

олигополистического ценообразования



Загрузок: 2867 Скорость: 1.43 Мб/с

СКАЧАТЬ

Рейтинг: ★★★★★
Автор: Clopper

Безопасно! Вирусов нет 

  196  Нравится 100  Твитнуть  +1  50  95

 161 комментариев 



Саша
Благодарочка за все!
1 минуту назад



Ангелина
Побольше бы таких сайтов.
1 минуту назад



Гриша
Первый раз тут, скорость загрузки радует, наличие файлов тоже!
1 минуту назад



Марина
Всем советую, качает быстро.
1 минуту назад



Леша
не поверил глазам, есть все. спасибо!
1 минуту назад



Оксана
Глупости говорят, что незаменимых не бывает, без этого сайта я бы пропала.
1 минуту назад

Для олигополистического рынка характерно: · небольшое число фирм (2-7); · удельный вес каждой довольно велик ; · стандартизированная (сталь, цемент) или дифференцированная (автомобили, сигареты) продукция ; · вход на рынок затруднен (теми же барьерами, которые имеются на монополистическом рынке); · необходимость учитывать при принятии решений возможную реакцию соперников ; · отсутствие единой модели ценообразования, при этом основное правило максимизации прибыли ($MR=MC$) учитывается. Олигополия включает различные рыночные ситуации, общими для которых являются немногочисленность продавцов, всеобщая взаимозависимость производителей, а также неспособность отдельного предприятия с уверенностью предсказать ответные действия конкурентов на изменения цены или объема производства. Обычно выделяется несколько общих черт олигополистического ценообразования: • олигополистические цены изменяются реже, чем цены в условиях совершенной конкуренции ... Обобщая существенные свойства вышеприведенных моделей, предположим, что каждая фирма считает цены и объем выпуска конкурентов зафиксированными и максимизирует прибыль вдоль своей кривой реакции. В этом случае между предположением и действительным поведением возникает несовместимость. Она может быть весьма критической, так как не существует возможности «компенсации», если принятое управленческое решение оказалось неудовлетворительным. Олигополия - (от др.-греч. ολίγος - малочисленный, и πωλέω - продаю, торгую) - тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм. Олигополия отличается от других типов несовершенной конкуренции тем, что имеет место взаимозависимость фирм в отрасли. Олигополисты - не только конкуренты, но и одновременно негласные партнеры. Челябинск: УГУПС, 2009. — 20 с. Дисциплина — Экономика Олигополия, определение и особенности рынка. Разновидности олигополии. Нескоординированная олигополия. Картель. Картелиподобная структура рынка. Модели олигополистического ценообразования. Негибкость цен. Ценовое лидерство. Схема "издержки плюс". Учебник. — Изд. 3-е, переработанное и дополненное. — М.: Юрист, 1999 Базовый курс экономического образования для студентов всех экономических специальностей. Министерство образование и науки Российской Федерации Сибирская Государственная Геодезическая Академия по дисциплине: Экономика отрасли на тему: Олигополистическое ценообразование Выполнил: студентка гр. ЭУДз-33 Павлова Ю.В. Проверил: Лобанова Е.И. г. Новосибирск 2007 Содержание Введение Теоретические модели олигополистического рынка Олигополистическое рыночное поведение предприятий является предметом исследования уже довольно длительное время. Рынок монополярной конкуренции характеризуется наличием на рынке множества небольших фирм, которые производят специфический продукт, но близкий по своим потребительским свойствам. Отдельные производители на рынке монополярной конкуренции оказывают определенное влияние на рыночную цену, а потому кривая спроса на продукцию монополярного конкурента имеет отрицательный наклон, однако более эластична, чем при чистой монополии. 7.5. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ОЛИГОПОЛИИ На олигополистических рынках по меньшей мере некоторые фирмы могут влиять на цену благодаря их большим долям в общем количестве выпускаемого товара. Продавцы на олигополистических рынках знают, что когда они либо их соперники изменяют цены или выпускаемое количество продукта, то последствия скажутся на прибылях всех фирм на рынке.