

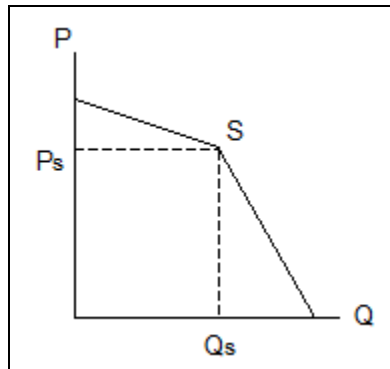
goe07 OLIGOPOLIE

Zodra op een markt enkele aanbieders met elkaar concurreren, zijn uiteenlopende gedragingen van deze aanbieders denkbaar. Enerzijds bestaat de mogelijkheid van een concurrentiestrijd op leven en dood die allen benadeelt en waarvan de zwaksten de dupe worden (**prijzenoorlog**), anderzijds is een vergaande vorm van samenwerking niet uitgesloten (**kartelvorming**).

Het **mededingingsbeleid** is gericht op het bevorderen van een aanvaardbare concurrentie. Er is misbruikwetgeving (kartels zijn toegestaan, maar misbruik wordt gestraft) en verbodswetgeving (kartels zijn niet toegestaan).

De **marketingmix** omvat een aantal instrumenten (de vijf P's) die bedrijven kunnen gebruiken in de concurrentiestrijd: **prijnsbeleid**, **productbeleid** (kwaliteit, garantie, service), **promotiebeleid** (reclame), **plaatsbeleid** (distributie) en **personeelsbeleid**.

Oligopolisten hebben de neiging elkaar min of meer met rust te laten voor wat betreft de prijzen en elkaar op andere fronten te beconcurreren. Ter verklaring van de vaak voorkomende **prijstarheid** op oligopolistische markten kan de 'geknipte' prijsafzetlijn worden gehanteerd.



Uitgaande van punt S ligt een prijsverandering niet voor de hand:

- Als de producent zijn prijs verlaagt, zullen concurrenten dat waarschijnlijk ook doen, zodat de afzet weinig zal toenemen.
- Als de producent zijn prijs verhoogt zullen concurrenten dat wellicht niet doen, zodat de afzet sterk zal afnemen.