

УДК 330

## ***АНАЛИЗ ОЛИГОПОЛИИ КАК ДОМИНИРУЮЩЕЙ СТРУКТУРЫ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЫ***

*Доброжинская А.А.*

*студент,*

*Финансовый университет при Правительстве РФ*

*г. Москва, Россия*

### **Аннотация**

В данной статье подробно рассматривается понятие олигополии, ее черты и разновидность. Проводится анализ входных барьеров на рынок, приводятся конкретные примеры компаний, работающих в условиях олигополии. Выявляются основные причины успеха фирм-олигополистов на рынке.

**Ключевые слова:** несовершенная конкуренция, олигополия, дуополия, тяжелая промышленность, рынок, финансовый барьер, экономия на масштабе.

## ***ANALYSIS OF OLIGOPOLY AS A DOMINANT STRUCTURE OF MODERN MARKET SYSTEM***

*Dobrozhinskaya A.A.*

*student,*

*Financial university under the Government of the Russia Federation*

*Moscow, Russia*

### **Annotation.**

The article considers the concept of oligopoly, its characteristics and varieties. Analysis of entry barriers is conducted, the examples of companies working in condition of oligopoly are given. The main reasons of oligopolists success in market are revealed.

**Keywords:** imperfect competition, oligopoly, duopoly, heavy industry, market, financial barrier, economies of scale.

В современной рыночной экономике различают два вида конкуренции: совершенную и несовершенную. Реальным видом конкуренции на рынке выступает несовершенная, при которой отдельные производители имеют возможность контролировать рынок. Несовершенная конкуренция включает в себя несколько типов рыночных структур, среди которых: монополия, монополистическая конкуренция и олигополия. Термин «Олигополия» (англ. oligopoly) происходит от греческого «oligos» - маленький и «poleo» продаю. Как уже было отмечено ранее, олигополия относится к несовершенной конкуренции и представляет собой рынок, на котором доминирует небольшое число производителей (как правило, до 10), а вход в отрасль новых фирм (производителей) ограничен достаточно высокими барьерами.

Рассмотрим характерные черты олигополии. Во-первых, немногочисленность фирм-производителей той или иной продукции, что может быть связано с особенностью технологии, со слиянием фирм или же со слишком высокими барьерами входа в отрасль. Примером, отражающим данную черту, может стать рынок черной металлургии в России. Он представлен девятью крупнейшими компаниями, среди которых: ОАО «ММК» (MAGN), ОАО «Северсталь» (CHMF), ОАО «НЛМК» (NFMF), ОАО «НТМК» (NTMK), ОАО «ЗСМК» (ZSMK), ОАО «Мечел» (MECH), ОАО «ОАМК» (OAMK), ОАО «Носта» (NOST) и ОАО «КМК» (KMEK).

Второй характерной чертой являются высокие барьеры входа в отрасль. В большинстве олигопольных отраслей основным барьером выступает экономия на масштабах. Так, компании – олигополисты, обладая значительным объемом производства, обеспечивают себе экономию издержек, соответственно, мелким фирмам просто не удастся удержаться в отрасли из-за больших издержек. Чтобы

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

доказать, что издержки маленьких фирм, слишком велики, чтобы остаться на рынке, обратимся к истории США. Так, в начале XX века количество фирм, выпускающих автомобили, равнялось примерно 200, в конце 1920-х годов, их количество упало до 50, а настоящее время вовсе превратилось в «Большую тройку»: «General Motors», «Ford» и «Chrysler».

Другим барьером входа в отрасли является финансовый барьер, поскольку для того, чтобы войти на рынок, фирме необходимо наличие огромных средств, вложение миллиардов в строение заводов и фабрик просто недоступно небольшим компаниям, именно поэтому в олигополии господствует лишь несколько фирм. Для примера, можно взять историю автомобилестроительной компании «АвтоВАЗ» в СССР: для строительства завода и наполнение его оборудованием потребовалось минимум 4 миллиарда рублей, именно поэтому инвестором выступало государство.

Следующей отличительной чертой олигополии выступает однородность (гомогенность) и разнородность продукции. К однородным товарам относят стандартизированную продукцию, в основном это товары промышленного назначения: нефть, сталь, цемент, минеральные удобрения и тд. В России олигополия в отрасли цементной промышленности представлена холдингами: «Евроцемент групп», «Сибирский цемент», «Мордовцемент», владеющие предприятиями. Другим примером могут служить 9 заводов минеральных удобрений России: КАО «Азот», «Еврохим», «Фосагро», ОАО «Минеральные удобрения», ОАО «Мелеузовски минеральные удобрения», ОАО «Акрон», ОАО «УРАЛХИМ», ЗАО «Селигер-Холдинг», ОАО «Салаватнефтеоргсинтез», ОАО «Менделеевсказот». К разнородной или дифференцированной продукции относятся товары, которые не являются абсолютными субститутами. В пример можно привести рынок табачных изделий, контролируемых пятью крупнейшими компаниями, на долю которых приходится 70% мирового табачного рынка. Это BAT-British American Tobacco Plc, CNTC-China National Tobacco Corporation, Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

PMI-Philip Morris International, Imperial Tobacco Group и JTI-Japan Tobacco International. Помимо однородной и разнородной олигополий, выделяют дуополию, т.е. простейшая ситуация на рынке олигополии, когда существует лишь две фирмы, которые конкурируют друг с другом. Примером дуополии в России является банковский рынок, разделяемый Сбербанком и ВТБ. Они сосредотачивают примерно 70% вкладов. Другим примером является дуополия на рынке операционных систем для смартфонов, среди них: Google Android и Apple iOS.

Последней отличительной и, пожалуй, главной чертой данной структуры рынка является взаимозависимость фирм, т.е. изменение цены или объемов производства одной фирмы вызовет ответную реакцию конкурентов. Это черта является характерной для олигополии, поскольку конкурентная фирма не влияет на другие фирмы, а у монополиста вовсе нет конкурентов. Например, рассматривая олигополию на рынке электроники и цифровой техники, где активно разворачивается борьба между такими компаниями, как Apple и Samsung, четко прослеживается зависимость фирм друг от друга, в данном случае относительно создания новой техники. В апреле 2010 года компанией Apple был запущен первый интернет-планшет Ipad, что побудило компанию Samsung к ответным действиям, дабы оставаться конкурентоспособной, поэтому в сентябре того же года выходит их первый планшет Galaxy Tab. Еще одним примером может служить более узкий рынок, а именно - смартфонов. За первый квартал 2015 года компании Apple удалось продать 74,5 миллионов смартфонов. Однако такое количество поставил и главный конкурент компании Apple - Samsung. Данные примеры отлично иллюстрируют взаимозависимость фирм при олигопольной структуре рынка.

В дополнение хотелось бы ещё раз объяснить причину немногочисленности фирм на рынке олигополии на примере японского автомобиля Toyota Camry. В салоне данный автомобиль стоит примерно 950

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

тысяч рублей, при этом его себестоимость составляет 190 тысяч рублей при наборе деталей стоимостью 95 тысяч. Возникает вопрос, из чего складываются цены готовой продукции на рынке олигополии? Себестоимость автомобиля составляет около 20% от рыночной (половина – это детали, другая половина – труд рабочих). Поскольку Toyota не является отечественной, то для неё остальные 80% состоят из таможенных пошлин (50%), комиссия дилеров (4%), реклама и продвижение бренда (26%), подсчитав проценты, можно сделать вывод, что рынок олигополии осложнен практически непреодолимыми финансовыми и производственными барьерами для новых фирм.

Таким образом, отличительными чертами олигополии являются однородность или разнородность товаров, небольшое количество фирм, взаимодействие друг с другом, значительные барьеры на входе в отрасль. Фирма должна иметь огромные средства и объемы производства, чтобы удержаться на рынке. В большинстве стран, в т.ч. и в России, практически все отрасли тяжелой промышленности (металлургия, автомобилестроение, электроника и т.д.) обладают данной структурой. В данных отраслях олигополия действительно выступает доминирующей структурой.

Таким образом, олигополистическая структура действительно является доминирующей практически во всех отраслях тяжелой промышленности, однако встречается и в других отраслях, о чем свидетельствуют приведенные примеры. Компании достигают экономии на масштабах, что делает их недостижимыми для маленьких фирм. Огромный объем производства, обеспечивающий значительную прибыль, позволяет олигополии оставаться наиболее приспособленной к условиям современной экономической действительности структурой.

**Библиографический список:**

1. Курс микроэкономики: учебник/Р.М.Нуреев. - 3-е изд., испр. и доп.- М.: Норма : ИНФРА-М, 2014 -624с.
2. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебное пособие/Под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю.Юданова. - 4-е изд., исправл. и доп. – М.: КНОРУС. -2004. С. 352, 360.
3. Микроэкономика: Учебник/Под ред. Г.П. Журавлевой и Л.Г.Чередниченко. –М.:ИНФРА-М. – 2015 – 415с.
4. Никулина И.Н. Микроэкономика: Учебник – М.: ИНФРА –М, 2013-553с. (Высшее образование: Бакалавриат)
5. Траут Дж., Ривкин С. Сила простоты: руководство по успешным бизнес-стратегиям/ Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2007-240с.

*Оригинальность 97%*