

Unitatea de învățare 8

OLIGOPOLUL ȘI CONCURENȚA MONOPOLISTICĂ

**8.1. Concurența imperfectă,
caracteristici generale**

8.2. Oligopolul

8.3. Concurența monopolistică

8.1. Concurența imperfectă, caracteristici generale

- *situația de piață în care unitățile economice producătoare sunt capabile să influențeze prin acțiunile lor prețul produselor, adesea diferențiate*
- **Caracteristici:**
 1. **Atomicitatea participanților** - în realitate numărul de vânzători și cumpărători variază, ei nu sunt de mărime, putere și competitivitate egală;
 2. **Fluiditatea pieței** - libera alegere a partenerilor participanți la schimb este limitată atât prin factori obiectivi (apropierea geografică, aprovizionare, servicii legate de vânzare etc.) cât și subiectivi (importanța considerațiilor personale în relațiile dintre vânzători și cumpărători, afinități psihologice etc.);
 3. **Mobilitatea factorilor de producție** - este imperfectă,
 4. **Transparența pieței** - agenții existenți pe piață dispun de o informație incompletă; Concurența se desfășoară nu numai prin preț, ci și prin alte mijloace ca: lansarea de noi produse, design, reclamă, publicitate, servicii la vânzare și pe parcursul utilizării etc.
 5. **Omogenitatea produsului** - se accentuează diferențierea între produse

8.2. Oligopolul

- ***Oligopolul este o formă a concurenței imperfecte în care există un număr limitat de producători, care dețin o parte importantă din piața unui produs și reușesc să influențeze formarea prețului în scopul maximizării profitului***
 - oligopol ***de ofertă***
 - oligopol ***al cererii***, denumit și ***oligopson***
 - ***Oligopolul bilateral***
- Forme de oligopol:
 - a) În funcție de faptul dacă oferă sau nu produse diferențiate:
 - oligopol cu un număr limitat de ***firme ale căror produse nu sunt diferențiate***
 - cu un număr limitat de firme ce oferă ***produse diferențiate***, dar care domină împreună ramura respectivă
 - b) După numărul firmelor ce se află în concurență pe o anumită piață, putem vorbi de:
 - ***duopol*** , când sunt doi producători
 - ***oligopol propriu-zis***, când sunt mai mulți, dar puțini.

8.2. Oligopolul

- **măsurarea influenței unei firme asupra alteia în cadrul oligopolului:**
elasticitatea încrucișată, care ia forma a doi coeficienți:
 - ***coeficientul de substituie***, care exprimă influența prețurilor practicate de o firmă (J) asupra cantităților oferite de o altă firmă (I)
 - ***coeficientul de repercusiune, care*** exprimă efectul variației relative a cantităților oferite de o firmă (J) asupra modificării relative a prețului practicat de firma I
- **8.2.2. Tipuri de echilibru de oligopol**
 - ***strategie de preț***
 - ***strategiei de cantitate***,
- **Tipuri de echilibru:**
 1. Echilibru **Cournot** :comportament bilateral de dependență (un comportament pacifist),
 2. Echilibru **Bowley**: comportament de dublă dominație.
 3. Echilibru **Stackelberg**: atunci când unul dintre concurenți acceptă poziția de dependență față de celălalt - situație de echilibru stabil.

8.2. Oligopolul

- **8.2.3. Piețele de oligopol și formarea prețului**
 - piețe oligopolistice, bazate pe acorduri:
 - **Cartelul**, care desemnează un acord între mai mulți producători, ce își conservă individualitatea lor, înțelegându-se între ei în ceea ce privește nivelul prețurilor și împărțirea piețelor de desfacere;
 - **Trustul**, care este o însumare a unor capitaluri grupate sub aceeași conducere, participanții devenind acționari;
 - **Concernul**, care este o înțelegere oligopolistă ce cuprinde firme din diferite ramuri, grupate pe verticală sau pe orizontală;
 - **Conglomeratul**, care însumează întreprinderi din ramuri diferite.
 - *Oligopoluri concertate, **căutătoare de preț**,*
 - *Oligopoluri necooperante (antagoniste)*

8.2. Oligopolul

Modalitățile prin care se duce lupta de concurență

- ***politica vânzărilor*** - de creștere a volumului acestora
- ***politica de influențare a cererii, a preferințelor și opțiunii consumatorilor*** prin:
 - informarea detaliată și diversă privind calitatea și avantajele utilizării produsului,
 - convingerea consumatorului în mod direct (amabilitatea și competența vânzătorului),
 - condițiile avantajoase de vânzare prin credite pe termen lung,
 - serviciile asigurate postvânzare etc..
- ***politica de diferențiere "provocată" a produselor*** - prin:
 - publicitate,
 - prime acordate vânzătorilor,
 - demonstrații privind calitățile produselor vândute,
 - căutarea unor mărci de fabrică de renume;

- Dilema prizonierului si functia de reactie

Decizia lui Bonnie

Marturisire -----

Tacere

Tacere-----.....Marturisire

Decizia lui Clyde

Decizia OPEC

Productie maxima-----
plafonata

Productie

Decizia Rusia

Productie plafonataProductie maxima

8.3. Concurența monopolistică

- ***Concurența monopolistică se caracterizează prin existența mai multor producători, care dețin însă o pondere mai mică pe piață, diferențierea produselor, inexistența unor restricții la intrarea în ramură a altor firme și un anumit control al prețurilor***
- **Principalele trăsături ale concurenței monopolistice:**
 - 1. Diferențierea produsului***
 - 2. Numărul mare de producători - vânzători***
- Ceea ce deosebește concurența monopolistică de oligopol este faptul că ***nu există interdependențe directe*** între deciziile a doi producători priviți izolați.