

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

1. Характеристика на монополистичната конкуренция
 2. Максимизация на печалбата на фирма на пазар с монополистична конкуренция в краткосрочен и в дългосрочен план
 3. Характеристика на олигопол
 4. Сто-годишната “война” между Кока Кола и Пепси
 5. Кока Кола в България
 6. Олигопол с пречупена крива на търсенето
 7. Теория на игрите – Джон Наш
 8. Картел и “дилемата на затворника”
 9. Гледали ли сте “Красив ум” с Ръсел Кроу?
-

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Монополистична конкуренция

Характеристика на индустрия с монополистична конкуренция:

1. Повече продавачи
2. Ниски бариери на входа
3. Диференцирани продукти (*съществена разлика спрямо ситуацията на пазари със свършена конкуренция*)
4. Реклама на местно ниво

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

- Диференцирани продукти
(*съществена разлика
спрямо ситуацията на
пазари със свършена
конкуренция*)
 - Специфика на стоката
 - Специфика на
продавачите
 - Различия по териториален
признак
 - Видът реклама
-

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Монополистична конкуренция

Примери на индустрии с монополистична конкуренция:

- Търговия на дребно
- Бензиностанции
- Ресторанти
- Търговци на автомобили
- Услуги (правни, финансови, медицински, фризьорски...)

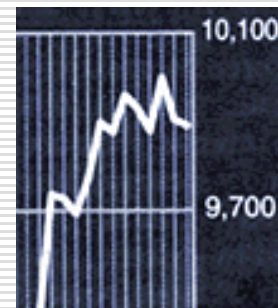


Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Монополистична конкуренция

Възможни са краткосрочни икономически печалби.

Дългосрочните икономически печалби са малко вероятни поради сравнително лекия достъп до изброените дейности.



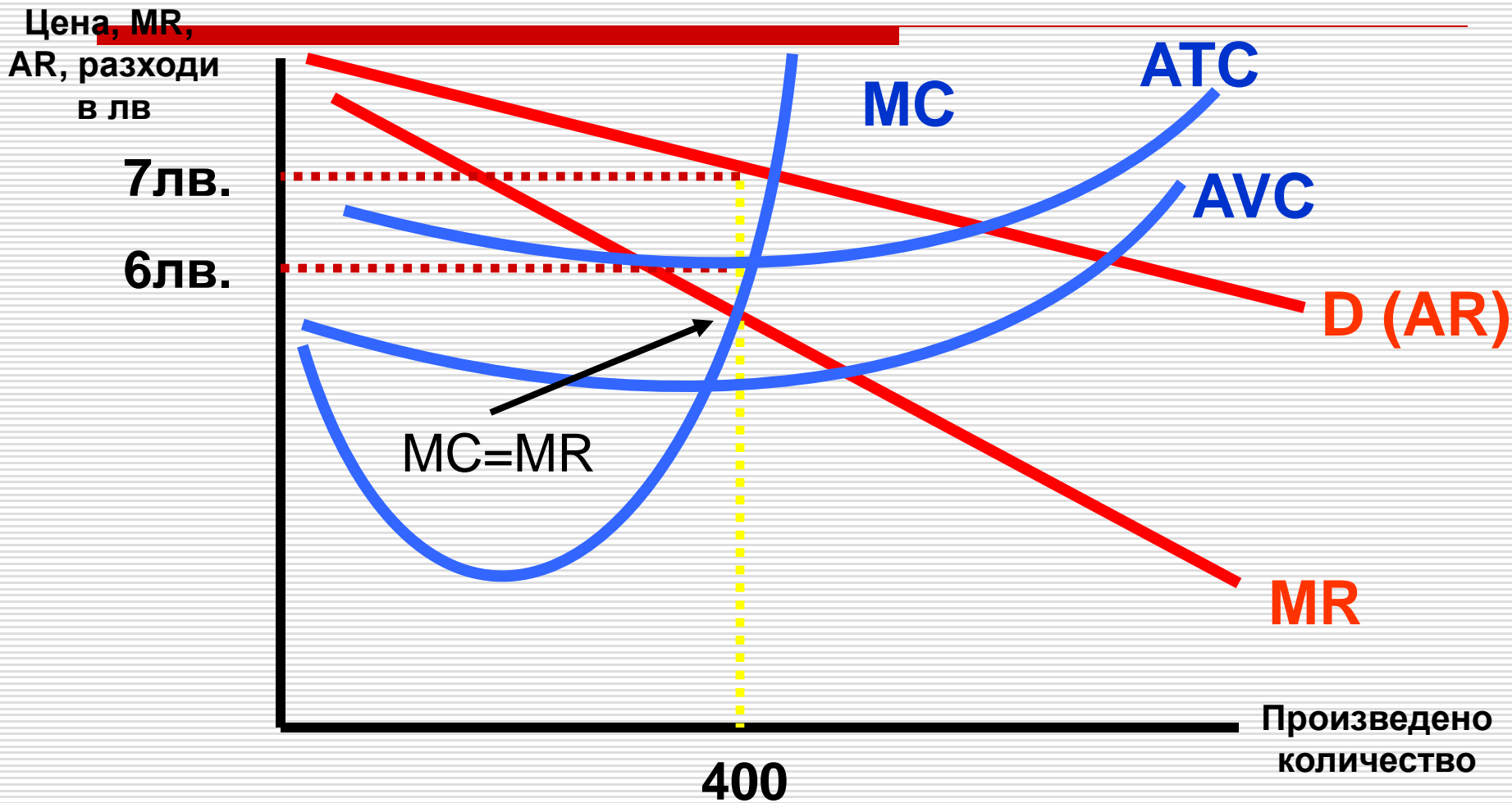
Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

- Монополистична конкуренция

Предприятията максимизират своите печалби, когато $MC = MR$ във възходящата част на кривата на пределните разходи (MC), дотогава, докато цената е по-висока от AVC.

Вж следващия диапозитив – фигура на краткосрочна максимизация на печалбата.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол



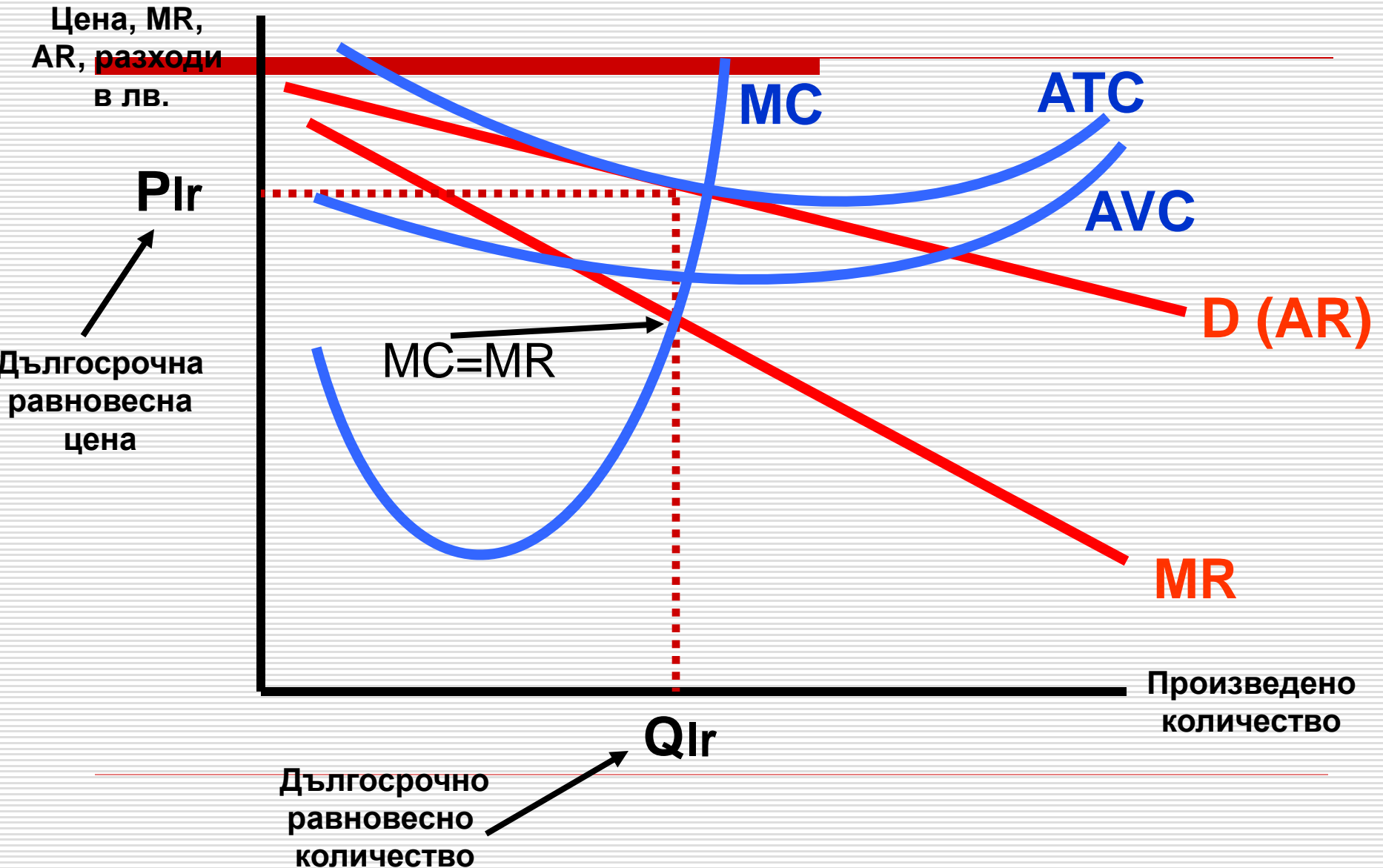
Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Монополистична конкуренция

Дългосрочно, поради ниските бариери на входа, предприятията намиращи се в монополистична конкуренция не получават икономическа печалба.

Вж следващия диапозитив с крива на дългосрочно максимизиране на печалбата.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол



Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

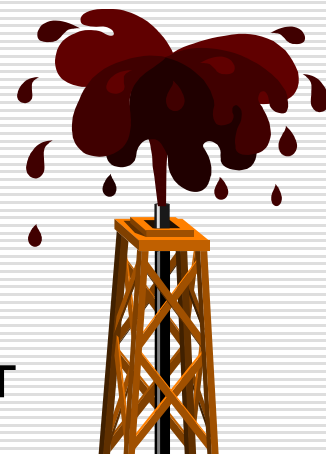
- Дългосрочно максимизиране на печалбата
 - При монополистична конкуренция в дългосрочен план фирмите не произвеждат на ниво min ATC; те остават на по-високо ниво на средни разходи – в резултат имаме непълно натоварване на производствените мощности; по-високи цени; според Едуард Чембърлейн това е цената, която потребителят плаща за възможността да избира между сходни пазарни структури...
-

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол (Повече продавачи)

Характеристиката на олигополната индустрия включва:

1. Няколко фирми (2, 3, 4, ...) контролират по-голямата част от продажбите (малко продавачи, много купувачи...)
2. Започването на бизнеса е по-трудно (бариири на входа)
3. Фирмите са взаимно-зависими
4. Реклама на национално ниво



Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол

Примери за олигополи:

- Автомобилостроене
- Пивоварна индустрия
- Безалкохолни напитки
- Петролна индустрия
- Стомана
- Авиолинии
- Самолетостроене
- Интернет платформи



Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол

Олигополът максимизира при $MC = MR$, във възходящата част на кривата на пределните разходи, дотогава, докато цената надвишава AVC .

Дългосрочните печалби са възможни поради съществуващите бариери на входа на олигополните индустрии.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол

Поради взаимозависимостта на фирмите противоборстващите си фирми държат сметка за своите действия.

Какво ще направи компанията А когато В увеличава цената? А какво ще направи А когато В намалява цената на своя продукт?

Коя напитка предпочитате?

1. Coca Cola
2. Pepsi Cola
3. Без значение
4. Никога не съм пил Cola
5. Не пия Cola сега
6. Нямам мнение

Кока Кола и България

- А знаете ли, че за пръв път в т.нар. Източен блок Кока Кола се произвежда именно в България – “Български минерални води” и “Тексим” – Георги Найденов – 1965-1966...
 - През 1991 година Централният кооперативен съюз (ЦКС) и „Хеленик Ботлинг Къмпани“ сключват джойнт венчър за производство и дистрибуция на продуктите на Кока-Кола в България, като бутилирането се извършва в заводите в София (заводи „КОЛИНА“ и „БЕНАКС“), Бургас, Плевен и Търговище.
 - През 1995 година „Хеленик Ботлинг Къмпани“ инвестира в строителството на модерен завод за производство на безалкохолни напитки, в непосредствена близост до град Костинброд, носещ името „София Бевъридж Къмпани“.
 - Най-голям инвеститор в България за 1996 г.; най-голям данъкоплатец – 2002 г.
-

The Coca-Cola Company

- Мухтар Кент (*Muhtar Kent*) е бизнесмен от турски произход, настоящ президент и главен оперативен директор на Coca-Cola Company от юли 2008 г.



- The Coca-Cola Company (NYSE: KO) is an American multinational beverage corporation and manufacturer,
 - Coca-Cola, *invented in 1886 by pharmacist John Stith Pemberton in Columbus, Georgia.*
 - *The Coca-Cola formula and brand was bought in 1889 by Asa Candler who incorporated The Coca-Cola Company in 1892.*
 - Besides its namesake Coca-Cola beverage, *Coca-Cola currently offers more than 500 brands in over 200 countries or territories and serves over 1.7 billion servings each day.*
-

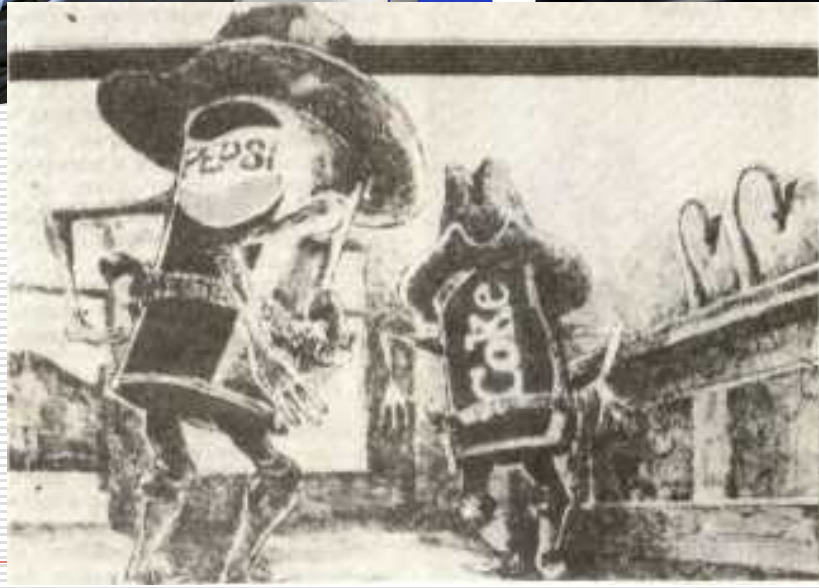
И Пепси Кола

- **Pepsi** (транскрипция: Пепси) е газирана безалкохолна напитка, произвеждана от PepsiCo (или нейни лицензополучатели). **Напитката е създадена на 28 август 1898 от фармацевта Кайлаб Брадхам под името "Питието на Брад", а на 16 юни 1903 е преименувана на Pepsi-Cola.**
 - Има много варианти на Pepsi: Diet Pepsi, Pepsi Max, Pepsi Samba, Pepsi Gold, Pepsi Blue, Pepsi Light, Pepsi Twist.
 - В България напитките на PepsiCo се произвеждат и разпространяват от Агрима от средата на 1990-те години.
-

И Пепси Кола

- ❑ **Indra Krishnamurthy Nooyi** (Tamil: இந்திரா நாயி) (born 28 October 1955) is a Indian-American business executive and the Chairman and Chief Executive Officer of PepsiCo, the second largest food and beverage business in the world by net revenue.
- ❑ According to Forbes, she is consistently ranked among World's 100 Most Powerful Women.





"КОКА" СРЕЩУ "ПЕПСИ"!

- Стогодишната война между двете компании – *уестърн без край...*



Ако сте президент на Coca Cola, и Pepsi **намалят** своите цени, как бихте постъпили?

1. Не бих променил цената на Coca Cola
 2. Ще увелича цената
 3. Ще **намаля** цената
 4. Не съм сигурен
-

Ако сте президент на Coca Cola, и Pepsi **увеличат** своите цени, как бихте постъпили?

1. **Не бих променил цената** на Coca Cola
 2. Също ще увеличи цените
 3. Ще намаля цените
 4. Не съм сигурен
-

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол

Да допуснем, че **компания В** увеличава своите цени, а **компания А** не променя своите.

Да приемем също така, че когато **В намали цените си**, **А също намалява своите цени**.

Кривата на търсенето на компания А в този случай ще бъде “**пречупена**” **крива** на търсенето.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

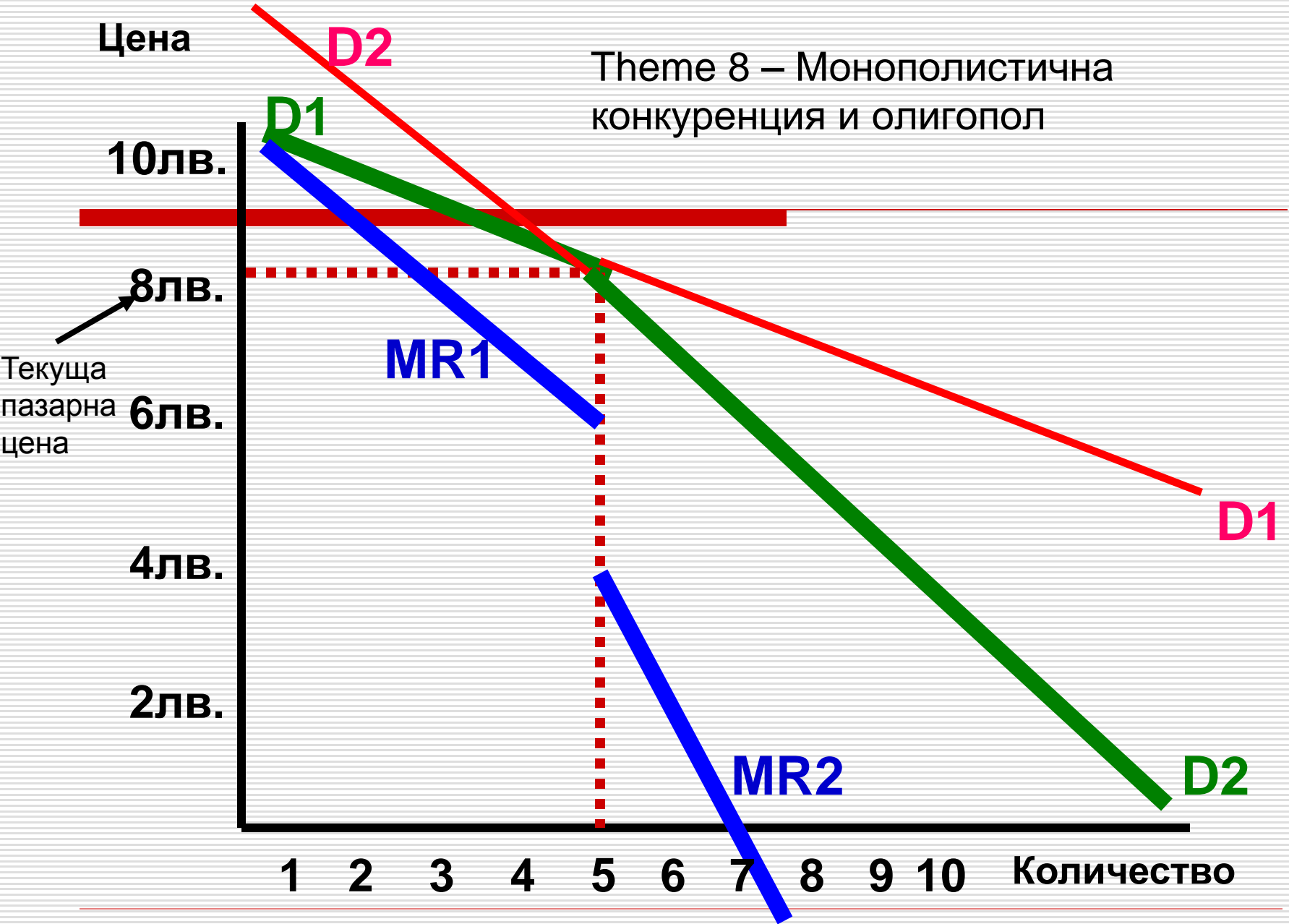


□ Олигопол

Кривата на търсенето на А - D1 е по-еластична, тъй като - когато В увеличава своите цени над текущата цена от 8 лв. (напр.), компания А не увеличава своите цени. По този начин А печели дял от пазара.

Кривата на търсенето на А - D2 е по-малко еластична, защото - когато В намали своите цени под 8 лв., компания А също намалява своите, и може да се очаква, че продажбите остават сравнително постоянни.

Theme 8 – Монополистична конкуренция и олигопол



Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигополи и теория на игрите

Теория на игрите е важна в микро-икономиката - особено за да се обясни поведението на олигополите.

Вж пример от теория на игрите на следващия диапозитив.



John
Nash

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

□ Олигопол и теория на игрите

Nash equilibrium – двама и повече “играчи” всеки от които познава равновесната стратегия на останалите

	В повишава цената	В понижава цената
А повишава цената	А печалба = 40лв. В печалба = 40лв.	А печалба = 10лв. В печалба = 60лв.
А понижава цената	А печалба = 60лв. В печалба = 10лв.	А печалба = 15лв. В печалба = 15лв.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

Олигопол и теория на игрите

- При сумарна печалба 80 лв. печелят двете фирми (картел – вж ОРЕС);
 - При сумарна печалба 30 лв. губят фирмите; печелят потребителите (фирмите не кооперират; “ценова” война);
 - При сумарна печалба 70 лв. – различна ситуация за двете фирми;
-

Theme 9 – Монополистична конкуренция и ОЛИГОПОЛ

- Картел – съглашение относно продажната цена;
 - Дилема на затворника /Теория на игрите
 - 4 варианта на тази “дилема” – ВЖ следващия диапозитив
 - 1-вариант участниците стриктно спазват споразумението
 - 2-3 вариант – нелоялни участници
 - 4 вариант – съвършена конкуренция
-

Дилема на затворника / Теория на игрите

	Затворник X не признава	Заторник X признава
Затворник Y не признава	X – 2000 лв. Y – 2000 лв.	X – 500 лв. Y – 5000 лв.
Затворник Y признава	X – 5000 лв. Y – 500 лв.	X – 3000 лв. Y – 3000 лв.

Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

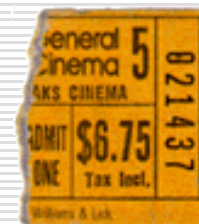
□ Олигопол и теория на игрите

Какво става когато фирмите започнат “ценова война”?

Дали те имат стимул да си сътрудничат (да се кооперират и да поддържат висока цена)?



P & G Olay крем против бръчки



Theme 9 – Монополистична конкуренция и ОЛИГОПОЛ

Олигопол и сътрудничество

“Изкушението” за коалиране (образуване на **картел**) е по-голямо при олигополните отколкото при останалите индустрии.

- Картел – съглашение относно продажната цена;
- Печалба като при “чист” монопол;

Съществуват обаче бариери за коалиране:

- Високите цени **привличат конкуренти**, непринадлежащи на картела.
- Невинаги конкурентните предприятия са в състояние да се споразумеят за условията.
- **Нарушаване на картела** – поддържането на малко по-ниска цена може да е печелившо.
- Може да има **правни последиствия**.

Джон Форбс Нэш

<http://web.math.princeton.edu/jfnj/>

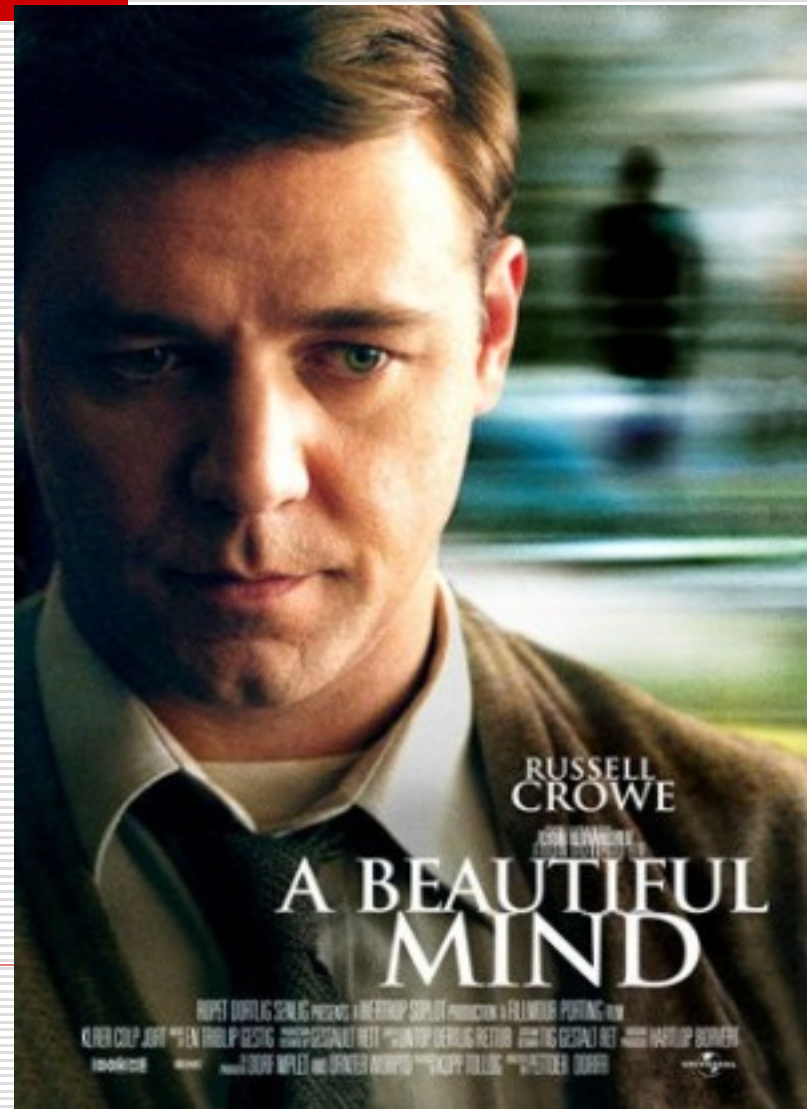
- "Equilibrium Points in N-person Games" (1950)
- "The Bargaining Problem" (1950)
- "Two-person Cooperative Games" (1953)
- Нобелова награда по икономика от 1994 г.

Джон Форбс Нэш

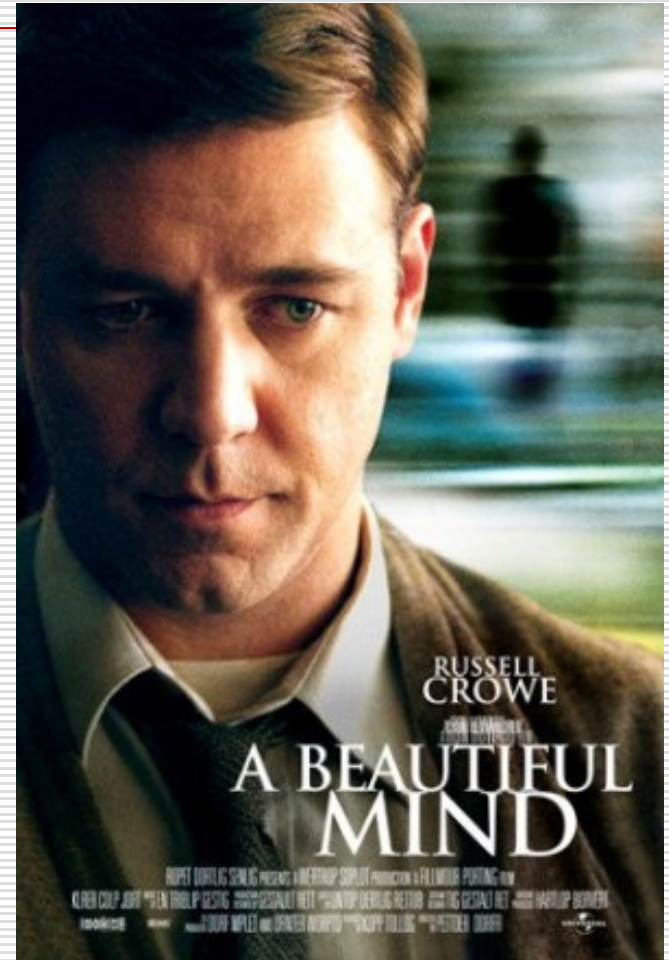


A beautiful mind

- Биаграфичен филм за живота на Наш по роман на Силвия Насър / Пулицър за 1998 г./ с участието на Ръсел Кроу



A beautiful mind



Theme 9 – Монополистична конкуренция и олигопол

1. Характеристика на монополистичната конкуренция
 2. Максимизация на печалбата на фирма на пазар с монополистична конкуренция в краткосрочен и в дългосрочен план
 3. Характеристика на олигопол
 4. Сто-годишната “война” между Кока Кола и Пепси
 5. Кока Кола в България
 6. Олигопол с пречупена крива на търсенето
 7. Теория на игрите – Джон Наш
 8. Картел и “дилемата на затворника”
 9. Гледали ли сте “Красив ум” с Ръсел Кроу?
-

Theme 9 - Въпроси за теми / “открит въпрос”

- Характеристика на монополистичната конкуренция
 - Характеристика на олигопол
-

Theme 9 - Примерни въпроси за тест

1. Кой от посочените бизнеси е добър пример за монополистична конкуренция

А - Ресторанти за бързо хранене

Б - Автомобилостроене

В - Публично образование

Г - Безалкохолни напитки

2. В дългосрочен план фирми на пазар с монополистична конкуренция обикновено постигат:

А - Икономическа печалба

Б - Икономическа печалба = 0

В - Счетоводна печалба = 0

Г - Отрицателна счетоводна печалба

3. Кое от посоченото по-долу не е типично за олигопол

А - Много на брой продавачи

Б - Бариери на входа

В - Взаимозависимост между фирмите

Г - Реклама

В теория на игрите равновесието по Наш допуск

А - Отсъствие на коопериране

Б - Отсъствие на конкуренция

В - Законово обединяване

Г - Нелегално споразумение

Theme 9 - Примерни въпроси за тест - отговори

1 - А - Ресторанти за
бързо хранене

2 - Б - Икономическа
печалба = 0

3 - А - Много на брой
продавачи

4 - А - Отсъствие на
коопериране
