

Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Определение олигополии

- Рынки, где действует несколько достаточно крупных фирм, которые, обладая определенным влиянием, все же вынуждены считаться с наличием и поведением других агентов, носят название

олигополии.

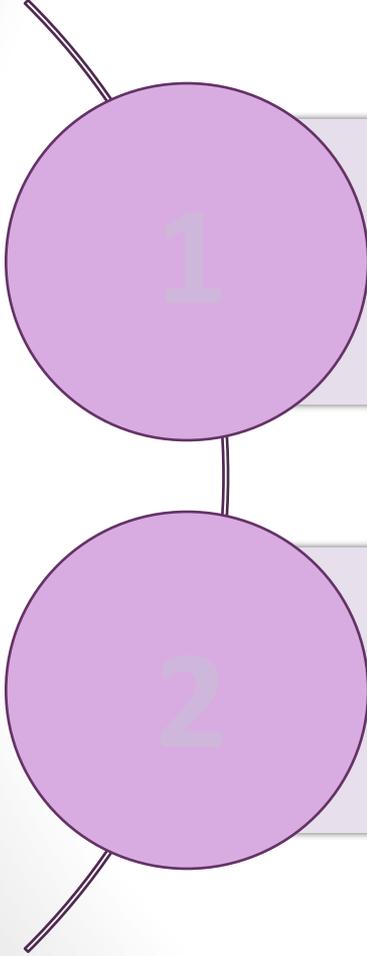
Примеры олигополий:

- Производители пассажирских самолетов (Boeing, Airbus);
- Производители автомобилей (Mercedes, BMW)

Стратегическое поведение фирмы

- ***Стратегическим поведением фирмы*** называется такое ее поведение, когда при выборе варианта деятельности (цены, количества и качества товара) фирма принимает во внимание возможные ответные действия конкурентов.
- Стратегическое поведение свойственно только рынку олигополии.

Реализация стратегического поведения фирмы в условиях олигополии протекает в двух формах:



1

Некооперативное взаимодействие фирм
(когда фирмы конкурируют друг с другом и в большей степени проводят самостоятельную политику на рынке)

2

Кооперативное взаимодействие фирм (когда фирмы предварительно договариваются и выступают на рынке в значительной степени «единым фронтом»)

Классификация некооперативных стратегий поведения

		Стратегическая переменная	
		Объем продаж	Цена
Последовательность принятия решения	Одновременно	Модель Курно	Модель Бертрана
	Последовательно	Модель Штакельберга	Модель Форхаймера

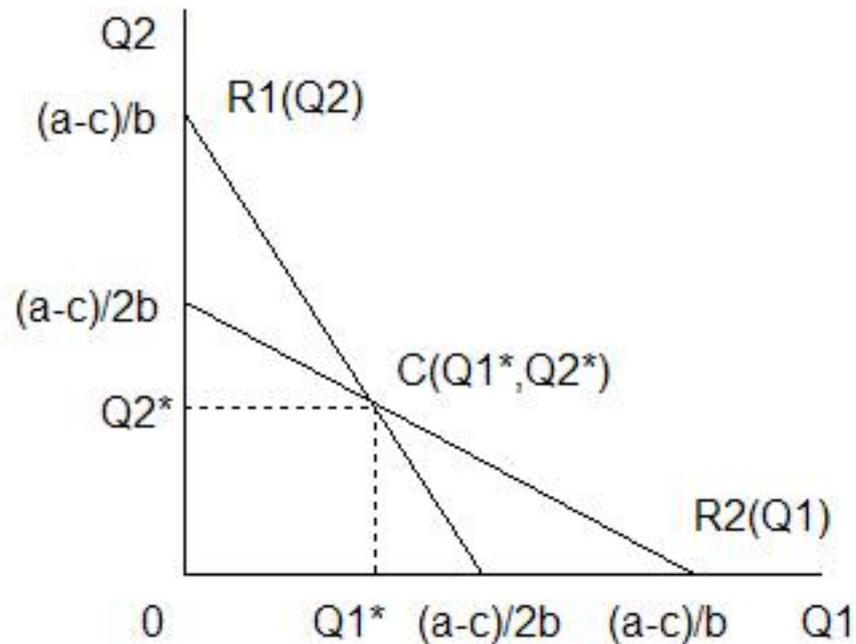
Модель Курно

- **Цель модели:** показать, каким образом устанавливается равновесный объем продаж на рынке, если фирма выбирает количество в зависимости от того количества, которое продает на рынке другая фирма.

Фирмы выбирают объем продаж одновременно – обе они проводят «недальновидную» политику. Из-за недальновидности выбора выпуска каждой фирмой, реакция контрагента приводит к тому, что ожидаемый выпуск контрагента может отличаться от фактического.

- **Равновесие на рынке достигается тогда, когда ожидания каждой фирмы относительно объема выпуска конкурента реализуются.**

Модель Курно

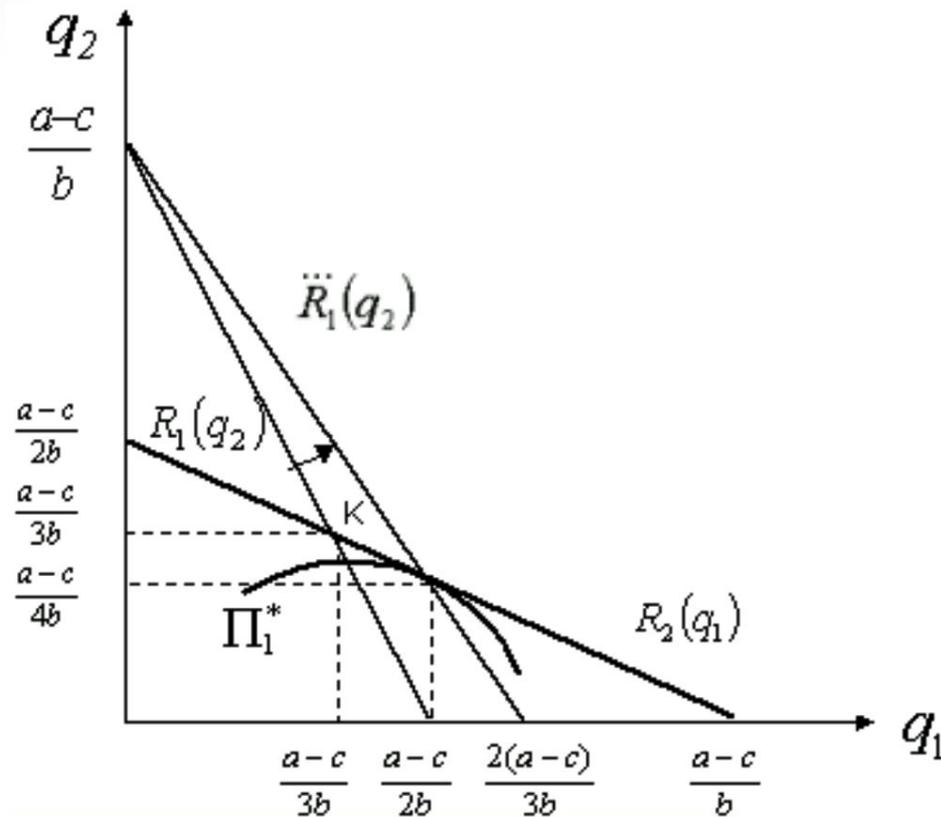


- $R_1(Q_2)$ – кривая реакции дуополиста 1 на величину выпуска, предложенного дуополистом 2.
- $R_2(Q_1)$ – кривая реакции дуополиста 2 на величину выпуска, предложенного дуополистом 1.

Модель Штакельберга

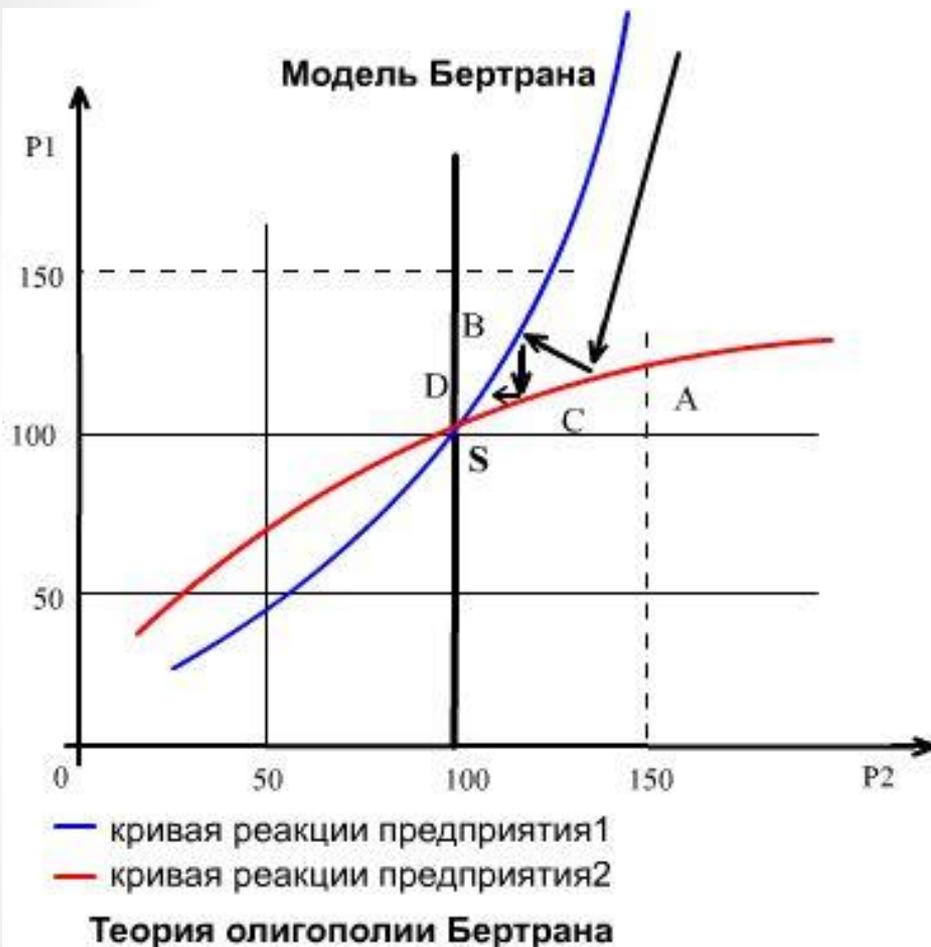
- Рассмотрим ситуацию, когда фирмы неодинаковы по силе, а выбор объема производства осуществляется последовательно: сначала для более «сильной» фирмы, затем «слабая» выбирает свою линию поведения.
- Прибыль лидера в модели Штакельберга вдвое превышает прибыль последователя. Стратегическое поведение лидера, учитывающее будущую реакцию конкурента на рынке, приносит ему *«преимущество первого хода»*.

Модель Штакельберга



- Общий объем предложения отрасли равен (в нашем условии $MC_1 = MC_2$): $Q^* = q_1^* + q_2^* = 0,75(a - MC_1)$

Модель Бертрана

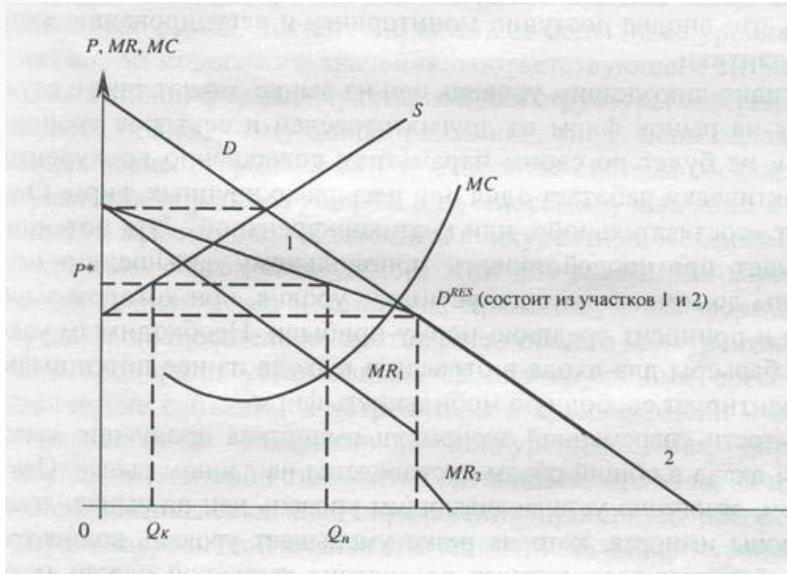


Условия модели Бертрана:

- На рынке действуют две фирмы;
- Производится однородный продукт;
- Целью каждой фирмы является максимизация прибыли;
- Отсутствуют соглашения фирм друг с другом;
- Фирмы назначают цены одновременно так, что каждая не может прогнозировать реакцию конкурента на сделанный ею выбор.

Стратегическое поведение фирм в данной модели можно назвать войной цен. Ценовая война – цикл последовательных уменьшений цены соперничающими на

Модель Форхаймера



Фирмы-конкуренты действуют как фирмы на совершенно конкурентном рынке и производят такой объем продукции, при котором их предельные издержки равны цене, установленной доминирующей фирмой.

- Доминирующая фирма, зная функцию рыночного спроса и функцию совокупного предложения конкурентов, определяет остаточный спрос на свою продукцию, что позволяет ей оценить функцию предельной выручки (дохода) и найти максимизирующий прибыль объем производства, исходя из условия: $MR_L(q) = MC_L(q)$.

Применение моделей

- **Модели Курно и Штакельберга** применяются при исследованиях рынков, когда у фирм существуют фиксированные производственные планы, так что относительно трудно изменить количество выпускаемого продукта, если план уже принят. Это характерно для отраслей с длительным сроком изготовления товара: самолетостроение, судостроение, тяжелая промышленность.
- **Модели Бертрана и Форхаймера** применяются в тех случаях, когда фирмам сложнее корректировать принятые цены. Примерами могут служить продажи по каталогам, тендеры, аукционы преимущественно в отраслях, производящих товары потребительского назначения. В этом случае изменение цен менее вероятно, чем изменение объемов продаж.

Кооперативные модели поведения олигополистов

Картельные соглашения – соглашения фирм относительно поддающихся контролю параметров рынка.

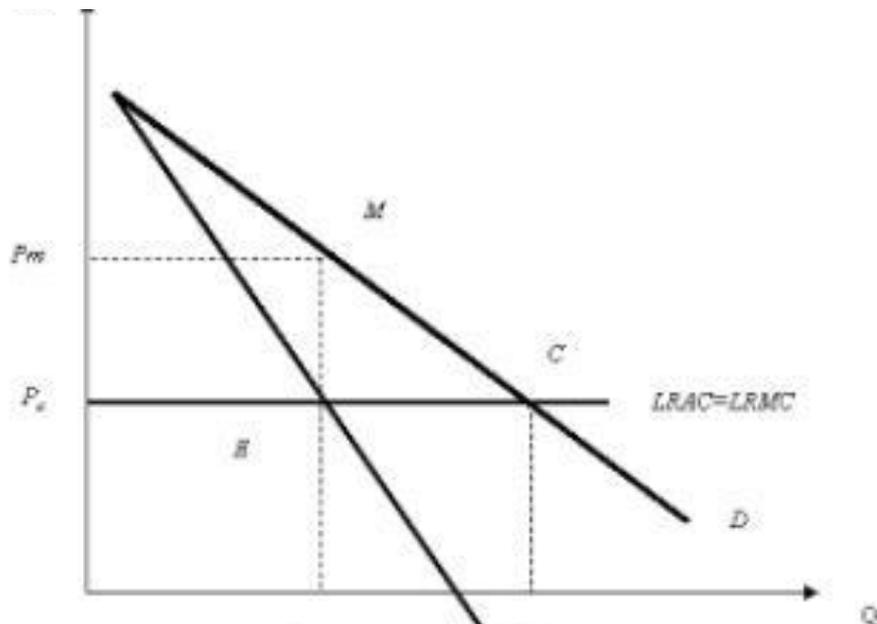
Признаки картеля:

- Договорной характер объединения;
- Сохранение права собственности участников картеля на своих предприятиях и обеспечиваемая этим хозяйственная, финансовая и юридическая самостоятельность;
- Совместная деятельность по реализации продукции, которая может распространяться хотя и в ограниченной степени, на ее производство.

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.

Результат образования картеля



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

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КРУПНЫХ ФИРМ НА РЫНКЕ

Некооперативно
е

Кооперативное

Модель
Курно

Модель
Бертрана

Картельные
соглашения

Модель
Штакельберг
а

Модель
Форхаймера

Стратегическое поведение фирмы – такое ее поведение, когда при выборе варианта деятельности (цены, количества, качества товара) фирма принимает во внимание возможные ответные действия конкурентов.

Стратегическое поведение СВОЙСТВЕННО ТОЛЬКО РЫНКУ ОЛИГОПОЛИИ.