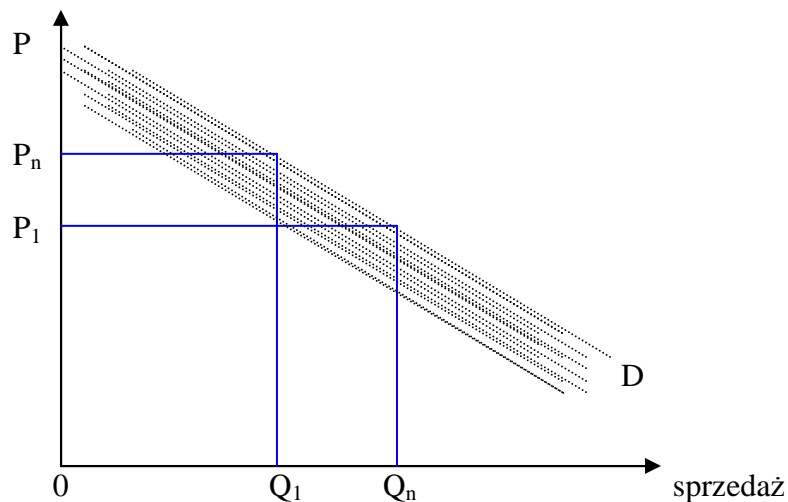


## Konkurencja niedoskonała

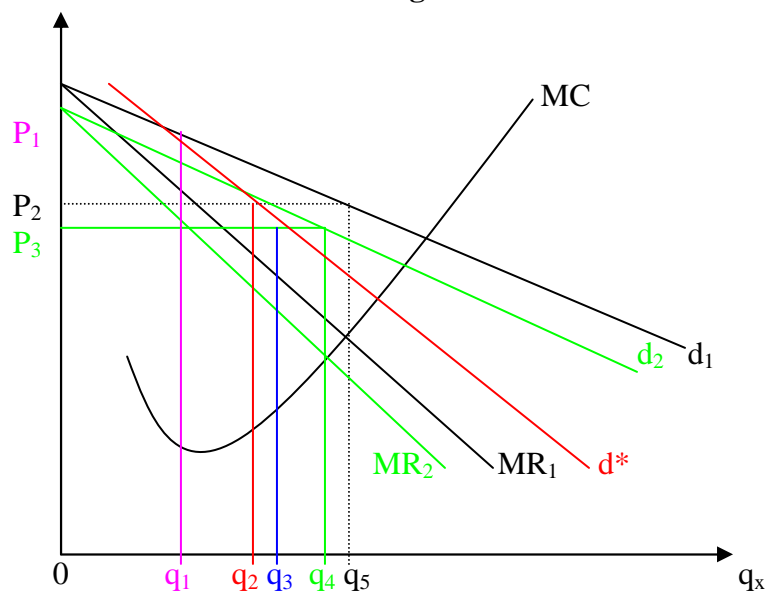
Niedoskonała konkurencja obejmuje dwie struktury rynkowe:

1. **konkurencję monopolistyczną** – w branży występuje wiele niezależnych firm, wytwarzających zróżnicowane produkty zaspokajające te same potrzeby (restauracje, stacje benzynowe, firmy odzieżowe, firmy kosmetyczne) i w związku z tym wykorzystujące szeroko reklamę, posiadających pewną siłę rynkową do stanowienia cen. Wejście na rynek monopolistyczny nie wymaga pokonania barier. W rezultacie krzywa popytu na produkt firmy jest funkcją malejącą;

### rynek grupy produktowej i nadmiaru mocy wytwórczych



### dochodzenie do równowagi w krótkim okresie



**$d_1$  i  $d_2$  krzywe (oczekiwanego popytu) planowanej sprzedaży** pokazują, jak zmienia się wielkość popytu na produkt danego przedsiębiorstwa wskutek wprowadzonych przez nie zmian cen przy pozostałych wielkościach *ceteris paribus*.

d\* krzywa (proporcjonalnego popytu) rzeczywistej sprzedaży pokazuje, jak zmienia się wielkość popytu na produkt danego przedsiębiorstwa, jeśli zmianom cen towarzyszą dostosowawcze zmiany konkurentów z grupy produktowej *mutatis mutandis*, czyli rzeczywistą sprzedaż przedsiębiorstwa przy różnych poziomach cen, uwzględniając reakcje dostosowawcze konkurentów. Jest ona jednocześnie krzywą udziału firmy w rynku (ma tę samą  $E_{dp}$ , co rynkowa krzywa popytu dla każdego poziomu cen).

2. **oligopol** - na rynku znajduje się kilka firm, które stanowią ceny na swoje produkty biorąc pod uwagę decyzje konkurentów, produkt może być zarówno jednorodny, jak i zróżnicowany, istnieją bariery wejścia; firmy w oligopolu mogą tworzyć porozumienia w celu zdominowania rynku (kartel) lub występować niezależnie. W pierwszym przypadku ich decyzje przypominają zachowanie monopolu, w drugim – popyt na swoje wyroby odbierają jako złamaną krzywą popytu.

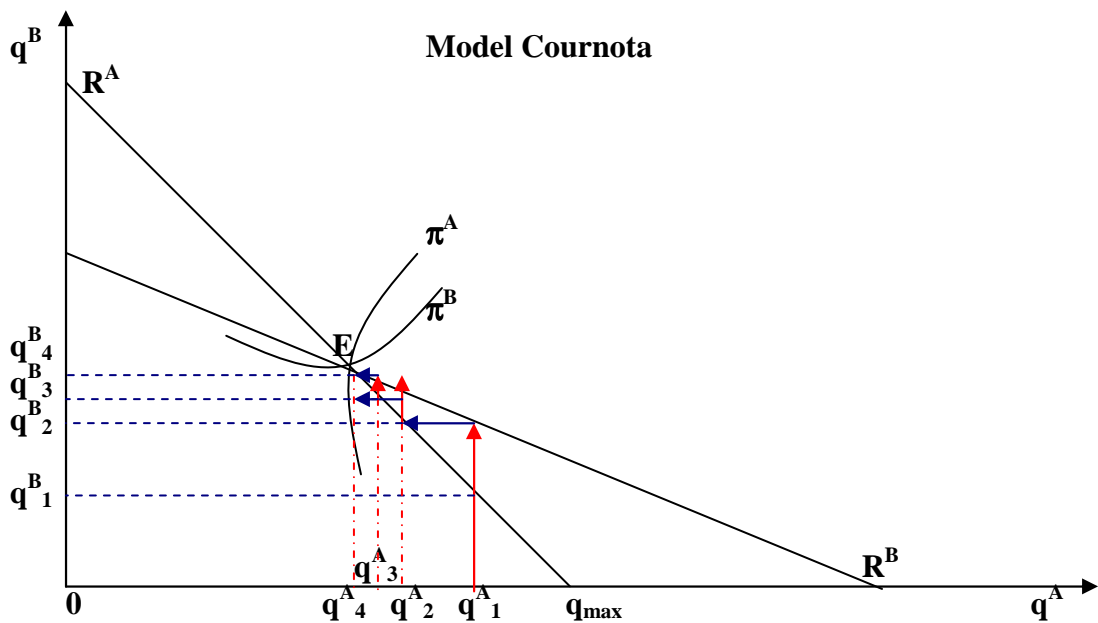
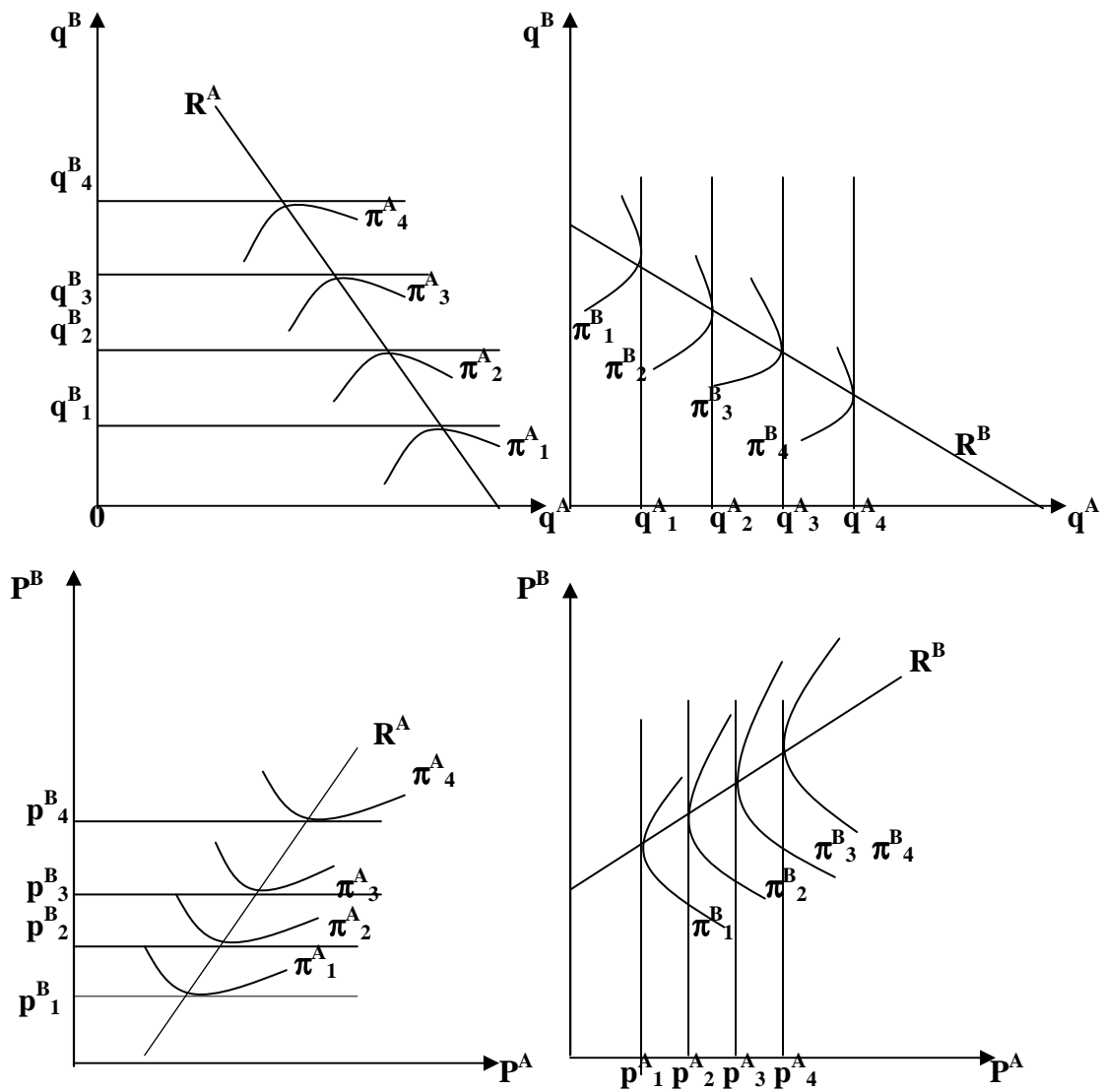
**Modele oligopolu, w których przedsiębiorstwa działają niezależnie:**

1. **modele, w których firmy reagują na zmiany wielkości produkcji u konkurentów:**
  - model Cournota
  - model Stackelberga
2. **modele, w których firmy reagują na zmiany ceny u konkurentów:**
  - model Bertranda
  - model Sweezy'ego

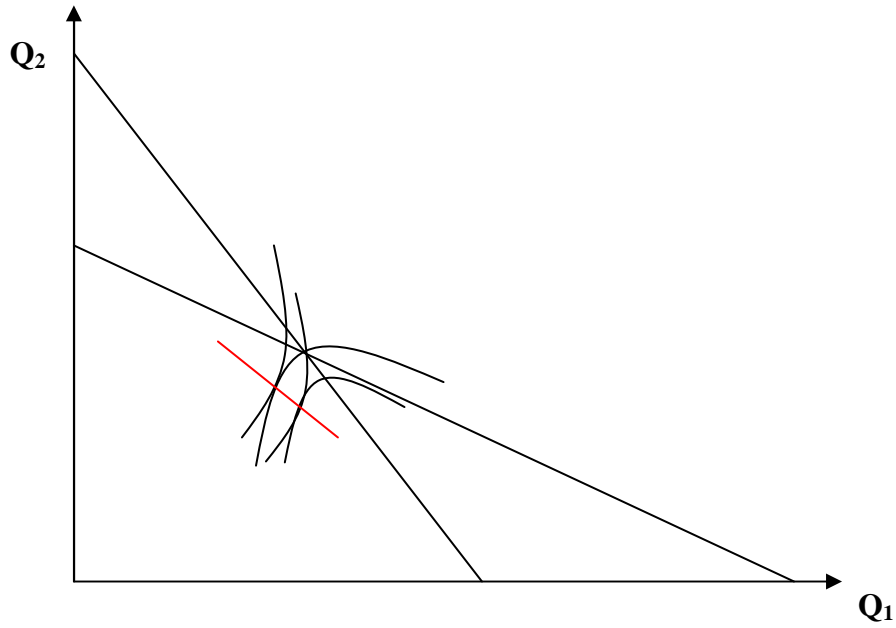
**Modele oligopolu, w których przedsiębiorstwa współpracują w celu maksymalizacji zysku:**

1. **kartele:**
  - maksymalizujący wspólny zysk (scentralizowany)
  - dzielący rynek
2. **modele przywództwa cenowego**
  - model firmy dominującej
  - model o niskich kosztach

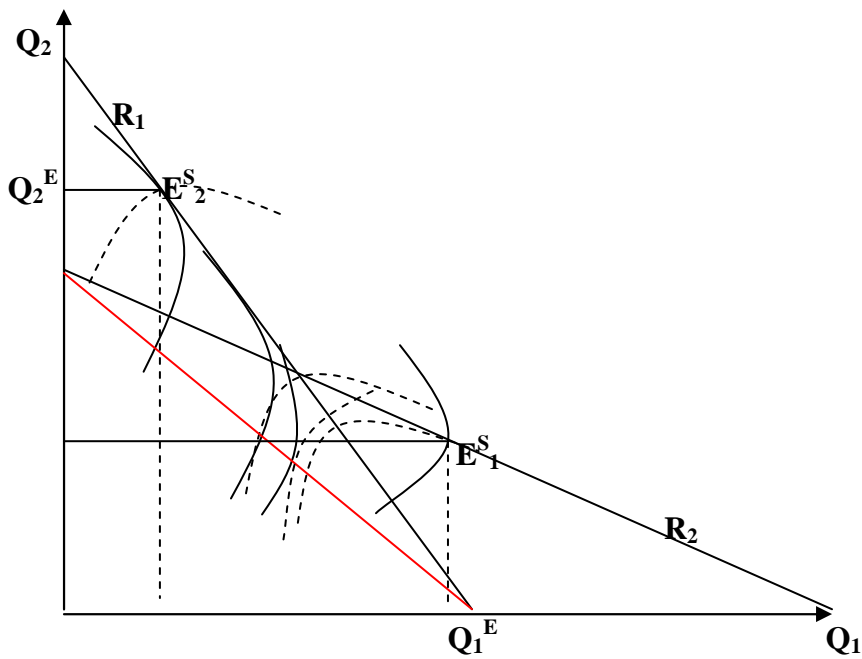
**Krzywe jednakowego zysku i krzywe reakcji**



**Krzywa kontraktowa w porozumieniu oligopolistycznym**



**Model Stackelberga**



**Wielkość sprzedaży lidera, gdy  $MC=0$**

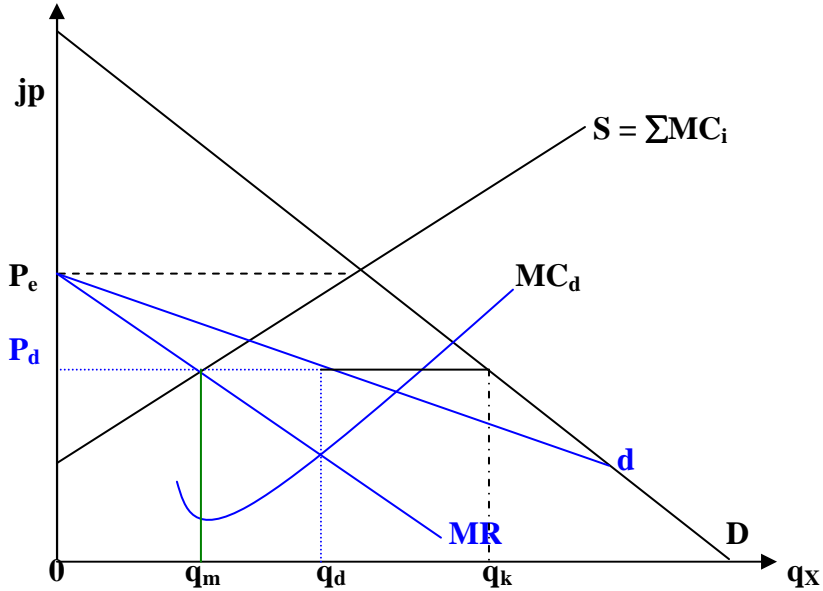
$$q_1 = \frac{a}{2b} \quad q_2 = \frac{a}{4b} \quad q_1 + q_2 = \frac{3a}{4b}$$

**gdy  $MC>0$**

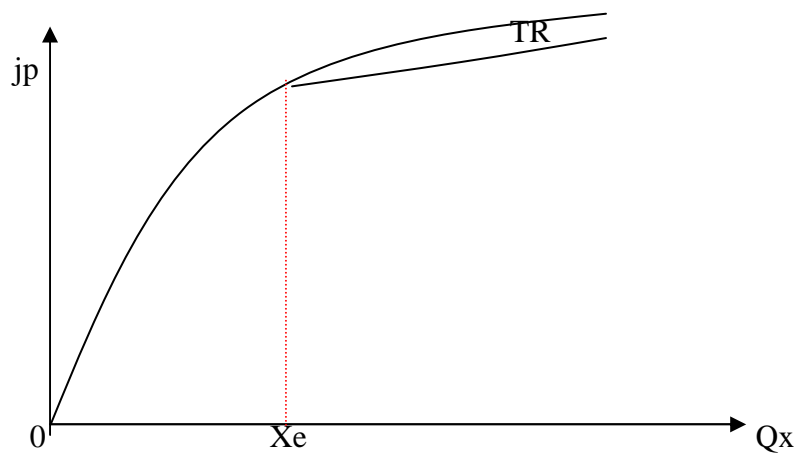
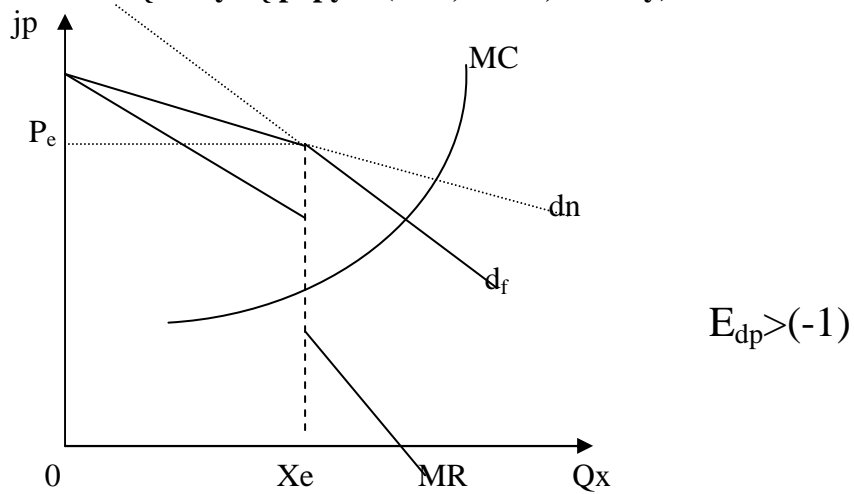
$$q_1 = \frac{a-c}{2b} \quad q_2 = \frac{a-c}{4b}$$

**Przywódcą cenowy**

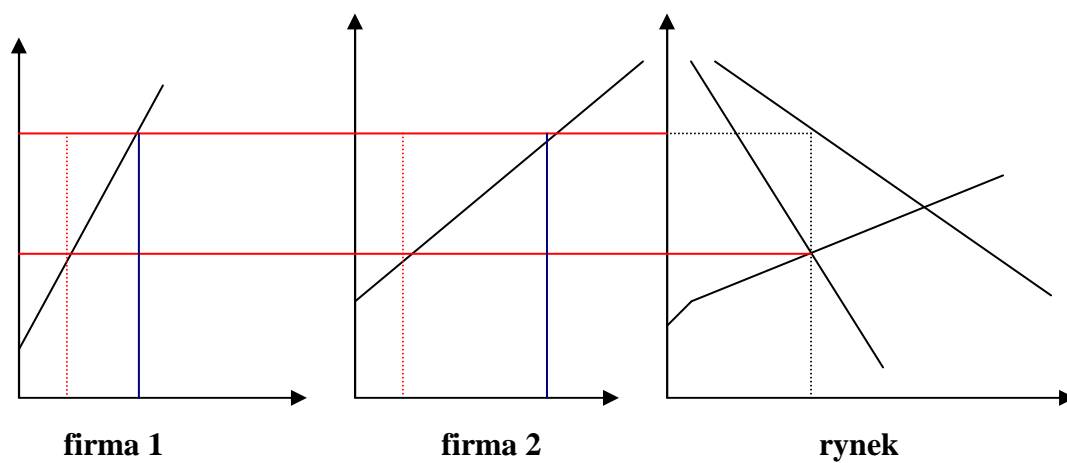
Rynek pewnego dobra jest rynkiem oligopolistycznym i znajduje się w równowadze, gdy pojawia się na nim lider cenowy.



**oligopol ze złamaną krzywą popytu (Hall, Hitch, Sweezy)**



**Kartel**



Podział kwot produkcyjnych następuje według formuły:

$$MR = \Sigma MC = MC_1 = MC_2$$