

## ЭКОНОМИКА

*Климова Александра Сергеевна*

студентка

*Швец Юрий Юрьевич*

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации»  
г. Москва

### РОЛЬ ОЛИГОПОЛИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Аннотация:* в статье говорится об олигополии как о самой преобладающей стратегии или рыночной структуре, рассказывается о роли олигополии в России.

*Ключевые слова:* олигополия, рыночные отношения, модель, олигополисты.

С переходом России к рыночным отношениям, когда предприятия приобрели настоящую экономическую самостоятельность, появилась проблема демополизации экономики. Освободившиеся от зависимости вышестоящих органов – предприятия получили полное право устанавливать объемы производства и цены отпускаемой продукции и вследствие данного феномена начали действовать как классические рыночные монополии. Однако монополия как часть рынка в чистом виде сохранилась лишь в немногих отраслях экономики. При этом лидирующее положение структуры современного рынка занимает олигополия.

Целью данной работы выступает исследование роли олигополии в Российской экономике. Для лучшего рассмотрения данного вопроса нужно выделить следующие задачи: Во-первых, рассмотреть понятие олигополии и изучить особенности олигополистического рынка и особенности его возникновения, как в целом, так и в России. Во-вторых, рассмотреть теоретические модели олиго-

полии и дать характеристику компаний-олигополистов в России опираясь на данные структурные модели. В-третьих, провести экономический анализ рынка олигополии в России на примере различных отраслей и сделать сравнительный анализ российской и зарубежной олигополии. В заключении, подвести итоги проделанной работы.

В ходе данного исследования можно выявить основные теоретические аспекты появления олигополии, а так же лицезреть основные модели олигополии различных ученых. Слово «Олигополия» появилось на рубеже 15 и 16 века, и было введено в обиход Томасом Мором. Сама концепция такого рынка предполагает под собой ряд факторов: немногочисленность фирм на рынке, жесткая диверсификация выпускаемого продукта, значимые барьеры для входа в отрасль\на рынок, эффект слияния для монополизации, взаимозависимость фирм, при этом данный тип рыночной структуры должен всегда учитывать поведение как конкурентов, так и потребителей.

Многообразие форм поведения олигополий и особенности их взаимоотношений в конкретных рыночных ситуациях предопределяют существование большого количества разнообразных моделей олигополии, только взятые в целом – они могут дать достоверную информацию о рынке.

Самый распространенный пример – модель Курно – при данной модели фирмы максимизируют свою прибыль, имеют некую рыночную власть, отсутствие входа и выхода с рынка. Данная модель не учитывает изменение объема и цены конкурентов. Однако в практической деятельности поведение компаний-олигополистов может быть различным, поэтому стоит рассмотреть модель асимметричной олигополии, которая была представлена экономистом из Германии Г. фон Штакельбергом. Данная модель учитывает, что каждая компания может установить собственные объемы производства, однако при этом на рынке могут присутствовать только компания, занимающее лидирующее положение.

Так же существует модель Чамберлина, она отличается от предыдущих моделей тем, что в ней предполагается, что дуополисты не столь наивны, как в

модели Курно, что они способны сделать конкретные выводы на основании своего предыдущего опыта – они знают, что объемы производства конкурента колеблются в ответ на их собственные решения. Так по мере роста числа продавцов цена равновесия будет снижаться ниже монопольной цены равновесия и дойдет до чисто конкурентного уровня, когда число продавцов будет стремиться к бесконечности. Существующая модель Бертрана использует совершенно иной принцип, согласно которому компании определяют цены на свой выпуск и производство продукции, исходя из установленного на рынке объема продаж. Рассматриваемая модель предполагает, что компания при установлении цены должно угадывать цену, которую выставит иное конкурирующее компания на схожий товар. При этом каждая компания стремится сделать выбор, который позволит максимизировать прибыль компании при установленной цене на схожую продукцию у другой компании.

В ходе анализа было выявлено, что олигополий на Российском рынке значительное кол-во в «технологическом секторе» газодобыча, почта, трубопроводный транспорт, железнодорожный транспорт, военно-промышленный комплекс. То есть практически все отрасли, на которые опирается современная российская экономика. По объему реализации олигополистические фирмы в России занимают лидирующее положение – порядка 60%. В большинстве своем олигополисты, являются основной движущей силой экономического роста России, не смотря на многие проблемы данной структуры: высокий уровень коррумпированности чиновников, криминализацию общества, «нерыночную» конкуренцию.

Взяв в рассмотрение западные компании, мы увидим, что в хорошо развитых странах так же развита олигополистическая рыночная структура – там не существует крайних состояний рынка. Так же можно сделать вывод о том, что доля малого и среднего бизнеса преобладает, а следовательно развита конкуренция, что говорит о присутствии «больших слонов» даже на узкоспециализированных рынках. Переплетение монополий и конкуренции характерно для ми-

рового рынка, особенно в отраслях рынка новых наукоемких товаров, когда число производителей-поставщиков ограничено.

Говоря о собственных выводах, можно констатировать тот факт, что с одной стороны олигополия – это хорошо, а с другой стороны плохо. Данную позицию принимать могут как фирмы, так и потребители. Конечно, существует разное кол-во стратегий т.е. огромное кол-во разных рыночных структур, но одна из самых преобладающих – олигополия и она имеет право на жизнь. Говоря о роли олигополии в России, можно сказать, что она достаточно высока, так как огромное количество высокоразвитой промышленности олигополизированы, но главная задача правительства на данном этапе создать все необходимые условия для того, чтобы данные фирмы не вступили в сговор и не появились монополизированные отрасли в РФ.

### *Список литературы*

1. Курс экономической теории / Под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. – 7-е изд., испр., дополн. и перераб. – Киров: «АСА», – 2014.
2. Микроэкономика: учебник / под ред. Е. Б. Яковлева. – 11-е изд. – М.; СПб.: Поиск, 2014.
3. Молибог, Т.А. Экономика для менеджеров: Учебное пособие / Т.А. Молибог, Ю.И. Молибог. – 2015.
4. Чеканский, А.Н. Микроэкономика. Промежуточный уровень: учебник / А.Н. Чеканский, Н.Л. Фролова. - М.: ИНФРА-М, – 2014.