

ТЕМА 11

ОЛІГОПОЛІСТИЧНА СТРУКТУРА РИНКУ І ПІДПРИЄМСТВО

ОПРАЦЮВАВШИ ЦЮ ТЕМУ, ВИ З'ЯСУЄТЕ:

- що таке олігополія, її суть і поширення;
- особливості олігополістичного ціноутворення;
- деякі теорії олігополістичної поведінки.

Олігополія – ринкова структура, що складається із невеликої кількості фірм, деякі з яких мають великі розміри відносно розмірів ринку.

При олігополістичній конкуренції товари виробляють небагато виробників. Є певні відмінності в якості продукції або вони зовсім відсутні. Невелика кількість продавців пояснюється тим, що новим претендентам важко ввійти у цю галузь виробництва. Є ряд **бар'єрів**, що заважають проникненню нових конкурентів на існуючий ринок: *висока вартість* виходу на ринок, *патентний захист*, *обмеженість ресурсів*.

Функціонування ринку в умовах олігополії передбачає ретельне враховування дій конкуруючих фірм при визначенні ціни та обсягу випуску продукції.

Олігополіст, як правило, *неохоче йде на зміну ціни*, тому що це пов'язано із значними втратами. Зазвичай фірмі вигідно у разі *зміни попиту змінювати обсяг виробництва*, а не ціну. Компанії знають, що якщо вони знизять ціни, те ж саме зроблять конкуренти, що дасть початок ціновій війні. Тоді, замість зростаючого обсягу продаж, що компенсує знижені ціни (як при досконалий конкуренції), зниження цін призведе просто до зменшення доходів. Тому олігополісти при визначенні цінової політики часто орієнтуються на лідерство у цінах, угоди та традиції.

Лідерство у цінах – це така практика, коли ведуча компанія галузі призначає свої ціни, а інші їх наслідують.

Угоди можуть таємно або явно укладатися двома або декількома крупними компаніями для встановлення фіксованих цін або розділу ринку. Законодавства більшості країн вважають таку практику протизаконною.

Призначення цін або частки впливу на ринку може базуватися і довгий час на існуючому стані речей, що став уже *традицією*. Іноді воно також розцінюється як незаконне, а в інших випадках така практика легальна.

Таким чином, на олігополістичному ринку фірми, які мають великі частки у загальній кількості товару, що випускається, здатні впливати на ціну товару, змінюючи його наявність на ринку.

Причину можливої негнучкості цін ілюструє *модель ламаної кривої попиту*. За припущення, що олігополісти-суперники не наслідуватимуть підвищення цін, крива попиту окремої фірми буде значно еластичнішою на ділянці, що розташована вище поточної ціни. Гранничний дохід за поточної ціни різко зменшується (графічно це виглядає як розрив у лінії граничного доходу) і у фірми зникає стимул до зміни ціни навіть тоді, коли криві витрат зміщуються. Проте, ця модель не пояснює, що визначає поточну ціну.

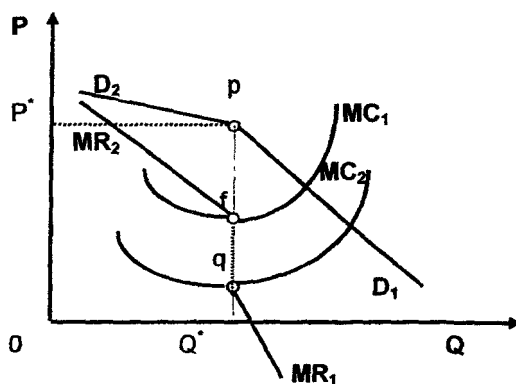


Рис. 11.1. Модель ламаної кривої попиту

Слід зазначити, що утримання ціни олігополією на сталому рівні ефективно лише у короткостроковому періоді при збе-

реженні постійними середніх змінних витрат. У довгостроковому періоді подібна стратегія фірми призвела б до значних утрат.

Оскільки реакцію суперників на можливу зміну цін фірмою-олігополістом важко передбачити, створити єдину модель олігополії не вдалося. Розроблено ряд моделей, що описують конкретні господарські ситуації, які показують, як при олігополії здійснюється тенденція до зменшення прибутків внаслідок конкуренції.

Найбільш хрестоматійною є *модель Курно*, яка застосовується для дуопольного ринку (олігополістичний ринок, на якому працює дві фірми). У цій моделі дві фірми виробляють однорідну продукцію і продають її за ціною, яка залежить від одночасного вибору обсягів продукції кожною з фірм. Кожна окрема фірма вибирає свій обсяг продукції, розглядаючи обсяг продукції свого конкурента як фіксований.

Обсяг пропозиції однієї фірми визначається за правилом $MC=MR$ з урахуванням передбачуваної частки попиту, яка може належати іншій фірмі.

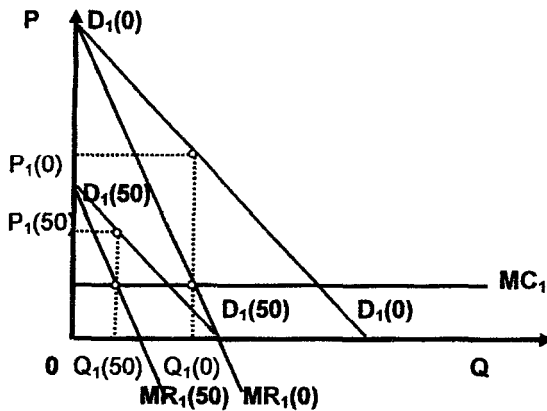


Рис. 11.2. Умови визначення ринкової стратегії першої фірми на дуопольному ринку

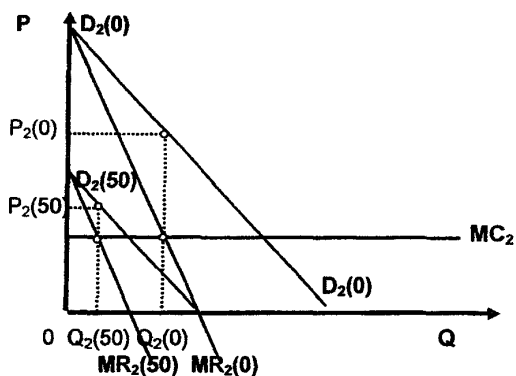


Рис. 11.3. Умови визначення ринкової стратегії другої фірми на дуопольному ринку

Залежність обсягу пропозиції однієї фірми Q_1 від очікуваної частки ринкового попиту другої фірми Q_2 характеризує криву реакції R_1 цієї фірми; аналогічно тлумачиться крива реакції R_2 .

$$R_1 = Q_1 f(Q_2) \quad R_2 = Q_2 f(Q_1)$$

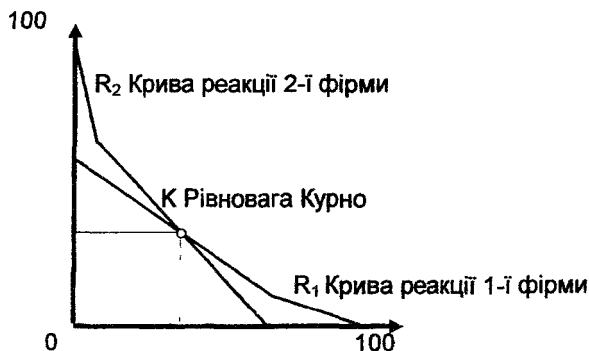


Рис. 11.4. Криві реакції фірм-дуополістів за рівноваги Курно

У моделі **Стакелберга** фірми визначають свої обсяги продукції не одночасно, а послідовно: після вибору однією фірмою свого

обсягу виробництва її конкурент приймає рішення щодо власного обсягу виробництва. Оскільки лідер може передбачити реакцію конкурента (за допомогою рівнянь реагування Курно), він має стратегічну перевагу.

Інша модель олігополії, **модель Бертрана**, пояснює поведінку фірм, які *вибирають ціни*, а потім визначають обсяг продажу. При виробництві однорідних товарів ціна дорівнює граничним витратам, як при досконалій конкуренції. За наявності диференційованих товарів ціни перевищують граничні витрати, проте менші за монополійні.

Практичні завдання

11.1. У галузі діють дві фірми, граничні витрати яких однакові й дорівнюють нулю. Попит на продукцію галузі дорівнює:

$$P = 100 - Q,$$

де P – ціна, грн за шт.; Q – обсяг попиту, тис. шт.

а) Яким чином фірми поділять між собою ринок в умовах рівноваги Курно? Якою при цьому буде ціна рівноваги?

б) Якщо фірми об'єднуються в картель, яку кількість товарів вони випустять і за якою ціною продадуть?

в) Якби в галузі була вільна конкуренція, чому б дорівнювала ціна і який обсяг виробництва був би для неї характерний?

Коментар розв'язку

а) Скористайтеся рівняннями рівноваги Курно.

б) Картель виступає як монополіст, застосуйте правило максимізації прибутку фірмою-монополістом.

в) Пригадайте правило максимізації прибутку досконало конкурентною фірмою ($P=MC$) і проведіть розрахунки.

11.2. Дві фірми конкурують між собою, вибираючи потрібну ціну. Їх функції попиту мають вигляд відповідно: $Q_1 = 20 - P_1 + P_2$; $Q_2 = 20 + P_1 - P_2$, де P_1 і P_2 - ціни, призначені відповідно кожною фірмою; Q_1 і Q_2 - наслідкові рівні попиту. Граничні витрати дорівнюють нулю.

а) Припустімо, обидві фірми призначають ціни одночасно. Знайдіть наслідкову точку рівноваги за Нешем. Яку ціну призначить кожна з фірм, яким буде обсяг збуту і яким розмір прибутку?

б) Припустімо, фірма № 1 першою призначає свою ціну. Яку ціну призначить кожна з фірм? Якими будуть обсяги збуту та прибутки кожної фірми?

Коментар розв'язку

Зважте на те, що попит на кожен товар залежить лише від різниці цін; якби дві фірми таємно змовились і призначили однакову ціну, вони могли б призначити необмежено високу ціну і одержувати величезні прибутки. Максимізуйте прибуток кожної фірми відносно її ціни.

11.3. У галузі діють три фірми однакового розміру. Граничні витрати кожної фірми однакові, постійні й дорівнюють 298 грн.

Попит на продукцію галузі наведено нижче:

Ціна, грн за од.	1500	1200	900	600	300
Обсяг попиту, тис.шт.	300	600	900	1200	1500

Якщо фірми об'єднаються у картель і поділять ринок порівну, якою буде рівноважна ціна і яку кількість продукції виробить кожна фірма?

Коментар розв'язку

Зважте на те, що об'єднавшись у картель, фірми виступають на ринку як монополіст. Правило максимізації прибутку ви знаєте.

11.4. У галузі діє 10 фірм. Граничні витрати кожної фірми задані такою формулою: $MC = 100 - 30Q + Q^2$.

Попит на продукцію галузі:

$$P = 100 - Q,$$

де Q - обсяг виробництва галузі, тис.шт.; P - ціна одиниці товару, грн.

Яким повинен бути обсяг виробництва кожної фірми, щоб галузь у довгостроковій перспективі перебувала у стані рівноваги?

Коментар розв'язку

Довгострокова рівновага галузі означає встановлення нульового економічного прибутку, тобто ціна встановлюється на рівні граничних витрат кожної з фірм. Функція МС для кожної фірми зміниться за рахунок випуску, який буде складати лише десяту частину від загального.

11.8. Крива ринкового попиту на дуополістичному ринку задана рівнянням $P = 40 - 2Q$, де Q – загальний ринковий попит. Граничні витрати кожної фірми постійні і рівні 20. Зобразіть графічно функції реакції дуополістів і визначте рівноважні ціну й обсяг випуску.

Коментар розв'язку

Для першої фірми рівняння кривої граничного доходу має вигляд: $MR_1 = 40Q - 2Q_2 - 4Q_1$. Прирівнюючи MR_1 до граничних витрат (20), ми маємо функцію реакції для першої фірми: $R_1 = (10 - Q_2)/2$. Функція реакції для другої фірми має симетричний вигляд.

11.9. Якими будуть рівноважні ціна і кількість продукції для дуополістів Бертрана, якщо крива ринкового попиту кожної фірми задана рівнянням $P = 10 - Q$ і кожен з них має постійні граничні витрати, рівні 2?

Коментар розв'язку

Згадайте, що в моделі Бертрана ціна встановлюється на рівні граничних витрат.

11.10. Крива ринкового попиту для лідера і послідовника Стакелберга визначається рівнянням $P = 10 - Q$. Якщо граничні витрати кожного рівні 2, якими будуть рівноважні ціна й обсяг випуску для кожного дуополіста?

Коментар розв'язку

Фірма-лідер передбачає обсяг випуску конкурента за допомогою рівняння реагування Курно.

Тестові завдання

1. Цінова війна – це лінія поведінки, властива:
 - а) досконалій конкуренції;
 - б) дуополії;
 - в) монополії;
 - г) монополістичній конкуренції.

2. Олігополія у короткостроковому періоді:
 - а) підвищує ціни на свої товари;
 - б) утримує ціни на одному рівні;
 - в) не змінює обсягу випуску;
 - г) об'єднується у картель.

3. Граничний дохід не нижчий за ринкову ціну у:
 - а) монополістичних конкурентів;
 - б) монополістів;
 - в) учасників картелю;
 - г) досконалих конкурентів.

4. Олігополія – це ринкова структура, де оперує:
 - а) велика кількість конкуруючих фірм, що виробляють однорідну продукцію;
 - б) велика кількість конкуруючих фірм, що виробляють диференційований продукт;
 - в) невелика кількість конкуруючих фірм;
 - г) тільки одна крупна фірма.

5. “Ламана” крива попиту для олігополіста обов'язково передбачає:
 - а) розрив у кривій граничного доходу;
 - б) розрив у кривій граничних витрат;
 - в) що ціна товару не повинна бути вища за граничний дохід;
 - г) що поведінка фірми не оптимальна.

Відповіді до тестів

1) б; 2) б; 3) г; 4) в; 5) а.

Література: [1, с.199-223; 2, гл.28; 3, с.249-270; 4, с.260-270; 5, с.391-419; 6, с.254-258, 261-274; 7, с.487-498].