

Олигополия

*Дубынина Анна Валерьевна,
к.э.н., доцент кафедры
«Экономика и финансы»*

План темы

1. Основные черты олигополистического рынка
2. Разновидности олигополии
3. Механизмы координации действий олигополистов
4. Оценка олигополии

1. ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Олигополия (греч. олигос – немногий, «полео» – продать)



тип рынка, на котором несколько крупных фирм, производят большую часть продукции отрасли (черная, цветная металлургия, автомобиле-, судостроение)



Особенности олигополии

- Взаимозависимость фирм
- Существование большого количества моделей
- **«Жесткость цен»** - удержание цен на постоянном уровне за счет изменения объема производства в зависимости от сезона, наличия или отсутствия спроса и т.д. по причине значительных расходов на смену ценников, переиздание каталогов, изменение договоров

2. РАЗНОВИДНОСТИ ОЛИГОПОЛИИ

Разновидности олигополии

- Нескоординированная олигополия
- Картель
- Картелиподобная структура

Нескоординированная олигополия



фирма не согласовывает свои действия с другими участниками олигополистического рынка

Картель

законодательно оформленное объединение, участники которого сохраняют свою производственную самостоятельность, но согласуют свои действия по поводу раздела рынка, изменения цены с целью получения монопольной прибыли



Картель

- Возникновение в XIX в.
- Существовали на законных основаниях до 1930-х г. XX в.
- Установление между участниками соглашения о единых ценах, о разделе рынка, о единой политике по отношению к поставщикам ресурсов (профсоюзам)

Преимущества для участников картеля

- Повышение цены
- Закрепление определенных сегментов рынка за конкретными участниками соглашений
- Лоббирование интересов в органах государственной власти
- Проведение совместной борьбы с аутсайдерами – фирмами, которые не входят в соглашения и продают продукцию по более низкой цене

Картель является недолговечной структурой

Причины:

- Большое количество участников
- Сильная дифференциация продукта
- Большие различия в уровне издержек
- Изменения в уровне спроса
- Интенсивность развития НТП в отрасли

Картеподобная структура рынка



«Игра по правилам» - фирмы сознательно делают свое поведение понятным и предсказуемым для конкурентов.

Фирмы договариваются о разделе рынка, о повышении цены, но юридической силы это соглашение не имеет

Картеподобная структура

«Игра по правилам» - некоторый компромисс между нескоординированной олигополией и прямым сговором (картелем)

Преимущества

- Уход от юридической ответственности
- Снижение риска непредсказуемой реакции конкурента

3. МЕХАНИЗМЫ КООРДИНАЦИИ ДЕЙСТВИЙ ОЛИГОПОЛИСТОВ

Механизмы координации действий олигополистов

- модель Курно
- модель Бертрана
- модель ломанной кривой спроса
- модель «лидерство в ценах»

Модель Курно

На рынке действуют две фирмы, каждая из которых должна предвидеть выпуск продукции другой фирмы, чтобы принять решение относительно собственного выпуска

Предвидя выпуск другой фирмы, данная фирма выбирает свой выпуск, максимизирующий ее прибыль

Модель Бертрана

На рынке действуют две фирмы, которые одновременно устанавливают цены на свой товар

Если одна фирма снизит цену, то она уведет покупателей у второй фирмы, которая останется без прибыли

Если две фирмы установят одинаково низкую цену, то покупатели разделятся между фирмами

Модель ломанной кривой спроса

Описывает рыночное поведение конкурирующих олигополистов, каждый из которых реагирует снижением цены на снижение цены конкурентом

При этом повышение цены одним из них не приводит к повышению цены другим

Модель «лидерство в ценах»

Одна крупнейшая фирма действует как ценовой лидер, который устанавливает цену, максимизирующую ее прибыль

Другие фирмы, следуя за лидером, назначают ту же цену и производят объем продукции, который максимизирует их прибыль при этой цене

4. ОЦЕНКА ОЛИГОПОЛИИ

Оценка олигополии «+»

- Наличие значительных финансовых средств, квалифицированной рабочей силы, научно-исследовательского потенциала позволяет добиваться высоких успехов в НТП
- Сдержанная политика в области изменения цен выступает определенным фактором, тормозящим инфляцию
- Олигополии не сдерживают объемы производства как это свойственно монополиям

Оценка олигополии «-»

- Недопроизводство товаров ($Q_0 < Q_{ск}$)
- Завышение цен ($P_0 > P_{ск}$)
- Получение сверхприбыли
- Высокие барьеры препятствуют приходу новых фирм на рынок и тормозят развитие конкуренции
- Выжидательная позиция по отношению к конкурентам порой замедляет НТП

Роль крупного бизнеса (КБ)

- КБ – стержень любой современной экономики
- КБ составляет 1-2% от общего числа фирм, создает 30-50% ВВП страны
- КБ выпускает более 50% всей промышленной продукции
- Производство олигополии ориентировано на массовый спрос, который концентрируется вокруг некоторого среднего уровня качества и цены товара
- Дорогие товаров сверхвысокого качества или плохих и дешевых товаров на олигополистическом рынке продается существенно меньше

Спасибо за внимание