительства, за исключением жилищного и дорожного строительства	10	30,0	30,0	40,0	9
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам регулярных перевозок	10	36,7	24,6	38,7	10
Рынок медицинских услуг	26	25,7	37,0	37,3	11
Рынок услуг дошкольного образования	22	22,0	41,0	37,0	12
Рынок услуг по сбору и транспортированию твердых коммунальных отходов	22	38,5	24,5	37,0	12
Рынок выполнения работ по благоустройству городской среды	29	32,2	31,0	36,8	14
Рынок социальных услуг	21	39,4	25,3	35,3	15
Рынок нефтепродуктов	10	15,0	50,0	35,0	16
Рынок легкой промышленности	12	16,7	50,0	33,3	17
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	18	38,9	30,0	31,1	18
Рынок оказания услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам регулярных перевозок	10	30,0	40,0	30,0	19
Рынок производства бетона	10	40,0	30,0	30,0	19
Рынок обработки древесины и производства изделий из дерева	16	39,8	31,2	29,0	21
Рынок услуг дополнительного образования детей	21	47,6	23,8	28,6	22
Рынок ритуальных услуг	78	45,3	29,2	25,5	23
Рынок услуг общего образования	25	57,4	21,6	21,0	24
Рынок услуг среднего профессионального образования	10	50,0	30,0	20,0	25
Рынок поставки сжиженного газа в баллонах	10	30,0	50,0	20,0	25
Рынок архитектурно-строительного проектирования	10	60,0	20,0	20,0	25

Самой популярной мерой по повышению конкурентоспособности продукции, работ и услуг является обучение и переподготовка персонала (35,9%). Чуть меньшее количество участников опроса приобрели новое техническое оборудование (34,6%). Четверть респондентов (24,9%) начали пользоваться новыми способами продвижения продукции.

Вопрос о мерах по повышению конкурентоспособности продукции, работ и услуг предполагал возможность множественного выбора ответов, поэтому общее

число ответов не сводится к 100,0%.

Исходя из оценок респондентов, к группе с большим количеством конкурентов можно отнести следующие рынки: переработки водных биоресурсов, семеноводства по основным сельскохозяйственным культурам и легкой промышленности.

На рынках с ранговой позицией с 13 по 18 преобладает умеренная конкуренция.

К рынкам, на которых респонденты не ощущают присутствия конкурентов, по итогам опроса отнесены: теплоснабжение, общее образование и среднее профессио-

нальное образование.

Прочие рынки можно отнести к рынкам со слабой конкуренцией.

По мнению 40,5% респондентов, количество конкурентов за последние 3 года увеличилось, при этом 28,4% участников опроса отметили увеличение числа конкурентов от 1 до 3. Десятая часть представителей бизнеса (12,1%) считают, что количество возросло более чем на 4 конкурента.

Сокращение количества конкурентов отметили 7,2% участников опроса, при этом 6,3% респондентов отметили сокращение от 1 до 3 конкурентов на своем рынке.

Отсутствие изменений в количестве конкурентов отметили 40,0% участников опроса.

Таким образом, в целом респонденты, впрочем, как и ряд исследователей [4-6], отметили высокую роль стандарта развития конкуренции в Алтайском крае, содействие формированию прозрачной системы работы органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в части реализации результативных и эффективных мер по развитию конкуренции в интересах потребителей товаров, работ, услуг, в том числе субъектов предпринимательской деятельности, граждан и общества.

### Библиографический список

1. Смирнова, Н.С. Снижение административных барьеров как фактор развития предпринимательской деятельности / Н.С. Смирнова // Теория права и межгосударственных отношений. – 2022. – Т. 2, № 9(21). – С. 286-289. – EDN QMPUWY.

2. Официальный сайт Управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altk.fas.gov.ru/>, свободный – (дата обращения 22.06.2023).

3. Официальный сайт Министерства экономического развития Алтайского края. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econom22.ru/>, свободный – (дата обращения 22.06.2023).

4. Туманова, Е.М. Понятие административного барьера / Е.М. Туманова // Закон и право. – 2022. – №9. – С. 85-88. – DOI 10.24412/20733313\_2022\_9\_85. – EDN OZOATN.

5. Бутенко, А.А. Система мер органов местного самоуправления по снижению и устранению административных барьеров для малого и среднего бизнеса / А.А. Бутенко // Управление в 21 веке – проблемы и перспективы: Материалы III Международной научно-практической конференции, посвящённой 100-летию Кубанского государственного аграрного университета имени И.Т. Трубилина текстовое электронное издание (Краснодар, 21 апреля 2022 года). – Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ "РЭА" Минэнерго России, 2022. – С. 66-71. – EDN DYDLRB.

6. Административные барьеры в области малого предпринимательства / Ю.И. Чернов, Я.С. Симонян, Я.К. Беджанова, В.А. Тютюнникова // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 4(167). – С. 482-484. – EDN NPERCY.

---

**CHANGING THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OVER TIME IN RELATION TO  
BUSINESS SEGMENTS OF THE ALTAI TERRITORY**

**A.V. Minenko**, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

**K.V. Seliverstov**, *senior laboratory assistant*

**Altai State Agrarian University**

**(Russia, Barnaul)**

**Abstract.** *The article presents data from a study of the opinion of the business community on the territory of the region on the state of competition in the main socially significant markets for goods and services, changes in the competitive environment over time in relation to business segments. The total number of respondents operating in the studied markets is given. Data on the distribution of assessments of the level of competition in the context of the surveyed markets are presented and the results of their systematization and processing are considered, a conclusion is made about markets with a large number of competitors.*

**Keywords:** *entrepreneurship, monitoring, social significance, markets, competition, respondents.*