ЛІДЕРСТВО В ЦІНАХ

ВИКОНАЛА:

СТУДЕНТКА 2 КУРСУ

ГРУПА 071-ОАП

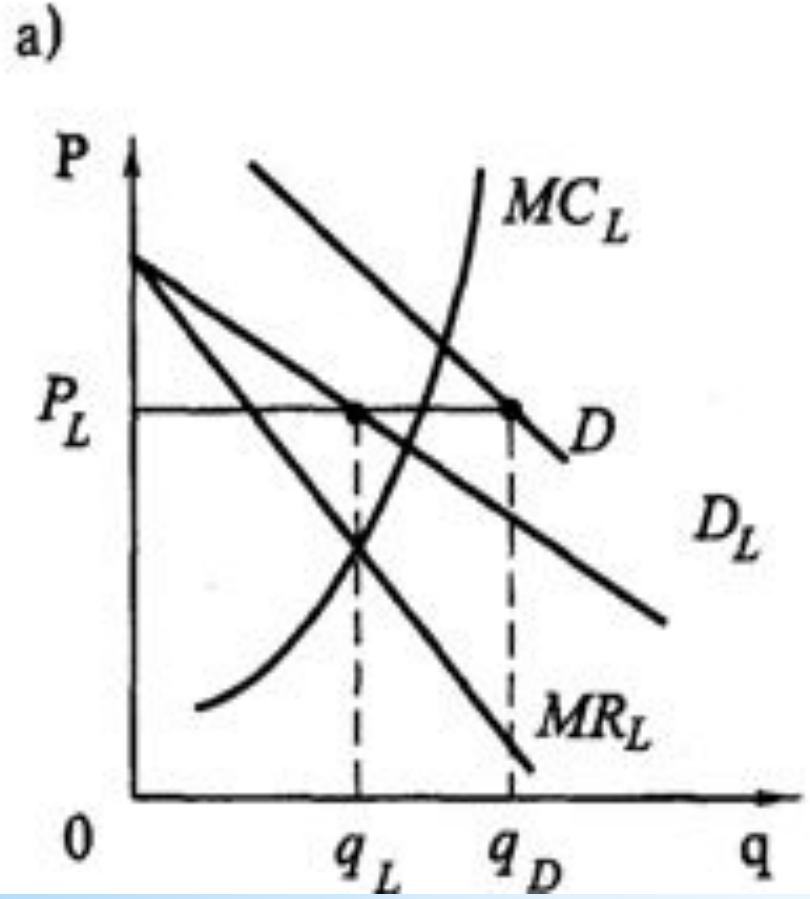
КАТРУК ОЛЬГА

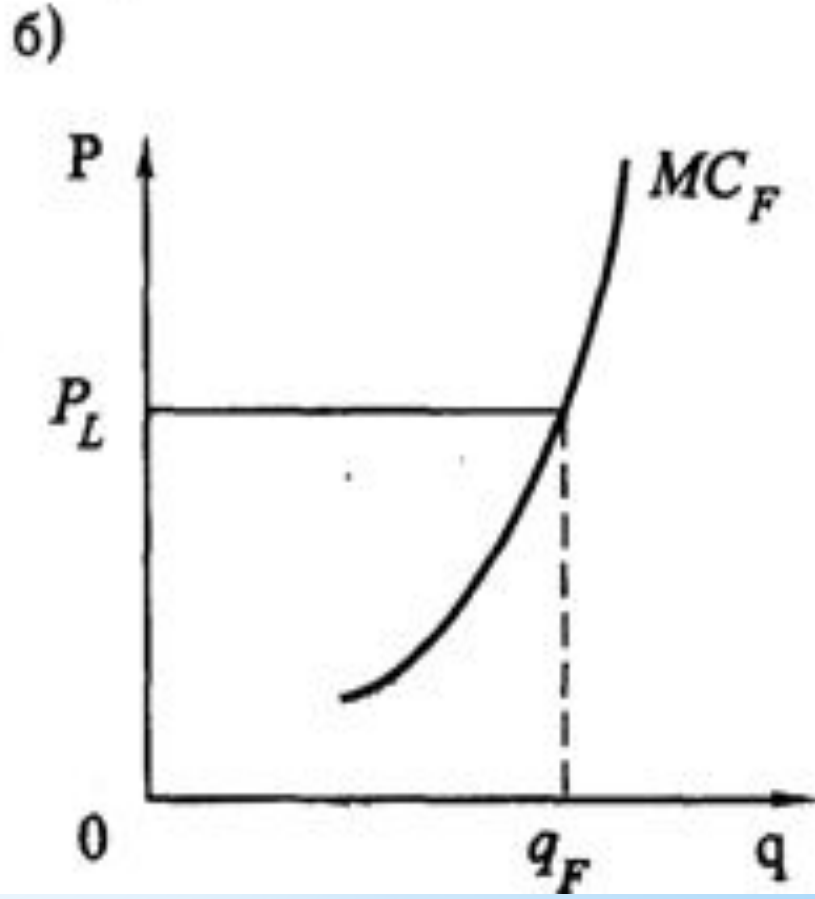
Лідерство в цінах (мовчазна змова) - цю угоду між олігополістами про ціни на свою продукцію.

Суть лідерства в цінах полягає в тому, що найвпливовіша в галузі фірма (як правило, найбільша або найефективніша) встановлює (змінює) ціну, а всі інші наслідують ці зміни і пристосовують до них свої обсяги виробництва.

Тактика лідера при коригуванні цін:

- ✔ Коригування цін рідкісна і проводиться в разі значних змін у витратах.
- ✔ Про що насувається перегляд цін повідомляється часто через ЗМІ.
- ✔ Ціновий лідер вибирає необов'язково максимальну ціну.



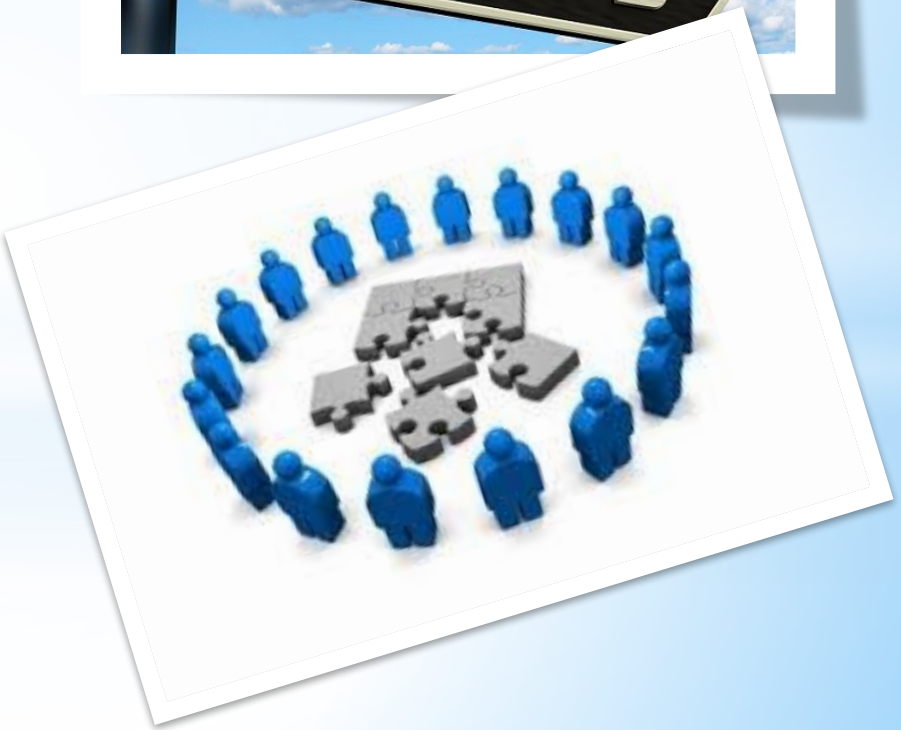


Лідерство у встановленні цін

Для того, щоб фірма стала лідером в своїй галузі, вона повинна відповідати таким умовам:

- фірма контролює значну частину виробництва і продажів і може вплинути на ринок за допомогою власних рішень;
- рівень витрат на підприємствах фір є найменшим в галузі (за рахунок кращої технології, більш досконало управління, більш кваліфікованої робочої сили і т.д.);
- диференціація продукції фірми виділяє її в очах споживачів (за рахунок високої якості, реклами і т. д.).

Зазвичай розрізняють два основних типи цінового лідерства - лідерство фірми з істотно нижчими витратами, ніж у конкурентів і лідерство фірми, що займає домінуюче становище на ринку, але не суттєво відрізняється від послідовників за рівнем витрат.



Розрізняють дві основні форми цінового лідерства, не засновані на таємній змові:

- лідерство домінуючої за ціною фірми;
- лідерство барометричної фірми.

Лідерство барометричної фірми

Дана форма лідерства припускає існування в галузі кількох приблизно **рівноцінних підприємств**, так що жодне з них **не може нав'язувати свої ціни** іншим. У цих умовах **одна з фірм** галузі стає **ціновим лідером** не тому, що вона має найбільшу частку на ринку або найменші витрати, а в силу своєї особливої **здатності вірно відстежувати зміни в ринковій ситуації** (Майбутній зростання або падіння цін на ресурси, що використовуються фірмами галузі, зміна цін на товари доповнюють чи замінюють). Таким чином, інші компанії галузі сприймають дії даної фірми як індикатор, або барометра майбутньої кон'юнктури. Разом з тим галузь може не відразу прийняти нові ціни, дотримуючись стратегії - почекаємо і побачимо.

Лідерство домінуючої за ціною фірми

Фірма-лідер знає галузеву криву попиту і криву пропозиції конкурентного оточення, вона призначає предпочитаемую нею ціну в якості поточної ринкової ціни і дозволяє конкурентам вільно торгувати за цією ціною. Фірми конкурентного оточення визначають оптимальний обсяг свого випуску за формулою **MC = MR**, причому **MR**дорівнює ціні домінуючої фірми.

Дякую за увагу!