

**Ценовая олигополия с дифференцированным продуктом: теоретическое и эмпирическое исследование**

**Научный руководитель – Филатов Александр Юрьевич**

***Рудковская Ольга Владимировна***

*Студент (магистр)*

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

*E-mail: Olgerda-vo@mail.ru*

Ценовая олигополия с дифференцированным продуктом: теоретическое и эмпирическое исследование

Рудковская Ольга Владимировна

студент (магистр)

Дальневосточный федеральный университет,

экономический факультет, Владивосток, Россия

E-mail: <mailto:olgerda-vo@mail.ru>

В работе рассматривается модель ценовой олигополии с дифференцированным продуктом, в которой суммарный спрос зависит от «нижней» цены (минимальной среди цен на рынке). Показано существование равновесия Нэша с различными ценами и объемами продаж в одинаковых фирмах. Асимметрия объясняется различной реакцией покупателей на изменение цен в дешевых и дорогих фирмах [1]. В первой ситуации кроме перераспределения клиентов между фирмами наблюдается расширение рынка. Исследованы альтернативные стратегии поведения фирм, включая двухуровневую игру (аналог модели Штакельберга) и ценовую дискриминацию. На основе данных о ценах и продажах одной из крупнейших торговых сетей проведено эмпирическое исследование, подтвердившее значимое отличие фирмы с «нижней ценой» от остальных.

Ключевые слова: ценовая олигополия, дифференцированный продукт, стратегическое поведение, равновесие.

**Источники и литература**

- 1) 1. Филатов А.Ю. Модель ценовой олигополии с несовершенной эластичностью спроса // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука. – 2009. – С. 130-145.