

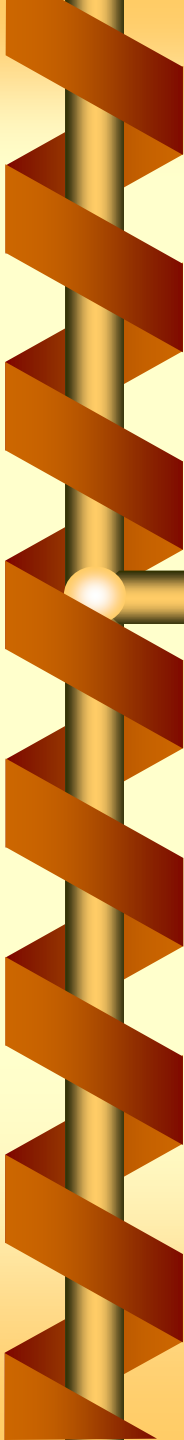
PIEȚE CU CONCURENȚĂ IMPERFECTĂ

Oligopolurile

Concurența multifirme cu produs diferențiat

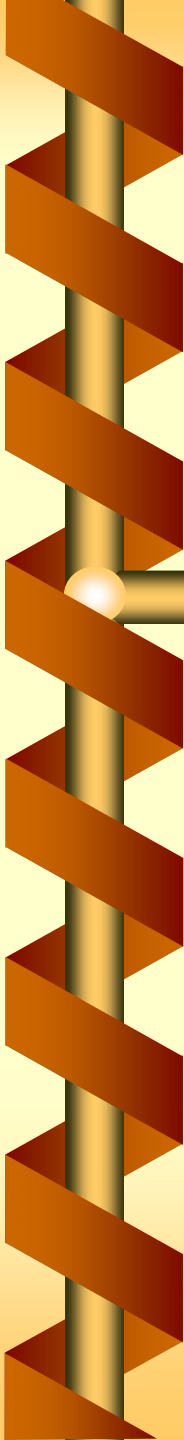
Indicatori de apreciere a gradului de concurență

Protecția concurenței



Oligopolul

desemnează situațiile unor piețe în care există un număr restrâns de producători/ofertanți și un număr relativ ridicat de cumpărători (caracterul de atomicitate a cererii se menține).

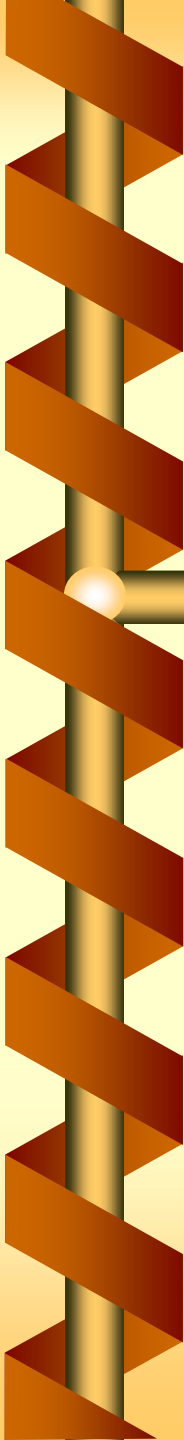


Oligopolul

fiecare firmă aflată în poziție de oligopol dispune de puterea de a influența prețul pieței,

deciziile pe care le ia nu pot fi și nu sunt complet independente de deciziile celorlalte firme (impune luarea în considerare a posibilelor reacții ale concurenților)

nici una nu este de regulă suficient de puternică pentru a impune prețul său celorlalte



Firma:

Concurențială = *receptoare de preț (price takers)*

Monopolistă = *fixează unilateral prețul (price makers)*

Oligopolistă = *caută prețul convenabil tuturor (price seekers)*

forme de oligopol

existența sau absența diferențierii produselor:

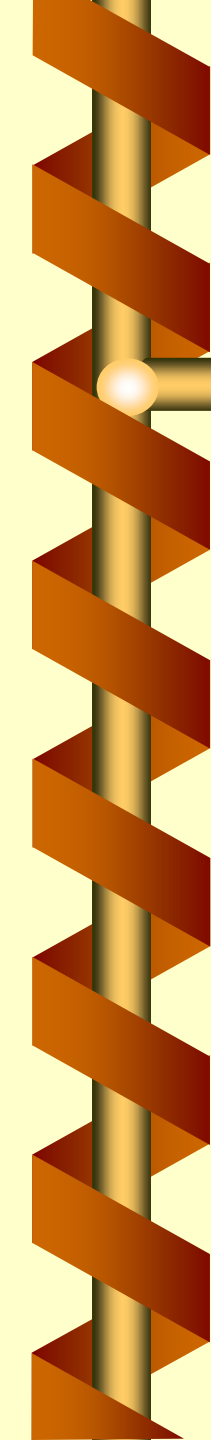
- *oligopol pur*
- *oligopol diferențiat.*

legăturile reciproce (gradul de coordonare):

- *oligopoluri complet coordonate* (înțelegeri directe)
- *oligopoluri parțial coordonate* (coordonare spontană sau tacită)
- *oligopoluri fără coordonare.*

situația maximizării profiturilor:

- *oligopolul complet*
- *oligopolul parțial.*

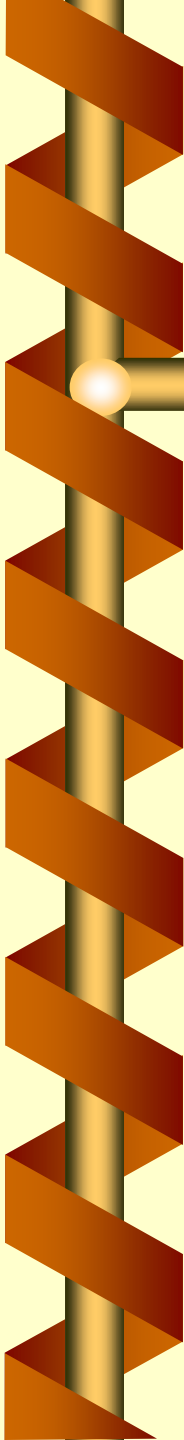


oligopolul presupune mai degrabă o coordonare spontană decât acorduri directe.

fiecare firmă ia în considerare răspunsul așteptat din partea concurenților vis-a-vis de propriile acțiuni și își stabilește propriile politici comerciale în concordanță cu acesta.

În aceste cazuri pot apărea 2 tipuri de relații concurențiale:

- existența și acceptarea unei firme lider a cărei influență este dominantă
- cooperare voluntară (fără cadrul organizațional, acorduri sau firmă lider) determinată de interese comune, etica afacerilor și toleranță reciprocă.



Nu există un model general al echilibrului în condiții de oligopol

modele:

- Cartel (coordonare completă)
- Firma lider (oligopol asimetric)
- Cererea pliată
- DUOPOLURILE: Cournot (dublă dependență), Stackelberg (duopol asimetric), Bowley (dublă dominație), Bertrand

Situația de cartel

- reunește mai multe firme sub o conducere unitară și care acționează pe piață ca un unic ofertant
- monopol de facto
- se fixează prețuri și cote de producție
- problema delicată este cea a repartizării cotelor de producție între unitățile componente
- maximizarea profiturilor însumate ale cartelului:

$$V_{ma} = C_{ma} \rightarrow [q_t]$$

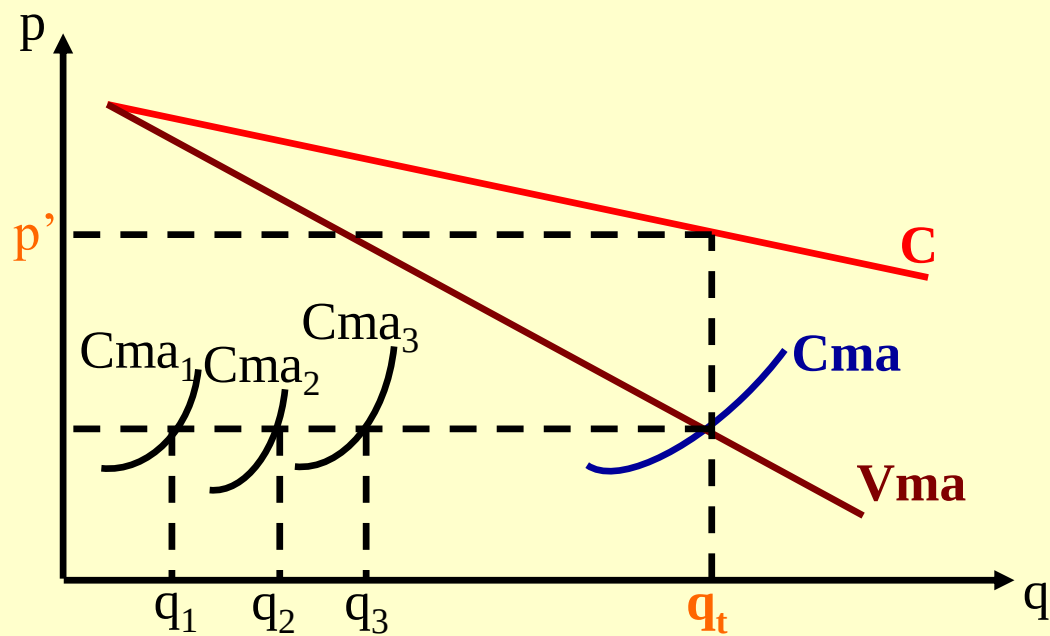
- repartizarea optimă a producției:

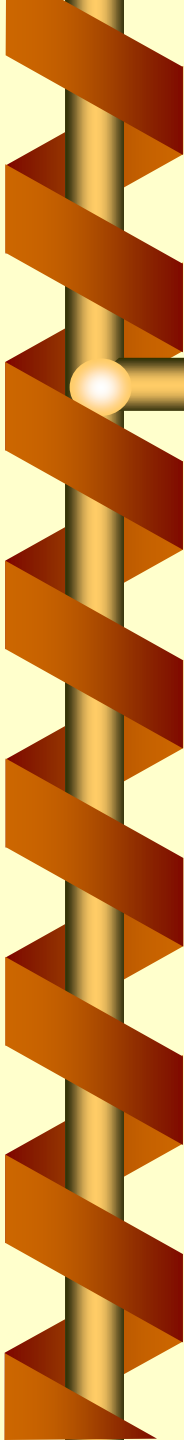
$$V_{ma} = C_{ma} = C_{mai} \rightarrow [q_i]$$

$$q_1 + q_2 + \dots + q_n = \sum q_i = q_t$$

- structuri de costuri asemănătoare

Situația de cartel

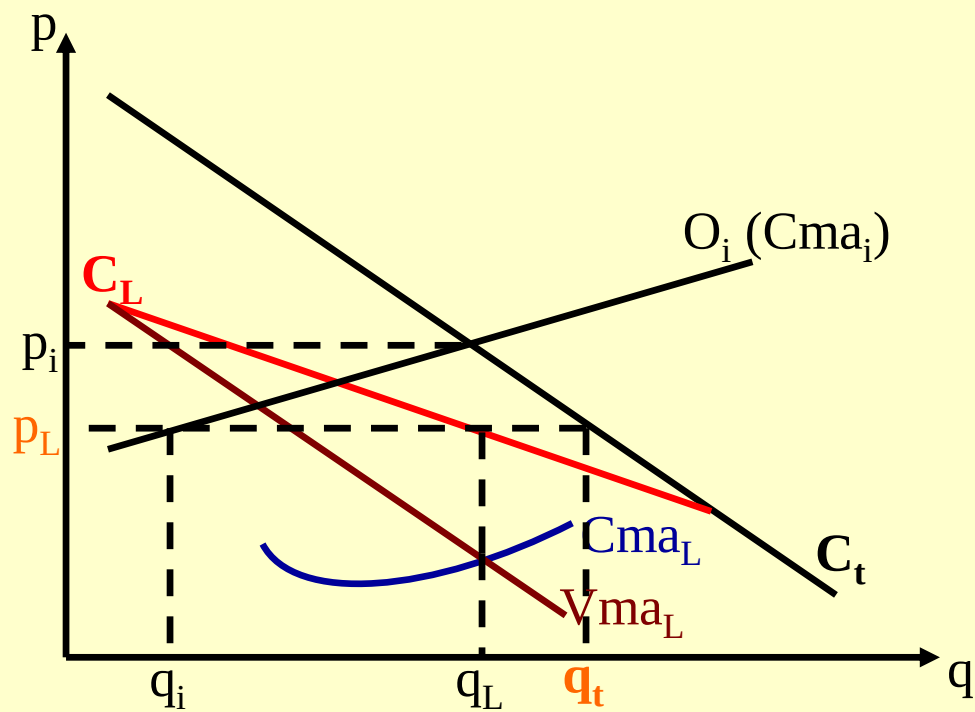




Firma lider

- firma dominantă pe o anumită piață
- produce și oferă cantitatea cea mai mare de mărfuri
- nici o altă firmă de dimensiuni comparabile (apropiate)
- costuri mai reduse decât ale celorlalți concurenți
- condițiile de producție nu permit monopolizarea completă a pieței

Firma lider

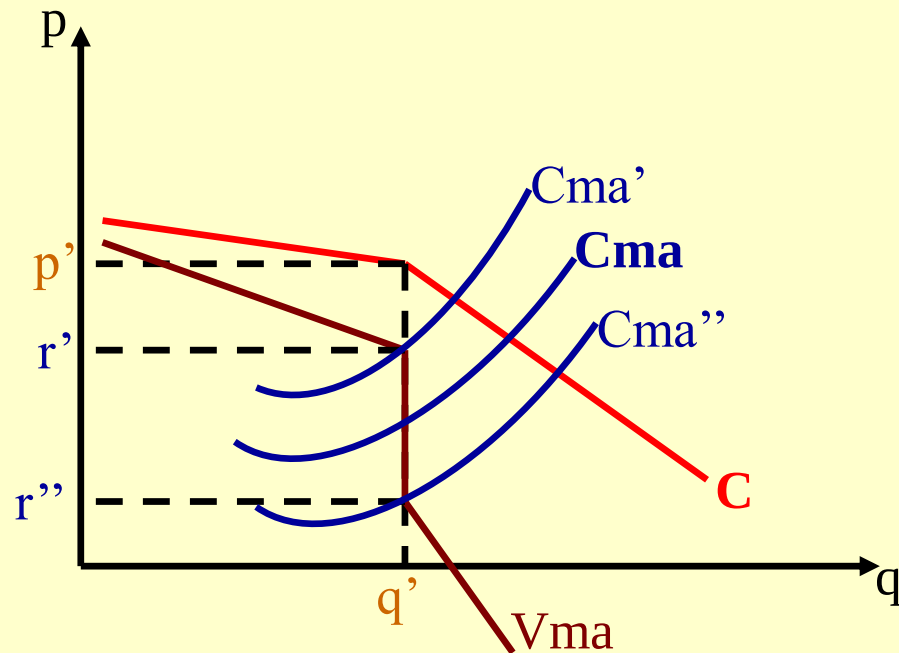


Cazul curbei pliate a cererii

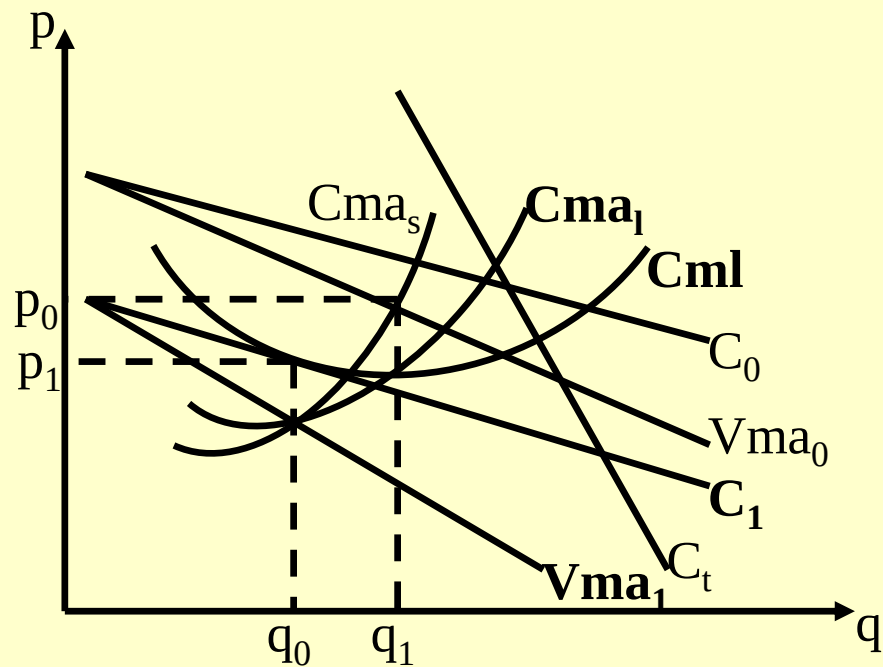
- explică rigiditatea relativă a prețurilor pe piețele contemporane
- producția tinde a se stabili la nivelul punctului de inflexiune a curbei cererii = punct de ruptură
- variația costurilor de producție trebuie să fie substanțială pentru a determina adaptări ale prețurilor și ofertei
- interval de stabilitate ($p=ct., q=ct.$):

$$r'' < C_{ma} < r'$$

Cazul curbei pliate a cererii



Concurența monopolistică



principale forme de concurență:

<u>Ofertă</u> Cerere	Număr mare de agenți economici	Număr redus de agenți economici	Firmă unică
Număr mare de agenți economici	Concurență perfectă	Oligopol	Monopol
Număr redus de agenți economici	Oligopson	Oligopol bilateral	Monopol contracarat
Firmă unică	Monopson	Monopson contracarat	Monopol bilateral

Concentrare economică:

– modificare structurală a pieței rezultată din **fuziuni**, **achiziții** sau **dezvoltare**, concretizată în creșterea ponderii anumitor unități economice într-o anumită ramură.

$$C_{ri} = r_i / r_m$$

unde: r_i = ritmul de creștere a firmei i

r_m = ritmul de creștere mediu al ramurii

Indicatori de apreciere a gradului de concurență:

Coeficientul de concentrare Jones:

$$Cc = S_1 + S_2 + \dots + S_n$$

unde: S_i = ponderea fiecărei firme în ramură

Coeficientul Herfindahl-Hirschman:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

Puterea de monopol (sau de piață):

–exprimă capacitatea unei firme de a influența formarea echilibrului și, implicit, nivelul prețului pieței.

Măsurarea puterii de monopol (PM) se poate realiza pe baza inversului elasticității cererii (e_p) specifice pentru produsele unei firme:

$$PM = 1 / e_p$$

- posibilitatea de influențare a prețului este cu atât mai ridicată cu cât cererea adresată firmei este mai inelastică
- firmele care se confruntă cu o curbă a cererii orizontală ($e_p = +\infty$), caracteristică concurenței perfecte, nu au nici o posibilitate de influență asupra prețului, din moment ce un preț cât de puțin mai ridicat ar conduce la prăbușirea completă a vânzărilor .

Puterea de monopol (sau de piață):

Măsurarea puterii de monopol (PM) se poate realiza și pe baza excedentului relativ a prețului peste nivelul costului marginal (Lerner):

$$PM = (P - C_{ma}) / C_{ma}$$

- în practică (și în analiza costurilor pe termen scurt) C_{ma} poate fi aproximat prin C_{mv} :

$$PM = (P - C_{mv}) / C_{mv}$$

Gradul de concurență:

$$GC = N_f / N_{\max}$$

unde: N_f = numărul firmelor existente

$N_{\max}$ = numărul maxim de firme ce pot acționa pe piață

$$N_{\max} = C_t(P) / DME$$

unde: DME = dimensiunea (scara) minimă eficientă a firmelor