

10.4. Олигополия



Олигополия –

тип рыночной структуры, при которой на рынке какого-либо продукта присутствует небольшое количество фирм-продавцов, каждая из которых занимает существенную долю рынка и обладает значительным контролем над ценами

Принято говорить:

Большая двойка

Большая тройка

Большая четверка

Олигополия присутствует:

- ✓ На уровне определенной отрасли государства
(машиностроение, сотовая связь)
- ✓ На уровне субъекта (рем. мастерские)
- ✓ На местном уровне
(рестораны Черняховска..)
- ✓ На уровне района города
(булочные на ул. Ленинградской)



Продукция олигополистического рынка может быть:

- ✓ Стандартизированной (медь, цинк, сталь)
- ✓ Дифференцированной (автомобили, бытовая техника, табак)

- Степень дифференциации сказывается на характере конкуренции
- Существуют высокие барьеры для входа в отрасль

Олигопсония -

тип рыночной структуры, при котором на рынке присутствует небольшое количество покупателей, потребляющих весь объем производимой продукции, обладающие возможностью влиять на цену продукции.



Олигополистическая взаимосвязь

- Фирмы в олигополии должны реагировать на действия конкурентов, так как все они взаимосвязаны.
- Олигополисты не вступают в «войну цен»

Олигополитическая взаимозависимость — необходимость учета реакции фирмы-конкурентов на действия крупной фирмы на олигополистическом рынке

- ✓ Любая модель олигополии должна исходить из действий конкурентов.
- ✓ Стандартной модели объема производства и цены не существует



Рыночное поведение олигополистов

1. Картели

2. Лидерство в
ценах

3. Неценовая
конкуренция



1. Картели

- Сговор олигополистов по поводу установления цен и объемов продаж (достигается увеличение прибыли и сокращение рисков).
- Бывает тайным и легальным.
- В США запрещен нормативно
- В РФ запрещены ФЗ «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ.
- Пример картели – ОПЕК

2. Лидерство в ценах

имеет место, когда все фирмы отрасли, устанавливая цены ориентируются на ценового лидера, а в остальном проводя свою политику.

Пример: Магнитогорский, Череповецкий и Новолипецкий металлургические комбинаты



3. Неценовая конкуренция

- ✓ Обновление выпускаемой продукции (использование новых технологий)
- ✓ Реклама
- ✓ Искусственная дифференциация (дизайну, цвету отводится главная роль)

