



Уральский
федеральный
университет

Экономика строительной отрасли

**Караваева Наталья
Михайловна**

Кандидат экономических наук, доцент

Тема 4. Виды конкуренции



Конкуренция (от лат. concurrere — "сталкиваться") — экономическое соперничество, борьба между субъектами хозяйственной деятельности за лучшие условия производства и реализации экономических благ с целью получения наибольшей прибыли.

Цель конкуренции - в соперничестве рыночных субъектов за реализацию собственных интересов путем получения экономических конкурентных преимуществ над своими соперниками.



Условия возникновения и функционирования конкуренции

- наличие на рынке неограниченного количества независимых производителей и покупателей продуктов или ресурсов;
- свобода производителей относительно выбора хозяйственной деятельности;
- абсолютно свободный доступ экономических субъектов к рынку и такой же свободный выход из него;

Условия возникновения и функционирования конкуренции

- определенное соответствие между спросом и предложением - нет места перепроизводству и дефициту;
- мобильность материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов;
- отсутствие соглашений между поставщиками и потребителями ресурсов, которые могут ограничить конкуренцию;
- наличие у каждого участника конкуренции полной информации о спросе, предложении, ценах, норме прибыли и.т. п.

Факторы развития конкуренции

1. Общеэкономические

- общий уровень и динамика производства;
- состояние деловой активности;
- состояние рынков;
- наличие и структура ресурсов;
- развитость кредитной и финансовой систем;



Факторы развития конкуренции

2. Технологические

- отраслевая структура экономики;
- уровень распространения современных технологий;
- наличие в экономике технологического лидера;
- восприимчивость экономики относительно инноваций;



Факторы развития конкуренции

3. Институционально-социальные

- законодательное обеспечение норм и правил экономической деятельности;
- создание рыночных институтов;
- цели государственной политики;
- степень вмешательства государства в экономические процессы;
- национальные традиции;
- менталитет и духовные ценности народа;
- общая и профессиональная культура;
- политическая, экономическая и социальная стабильность в обществе;

Факторы развития конкуренции

4. Международные

- деловая активность на международных рынках;
- действия международных экономических организаций;
- стабильность мировой финансовой системы;
- принятие международных правовых норм и пр.




Закон конкуренции

выражает существенные, внутренне необходимые, устойчивые, причинно-следственные связи между экономическими субъектами в борьбе за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров с целью получения наибольшей прибыли.




Все хозяйственные субъекты действуют
независимо друг от друга




Каждый стремится реализовать свой экономический интерес
— получить прибыль



Существуют различия затрат производства и отличия в
потребительских характеристиках товаров



Однако рынок не может создать равные условия реализации
интересов всех производителей, так как действует
**закон стоимости и потребители выбирают только товары,
которые отвечают их интересам.**



**Именно конкуренция влияет на издержки производства
товаров, их цены, а следовательно, и на величину
прибыли.**



Функция ценообразования

Конкуренция влияет на уровень индивидуальных затрат производства любого товара, сводя их к общественно **необходимым издержкам**, которые и определяют **равновесную рыночную цену** товара.

Конкуренция является тем механизмом, который устанавливает цену на уровне, при котором достигается рыночное равновесие и реализация товаров.

Функция регулирования

Ориентируясь на рыночные цены, предприниматели **направляют свои капиталы из малопродуктивных отраслей в те отрасли, товары которых пользуются спросом и дают больше доходность.**

В результате **перелива капитала** между отраслями достигается соответствующая сбалансированность между производством и общественными потребностями, **формируются необходимые пропорции в общественном производстве.**

Цикличность развития рынка недвижимости

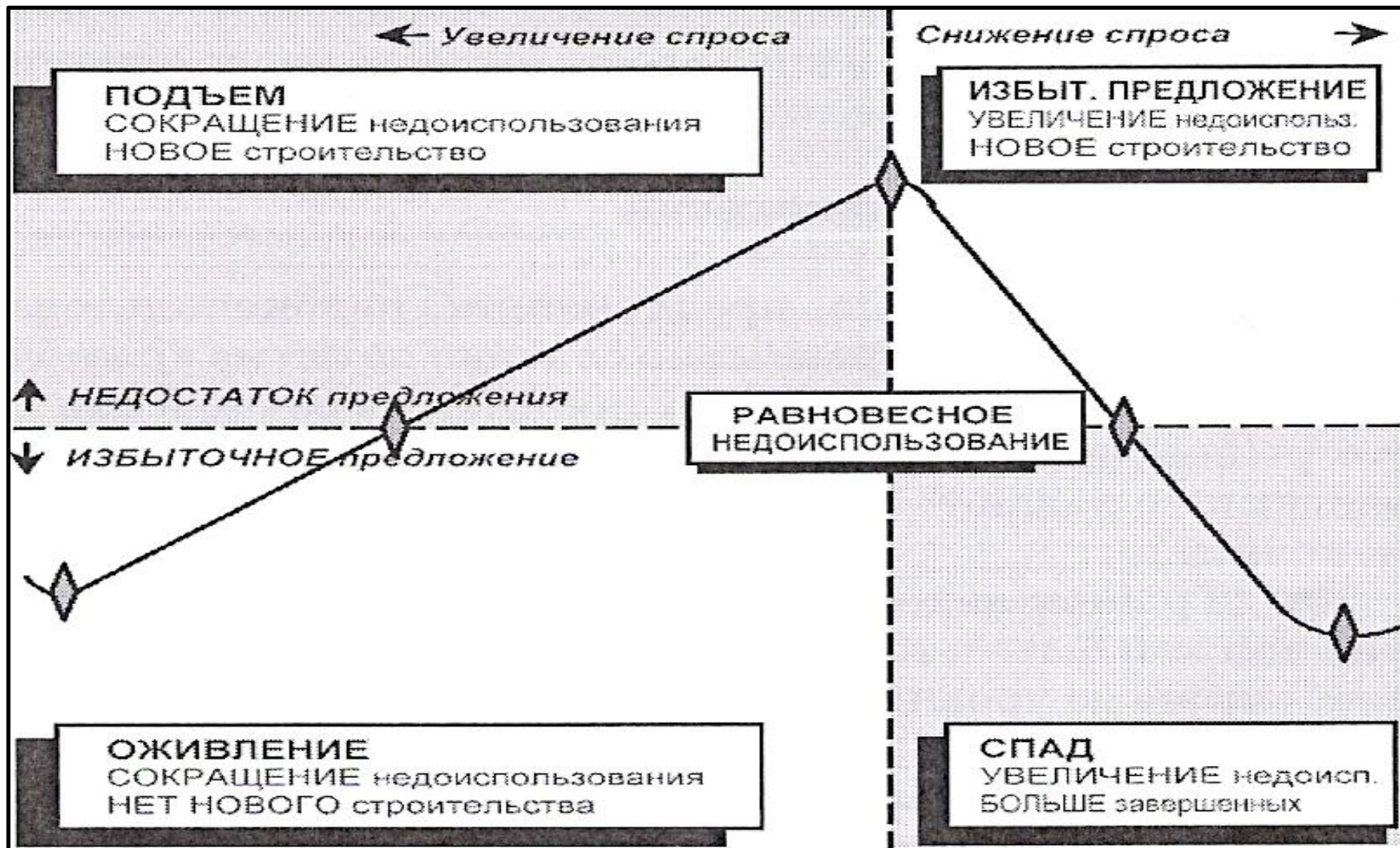


Рис 2.

Функция стимулирования

Конкурентная борьба побуждает товаропроизводителей:

- применять новую технику и технологии,
- внедрять эффективные формы организации труда и производства,
- экономнее использовать ресурсы,
- обновлять ассортимент продукции, повышать ее качество,
- снижать цены.

Это стимулирует научно-технический прогресс:

- поиск более эффективных способов производства и реализации товаров,
- развитие предпринимательской инициативы,
- повышение квалификации кадров и т. п.



Повышает эффективность всего общественного производства

Контролирующая функция

Конкуренция контролирует конкурентоспособность каждого производителя :

- 1) соответствие индивидуальных затрат производства его товаров общественно необходимым издержкам производства подобных товаров;
- 2) соответствие ассортимента и качества его товаров нуждам потребителей, т. е. его полезности для них.



Если **цена возмещает затраты** производства и **приносит прибыль**, то товаропроизводитель работает в соответствии с общественно **нормальными условиями производства**



Конкурентно установленная рыночная цена является для них **нормативом рационального хозяйствования**

Функция дифференциации товаропроизводителей

Конкуренция поощряет и создает условия для дальнейшего развития и процветания тем товаропроизводителям, которые наиболее эффективно используют ресурсы производства для получения наилучших конечных результатов. Происходит дифференциация в распределении доходов между товаропроизводителями.

Это отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу: "**Разные вознаграждения за разные результаты**".

Виды экономической конкуренции



По масштабу развития:

Внутриотраслевая

Межотраслевая

Международная

Виды экономической конкуренции

Внутриотраслевая конкуренция — это борьба между товаропроизводителями одной отрасли за более выгодные условия производства и реализации товаров с целью получения большей прибыли.

Сведение индивидуальной стоимости товаров к их единой общественной (рыночной) стоимости, которая определяется средними затратами в отрасли.



Побеждает тот, у кого вследствие передовой техники, технологии и организации производства индивидуальная стоимость товаров меньше чем их общественная стоимость, что дает им возможность получать **сверхприбыль.**



Следствием внутриотраслевой конкуренции является внедрение новых достижений науки и техники, снижение издержек производства, повышение качества продукции.

Виды экономической конкуренции

Межотраслевая конкуренция — это борьба между товаропроизводителями разных отраслей экономики за наиболее выгодные условия (сферы) применения капитала.



Стихийная **миграция капиталов** из отраслей **с низкой** в отрасли **с высокой нормой прибыли**.



В результате формируется **средняя норма прибыли** в масштабах экономики, которую получают товаропроизводители по принципу:

"Равновеликая прибыль на равновеликий капитал".



Перемещая капиталы в более эффективные отрасли и сферы производства, межотраслевая конкуренция способствует **оптимальному** использованию **производственных ресурсов общества** и одновременно установлению необходимых **пропорций в экономике**

Виды экономической конкуренции

Международная конкуренция — это конкуренция **национальных и транснациональных** экономических субъектов за наиболее выгодные условия производства и реализации экономических благ **на мировом рынке**.

Международная конкуренция объединяет внутриотраслевую и межотраслевую формы конкуренции.

Она способствует **движению капиталов и товаров** между разными государствами, обеспечивает сбалансированное **развитие мирового рынка и глобального хозяйства**.

Доминируют на мировом рынке национальные и транснациональные компании наиболее **развитых стран мира**

Виды экономической конкуренции



**По способам
соперничества :**

Ценовая
Неценовая

Ценовая конкуренция осуществляется с помощью **уменьшения затрат** для производства товаров того же качества или ассортимента. Это вызывает **снижение цен и получение дополнительной прибыли.**



Неценовая конкуренция - большой объем мероприятий, не меняющий сложившиеся на рынке цены:

- придание новых свойств уже существующим товарам;
- производство новых товаров для удовлетворения привычных потребностей;
- выпуск новых товаров, не существовавших до сих пор;
- улучшение качество услуг - установка оборудования, гарантийный ремонту и др.;
- бренд.



Виды экономической конкуренции



**По характеру
поведения
хозяйствующих
субъектов**

- *Гарантирующая*
- *Приспособленческая*
- *Креативная*

Гарантирующая (обеспечивающая) конкуренция

- стремление сохранить достигнутые позиции, повышая качество товаров, оказывая дополнительные услуги.

Она характерна для товаропроизводителей, которые не имеют достаточно средств, чтобы модернизировать свое производство.



Приспособленческая конкуренция

копирует инновационные разработки
соперников из-за ограниченности собственных
возможностей модернизации производства.



Креативная конкуренция –
создание новых товаров,
применение новых технологий
производства и сбыта продукции
(широкое использование
рекламы)



Виды экономической конкуренции



- *Совершенная (свободная, чистая)*
- *Несовершенная*

Основные признаки свободной конкуренции

Совершенная(свободная, абсолютная)

соответствует идеальному состоянию рынка, когда целью конкурирующих субъектов является

не получение сверхприбылей, а сохранение места на рынке.

Условия

- на рынке сотни (тысячи) производителей и покупателей;
- объем производства отдельного товаропроизводителя не значителен, чтобы влиять на цену товара;
- товары на рынке однородны и стандартизированы;
- продавцы не могут влиять друг на друга;
- доступ на рынок продавцов и покупателей не ограничивается.



Несовершенная конкуренция

Несовершенная конкуренция возникает при нарушении хотя бы одного из условий свободного рынка.

- раздел рынка между несколькими крупными компаниями,
- ограничение самостоятельности предприятий,
- дифференциация продукции,
- контроль сегментов рынка.

Обостренная рыночная конкуренция и ее виды придают взаимоотношениям между товаропроизводителями недружественный характер. В ход идут нечестные способы, приводящие к разорению конкурента.

Несовершенная конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Чистая (абсолютная) монополия

Монополистическая конкуренция

- Относительно *большое число производителей* (несколько десятков) – мелкие, средние весьма крупные фирмы
- Значительная *свобода входа* в отрасль
- Похожая, но *не идентичная продукция (дифференцированная)*:

□ дифференциация затрагивает прежде всего *качество продукта* или услуг, благодаря чему у потребителя складываются неценовые предпочтения;

□ продукция может быть дифференцирована по условиям послепродажного обслуживания, близости к покупателям, интенсивности рекламы и т.п.



Фирмы на рынке *монополистической конкуренции* вступают в соперничество не только и не столько через цены, а через *дифференциацию продукции и услуг*

Олигополия

Главная особенность — *немногочисленность участников* (3-8 компаний) на определенном рынке товаров или услуг.

Могут производить как *однородные*, так и *дифференцированные* товары.

Однородность преобладает на рынках сырья и материалов, полуфабрикатов (руда, нефть, сталь, цемент, и т.д.),

Дифференциация — на рынках потребительских товаров (бензин, операторы сотовой связи)



Способствует монополистическим соглашениям: по установлению цен, разделу или распределению рынков или по иным способам ограничения конкуренции между ними.



Олигополия сближается с монополией.

Чистая (абсолютная) монополия

Фирма является *единственным производителем* продукта, не имеющего к тому же близких заменителей.

Монополия - исключительное право деятельности в какой-либо сфере деятельности.

Характерные черты:

- продавец выступает как единственный, а отрасль — синоним фирмы;
- реализуемый продукт уникален, т.е. не существует его хороших или близких заменителей (некоторые сырьевые отрасли или фирма поставляет принципиально новый продукт);
- монополист обладает рыночной властью, контролирует цены, поставки на рынок;
- на пути входа в рынок монополиста устанавливаются непреодолимые для конкурента барьеры как естественного, так и искусственного характера

Чистая (абсолютная) монополия

Монополии *государственные* и *капиталистические*.

Государственными монополиями называются монополии, принадлежащие государству.

Возникают в результате строительства государственных предприятий (военной промышленности, новых или капиталоемких отраслей) или национализации отдельных предприятий, отраслей промышленности и транспорта.

Монополии *капиталистические* - хозяйственные объединения, осуществляющие контроль над рынками посредством:

- концентрации материальных и финансовых ресурсов,
- научно-технического потенциала с целью извлечения монопольной прибыли.

Капиталистические монополии возникли на основе концентрации производства и капитала.

Сравнение монополии с конкурентной фирмой показывает, что
в *условиях монополии выпуск продукции меньше,*
а цена выше



Покупатель платит монополисту *больше, чем нужно* для
производства дополнительной единицы товара.



По сравнению с конкурентной фирмой
прибыль монополиста больше.



Существование монополии и монопольной власти вызывает
необходимость государственного регулирования путем

- ✓ установления предельных цен,
- ✓ введения налогов,
- ✓ через антимонопольное законодательство.

Формы монополий



- **Закрытая**
 - **Естественная**
 - **Открытая**
 - **Монопсония**
 - **Двусторонняя**
- МОНОПОЛИЯ**

Виды монополии

Закрытая монополия

Защищена от конкуренции юридическими ограничениями

- административная защита: ограниченный доступ к ресурсам и информации;
- юридическая защита: лицензии, технологии, технологии организации и т.д.

Естественная монополия характерна для отраслей, в которых долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок целиком. В основе лежит экономия на масштабах производства (РАО ЕС, РЖД, коммунальные сети и т.п.)

Открытая монополия – одна фирма, по крайней мере на определенное время, является единственным поставщиком продукта, однако не имеет специальной защиты от конкуренции. В подобном положении нередко оказываются фирмы, впервые выходящие на рынок с новой продукцией.

Моносония- на рынке имеется только один покупатель.

Моносонисты добиваются от поставщиков выгодных условий в виде скидок при оптовых закупках или продленных сроков кредита

Моносоническая ситуация имеет место и при государственных закупках военной техники у частных фирм-производителей.

Двусторонняя монополия - **один продавец и один покупатель**



Сторону предложения представляет монополист,
а сторону спроса – моносонист.

Формы монополий



- Картель
- Синдикат
- Трест
- Концерн
- Консорциум
- Конгломерат

Формы монополий

Картель – это группа производителей, совместно максимизирующих прибыли посредством **фиксации цен** и **ограничения объема производства** продукции.

Цель– установление монополистического контроля определенного рынка.

Участники картеля **сохраняют** свою производственную и коммерческую **самостоятельность**, но условия соглашения ограничивают их деятельность.

Картели систематизируются по основным категориям:

- ✓ с целью контроля условий продаж;
- ✓ с целью установления единых цен;
- ✓ с целью разграничения деятельности, территорий, продаж и потребителей между участниками;
- ✓ с целью установления доли в определенной области бизнеса.

Формы монополий

Синдикат – объединение предприятий, производящих **массовую однотипную продукцию**, с целью устранения излишней конкуренции.

За участниками синдиката **сохраняется собственность на средства производства**, а произведенная продукция реализуется как **собственность объединения**.

Сбытом товаров, а зачастую и закупками сырья занимается контора синдиката, куда его члены сдают свои товары по определенной, заранее установленной цене.

Формы монополий

Трест – объединение предприятий одной отрасли.

Согласовывается торговая и производственная деятельность.

Самостоятельность предприятий в действиях ликвидируется, однако юридически они остаются независимыми.

Собственники получают количество акций в соответствии с величиной вложенного капитала и тем самым на соучастие в управлении и на соответствующую долю прибыли.

Правление треста, регулирует всю деятельность, заключает договоры, устанавливает цены и сроки платежа, распределяет дивиденды.

Может производиться закрытие или техническое перевооружение отсталых предприятий.

Формы монополий

Концерн – это экономически господствующая форма корпорации, характеризующаяся единством собственности и контроля, имеющая многоотраслевой характер. Важными особенностями деятельности концернов являются жесткий внутрифинансовый контроль и в то же время хозяйственная самостоятельность фирм и децентрализация управления.

Формы монополий

Консорциум – это временное соглашение между несколькими промышленными компаниями или банками с целью осуществления единого капиталоемкого проекта.

Члены консорциума при заключении соглашения предусматривают долю каждого из них в затратах и ожидаемой прибыли, а также другие условия деятельности.

Участники концерна сохраняют свою экономическую самостоятельность.

ФОРМЫ МОНОПОЛИЙ

Конгломерат предполагает слияние фирм, функционирующих на непересекающихся сегментах рынка. Например, автомобилестроение и сеть гостиниц.