

УДК 332.142

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

О. Н. Беленов, Ю. В. Шурчкова

Воронежский государственный университет

А. М. Букреев

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (ВФ РАНХиГС)*

Поступила в редакцию 10 марта 2018 г.

Аннотация: *статья посвящена методике и практике оценки уровня конкуренции на некоторых рынках товаров и услуг в Воронежской области. Представлены итоги мониторинга уровня конкуренции на товарных рынках области, в том числе мнение предпринимателей об изменении числа конкурентов за последние три года на рынках их бизнеса. Выделены наиболее существенные административные барьеры, влияющие на ведение предпринимательской деятельности, и представлена оценка их преодолимости.*

Ключевые слова: *уровень конкуренции, показатели состояния конкурентной среды, административные барьеры.*

Abstract: *the article is devoted to the methodology and practice of evaluation of the level of competition in certain markets of goods and services in the Voronezh region. It were presented the results of the monitoring of the level of competition on commodity markets of the region, including the opinions of entrepreneurs about changes in the number of competitors over the past 3 years in the markets of their business. It were identified the most significant administrative barriers affecting doing business, and assesses them surmountable.*

Key words: *level of competition, indicators of competition and administrative barriers.*

Подходы к определению конкурентной среды организации и факторов, оказывающих на нее влияние, можно условно разделить на три типа [1]. Ряд авторов, к их числу относятся М. Мескон и К. Боумэн, выделяют факторы внешней среды, которые оказывают влияние на организацию на микро- и макроуровне, различая микро- и макро-среду воздействия. Во внешнем окружении организации выделяется среда прямого и косвенного воздействия. Согласно Э. Элбингу, среда прямого воздействия включает факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе их прямое воздействие. Под средой косвенного воздействия понимаются факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного влияния на операции, но сказываются на них [2, с. 62].

Согласно М. Портеру, «факторы, определяющие отраслевую конкуренцию, выходят далеко за пределы деятельности ее непосредственных субъ-

ектов», а характер конкуренции определяется пятью основными силами, взаимодействие которых обуславливает потенциал прибыльности отрасли в целом [3, с. 45–58].

Д. Дэниелс, Л. Радеба, А. Стрикленд, А. Томпсон, Р. А. Фатхутдинов считают, что влияние факторов внешней среды на предприятие и отдельные виды его деятельности носит одноуровневый характер. Дж. Д. Дэниелс и Ли Х. Радеба выделяют географические, исторические, политические, правовые, экономические и культурные факторы внешней среды [4–6].

Через выявленные факторы внешней среды можно определить, что представляет собой конкурентная среда. Согласно Программе развития конкуренции в Российской Федерации конкурентная среда – это совокупность факторов, определяющих возможность хозяйствующих субъектов на данном рынке обнаруживать и использовать возможности получения прибыли. На момент принятия Программы состояние конкурентной среды характеризовалось высоким уровнем административных барьеров,

таможенных тарифов. В качестве серьезного барьера отмечалось несоответствие темпов и качества развития инфраструктуры потребностям бизнеса, в том числе дефицит мощностей естественных монополий. Это отрицательно отражалось на конкурентоспособности российских компаний на внутреннем и внешнем рынках [7, с. 218].

Состав показателей, которыми можно охарактеризовать конкурентную среду, меняется в зависимости от того, какая экономическая наука занимается их изучением: стратегический менеджмент, микроэкономика, теория организации промышленности и пр.

В микроэкономической теории характеристики, определяющий тип конкурентного окружения заявлены достаточно четко и включают количество продавцов и покупателей, величину барьеров для входа и выхода из отрасли, уровень дифференциации и диверсификации, наличие интеграции. Более серьезное изучение этих факторов представлено в теории организации промышленности, которая положила начало глубокому рассмотрению характера и элементов отрасли. К представителям этой теории обычно относят таких авторов, как Дж. Робинсон и Э. Чемберлина.

В дальнейшем С. Мейсоном и Дж. Бейном была сформулирована парадигма «Структура – поведение – результат», показавшая существование взаимосвязи между структурой конкурентной среды и той стратегией, которую целесообразно выбрать организации в данных условиях. В соответствии с данной парадигмой результативность отдельных рынков зависит от поведения продавцов и покупателей в отношении таких вопросов, как наличие открытых или тайных соглашений, ценовой политики, затрат на исследования и разработки, инвестиции в производственное оборудование и т. д. Поведение, в свою очередь, зависит от структуры рынка, которая характеризуется численностью и распределением продавцов и покупателей, уровнем дифференциации, наличием или отсутствием барьеров для входа новых организаций, конфигурацией кривых затрат, уровнем вертикальной интеграции организаций и степенью диверсификации производства. Перечень наиболее важных базовых условий со стороны спроса включает ценовую эластичность спроса, доступность товаров-заменителей, темпы роста и временные колебания спроса, рыночные характеристики продукта [1].

Другой подход был выдвинут Дж. Стиглером. Инструментарий данного подхода базируется на микроэкономической теории, отправной точкой для

анализа служат не объективные характеристики рынка, а закономерности принятия оптимизационных решений. Одной из наиболее актуальных проблем, рассматриваемых в рамках данной парадигмы, является функционирование и результативность квазимонопольных рынков, и на основании различия уровня и преобладающего типа трансакционных издержек объясняются различия в структуре и поведении организаций.

В теории стратегического менеджмента наблюдается весьма значительный разброс относительно определения перечня факторов конкурентной среды. Рассматриваются уровень конкуренции на рынке, тенденции изменения числа конкурентов, преимущества лидеров отрасли, чувствительность к товарам-заменителям, относительная доля рынка, потенциал организации и др. При исследовании конкурентной среды некоторые авторы анализируют также такие показатели, как размер рынка; области конкурентного соперничества (локальная, региональная, национальная, глобальная); скорость роста рынка и стадия жизненного цикла отрасли; превалирование назад или вперед ориентированной интеграции; уровень технологических изменений в процессе производства и в новых продуктах; влияние экономики на масштабы производства, транспортировку, маркетинг; влияние степени использования производственных мощностей; наличие зависимости стоимости единицы продукции и кумулятивной величины объема производства; требования к капиталу; прибыльность в отрасли.

Принятая в 2011 г. «Методика определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды» предполагает использование следующих показателей:

- показатель интенсивности конкуренции, который определяет степень соперничества между конкурирующими на рынке хозяйствующими субъектами и базируется на данных, полученных в результате опросов хозяйствующих субъектов;
- показатель состояния конкурентной среды, который определяет степень развития конкурентной среды и базируется на данных, полученных в результате опросов хозяйствующих субъектов и официальной статистической информации [8].

С целью качественного анализа состояния и развития конкурентной среды в Воронежской области было осуществлено исследование, основным методом которого стало проведение опросов субъектов предпринимательской деятельности и потребителей товаров и услуг. По мнению А. В. Поленова, взаимодействие органов исполнительной

власти всех уровней, в части анализа основных факторов, воздействующих на конкурентную среду, может выступать дополнительным инструментом развития благоприятной конкурентной среды на подконтрольной территории [9].

В целях оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности и жителями региона в соответствии с рекомендациями Аналитического центра при Правительстве РФ и Всемирного банка разработаны анкеты, включающие в себя вопросы, направленные на оценку:

- удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Воронежской области;
- административных, экономических и иных барьеров, затрудняющих предпринимательскую деятельность на рынке;
- масштабов «теневой» доли рынка и состояния конкуренции на рынке в регионе;
- развития конкурентной среды предпринимательским сообществом в регионе;
- проблем, с которыми сталкиваются предприниматели при осуществлении предпринимательской деятельности, позволяющих дать интегральную оценку бизнес-климата в регионе и оценку работы органов власти с бизнес-сообществом.

Результаты оценки уровня конкуренции на рынках товаров и услуг Воронежской области отражены в табл. 1.

Таблица 1 составлена по данным результатов опроса субъектов предпринимательства, проведенного уполномоченным органом по содействию развитию конкуренции в Воронежской области по итогам 2016 г.

В Воронежской области высокая конкуренция была на рынке розничной торговли, услуг грузоперевозок, консалтинговых услуг, рынке услуг связи, банковских услуг и рынке строительных материалов. Кроме того, предприниматели отмечали, что число конкурентов на рынке розничной торговли, услуг грузоперевозок и консалтинговых услуг продолжает увеличиваться.

Высокая конкуренция на рынках товаров и услуг стимулирует предпринимателей для сохранения рыночной позиции регулярно (раз в год или чаще) предпринимать меры по повышению конкурентоспособности продукции, использовать инновационные подходы, обеспечивающие повышение удовлетворенности клиентов и рост операционной эффективности [10, с. 9].

Несмотря на то, что респонденты отмечали рост числа конкурентов, сохранялся умеренный уровень конкуренции на рынках овощной и свежей фрукто-

Т а б л и ц а 1

Уровень конкуренции на рынках товаров и услуг Воронежской области

Уровень конкуренции	Число конкурентов не изменилось	Число конкурентов увеличивается
Высокая конкуренция	Рынок услуг связи Рынок банковских услуг Рынок строительных материалов	Розничная торговля Рынок услуг грузоперевозок Рынок консалтинговых услуг Рынок ремонта и технического обслуживания вычислительной техники
Умеренная конкуренция	Рынок услуг перевозок пассажиров автотранспортом Рынок услуг в сфере культуры Рынок лекарственных средств Рынок жилья	Рынок сельскохозяйственной техники Рынок овощной продукции Рынок туристических услуг Рынок общественного питания Рынок сахара Рынок мяса и мясной продукции Рынок молока и молочной продукции
Слабая конкуренция	Рынок услуг страховых компаний	Рынок услуг дошкольного образования Рынок услуг дополнительного образования детей Рынок медицинских услуг Рынок мебельной продукции
Низкая конкуренция	Управление многоквартирными домами Вывоз ТБО Предоставление услуг по электроснабжению и газоснабжению	Рынок рыбы и рыбной продукции
Крайне низкая конкуренция	Предоставление услуг по водоснабжению и теплоснабжению	Рынок услуг социального обслуживания населения Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья

во-ягодной продукции, туристических услуг, лекарственных средств, рынке сахара, мяса и мясной продукции, молока и молочной продукции, общественного питания. Отмечена умеренная конкуренция и рост числа конкурентов на рынке сельскохозяйственной техники, а также услуг перевозок пассажиров автотранспортом, в то время как в 2015 г. уровень конкуренции характеризовался на данных рынках как слабый. Рост числа конкурентов на всех приоритетных рынках товаров и услуг является положительной тенденцией развития конкурентной среды на данных товарных рынках.

Также отмечено отсутствие роста числа хозяйствующих субъектов на таких рынках с умеренной конкуренцией, как рынок услуг перевозок пассажиров автотранспортом, рынок услуг в сфере культуры, лекарственных средств, а также на рынке жилья. Кроме того, слабый уровень развития конкуренции по-прежнему отмечался на рынке услуг страховых компаний, мебельной продукции.

Низким и крайне низким уровнем развития конкуренции отличались, по оценкам предпринимателей в 2016 г., все сегменты рынка услуг в сфере ЖКХ. Снижение уровня развития конкуренции обусловлено не только необходимостью учета территориального размещения объектов жилищно-коммунального хозяйства, но и низким уровнем активности собственников помещений при выборе способа управления многоквартирным домом и выборе управляющей организации.

На рынках с низким и крайне низким уровнем конкуренции хозяйствующим субъектам нет необходимости реализовывать какие-либо меры по повышению конкурентоспособности продукции, что приводит к низкой удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством товаров и услуг.

Барьеры для вхождения на рынок, как один из факторов формирования конкурентной среды, – действия, которые искусственно препятствуют проникновению на рынок новых организаций, в том числе правительственные решения, связанные с регулированием цен и деятельности корпораций, затрудняющие прибыльную деятельность вновь входящих на рынок организаций. Одним из наиболее актуальных для российской экономики видом входных барьеров представляются административные барьеры.

Оценка административных барьеров ведения предпринимательской деятельности осуществлялась путем опроса представителей бизнеса по репрезентативной выборке для Воронежской области, представленной в табл. 2. При проведении опроса использовалась анкета, разработанная с учетом рекомендаций Аналитического центра при Правительстве РФ и Всемирного банка. Предпринимателям предлагалось выбрать не более трех видов из двенадцати ограничений, препятствующих ведению предпринимательской деятельности.

Перечень наиболее существенных административных барьеров (по оценке представителей бизнеса) представлен в табл. 3.

Т а б л и ц а 2

Выборка опроса предпринимателей по сферам деятельности

Вид экономической деятельности	Всего %, 2016	Всего %, 2015
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,5	3,5
Рыболовство, рыбоводство	0,5	0,1
Добыча полезных ископаемых	0,3	0,3
Обрабатывающие производства	8,2	9,2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	0,9	0,9
Строительство	9,7	10,9
Оптовая и розничная торговля	38,4	42,1
Гостиницы и рестораны	1,9	2,1
Транспорт и связь	5,9	6,2
Финансовая деятельность	1,4	1,1
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	18,7	19,5
Государственное управление и обеспечение военной безопасности	1,5	0,1
Образование	4,3	0,3
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,9	1,5
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	2,9	2,2

Т а б л и ц а 3

Наиболее существенные административные барьеры, влияющие на ведение предпринимательской деятельности

Вид барьера	Количество респондентов, 2016 г.	Количество респондентов, 2015 г.
Высокие налоги	44,2 %	46,6 %
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	18,4 %	28,8 %
Сложность получения доступа к земельным участкам	4,9 %	9,0 %
Сложность/затянутость процедуры получения лицензий	3,9 %	7,6 %
Коррупция	3,3 %	6,5 %
Необходимость установления партнерских отношений с органами власти	2,1 %	4,6 %
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, выполнению работ в рамках госзакупок	1,8 %	4,0 %
Нет ограничений	43,6 %	31,4 %

Среди наиболее существенных препятствий для развития бизнеса участники опроса отметили высокие налоги (44,2 %), нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (18,4 %), и сложность получения доступа к земельным участкам (4,9 %).

Из табл. 3 видно, что ситуация с оценкой барьеров ведения предпринимательской деятельности в 2016 г. несколько улучшилась: доля предпринимателей, которые считают, что каких-либо существенных ограничений в ведении бизнеса в Воронежской области нет, увеличилась с 31,4 до 43,6 %.

Наряду с определением барьеров, препятствующих ведению бизнеса, предприниматели оценили их преодолимость по трехзначной шкале: преодолимы без существенных затрат; преодолимы при осуществлении значительных затрат и непреодолимые барьеры. По итогам 2016 г. в этой сфере

также наблюдалась положительная динамика. Так, преодолимыми административными барьерами для ведения текущей деятельности и открытия нового бизнеса на представляемом ими рынке в той или иной мере считали 77,4 % респондентов. При этом в два раза снизилось количество тех, кто считает их труднопреодолимыми – с 14,8 до 6,8 %.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что основные проблемы отмечены в таких сегментах, как «предоставление услуг по электроснабжению» (33,3 % респондентов отметили непреодолимые и труднопреодолимые барьеры), «услуги социального обслуживания населения» (25 %). По мнению предпринимателей, полностью административные барьеры отсутствуют только в сфере грузоперевозок. Результаты оценки преодолимости административных барьеров в регионе представлены в табл. 4.

Т а б л и ц а 4

Оценка преодолимости административных барьеров, влияющих на ведение предпринимательской деятельности

Рынок	Нет административных барьеров	Административные барьеры есть, но они преодолимы без существенных затрат	Есть барьеры, преодолимые при осуществлении значительных затрат	Есть непреодолимые административные барьеры	Загрудно ответить
1	2	3	4	5	6
Рынок услуг дошкольного образования	0,0 %	2,4 %	66,7 %	14,3 %	16,7 %
Рынок услуг дополнительного образования детей	0,0 %	0,0 %	23,5 %	64,7 %	11,8 %
Рынок медицинских услуг	1,8 %	12,5 %	17,9 %	51,8 %	16,1 %
Рынок услуг в сфере культуры	1,9 %	5,8 %	32,7 %	32,7 %	26,9 %

1	2	3	4	5	6
Управление многоквартирными домами	0,0 %	8,0 %	20,0 %	56,0 %	16,0 %
Предоставление услуг по водоснабжению	0,0 %	13,6 %	18,2 %	45,5 %	22,7 %
Предоставление услуг по электроснабжению	0,0 %	33,3 %	33,3 %	25,0 %	8,3 %
Предоставление услуг по теплоснабжению	6,7 %	0,0 %	20,0 %	53,3 %	20,0 %
Предоставление услуг по газоснабжению	0,0 %	0,0 %	25,0 %	50,0 %	25,0 %
Розничная торговля	0,9 %	3,1 %	35,6 %	45,4 %	15,0 %
Рынок услуг перевозок пассажиров автотранспортом	1,4 %	4,1 %	58,1 %	31,1 %	5,4 %
Рынок услуг связи	1,1 %	0,0 %	68,1 %	20,9 %	9,9 %
Рынок овощной продукции	0,0 %	10,6 %	6,1 %	66,7 %	16,7 %
Рынок свежей фруктово-ягодной продукции	0,0 %	2,9 %	11,6 %	81,2 %	4,3 %
Рынок молока и молочной продукции	0,0 %	6,4 %	19,1 %	53,2 %	21,3 %
Рынок мяса и мясной продукции	1,4 %	1,4 %	5,6 %	59,2 %	32,4 %
Рынок рыбы и рыбной продукции	0,0 %	0,0 %	0,0 %	44,4 %	55,6 %
Рынок сахара	1,8 %	5,5 %	12,7 %	52,7 %	27,3 %
Рынок общественного питания	2,9 %	1,4 %	8,7 %	63,8 %	23,2 %
Рынок лекарственных средств	1,5 %	7,7 %	33,8 %	46,2 %	10,8 %
Рынок мебельной продукции	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Рынок жилья	0,6 %	4,5 %	45,2 %	34,2 %	15,5 %
Рынок строительных материалов	0,0 %	0,0 %	12,5 %	25,0 %	62,5 %
Рынок услуг грузоперевозок	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %
Рынок услуг страховых компаний	0,0 %	3,7 %	14,8 %	44,4 %	37,0 %
Рынок банковских услуг	1,0 %	1,9 %	79,8 %	8,7 %	8,7 %
Рынок туристических услуг	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Прочие рынки	2,9 %	8,0 %	17,3 %	54,9 %	16,9 %

В опросе изучалось мнение предпринимателей по изменению уровня административных барьеров за последние три года. Ухудшение ситуации в контексте динамики административных барьеров за последнее время отметили только 2,6 % респондентов (в 2015 г. – 6,5 %), 7,5 % (11 %) считают, что ситуация значительно не изменилась. За последний год значительно увеличилось количество предпринимателей, убежденных в том, что ситуация улучшается или остается благоприятной. Такой точки зрения придерживаются более 70,3 % участников опроса (табл. 5).

Основная часть предпринимателей (68,6 %, в 2015 г. – 61,4 %), принявших участие в опросе,

работает на рынках с большим количеством конкурентов (от четырех и более). Причем в этой же группе предприниматели (более 49,2 %) чаще других отмечали, что за последние три года в сегменте рынка, на котором они присутствуют, произошел значительный рост конкуренции. В то же время на рынках, где отсутствует сильная конкуренция (количество конкурентов не более трех), ситуация значительно не изменилась. Отметим, что на сокращение числа конкурентов на рынках, которые они представляют, как и годом ранее, указало крайне незначительное количество участников опроса – от 0,8 до 11,7 % (в 2015 г. – от 2,7 до 7,1 %) (табл. 6).

Т а б л и ц а 5

Мнение предпринимателей о динамике административных барьеров в течение последних трех лет на рынке их основного бизнеса

Вариант ответа	2016 г.	2015 г.
Административные барьеры отсутствуют, как и ранее	39,5 %	25,2 %
Бизнесу стало проще преодолевать административные барьеры, чем раньше	24,6 %	23,1 %
Административные барьеры были полностью устранены	6,2 %	7,2 %
Уровень и количество административных барьеров не изменились	7,5 %	11,0 %
Бизнесу стало сложнее преодолевать административные барьеры, чем раньше	2,3 %	5,7 %
Ранее административные барьеры отсутствовали, однако сейчас появились	0,3 %	0,8 %
Затрудняюсь ответить	39,5 %	27,0 %

Т а б л и ц а 6

Мнение предпринимателей об изменении числа конкурентов за последние три года на рынках их бизнеса

Анализ конкурентной борьбы		Количество конкурентов				
		Нет конкурентов	От 1 до 3 конкурентов	4 и более конкурентов	Большое число конкурентов	Затрудняюсь ответить
Как изменилось число конкурентов бизнеса	Мнение респондентов	Доля респондентов, %				
		3,1	20,4	39,6	29	7,9
	Увеличилось	12,0 %	40,0 %	41,8 %	65,5 %	26,6 %
	Сократилось	5,7 %	7,4 %	11,7 %	3,4 %	0,8 %
	Не изменилось	70,9 %	44,0 %	37,1 %	20,9 %	8,0 %
	Затрудняюсь ответить	11,4 %	8,6 %	9,4 %	10,2 %	64,7 %

Говоря о необходимости повышения конкурентоспособности для сохранения своей рыночной позиции, 64,6 % субъектов предпринимательской деятельности отмечали, что реализация мер по повышению конкурентоспособности продукции необходима раз в год или чаще. При этом, по мнению участников опроса, на рынках с высокой конкуренцией подобные действия менее актуальны, чем для сегментов с умеренной конкуренцией.

Результаты оценки уровня административных барьеров на отдельных рынках товаров и услуг Воронежской области представлены в табл. 7.

Результаты опросов подтверждают низкий уровень административных барьеров на данных рынках, однако снизилась доля респондентов, отметивших положительную динамику их устранения. По-прежнему наличие существенных и непре-

одолимых административных барьеров отмечается в таких сегментах рынка жилищно-коммунальных услуг, как рынок услуг по электроснабжению и водоснабжению.

Тем не менее по большинству социально значимых и приоритетных рынков отмечается снижение доли респондентов, отмечающих наличие существенных и непреодолимых административных барьеров, сопровождающееся замедлением положительной динамики ответов, отметивших их устранение.

Таким образом, результаты опроса субъектов предпринимательской деятельности о наличии (отсутствии) административных барьеров свидетельствуют об улучшении общей ситуации по всем направлениям оценки состояния конкурентной среды региона.

Т а б л и ц а 7

Результаты оценки уровня административных барьеров на рынках товаров и услуг Воронежской области

Критерии оценки уровня административных барьеров	Доля респондентов, отмечающих снижение административных барьеров на рынке до 25 %	Доля респондентов, отмечающих снижение административных барьеров на рынке свыше 25 до 49 %	Доля респондентов, отмечающих снижение административных барьеров на рынке 50 % и выше
Доля респондентов, отмечающих наличие существенных и непреодолимых административных барьеров свыше 20 %	Рынок услуг социального обслуживания населения	Предоставление услуг по электроснабжению	—
Доля респондентов, отмечающих наличие существенных и непреодолимых административных барьеров свыше 10 до 20 %	Рынок медицинских услуг. Предоставление услуг по водоснабжению. Рынок овощной продукции. Рынок зерна	—	—
Доля респондентов, отмечающих наличие существенных и непреодолимых административных барьеров свыше 5 до 10 %	Рынок услуг детского отдыха и оздоровления. Управление многоквартирными домами. Вывоз твердых бытовых отходов. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ОВЗ. Рынок сельскохозяйственной техники. Рынок сахара. Рынок консалтинговых услуг	Рынок услуг в сфере культуры. Предоставление услуг по теплоснабжению. Предоставление услуг по газоснабжению. Рынок лекарственных средств. Рынок молока и молочной продукции. Рынок жилья	Рынок услуг перевозок пассажиров автотранспортом
Доля респондентов, отмечающих наличие существенных и непреодолимых административных барьеров до 5 %	Рынок свежей фруктово-ягодной продукции. Рынок туристических услуг. Рынок мяса и мясной продукции. Рынок услуг грузоперевозок	Розничная торговля. Рынок услуг связи. Рынок услуг страховых компаний	Рынок услуг дошкольного образования. Рынок услуг дополнительного образования детей

ЛИТЕРАТУРА

1. Шурчкова Ю. В. Конкурентная среда и ее влияние на стратегию поведения организации : автореферат дис. ... канд. экон. наук / Ю. В. Шурчкова. – Воронеж, 2004. – С. 5–7.
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : ИД Вильямс, 2012. – С. 62.
3. Портер М. Конкурентная стратегия : Методика анализа отраслей конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2016. – С. 45–58.
4. Дэниелс Д. Д. Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции / Д. Д. Дэниелс, Л. Х. Радеба. – М. : Дело, 1998. – С. 74.
5. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд III. – М., 2006. – С. 125–174.
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2000. – С. 123–144.
7. Третьякова Е. Ф. Конкуренция и конкурентная среда : сущность и проблемы оценки / Е. Ф. Третьякова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2011. – № 22-2. – С. 217–221.
8. Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке : приказ Федеральной антимонопольной службы РФ от 28 апреля 2010 г. № 220. – Режим доступа: справ.-правовая система «КонсультантПлюс».
9. Поленов А. В. Основные факторы, оказывающие воздействие на конкурентную среду / А. В. Поленов // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда, 2016. – Т. 1. – № 65. – С. 19–24.
10. Анучин А. А. Исследование региональной конкурентоспособности (на примере областей ЦЧР) / А. А. Анучин, О. Н. Беленов, В. Н. Эйтингон // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Экономика и управление, 2009. – № 1. – С. 5–14.

Воронежский государственный университет
Беленов О. Н., доктор экономических наук,
профессор
E-mail: belenov22@mail.ru

Voronezh State University
Belenov O. N., Doctor of Economics, Professor
E-mail: belenov22@mail.ru

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (ВФ РАНХиГС)
Букреев А. М., доктор экономических наук,
профессор

Russian Academies of National Economy and State Service under the President of the Russian Federation (RANEPA)
Boukreev A. M., Doctor of Economics, Professor

Воронежский государственный университет
Шурчкова Ю. В., кандидат экономических наук,
доцент кафедры международной экономики и внешнеэкономической деятельности
E-mail: jshurchkova@mail.ru

Voronezh State University
Shurchkova Y. V., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of International Economics and Foreign Economic Activity Department
E-mail: jshurchkova@mail.ru