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 субъекта ми 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.**

Функции закона конкуренции
Ценообразующая
Регулирующая
Стимулирующая
Контролирующая
Дифференциации товаропроизводителей

## 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 малодоходных** 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

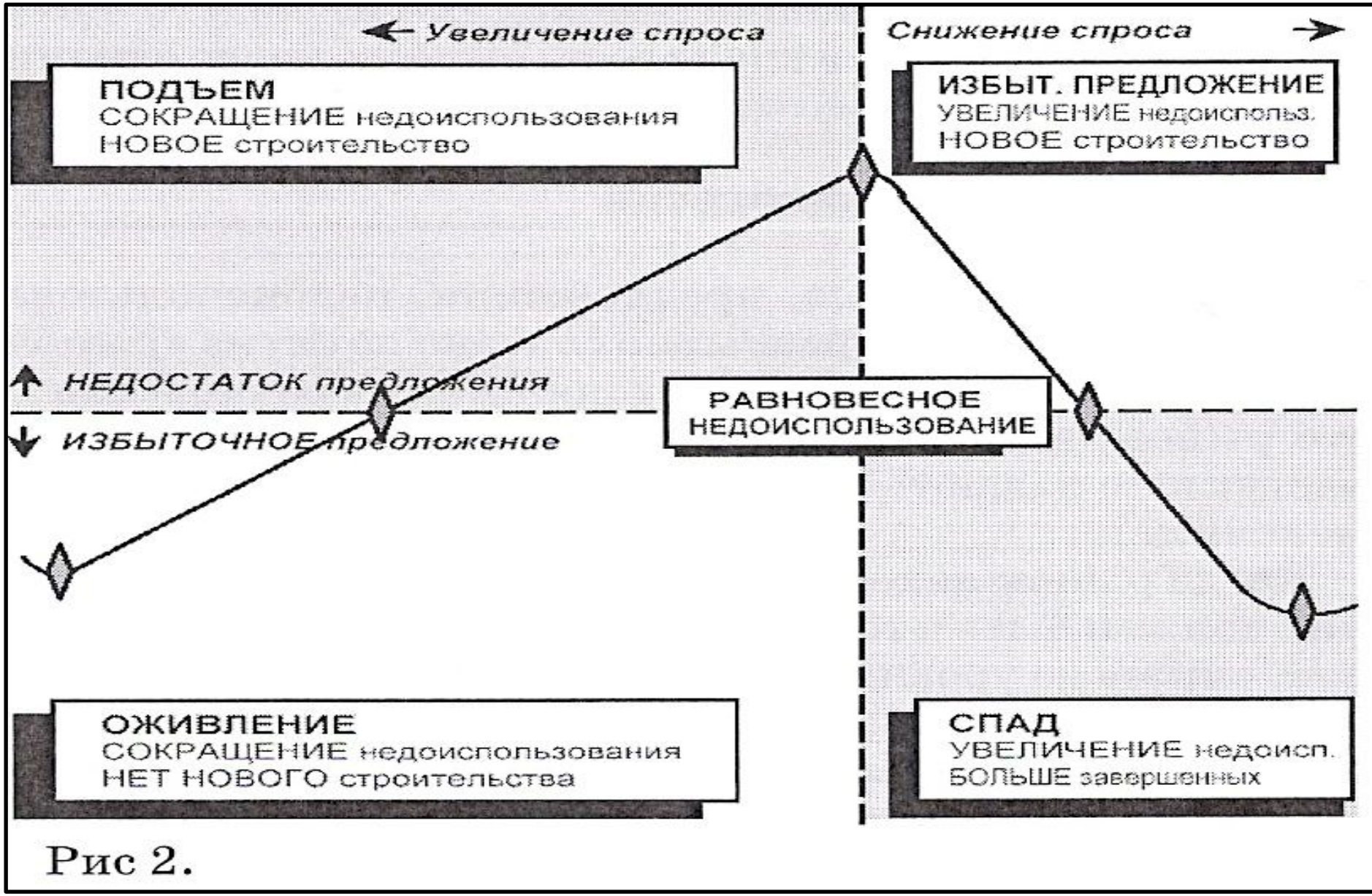



Рис 2.

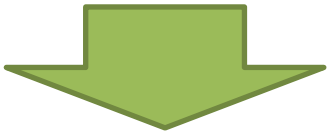
## Функция стимулирования

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 б*о*льшей 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) применение 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 стандартизирова
- 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.

***Монопсония***- на рынке имеется только один покупатель.

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

Монопсоническая 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** – **монопсонист.**

# 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.