

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

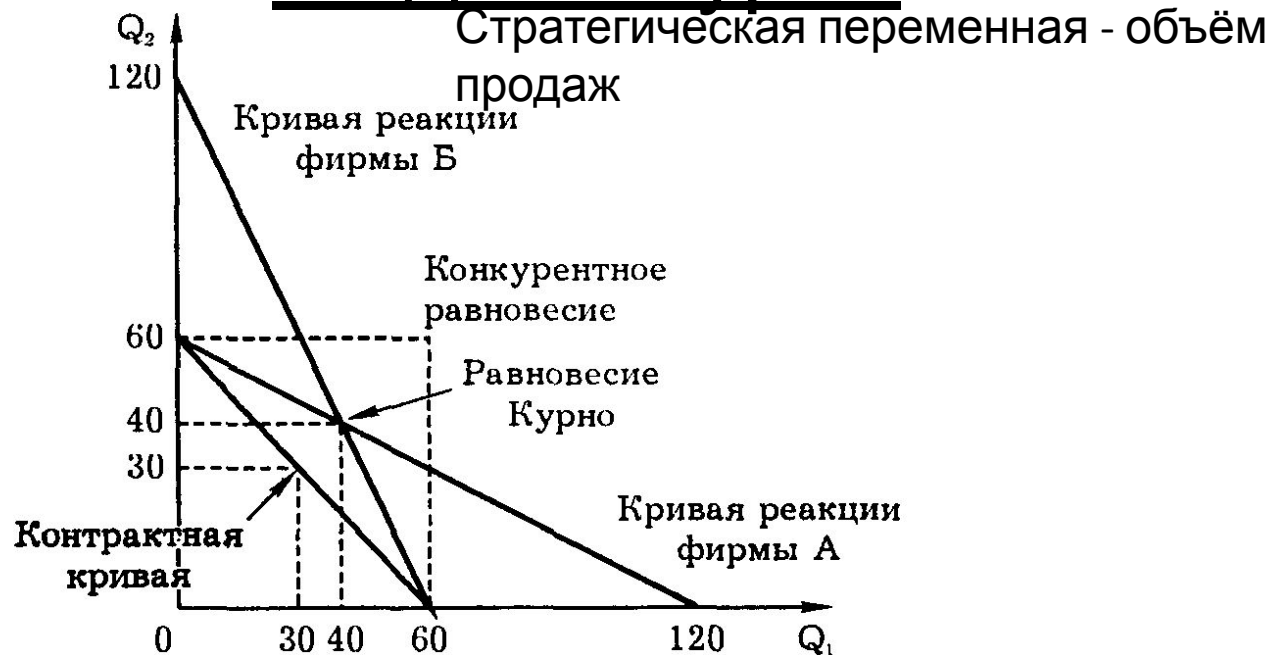
Некооперативное взаимодействие фирм

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 E) **показывает равновесие Курно:**

каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента и принимает оптимальное для себя решение, ни одна из фирм не имеет стимула изменять свой объём производства

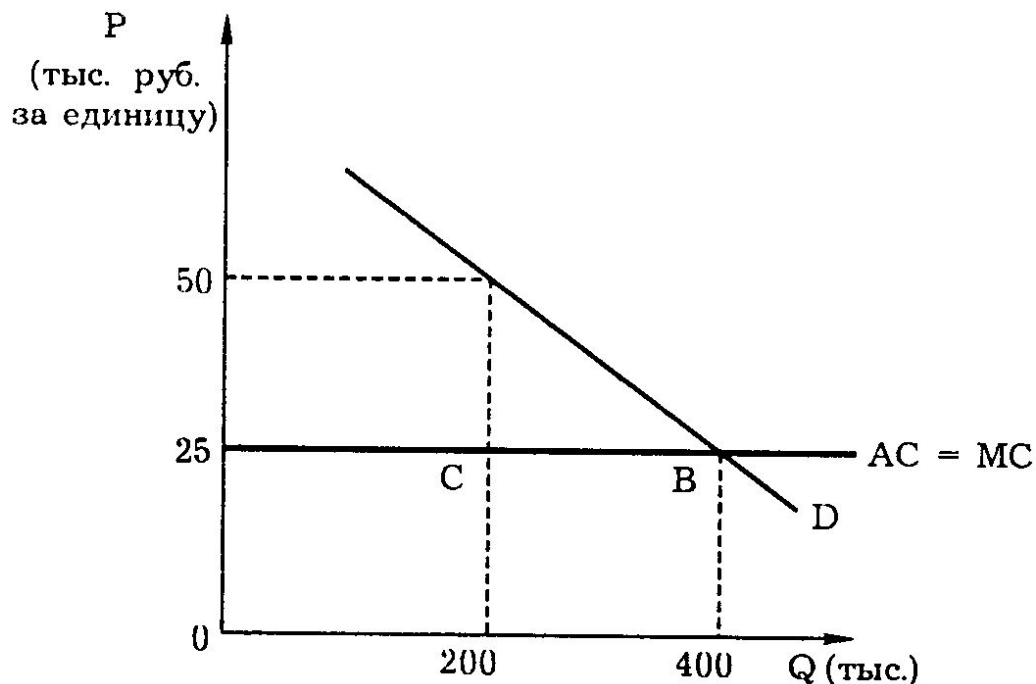
Некооперативное взаимодействие фирм

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

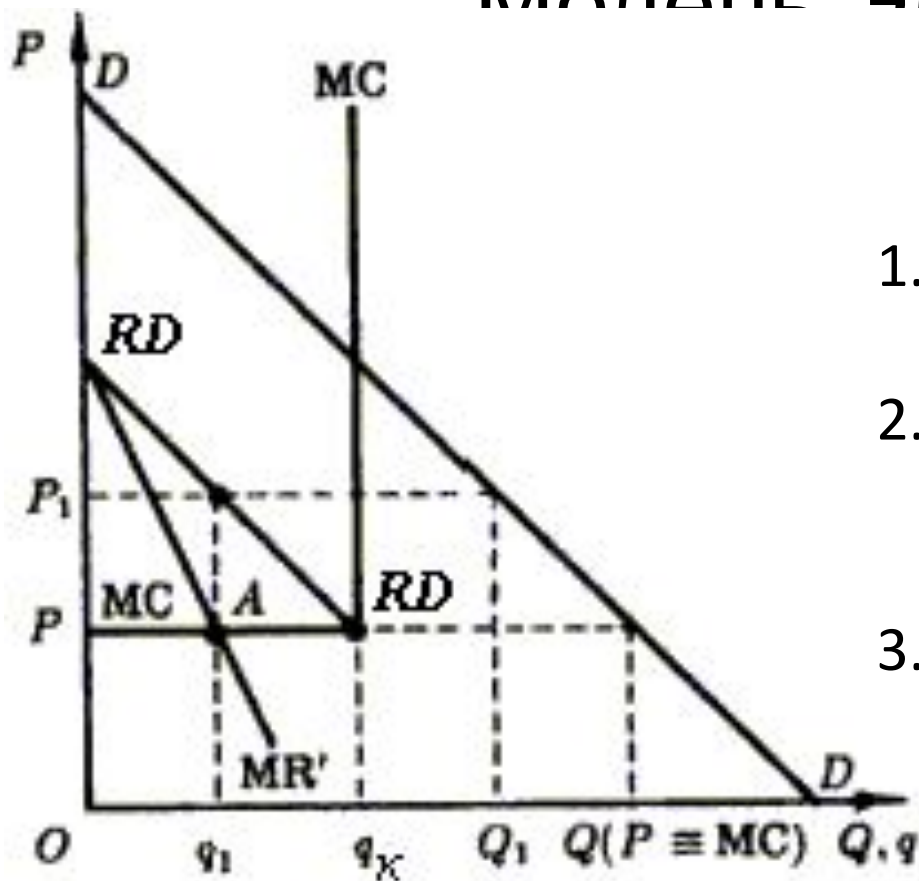


Рис. Дуополия Эджуорта.

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

