

# 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
	Последовательно	Модель Штакельберга	Модель Эджуорта
			Модель Форхаймера

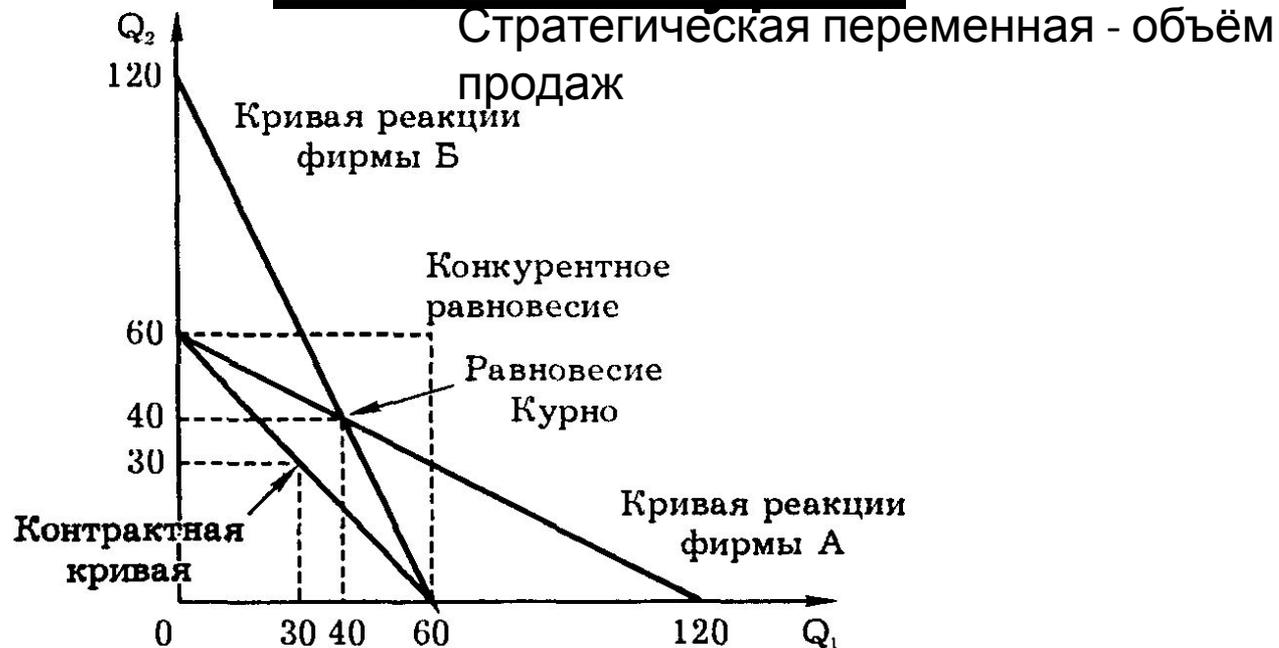
# Некооперативное взаимодействие фирм

## 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



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

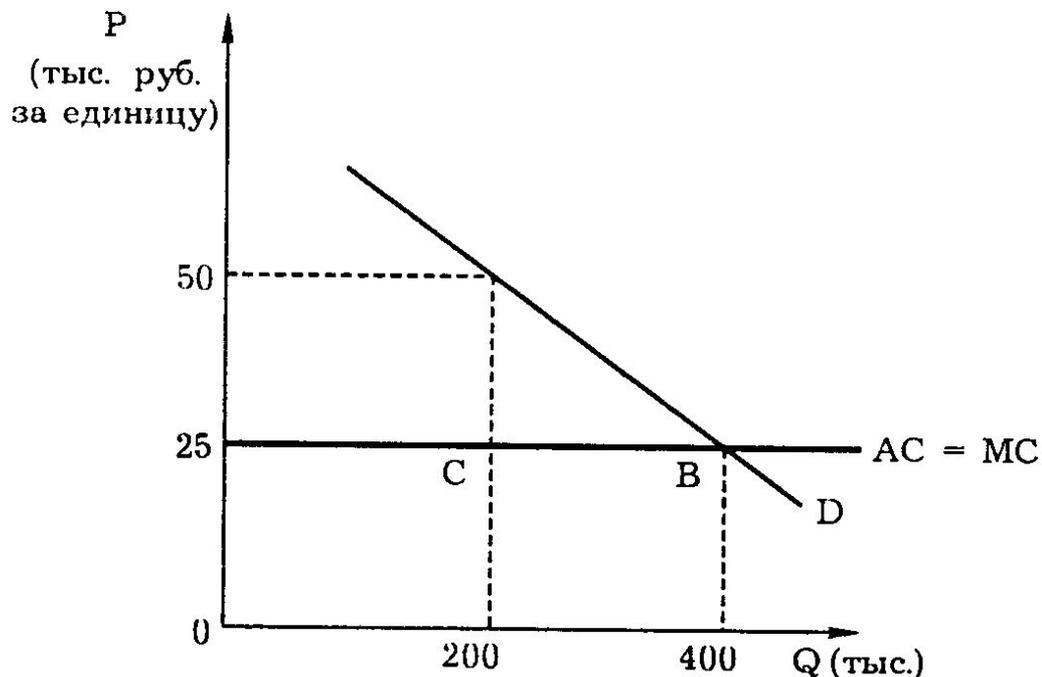
# Некооперативное взаимодействие фирм

## 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  $P_1 > P_2 > MC$ , фирма 1 не будет продавать товар,  $\Pi = 0$
- Если  $P_1 < P_2$ , фирма 1 может захватить весь рынок и получить положительную прибыль
- Если  $P_1 = P_2 > MC$ , то две фирмы поделят рынок, однако такая рыночная ситуация будет нестабильной

**Условие  $P_1 = P_2 = MC$  единственно возможный  
путь достижения равновесия на рынке**

# Некооперативное взаимодействие фирм

## Модель Эджуорта

Стратегическая переменная - цена

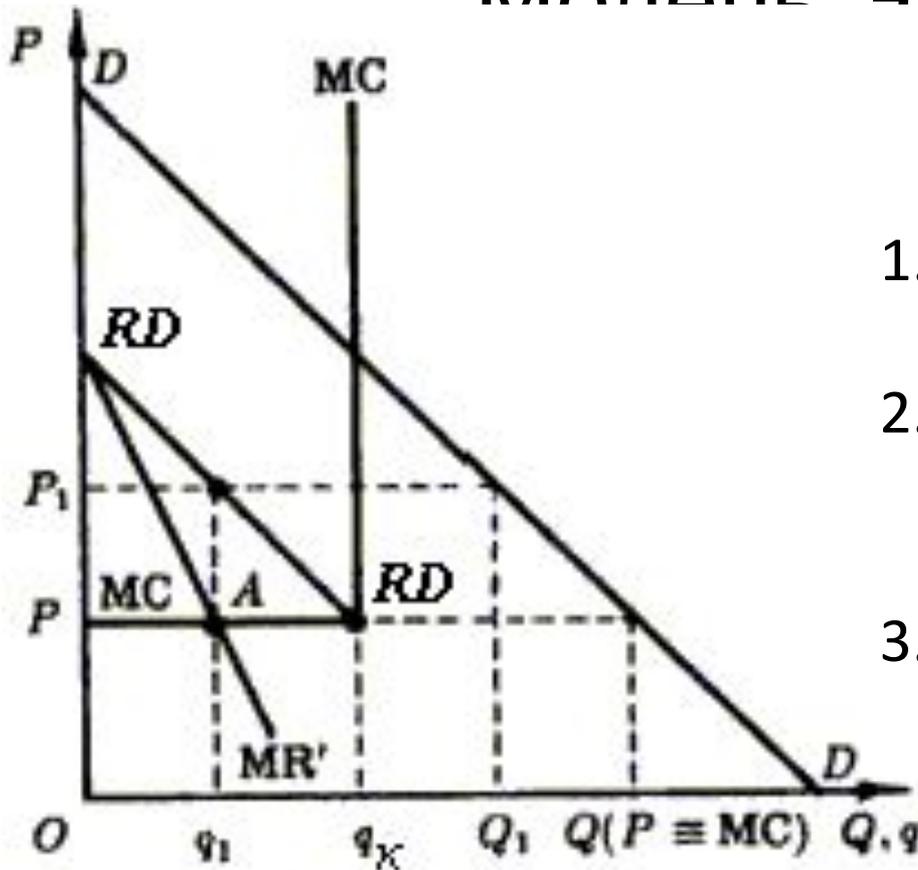


Рис. Дуополия Эджуорта.

1. Фирма 2 продает товар по цене  $P=MC$
2. Фирма 1 сталкивается на рынке с остаточным положительным спросом
3. Отсюда, Фирма 1  $MC=MR=P_1$

# 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

