

PIACI SZERKEZETEK

BMEGT30A104

11. hét, 1-2. óra: Nem kooperatív stratégiai viselkedés

PRN: 11.3, 11.4, 12., 13.1, 13.4 fejezet (kivéve 12.2.2)

2018.04.23. 10:15

2018.04.25. 12:15

QAF14

Kupcsik Réka

(kupcsikr@kgt.bme.hu)



Stratégiai viselkedés és formái

- A vállalat befolyásolja a piaci környezetet profitja növelésének érdekében.
- Kooperatív: versenytársakkal összehangolja tevékenységét – együtt korlátozzák a versenyt: ha sikeres, akkor a piacon lévő összes vállalat profitja nő, a verseny pedig csökken (lásd: összejátszás – 9. hét ea.).
- Nemkooperatív: versenytársaihoz képest javít a saját helyzetén – ha sikeres, akkor a versenytársak profitja általában csökken, saját profitja nő.
 - Kiszorító árazás
 - Ragadozó árképzés (felfaló ár)
 - Kizáró (korlátozó) árképzés
 - Termelési költségek csökkentése: (pl. beruházás K+F tevékenységbe stb.)
 - Versenytársak költségeinek növelése

Belépés és gazdasági profit

- Számos iparágban domináns vállalatok vannak jelen
 - Okok: pl. költségek: magas FC, alacsony MC (lásd: 2. ea)
- Gazdasági profit és piaci erő: $\pi > 0$; $LI \gg 0$
- Hogyan tudják megtartani a monopol- vagy ahhoz közeli profitot a cégek, ha lehetséges a belépés? (feltételezve, hogy nincs természetes monopólium)
- A „tökéletes verseny” hosszú távú modelljének logikája: A gazdasági profit új belépőket vonz $\Rightarrow$ belépők növelik a kínálatot $\Rightarrow$ piaci ár csökken $\Rightarrow$ a profitok alacsonyabbak lesznek, végül eltűnnek.
- Tökéletes verseny = maximális jólét: a verseny fontos a kormányzatoknak is $\Rightarrow$ versenyszabályozás

Piaci szerkezet változása

- „Stilizált” tények:
 1. A belépés általános jelenség
 2. A belépések általában kis volumenűek
 3. Viszonylag kicsi túlélési arány
 4. Belépések és kilépések aránya korrelál egymással – iparáganként eltérő arány
 - Ellentmondani látszik a TV logikájának
 - Hogyan szerezhető meg, illetve tartható fenn az erőfölény? Hogyan ítélné meg jogilag?
 - hatékonyság
 - versenytársak kiszorítása
 - új belépés megakadályozása
- ⇒ Társadalmilag is kívánatos
- } Kiszorító magatartás?

Kiszorító (avagy ragadozó) viselkedés

- Olyan tevékenységek, melyek célja az (akár potenciális) versenytársak viselkedésének befolyásolása, a verseny megakadályozása.
- A kiszorítás gyakran jár együtt „fenyegetéssel”, a cél, hogy ez a riválisok számára **hihető*** is legyen.
- A költséghatékonyság növelése vagy a termék-fejlesztés általában **nem minősül** ilyennek, még akkor sem, ha növeli a piaci részesedést vagy a versenyben alulmaradó cégek kilépnek.
- Kiszorító viselkedésnek az olyan tevékenység minősül, amely **csak akkor** nyereséges, ha versenytárs(ak) kilépéséhez, vagy egy potenciális versenytárs belépéstől való elriasztásához vezet.

Versenyjogi megítélés (hazai és EU): Tpv. 21.§ és EUMSZ. 102. cikk

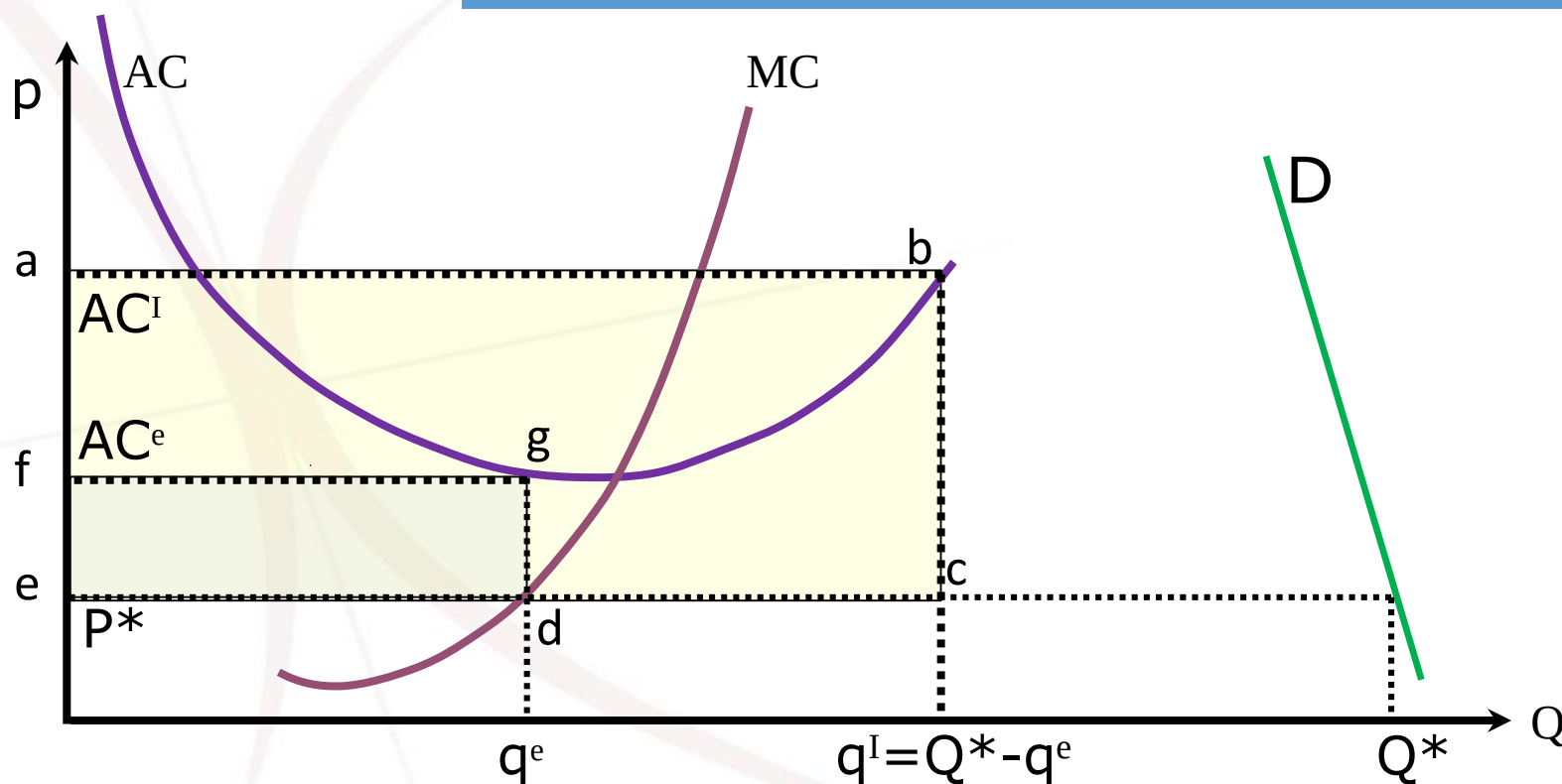
- HU: Tpv.
- 21. §: Tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni, így különösen:
 - ... a versenytársaknak az érintett piacról való kiszorítására vagy a piacra lépésük akadályozására alkalmas, nem a versenytársakéhoz viszonyított nagyobb hatékonyságon alapuló, túlzottan alacsony árakat alkalmazni;
- EUMSZ.
- 102. cikk: A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre
- Ilyen visszaélésnek minősül különösen: tisztességtelen beszerzési vagy eladási árak, illetve egyéb tisztességtelen üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett kikötése.

Ragadozó árképzés (predatory pricing) v. felfaló árazás

- Vállalat először lecsökkenti az árat, hogy ezzel
 - kiszorítsa versenytársait a piacról, vagy
 - elriassza a potenciális belépőket,majd felemeli az árat.
- Alacsony árral profit feláldozása rövid távon (veszteség vállalása) – hogy a verseny kiküszöbölésével hosszútávon extraprofitot érjen el: „**befektetés a monopóliumba**”.
- Sikeresség feltétele: ha kiszorít, felemeli az árat $\Rightarrow$ biztosítani kell, hogy ne legyen belépés!
- A kiszorító ár „irracionálisan” alacsony, saját határköltség alatti, csak akkor éri meg, ha monopóliummá válik, nem pedig költségelőnyből fakadó, hatékony ár

A ragadozó árképzés (egyforma vállalatok)

p^* : piaci ár (ragadozó ár), Q^* : piaci (iparági) termelés
 q^e : másik vállalat kibocsátása, q^I : ragadozó outputja



Ragadozó vesztesége: $abce$ téglalap – $\pi^I = q^I \cdot (p^* - AC^I)$
Másik fél vesztesége: $fgde$ téglalap – $\pi^e = q^e \cdot (p^* - AC^e)$

Ragadozó árképzés: egyforma vállalatok

- Visszalépéstől való elriasztás: nem hihető a fenyegetés (nagyobb veszteség a ragadozónál)!
- Lehetséges ellenstratégiák a „fenyegetett” vállalat részéről:
 - Fúzió a bennlévő vállalattal – monopólium jön létre
 - Hosszú távú szerződések a fogyasztókkal (nagy vevők) – már a piacon lévő megtámadott vállalatok tehetik meg
 - Piacról való kivonulás a ragadozási időszak alatt – majd vissza: ki- és bevonulás ismétlése $\Leftarrow$ **megtámadható piacok** (= nulla vagy csekély [elsüllyedt] költség be- és kilépéskor)

Bónusz feladat

- Egy monopólium költségfüggvénye a következő: $TC(Q)=Q^3-4,5Q^2+8Q$
- Ha a jelenlegi pozícióját ragadozó ár alkalmazásával szerezte meg, mekkora lehetett ez az ár?

Mikor minősül egy ár ragadozó árnak? I.

- **Areeda-Turner szabály (1975):**
 - Elméletben: a vállalat árképzése ragadozónak minősül, ha az ár alacsonyabb, mint a **rövid távú MC**
 - Gyakorlatban: javasolt közelítés a **rövid távú AVC**
- A nemzetközi és hazai versenyjogi gyakorlat szerint: Az adott árunak az előállított mennyiségtől függő AVC-je alatti ára mindenképpen veszteséget eredményez, ezért igen nagy valószínűséggel túlzottan alacsonynak tekinthető, kivéve, ha az ár alkalmazója igazolja, hogy az alacsony ár mögött nem versenyellenes célzat húzódik meg.
- Az adott áru átlagköltségét meghaladó ár semmiképpen sem eredményez veszteséget, ezért nem tekinthető túl alacsonynak. Az AVC és az átlagköltség közé eső ár általában nem minősül túlzottan alacsonynak.

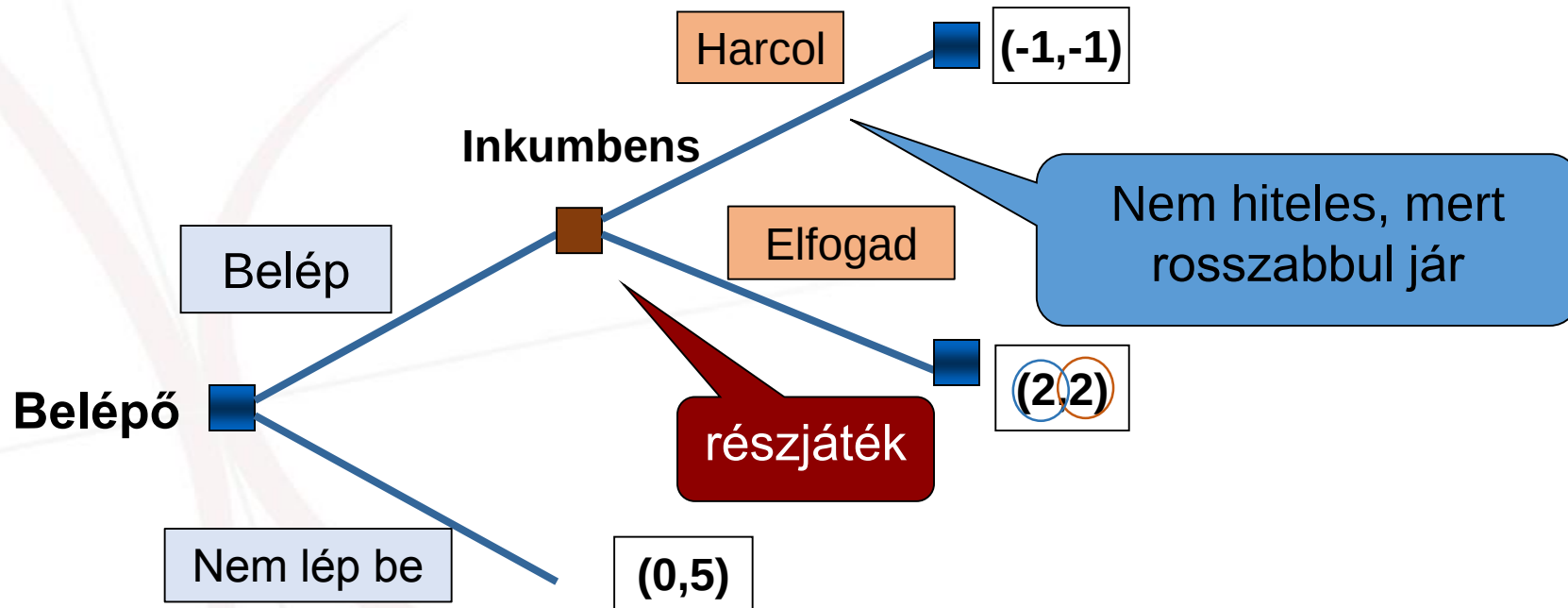
Mikor minősül egy ár ragadozó árnak? II.

- Nehézségek a versenyjogi gyakorlatban:
 - Adatok beszerzése
 - Mi az alacsony ár oka? Sok más is elképzelhető a ragadozáson kívül:
 - Bevezető ár vagy promóciós tevékenység, készletektől való szabadulás
 - Fejlesztés alatt álló technológia + piacmegtartás
 - „Munka közbeni” tanulás (*learning-by-doing*)
 - Hatékonyság-különbség
 - „Sima” árharc

„To recoup or not to recoup –that is the question”

- Közgazdasági megközelítés: sikeres-e a stratégia – a veszteség visszanyerhető-e
- USA-EU versenyjog különbsége
 - Előbbi vizsgálja a visszanyerhetőséget, utóbbi inkább formál-jogi szemléletű

Belépési játék – extenzív forma



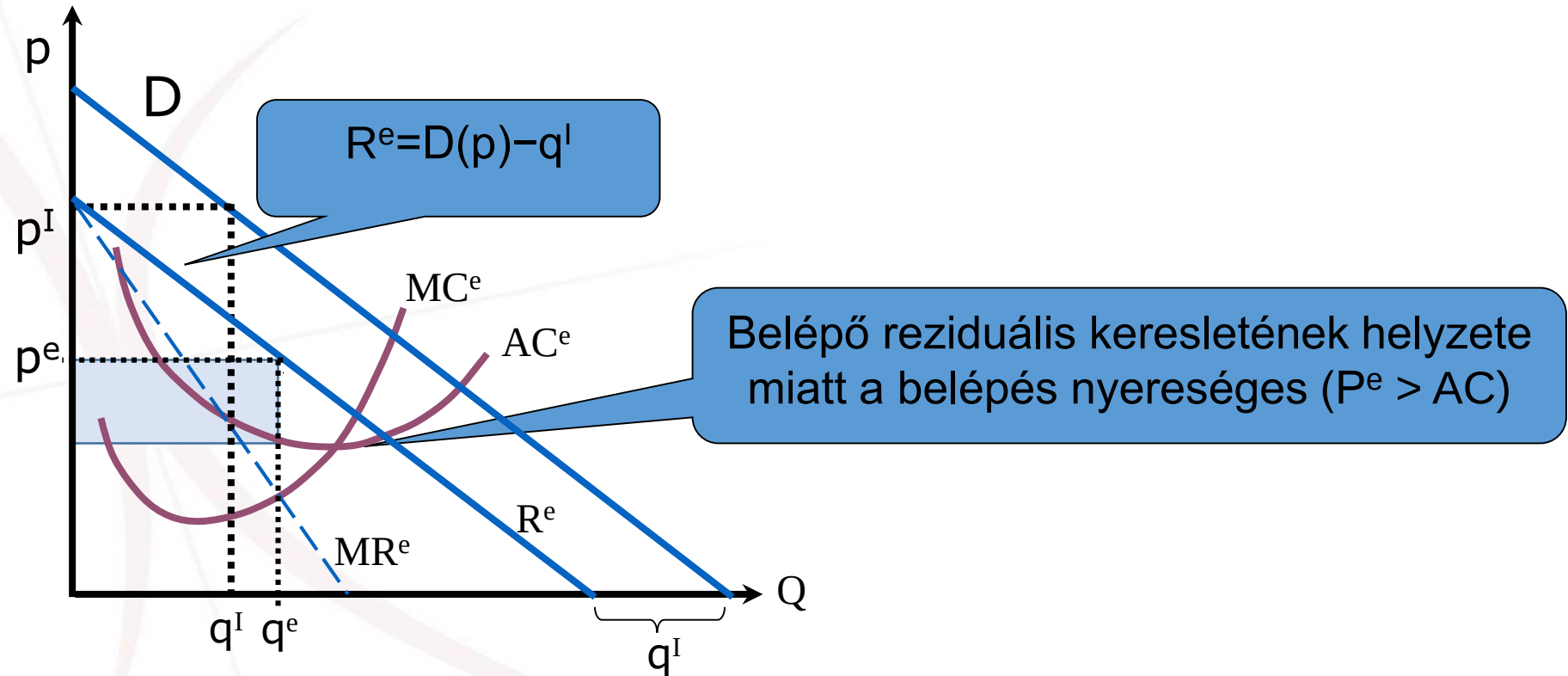
Selten: áruházlánc-paradoxon

- Játék véges ismételése
- Fenyegetés a „hírnév” megalapozására
- 20 helyen lehetséges belépés
- Érdemes-e agresszív módon fellépni (harcolni) az első piacokon, hogy elrettentse a többi piacról a belépőket?
- Az utolsó piacon már nem érdemes harcolni – akkor az előzőn sem, stb.
- Belépés esetén a „harcol” stratégia nem „részjáték-tökéletes”

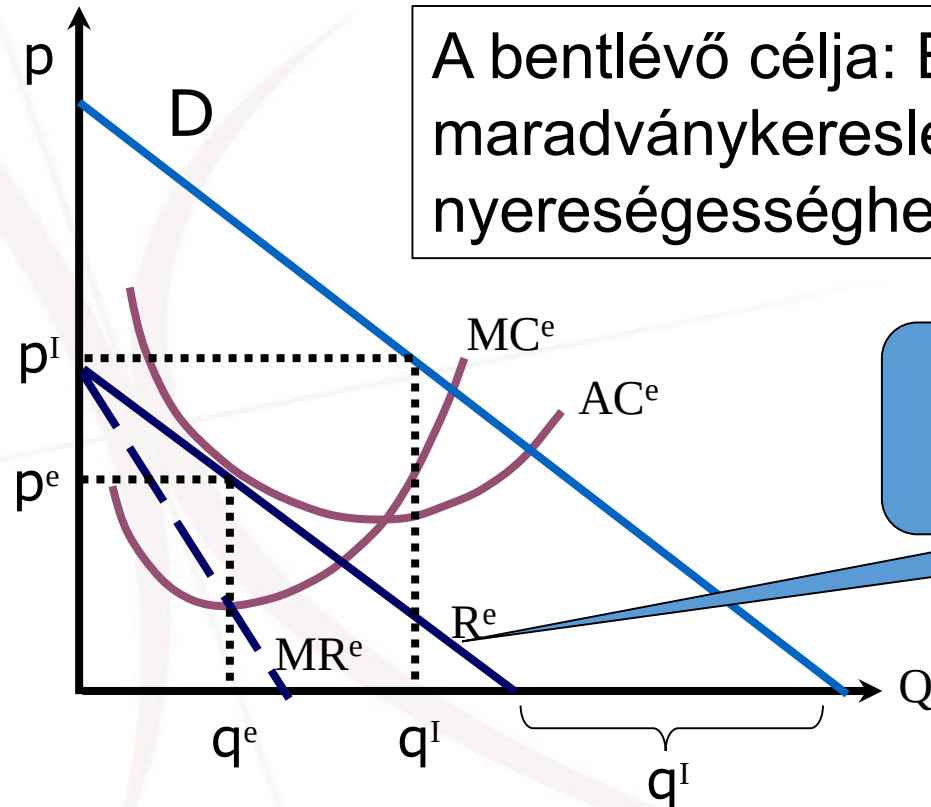
Korlátozó (kizáró) árképzés (limit pricing – Bain-Sylos)

- Alapelv: stratégiai változó (mennyiség) rögzítése (Stackelberg-modell) – belépő elrettentésének céljából
- A vállalat úgy választja meg az outputját és ezzel az árat, hogy nem marad elég kereslet ahhoz, hogy más vállalat is nyereségesen piacra léphessen
- Feltétel: belépés után a bennlévő nem változtat outputján (**elköteleződés** Q^i mellett): $Q^i \Rightarrow \Delta q = q_e$
- Belépés után: $Q' = Q^i + Q^e \Rightarrow$ árcsökkenés (p_e)
- Bennlévőnek olyan árat kell előre megállapítani, hogy a belépés utáni ár ne legyen jövedelmező a belépőnek.

A korlátozó árképzés egyszerű modellje



A korlátozó árképzés egyszerű modellje



A bentlévő célja: Éppen ne maradjon elég maradványkereslet a belépőnek a nyereségességhez.

Belépő reziduális keresletének helyzete miatt a belépés nem nyereséges

Példa a korlátozó árképzésre

$P = 100 - (q_I + q_e)$; $TC_I(q_I) = 40q_I$; $TC_e(q_e) = 100 + 40q_e$ (100 a piacra lépéshez fűződő elsüllyedt költség; $MC=AVC=40$)

(a) Milyen árat állapít meg a bentlévő, ha egyszerű monopolistaként viselkedik? (Feltételezve, hogy egyedül ő van a piacon: $q_e = 0$)

$$P = 100 - q_I \Rightarrow MR = 100 - 2q_I = 40 = MC \Rightarrow q_I^* = (100 - 40) / 2 = 30 \Rightarrow p^* = 100 - 30 = 70$$

(b) Hogyan vezethető le a belépő vállalat reakciófüggvénye (azt feltételezve, hogy bentlévő a korábbi mennyiséget termeli)?

$$P = 100 - \bar{q}_I - q_e \Rightarrow MR_e(q_e) = (100 - \bar{q}_I) - 2q_e = 40 = MC_e(q_e) \Rightarrow q_e(\bar{q}_I) = 30 - 0,5\bar{q}_I$$

(c) Mennyit kellene a bennlévőnek termelnie, hogy éppen távol tartsa a belépőt a piacról?

Formálisan a cél: $\pi_e = P \cdot q_e - TC(q_e) = P \cdot q_e - AVC \cdot q_e - FC = (p - AVC) \cdot q_e - FC = (100 - q_I - q_e - 40) \cdot q_e - FC = 0$

$$\pi_e = [100 - \bar{q}_I - (30 - 0,5\bar{q}_I) - 40] \cdot (30 - 0,5\bar{q}_I) - 100 = 0 \Rightarrow (30 - 0,5\bar{q}_I)^2 = 100 \Rightarrow$$

$$\Rightarrow 30 - 0,5\bar{q}_I = 10 \Rightarrow q_I^* = 40; \quad q_e = 30 - 20 = 10; \quad P_B = 100 - 40 - 10 = 50$$

Mivel nem várható profit, a potenciális rivális be sem lép, a kizáró ár: $P_K = 100 - 40 = 60$



Feladatgyűjtemény 329./5.

- Jelenleg monopólium működik egy piacon, amelyre $C(q_I)=6q_I$. Egy belépni szándékozó vállalatra $C(q_E)=100+12q_E$. A piac terméke iránti kereslet inverze: $p=120-q_I-q_E$.
 - Először az inkumbens vállalat dönt a mennyiségről, aztán a belépni szándékozó vállalat dönt a belépésről, és ha belép, a termelési mennyiségéről. A döntést a jelen időszaki profit alapján hozzák meg.
- a) Az inkumbens nem akadályozza a belépést: mennyit termel és mennyi a profitja?
 - b) Az inkumbens a Bain-Sylos modellnek megfelelően akadályozza a belépést: mennyit termel?
 - c) Mikor jár jobban az inkumbens?

Korlátozó árképzés

- Jogos-e a kiinduló feltétel, hogy Q^I a belépés után is változatlan?
 - egyforma vállalatok esetén nem hihető $\Rightarrow$ belépés esetén ésszerű, ha reagál
 - szükséges a bennlevő elköteleződése
 - aszimmetria a bennlevő és belépő között
- Kizárás sikeres, ha hiteles az elköteleződés
 - Bain-Sylos: a kiigazítás költséges
 - Spence: beruházás a korlátozó mennyiség termelését biztosító kapacitásba
- Racionális-e (nagyobb-e a profit) – csak ekkor lesz hihető!

Feladatgyűjtemény 328./1.

- Egy piacon, ahol egy $TC(Q) = (1/3) \cdot Q^3 - 2Q^2 + 5Q$ költségfüggvényű monopólium értékesít, az inverz keresleti függvény $p = 15 - (2/3) \cdot Q$.
 - a) Határozzuk meg a monopólium által szabott árat, amennyiben a piaci pozícióját nem fenyegeti másik vállalat belépése!
 - b) Ha a monopol pozícióját a vállalat úgy érte el, hogy ragadozó árat alkalmazott, akkor milyen tartományban volt az ár?
 - c) Határozzuk meg azt a termelt mennyiséget és árat (kizáró ár), amellyel a monopólium távol tudja tartani a piactól az övével azonos költségfüggvényű belépni szándékozó vállalatot feltéve, hogy a belépni szándékozó vállalat azt gondolja, hogy a monopólium nem változtat a termelt mennyiségén!

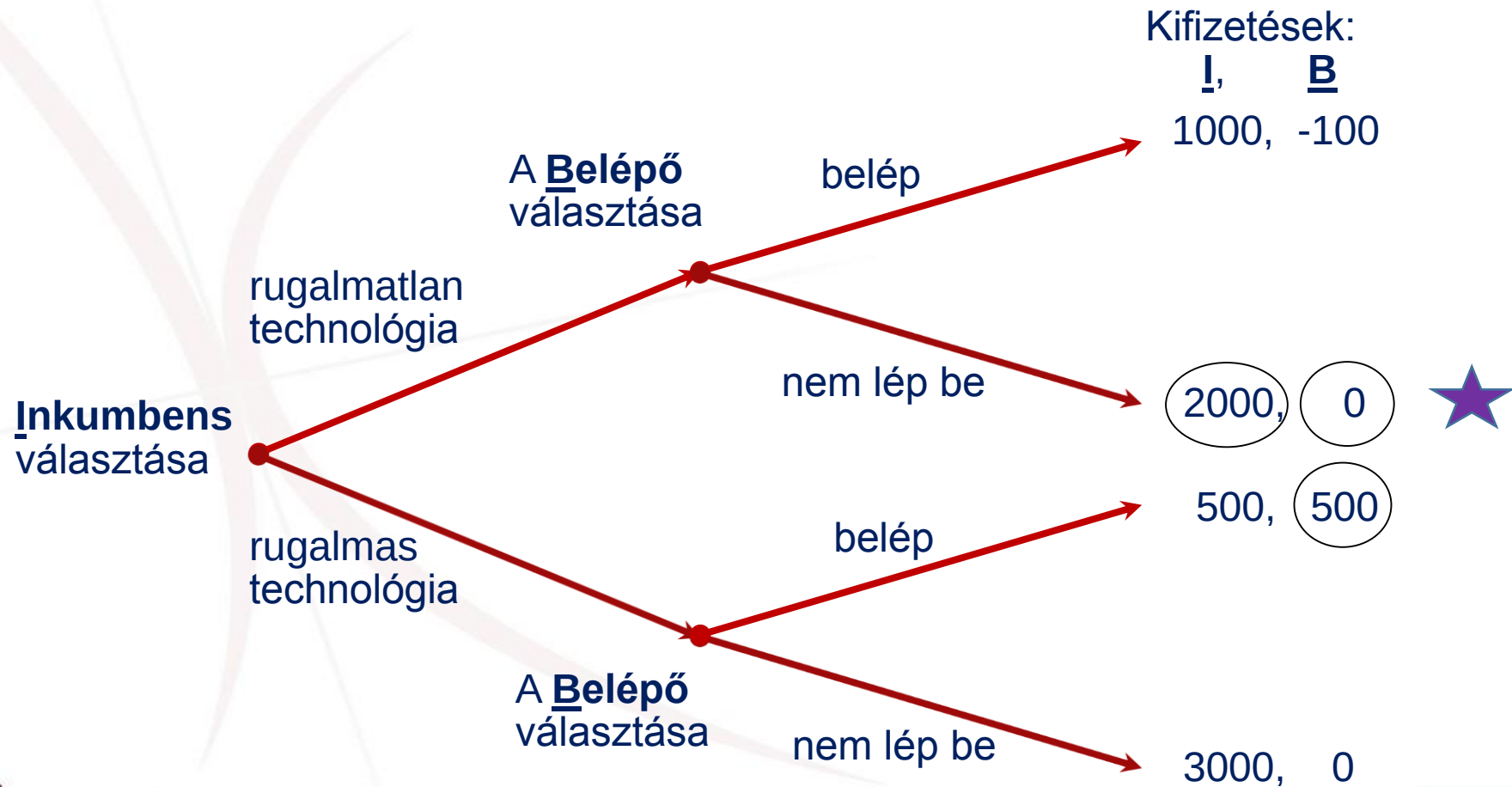
Bónusz feladat

- Egy piacon monopólium működik a következő költségfüggvénnyel: $C(Q_I) = 50Q_I - 10Q_I^2 + Q_I^3$. Egy vállalat belépne ugyanerre a piacra azonos költségfüggvénnyel ($C(Q_E) = 50Q_E - 10Q_E^2 + Q_E^3$). A piaci kereslet inverze: $p = 60 - 1,5Q$ ($Q = Q_I + Q_E$).
- Határozza meg azt az árat és mennyiséget, melyek választásával az inkumbens vállalat távol tudja tartani a potenciális belépőt a piactól (feltételezzük, hogy az inkumbens vállalat a belépés után nem változtatja meg az outputját)!

Technológia (kapacitás) választás: előny az egyik félnél

- Bennlévőnek meg kell győznie a belépőt, hogy harcolni fog
1. időszak: bennlévő technológiát választ
 - Rugalmas technológia: változtatható output
 - Rugalmatlan technológia: elköteleződés egy minimális output szint mellett
 2. időszak:
 - belépő – döntés belépésről ill. kibocsátásról
 - bentlévő – döntés a kibocsátási szintről
- Rugalmatlan technológiával a belépés meggátolható!

Megakadályozható-e a belépés? Kizáró árképzési játék



Termelési költségek csökkentése, K+F beruházások: modellfeltételek

- 2 időszak, két egyforma vállalat (A és B)
- Az 1. időszakban a bentlévő vállalat monopólium, monopolista profitot realizál
- A 2. időszakban:
 - Ha nincs belépés: marad a monopólium
 - Ha van belépés: Cournot-duopólium lesz
- Az 1. időszakban a bentlévő K+F tevékenységbe kezdhet, hogy csökkentse a 2. időszakbeli (konstans) határköltségét. (Fix költség [FC] is van)
 - K+F miatt az 1. időszaki profit kisebb
 - 2. időszakban akár van belépés, akár nincs, az alacsonyabb határköltség miatt nagyobb profit

Termelési költségek csökkentése, K+F beruházások: modell (játék)

Piaci keresleti függvény (inverze): $P=12-Q$

FC=1, MC=6

K+F költsége: 7,01; hatására: $MC'=4$

1. időszak (csak az inkumbensnek van profitja):

Ha nincs K+F: $MR_M=12-2Q=6=MC \rightarrow 6=2Q \rightarrow Q=3, P=12-3=9, \pi_1=(9-6)*3-1=8$

Ha van K+F: $\pi_1=8-7,01=0,99$

Belépés nélkül ezután $MR_M=12-2Q=4=MC \rightarrow 8=2Q \rightarrow Q=4, P=12-4=8, \pi_1=(8-4)*4-1=15$

2. időszak (Cournot-kimenet valósul meg):

Ha nem volt K+F: $q_1=q_2=(a-c)/(3b)=(12-6)/3=2 \rightarrow Q=4, P=12-4=8, \pi_1=\pi_2=(8-6)*2-1=3$

Ha volt K+F: $q_1=(a-2c_1+c_2)/(3b)=(12-8+6)/3=10/3, q_2=(a-2c_2+c_1)/(3b)=(12-12+4)/3=4/3$

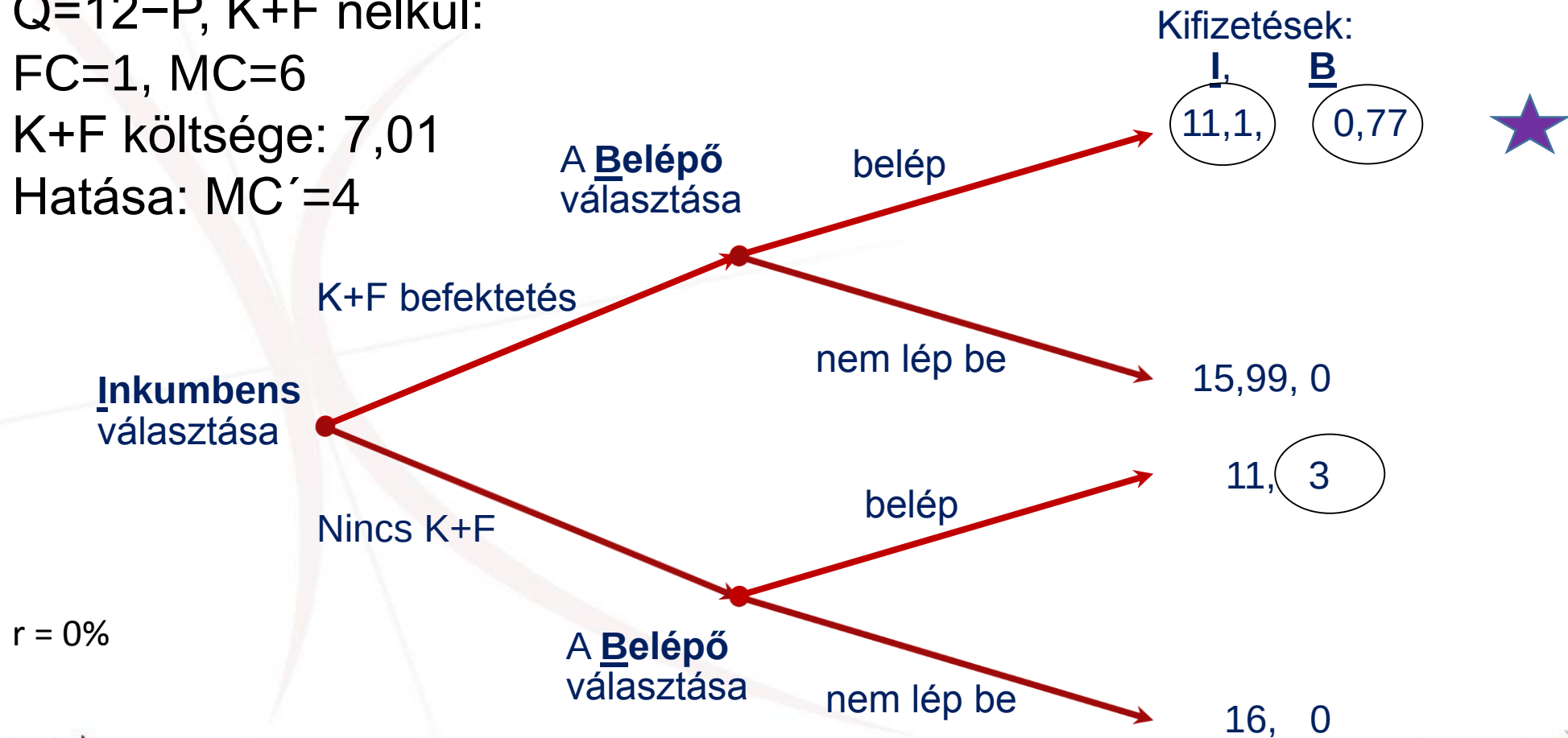
$\rightarrow Q=14/3, P=12-14/3=(36-14)/3=22/3, \pi_1=(22/3-4)*(10/3)-1=91/9 \approx 10,11,$

$\pi_2=(22/3-6)*(4/3)-1=7/9 \approx 0,77$



Termelési költségek csökkentése, K+F beruházások: modell (játék)

$Q=12-P$, K+F nélkül:
 $FC=1$, $MC=6$
K+F költsége: 7,01
Hatása: $MC'=4$



Feladatgyűjtemény 331./11.

- Egy megtámadható piacon az 'A' vállalat monopóliumként működik az első időszakban. A második időszakban a 'B' vállalatnak is lehetősége van belépni a piacra. Amennyiben a piacon bennlévő 'A' vállalat az első időszakban növeli a kibocsátását, munka közbeni tanulás révén csökkentheti a termelési költségét. A két vállalat lehetséges akcióit és a megfelelő kifizetések (a két időszak diszkontált profitösszegét) a következő táblázat mutatja.

Feladatgyűjtemény 331./11. folyt.

		B vállalat	
		belép	nem lép be
A vállalat	magas kibocsátás	100; -20	X; 0
	alacsony kibocsátás	150; 50	200; 0

- A termelés a 2. időszak után biztosan megszűnik. Mekkora X mellett lesz a magas kibocsátás részjáték-tökéletes egyensúlyi (hihető) stratégia?

K+F mint stratégiai magatartás

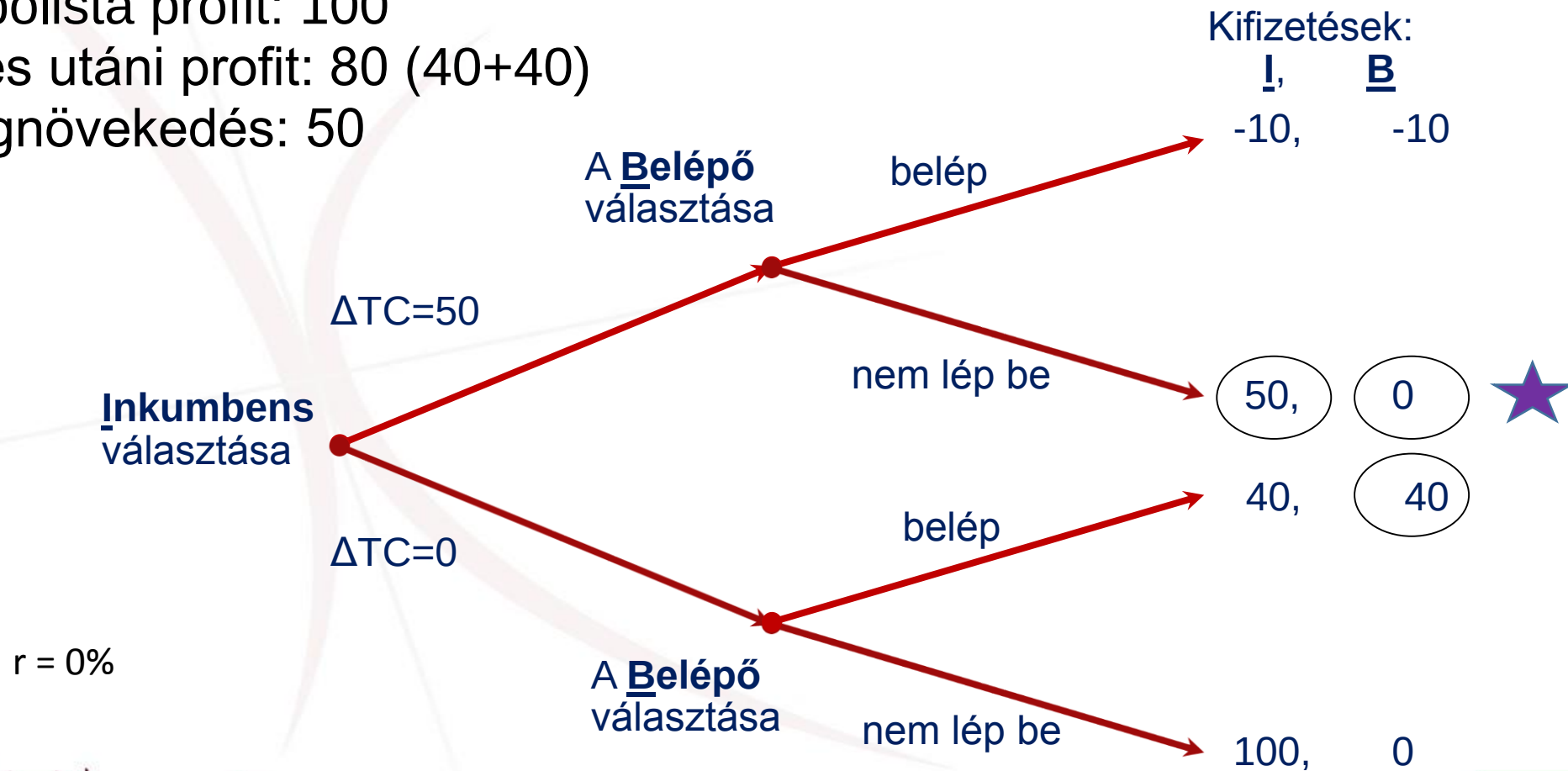
- Aszimmetria a bentlévő és belépő között: csak a bentlévő vállalat hajthat végre K+F tevékenységet (a költségek csökkentésére), így a második időszakra költségelőnnyel rendelkezik a belépőhöz képest
- Belépés nem akadályozható meg (K+F-től függetlenül) – de a belépés veszélye nélkül a K+F nem valósulna meg!
- Hatás: a bentlévő vállalat és a fogyasztók számára is előnyös (alacsonyabb ár!)

Versenytársak költségének növelése

- Versenytársak **relatív** költségeinek növelése
 - Közvetlen módszerek: a másik termelési, értékesítési folyamatába való beavatkozás (versenytárs lejáratása, marketingkutatások torzítása leértékelésekkel stb.)
 - Közvetett módszerek
 - Beavatkozás kormányzati szabályozással
 - Kiegészítő termékek (termékkompatibilitás) - bennlevő együtt, belépő csak egyiket termeli
 - Átállási költségek növelése
 - Bérek vagy más inputárak növelése (eltérő technológia)
- Az összes vállalat költségeinek növelése
 - Környezetvédelmi vagy más szabályozások támogatása
 - Nagyszabású reklámkampány
 - Szűkös erőforrás megszerzése

Költségnövelési játék: érdemes-e a bennlevőnek saját költségeit is emelni a belépés megakadályozására?

Monopolista profit: 100
belépés utáni profit: 80 (40+40)
költségnövekedés: 50



Feladatgyűjtemény 331./10.

- Egy megtámadható piacra, ahol az A vállalat $TC(q_A)=25q_A+10$ költségfüggvénnyel monopóliumként működik az első időszakban, a második időszakban a $TC(q_B)=40q_B+20$ költségfüggvénnyel rendelkező B vállalat is szeretne belépni. Tekintsük az alábbi kétidőszakos játékot: az első időszakban a piacon bent levő vállalat dönt arról, hogy támogat-e egy olyan kormányzati intézkedést, amely minden piacon levő vállalat profitját X egységgel csökkenti a második időszakban. A második időszakban ezzel a döntéssel szembesülve a B vállalat eldönti, hogy belép-e a piacra (amennyiben belép, Cournot-duopólium alakul ki, amennyiben nem lép be, az A vállalat továbbra is monopólium marad). Mekkora összegű költségnövekedést támogat az A vállalat, ha a piaci inverz keresleti függvény $p=100-3Q$?

Jóléti hatások

- A jóléti következmények nem egyértelműek:
 - Stratégiai viselkedés és versenyzői magatartás megkülönböztetése
 - A sikeres ragadozó árképzés hátrányos, de pl. a K+F előnyös lehet
 - Rövid távon az alacsony ár növelheti a jólétet, de ha hosszú távon ténylegesen monopóliumot hoz létre, az káros lehet – lehetséges-e ez?
- Nehéz megkülönböztetni az egészséges versenyt a nemkooperatív stratégiai magatartásról
- A versenytársaknak érdekükben állhat elhíttetni a hatóságokkal, hogy „versenyellenes” a hatékonyabb cégek versenyzői magatartása.

Feladatgyűjtemény 319./1. – teszt

- Nem kooperatív stratégiai viselkedésnek tekinthető
 - A. a ragadozó ár alkalmazása.
 - B. ha a vállalat olyan kormányzati intézkedés mellett lobbizik, amely növeli a versenytárs(ak) termelési költségeit.
 - C. ha a vállalat a többiek kiszorítása érdekében költséges beruházásokat hajt végre.
 - D. Mindhárom előző válasz helyes.

Feladatgyűjtemény 320./3. – teszt

- Egy piacon lévő vállalat a következő eszközt használhatja arra, hogy megakadályozza egy másik vállalat piacra lépését:
 - A. Új beruházást kezd, hogy elkötelezze magát a nagyobb termelés mellett.
 - B. Kizáró árat alkalmaz.
 - C. Költségnövelő kormányzati intézkedéseket támogat.
 - D. Mindhárom előző válasz helyes.

Feladatgyűjtemény 320./8. – teszt

- Az alábbiak közül melyik igaz a ragadozó árképzésre?
 - A. A ragadozó vállalat olyan árat választ, amely mellett saját költségei megtérülnek, de a versenytárs vállalat veszteséges lesz.
 - B. Azonos költségfüggvénnyel rendelkező vállalatok esetén is sikerrel jár az alkalmazása.
 - C. Sikeres alkalmazásának feltétele, hogy a ragadozó vállalat hosszabb ideig legyen képes elviselni a veszteséget, mint a versenytársa.
 - D. Mindhárom előző válasz helyes.

Feladatgyűjtemény 321./11. – teszt

- Amennyiben egy vállalat által a termék egységéért szabott ár kisebb, mint az adott termelési szint melletti átlagos változó költség, akkor...
 - A. a vállalat biztosan ragadozó árképzést folytat.
 - B. a vállalat hosszú távon elhagyja a piacot.
 - C. elképzelhető, hogy a vállalat a kereslet növelése érdekében promóciós tevékenységet folytat.
 - D. Egyik előző válasz sem helyes.

Feladatgyűjtemény 321./13. – teszt

- Egy piacon benn lévő, monopol helyzetű vállalat megakadályozhatja a potenciális belépő piacra lépését egy olyan termelési szinttel, amely mellett...
 - A. saját átlagköltsége minimális.
 - B. a belépni szándékozó vállalat reziduális keresleti görbéje érinti a belépni szándékozó vállalat átlagköltség-görbét.
 - C. a belépni szándékozó vállalat reziduális keresleti görbéje érinti a piacon lévő vállalat átlagköltség-görbét.
 - D. Egyik előző válasz sem helyes.

Feladatgyűjtemény 323./20. – teszt

- Az alábbi állítások közül melyik igaz abban a modellben, ahol a piacon lévő vállalat az első periódusban kiépít egy termelési kapacitást, majd a második periódusban a belépni szándékozó vállalat ezt megfigyelve dönt arról, belép-e?
- A. A belépni szándékozó vállalat akkor sem tud nyereségesen piacra lépni, ha az inkumbens termelése és ára a tiszta monopóliumével azonos.
- B. A belépni szándékozó vállalat nyereségesen léphetne a piacra, de a piacon lévő vállalat magas kapacitás kiépítésével elrettenti ettől.
- C. Az inkumbensnek nem érdemes megakadályozni a belépést.
- D. Mindhárom fenti eset elképzelhető.

További feladatok

- Stratégiai viselkedés:
 - Számolás: 328./2., 329./4., 330./6., 331./9-10., 332./13.
 - Teszt: 319./2., 320./4-7., 321./9-10. és 12., 322./14-16. és 18., 323./19-20.

Köszönöm a figyelmet!

- Fogadóóra: hétfőn 12:30-14:00
- QA218
- kupcsikr@kgt.bme.hu

