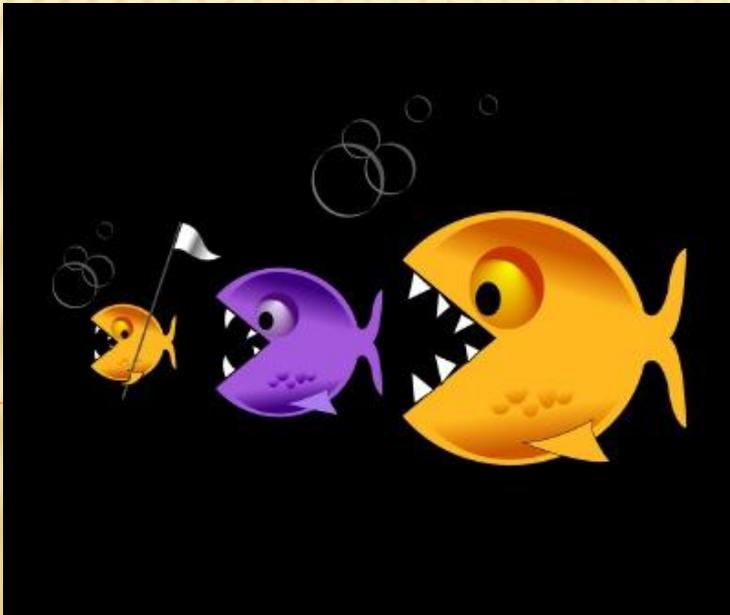


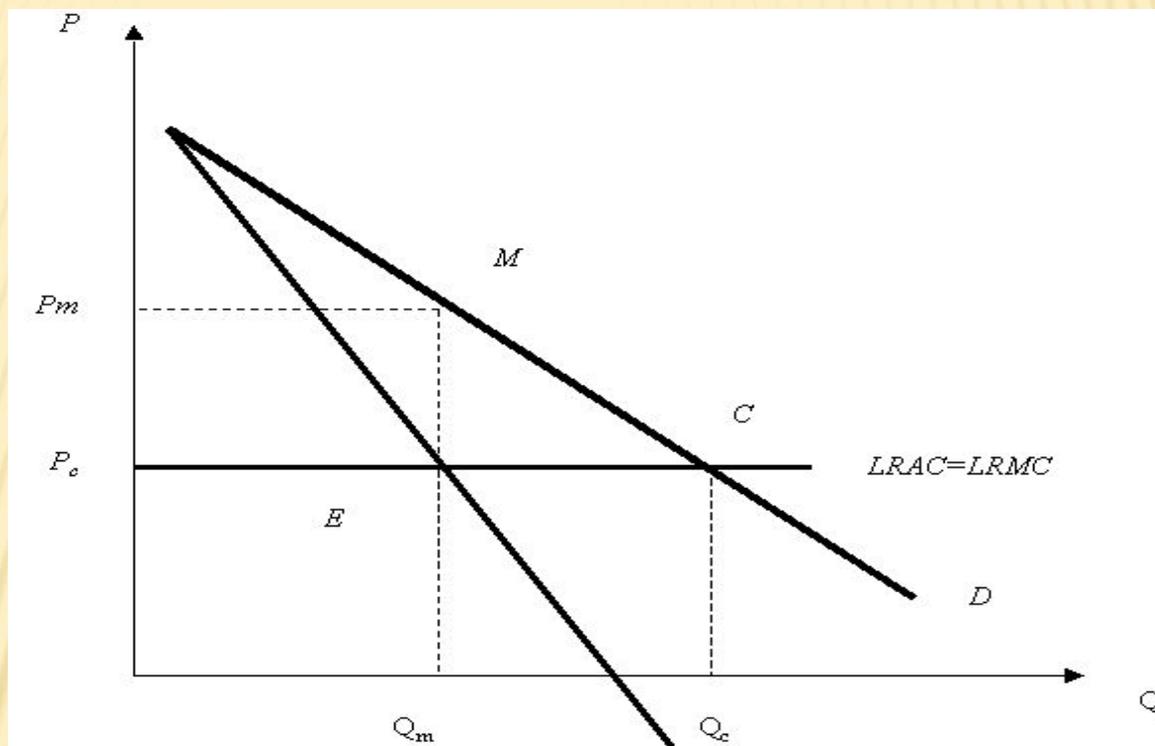
КООПЕРИРОВАННАЯ ОЛИГОПОЛИЯ (СГОВОР И КАРТЕЛИ)



Выполнила студентка 1
курса
Редок Полина

-
- Один из примеров кооперированной олигополии - сговор между фирмами конкурентами.
 - Картель - это объединение олигополистов, которые вступают в сговор с целью совместного решения относительно уровня рыночной цены и объёмов выпускаемой продукции.

РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ КАРТЕЛЯ



- Если картель включает все фирмы отрасли, то отрасль становится монополией. Соответственно цена (P_m), выпуск (Q_m) и общая прибыль (Π) фирм будут такими же как и при монополии.

ДЛЯ УСТАНОВЛЕНИЯ КАРТЕЛЯ НЕОБХОДИМО СДЕЛАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ.

- ▣ 1. Убедиться, что существует барьер для входа в отрасль, чтобы предотвратить продажу товара другими фирмами после повышения цены.
- ▣ 2. Организовать встречу всех производителей данного вида товара, для установления совместных ориентиров по общему уровню выпуска продукции.
- ▣ 3. Установить квоты каждому члену картеля.
- ▣ 4. Установить процедуру проведения утвержденных квот в жизнь.

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ КАРТЕЛЯ

- Картели также сталкиваются с проблемой при принятии решений о монопольной цене и уровне выпуска.
- Кроме того, у каждой фирмы появляется стимул нарушить картельное соглашение путём увеличения квот выпуска или понижения цены.

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ОБЛЕГЧАЮТ СОХРАНЕНИЕ КАРТЕЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ.

- Способность картеля поднять цены в отрасли и удерживать длительное время на высоком уровне для всех фирм, входящих в него.

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ОБЛЕГЧАЮТ СОХРАНЕНИЕ КАРТЕЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ.

- Низкая вероятность наказания от правительства за нелегальность картельного формирования.

Как правило, в переходной экономике слабо развита антимонопольная политика, и поэтому вероятность наказания за картельное соглашение ниже.

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ОБЛЕГЧАЮТ СОХРАНЕНИЕ КАРТЕЛЬНОГО СОГЛАШЕНИЯ

- Низкие издержки по организации картеля.

Издержки по организации картеля включают в себя, прежде всего, затраты по ведению переговоров между предполагаемыми участниками (транзакционные издержки).

ФАКТОРЫ, ОТ КОТОРЫХ ЗАВИСИТ ВЕЛИЧИНА ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

- 1) число фирм в отрасли.
- 2) концентрация производителей.
- 3) однородность продукта отрасли.
- 4) наличие в отрасли торговых объединений (ассоциаций).

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**