# Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Выполнили: Бочегурова А.
Ушалова А.
УБ11-01

# Олигополия

**Олигополия** - это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами

# Характерные черты олигополии:

1. Немногочисленность фирм в отрасли:
   - жесткая олигополия
   - аморфная олигополия
2. Высокие барьеры для вступления в отрасль:
   - эффект масштаба
   - патентная монополия
   - монополия контроля над редким источником сырья
3. Всеобщая взаимозависимость

# Основные формы поведения фирмы в условиях олигополии

- Некооперативное взаимодействие
- Кооперативное взаимодействие

# Некооперативное взаимодействие фирм

**Стратегии и стратегические переменные**

| Стратегии | | Стратегическая переменная | |
|---|---|---|---|
| | | Объём продаж | Цена |
| Последовательность принятия решений | Одновременно | Модель Курно | Модель Бертрана |
| | | | Модель Эджуорта |
| | Последовательно | Модель Штакельберга | Модель Форхаймера |

# Некооперативное взаимодействие фирм

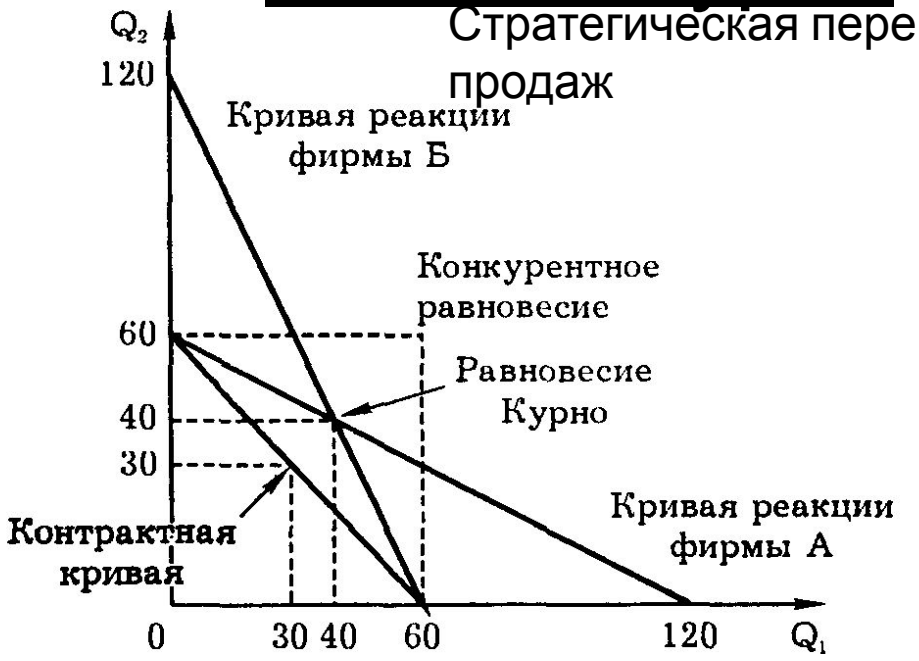
## Модель Курно

1) Две фирмы производят однородный товар
2) Фирмам известна кривая рыночного спроса
3) Стратегической переменной каждой из фирм на рынке является объем выпускаемой продукции
4) Фирмы выбирают свои объемы производства некооперативным методом

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Курно

Стратегическая переменная - объём продаж




Пересечение кривых реагирования этих двух фирм (точка Е) **показывает равновесие Курно**:
каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, ни одна из фирм не имеет стимула изменять свой объем производства

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Бертрана

1) Спрос зависит от уровня цены, которую решит установить вторая фирма

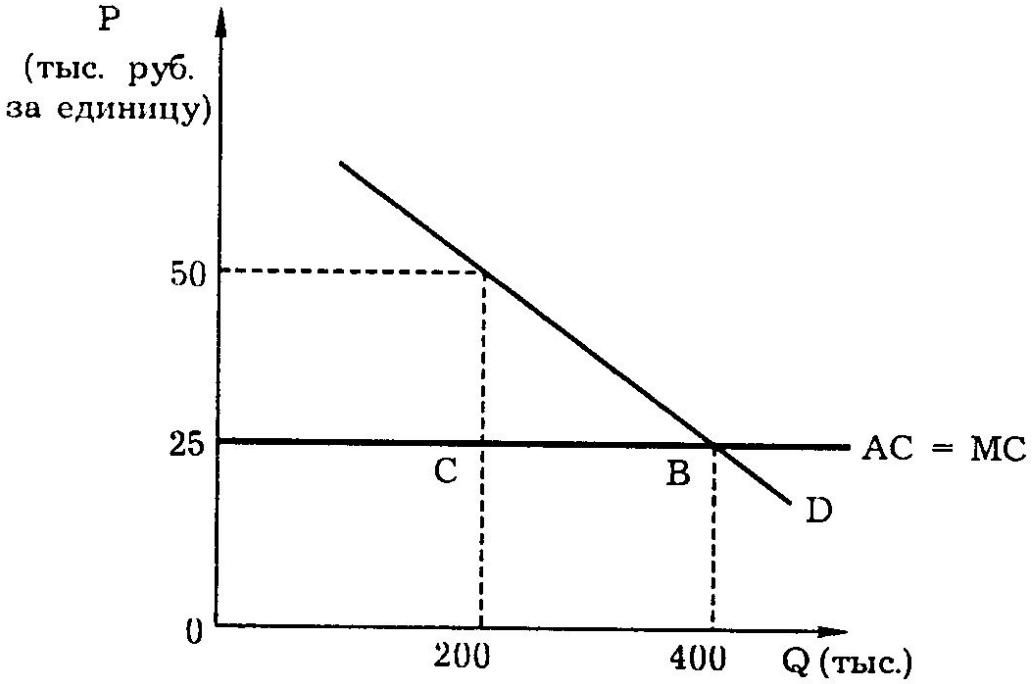
2) Предполагается, что все фирмы обладают достаточным объемом мощностей для удовлетворения всего рыночного спроса

3) Стратегическими переменными каждой фирмы на рынке являются цены

4) Фирмы выпускают однородный товар

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Бертрана




**Ценовая война** - это цикл постепенного снижения существующего уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка.

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Бертрана

- Если P1> P2> MC, фирма 1 не будет продавать товар, П=0
- Если P1<P2, фирма 1 может захватить весь рынок и получить положительную прибыль
- Если P1 = P2> MC, то две фирмы поделят рынок, однако такая рыночная ситуация будет нестабильной

**Условие P1=P2=MC единственно возможный путь достижения равновесия на рынке**

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Эджуорта

Стратегическая переменная - цена

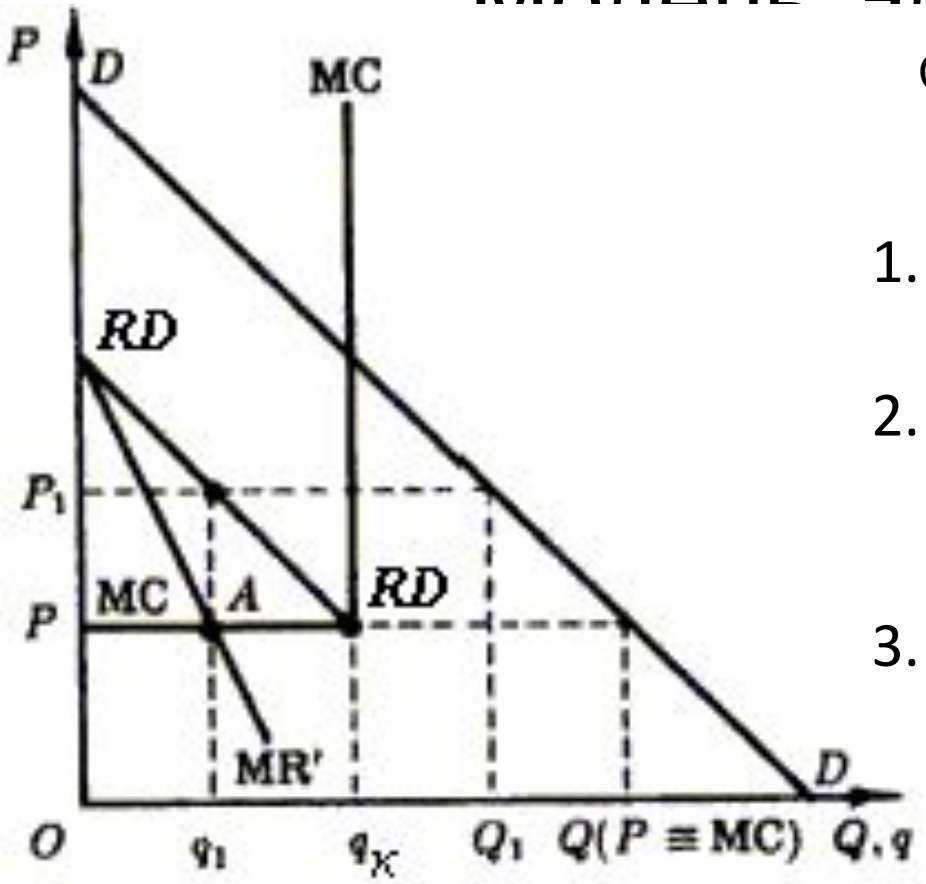



Рис. Дуополия Эджуорта.

1. Фирма 2 продает товар по цене P=MC
2. Фирма 1 сталкивается на рынке с остаточным положительным спросом
3. Отсюда, Фирма 1 MC=MR=P1

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Штакельберга

Стратегическая переменная - объем продаж

Принятие решений - последовательное

Выбор фирмой-лидером производственной мощности, учитывая будущую реакцию другой фирмы (или фирм) на свои действия

- Фирма 1(лидер) принимает решения о выпуске продукции независимо
- Фирма 2 корректирует свое поведение, исходя из выбора фирмы 1

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Форхаймера

Стратегическая переменная - цена
Принятие решений - последовательное

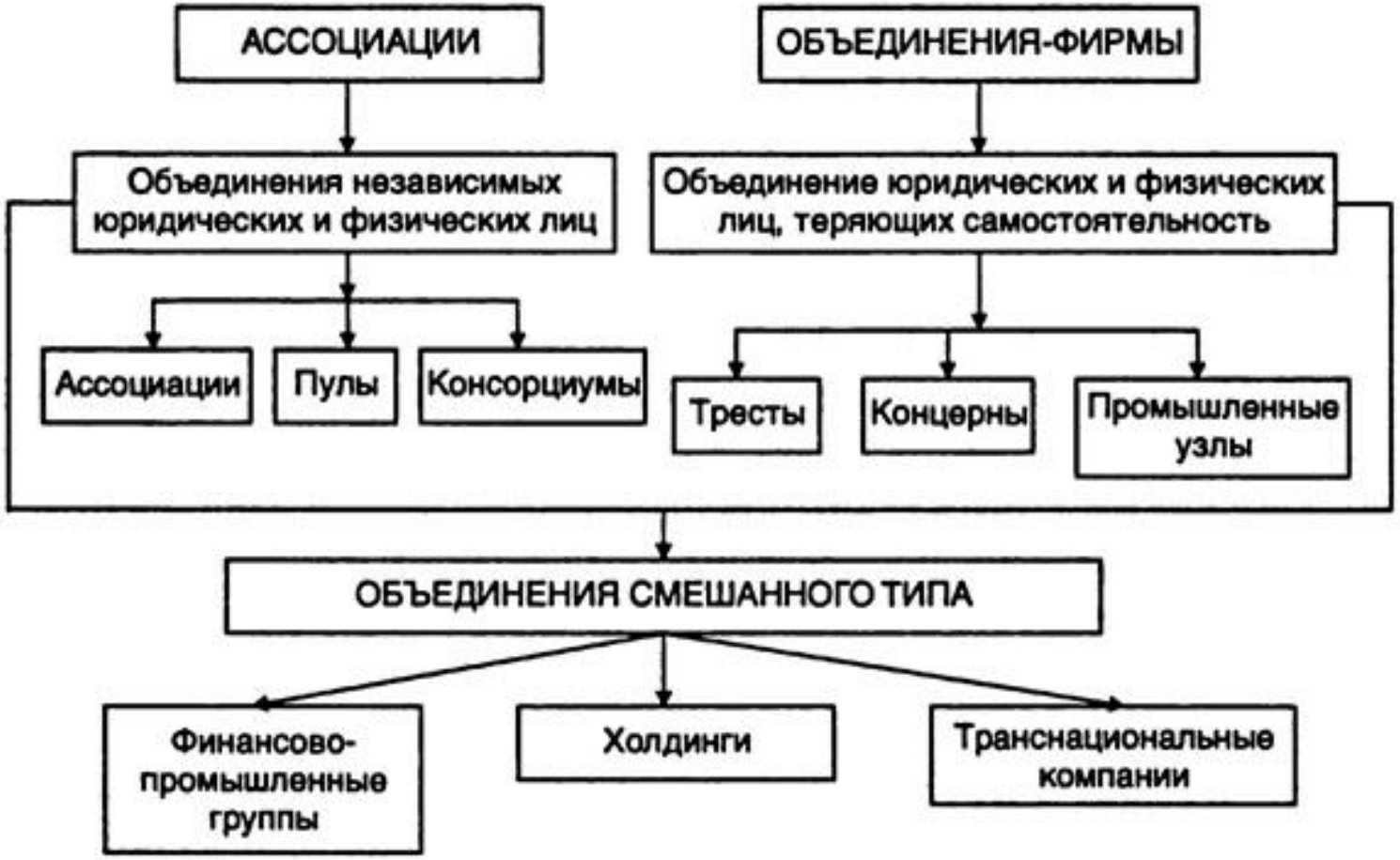
- Активная фирма, обладая рыночной властью, определяет цену товара
- Конкурентное окружение является ценополучателем

# Выводы

- Модели Курно и Штакельберга применяется при исследовании рынков, когда у фирм существуют фиксированные производственные мощности (Самолётостроение, судостроение и др.)
- Модели Бертрана и Эджуорта применяется в тех случаях, когда фирмам сложнее корректировать принятые цены (аукционы, каталоги)

# Кооперативное взаимодействие фирм

**Картель** - ассоциация фирм, которые заключили явное или тайное соглашение о координации своей деятельности

Картели проводят политику ценообразования посредством ограничения объема выпуска фирм (квот) и назначения одинаковых цен для увеличения совокупной прибыли отрасли и индивидуальных прибылей каждой из фирм

# Кооперативное взаимодействие фирм
## Структурная характеристика объединений