

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Новикова Надежда Григорьевна

доктор экон. наук, профессор

кафедра менеджмента и сервиса

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

novikovang@bgu.ru

Полякова Нина Владимировна

доктор экон. наук, профессор

кафедра журналистики и маркетинговых технологий

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

polyakovanv@bgu.ru

Аннотация. Рынок жилищного строительства имеет большое социально-экономическое значение в силу значительного мультипликативного эффекта, сопутствующего его функционированию. Поддержание конкуренции на этом рынке важный фактор его развития. В статье показана проблема недостаточного развития методологии оценки тенденций и степени развития конкуренции на рынке жилищного строительства, рассмотрены противоречивые подходы в оценках экспертов по вопросу о степени конкуренции, а также фактические данные оценки степени конкуренции, полученные при использовании количественных и качественных методов, показаны основные тенденции отрицательно, влияющие на конкуренцию и в особенности на малых и средних застройщиков. Предложен дифференцированный подход к оценке конкуренции на рынке жилищного строительства на основе маркетингового инструментария, позволяющий повысить ее обоснованность.

Ключевые слова. Рынок жилищного строительства, оценка конкуренции, дифференцированный подход, маркетинговый инструментарий оценки конкуренции, малый и средний бизнес.

A DIFFERENTIATED APPROACH TO ASSESSING COMPETITION IN THE HOUSING CONSTRUCTION MARKET

Novikova Nadezhda Grigorievna

D.Sc. in Economics, Full Professor

Department of Management and Service

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

novikovang@bgu.ru

Polyakova Nina Vlaldimirovna

D.Sc. in Economics, Full Professor

Department of Journalism and Marketing Technology

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

polyakovanv@bgu.ru.

Abstract. The housing construction market is of great socioeconomic importance due to the significant multiplier effect that accompanies its functioning. Maintaining competition in this market is a key factor in its development. The article shows the problem of insufficient development of the methodology for assessing trends and the degree of development of competition in the housing construction market, examines conflicting approaches in expert assessments on the issue of the degree of competition, as well as actual data on assessing the degree of competition obtained using quantitative and qualitative methods. The main trends that negatively impact competition and, in particular, small and medium-sized developers are shown. A differentiated approach to assessing competition in the housing construction market based on marketing tools is proposed, which allows for increasing its validity.

Keywords. Housing construction market, competition assessment, differentiated approach, marketing tools for competition assessment, small and medium businesses.

Жилищное строительство не случайно называют драйвером экономики. Его функционирование связано с деятельностью множества других отраслей как в рамках строительного комплекса, так и за его пределами. Это позволяет говорить о существенном мультипликативном значении жилищного строительства для социально-экономического развития РФ. Успешность развития любого рынка в значительной мере зависит от наличия условий для развития конкуренции. «Утрату конкуренции на внутреннем рынке можно сравнить с процессом гниения – она медленно подрывает конкурентоспособность, тормозя внедрение новшеств и динамизм развития в целом» [1, с. 192]. В этой связи особенную важность приобретает обоснованность оценки степени конкуренции. Для обеспечения поддержания и развития конкуренции необходим методологический инструментарий, позволяющий точно определяется развивается конкуренция или снижается, что в настоящее время является проблемой. Поэтому исследование

вопроса оценки конкуренции на рынке жилищного строительства несомненно является актуальным направлением исследований.

Целью настоящей статьи является критический анализ подходов, применяемых для оценки конкуренции на рынке жилищного строительства и исследование возможности использования для этой цели дифференцированного подхода, основанного на маркетинговом инструментарии.

В качестве рабочих определений понятия «конкуренция» в настоящей статье примем следующие два определения.

1. Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (ст. 4 п. 7 Закона о защите конкуренции¹).

2. Конкуренция с позиции деятельностного подхода, а в его рамках с позиции маркетингового подхода (в его постфункциональной трактовке) – это соперничество за лояльность и деньги целевых потребителей.

Важным отправным моментом в исследовании является также понимание того, что фундаментом, гарантирующим постоянное возобновление конкуренции, является малый и средний бизнес.

Сегодня мнения аналитиков и экспертов по вопросам конкуренции на рынке жилищного строительства не совпадают.

Многие эксперты отмечают, что риск банкротств есть, но прежде всего у небольших застройщиков, в результате неэффективного управления финансами.² Некоторые отмечают даже снижение монополизации на первичном рынке жилой недвижимости в ряде локаций³.

Однако исследования вопроса защиты конкуренции проведенное ВЦИОМ в более ранние годы показывает, что по мнению московских застройщиков главная проблема – монополизация⁴. Такого же мнения придерживаются и некоторые политики утверждая, что за разговорами о том, что все достаточно благополучно на рынке жилищного строительства в плане развития конкуренции, идет скрытая картелизация⁵.

Исследование, проведенное Центром конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ показало, что во II кв. 2025 года действовало 379,4 тыс. малых строительных организаций, что на 4,7 тыс. меньше чем в I кв. и на 7,1 тыс. меньше, чем в аналогич-

¹ О защите конкуренции : федер. закон «о» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция от 24.06.2025).

² URL: <https://erzrf.ru/news/eksperty-risk-bankrotstv-v-zhilishchnoy-otrasli-yest-no-prezhde-vsego-u-nebolshikh-zastroyshchikov?search=жилищ&ysclid=mhj9wt53c3914124229>.

³ URL: <https://erzrf.ru/news/nazvany-samyye-monopolizirovannyye-goroda-na-rossiyskom-rynke-novostroyek?search=монополиз.>

⁴ URL: <https://erzrf.ru/news/vtsiom-glavnaya-problema-stroitelstva--monopolizatsiya-otrasli?search=монополиз&periodFrom=2022&periodTo=2025>.

⁵ URL: <https://erzrf.ru/news/sergey-mironov-pod-razgovory-o-konkurentsii-na-stroitelnom-rynke-idet-neprekrytaya-kartelizatsiya?tag=Объем%20строительства>.

ном квартале прошлого года¹. Согласно Ст.4 п.17 Закона о защите конкуренции ФЗ 135 – это является признаком ограничения конкуренции².

По информации Марата Хуснуллина примерно 20 процентов российских застройщиков находятся под угрозой банкротства³. При этом приток денег в отрасль в условиях проектного финансирования зависит от продаж и в условиях когда сроки ввода 19 % проектов на данный момент уже перенесены⁴, а продажи замедлились нетрудно видеть нарастающую угрозу для конкурентного рынка.

К числу тенденций, отрицательно влияющих на застройщиков, принадлежащих к малому и среднему бизнесу, а значит и на конкуренцию, относятся как общие тенденции изменения условий функционирования рынка жилищного строительства такие как: высокие рыночные ставки, отмена льготной ипотеки, а вместе с этим спроса, снижение активности в части рыночной ипотеки, рост тарифов, цен на стройматериалы и затрат на оплату труда, так и тенденции, возникающие в результате процессов монополизации. В ходе проведенного исследования был выделен ряд таких тенденций.

Тенденция к вертикальной интеграции. Крупные застройщики являются вертикально-интегрированными структурами, включающими в том числе производителей строительных материалов и конструкций (ПАО «ГК ПИК», ПАО «ГК «Самолет»» и др.). Это означает, сужение рынка строительных материалов с такими же как у них ценами для независимых застройщиков.

Экспансия крупных застройщиков в регионы является еще одной тенденцией, отрицательно влияющей на конкуренцию. Учитывая и без того слабое положение малых и средних застройщиков в регионах, можно предположить, что экспансия, например, такого гиганта как ГК «Самолет» вред ли окажет положительное влияние на региональный малый и средний бизнес.

Исследование методических подходов к оценке конкуренции позволило распределить их на 2 большие группы: основанные на расчетах степени концентрации (монополизации) бизнеса на определённой территории (количественные методы, табл. 1) и основанные на мониторинге показателей, характеризующих предпринимательскую активность/удовлетворённость (качественные методы).

Самые монополизированные города на рынке новостроек в России

Город	Доля 5 крупнейших застройщиков на рынке в 2025 году, %	Город	Доля 5 крупнейших застройщиков на рынке в 2025 году, %
Севастополь	100	Санкт-Петербург	60
Саратов	98	Калининград	59
Рязань	92	Краснодар	58
Кировск	88	Чебоксары	58

¹ URL: <https://ancb.ru/publication/read/20398?ysclid=mi5q2imlek87786075>.

² О защите конкуренции : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция от 24.06.2025).

³ URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/characters/2025/08/11/1130632-marat-husnullin>.

⁴ Там же.

Город	Доля 5 крупнейших застройщиков на рынке в 2025 году, %	Город	Доля 5 крупнейших застройщиков на рынке в 2025 году, %
Омск	87	Челябинск	57
Томск	86	Красноярск	54
Липецк	85	Казань	53
Оренбург	84	Волгоград	53
Ставрополь	79	Самара	52
Набережные Челны	77	Пермь	52
Пенза	76	Лен. область	51
Ульяновск	75	Ижевск	49
Тольятти	74	Тюмень	49
Барнаул	74	Нижний Новгород	46
Воронеж	71	Иркутск	44
Кемерово	70	Ярославль	43
Моск. область	69	Уфа	41
Ростов- на- Дону	67	Владивосток	40
Хабаровск	64	Новосибирск	39
Москва	61	Екатеринбург	32

В табл. 1 представлены результаты расчетов степени монополизации первичного рынка жилой недвижимости, проведенных Циан. Аналитикой на основе данных ЕИСЖС¹. При этом по данным аналитиков Циан, стоимость 1 кв. м на первичном рынке недвижимости в Севастополе, где уровень монополизации составляет 100 % (см. табл. 1) за год выросла в среднем на 46 %, а в Екатеринбурге, где уровень монополизации 32 % (табл. 1) – лишь на 6 %. В локациях, где показатель выше 80 %, первичное жилье подорожало на 18 %, а там, где он был менее 50 %, – только на 10 %. Представленные данные – яркий пример влияния ослабления конкуренции на цены. При оценке степени монополизации аналитики Циан исходили из правила «чем меньше застройщиков – тем больше монополизация»². Их собственные расчёты основаны на выявлении долей 5 крупных застройщиков в локации. Это согласуется с нормами, закона «О защите конкуренции» Ст. 5, п. 3³.

Еще одним известным и простым подходом к оценке конкуренции через определение степени монополизации рынка, на основе степени концентрации является Индекс Херфиндаля–Хиршмана (Herfindahl – Hirschman Index, HHI), широко применяемый для антимонопольной оценки слияний и поглощений.

Он рассчитывается как сумма квадратов долей игроков рынка. Если на рынке один игрок HHI будет равен 1 (или 10000 %). В специальной литературе рекомендуются различные подходы к определению границ степени конкурент-

¹ URL: <https://erzrf.ru/news/nazvany-samyye-monopolizirovannyye-goroda-na-rossiyskom-rynke-novostroyek?search=монополиз.>

² Там же.

³ О защите конкуренции : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (последняя редакция от 24.06.2025).

ности рынка. Например, если измерять индекс в долях единицы, то: $HHI > 0,25$ указывает на высокую концентрацию. Рынок близок к монополии¹.

Рассмотрим методы оценки конкуренции, основанные на качественных оценках. Они выражаются в, различного рода, показателях «предпринимательского климата». По данным аналитиков индекс делового оптимизма малых строительных организаций по итогам III кв. 2025 года снизился и составил 99,8 %. Индекс предпринимательской уверенности малых строительных организаций в III кв. остался на низком уровне как и в предыдущие 3 квартала и составил –16 %². Последнее свидетельствует о низком уровне предпринимательского настроения и активности, важных факторах развития конкуренции.

Отсутствие единого мнения у экспертов по вопросу о тенденциях развития конкуренции на рынке жилищного строительства наряду с результатами исследования подходов к оценке конкуренции позволяет сделать вывод о недостаточной методологической разработанности такой оценки и определяет необходимость дальнейшего ее развития. Основной методологической проблемой такой оценки является отсутствие учета того что застройщики различаются между собой своими возможностями, связанными с масштабами деятельности, степенью интегрированности с поставщиками, доступом к трудовым ресурсам и технологиям, репутацией и т.п. Покупатели различаются как с позиции значимой комбинации искомых ценностей, так и с позиции типа спроса: потребительский/инвестиционный. Все это определяет необходимость и возможность применения дифференцированного подхода к оценке конкуренции.

Одним из известных методов, позволяющих осуществлять оценку конкурентной ситуации и перспектив ее развития, находящихся в рамках дифференцированного подхода является известный в маркетинге метод выделения стратегических групп конкурентов, известный как карта «Поле боя» [14, с. 299]. Карта «Поле боя» представляет собой матрицу, в которой по оси абсцисс располагаются сегменты потребителей, а по оси ординат – группы товаров, реализуемых компаниями конкурентами. Пересечения осей образуют ячейки, в которых и размещаются товарные группы. Товарные группы, попавшие в одну ячейку, составляют так называемую стратегическую группу конкурентов.

Этот известный инструментальный выделения стратегических групп конкурентов позволяет понять: 1) наполненность стратегических групп (ячеек матрицы) конкурентами различна: в одной – конкуренция может быть интенсивной, в другой – нет; 2) одна и та же компания, может работать в нескольких стратегических группах, причем в одной она может превосходить соперников, а в другой – нет; 3) барьеры входа, а значить и мобильность из одной стратегической группы в другую могут быть различны, что позволяет оценить перспективы развития конкуренции в каждой из групп.

По нашему мнению, можно после некоторой модификации применять рассмотренный метод как один из возможных подходов к оценке уровня конку-

¹ Индекс Херфиндаля – Хиршмана. URL: <https://www.alt-invest.ru/lib/hhi>.

² URL: <https://ancb.ru/publication/read/20398?ysclid=mi5q2imlek87786075>

ренции на первичном рынке жилищного строительства. Для этого потребуется определиться с подходом к сегментации потребителей и подходом к дифференциации предложений застройщиков.

Выводы. Существующие подходы к оценке конкуренции на первичном рынке жилой недвижимости не позволяют получить точное понимание ситуации, главным образом потому что не позволяют на систематической основе учитывать положение малых и средних застройщиков, являющихся «фундаментом» возобновления конкуренции.

Необходимо осуществлять дифференцированный подход к оценке конкуренции на первичном рынке жилой недвижимости в разрезе стратегических групп конкурентов, с учетом ее динамического характера.

Список использованной литературы

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – Москва : Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Асаул В. В. Анализ конкуренции на российском рынке жилищного строительства в условиях цифровизации / В. В. Асаул, М. В. Петухов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2024. – Т. 14, № 8-1. – С. 90–100.
3. Астафьев С. А. Демонополизация, дерегулирование, саморегулирование: анализ состояния в России и за рубежом / С. А. Астафьев // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2011. – № 3. – С. 49–54.
4. Веденеев Д. А. Укрупнение строительных организаций – тенденция развития жилищного строительства в РФ / Д. А. Веденеев, Н. А. Иванов // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 5 – С. 20–23.
5. Каверзина Л. А. Факторы устойчивого развития инвестиционно-строительного бизнеса: финансово-экономический аспект / Л. А. Каверзина, М. И. Черутова, И. П. Нужина // Известия БГУ. – 2022. – Т. 32, № 4. – С. 701–710. – DOI: 10.17150/2500-2759.2022.32(4).701-710.
6. Князева И. В. Анализ состояния конкуренции на рынке жилищного строительства в контексте ключевых трендов / И. В. Князева, Е. С. Горевая, В. С. Казаржевская // Современная конкуренция. – 2024. – Т. 18, № 2. – С. 5–26. – DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-2-5-26.
7. Огородникова Т. В. Учет цикличности рынка недвижимости при принятии инвестиционных решений / Т. В. Огородникова, Б. М. Бедин, А. А. Соломеин // Известия БГУ. – 2023. – Т. 33, № 1. – С. 57–65. – DOI: 10.17150/2500-2759.2023.33(1).57-65.
8. Рабцевич О. В. Конкурентные преимущества компаний замкнутого цикла на олигополистическом рынке жилищного строительства / О. В. Рабцевич, И. В. Югова, О. А. Сенчилло // Недвижимость: экономика, управление. – 2022. – S 3-1. – С. 161–164.
9. Светник Т. В. Стратегические возможности и стратегии организаций-застройщиков в условиях проектного финансирования / Т. В. Светник,

Е. В. Федюкович // Известия Байкальского государственного университета. – 2022. – Т. 32, № 1. – С. 89–102. – DOI 10.17150/2500-2759.2022.32(1).89-102.

10. Цвигун И. В. Развитие методологии управления качеством и конкурентоспособностью в инвестиционно-строительной сфере / И. В. Цвигун, С. А. Астафьев // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права. – 2011. – № 6. Электронная версия).

11. Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. – Москва : Экономика, 1995. – 540 с.

12. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

13. Хайек Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф. А. Хайек. – Москва : Изограф: Начала-Фонд, 2001. – 255 с.

14. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер. – 9-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 1998. – 886 с.

Информация об авторах

Новикова Надежда Григорьевна – доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, novikovang@bgu.ru.

Полякова Нина Владимировна – доктор экономических наук, профессор, кафедра журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, polyakovanv@bgu.ru.

Information about the authors

Novikova Nadezhda Grigorievna – D.Sc. in Economics, Full Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, novikovang@bgu.ru.

Polyakova Nina Vladimirovna – D.Sc. in Economics, Full Professor, Department of Journalism and Marketing Technology, Baikal State University, Irkutsk, polyakovanv@bgu.ru.