

Utsatt eksamen i Næringsøkonomi og konkurranseanalyse - H 2021

Oppgaven har 4 oppgaver som alle skal besvares.

Oppgave 1 (Teller 20 prosent)

Forklar hva som menes med Bertrandparadokset. Diskuter mulige løsninger på paradokset.

Oppgave 2 (Teller 25 prosent)

De to frisørene *New Hair Today* og *Stilige Sleiker* tilbyr herreklipp. De to frisørene er de eneste som konkurrerer om kundene i et område i Viken. Hver måned kan de to velge mellom å sette prisen høyt eller lavt. Høy pris er 250 kroner og lav pris er 150 kroner per klipp. Hvis de begge setter prisen høyt kan de få 400 kunder hver, og hvis de begge setter prisen lavt kan de få 900 kunder hver. Hvis en av de to setter prisen høyt og den andre setter prisen lavt får den med lav pris 1200 kunder, mens den som setter prisen høyt ikke får noen kunder. Lønnskostnaden per klipp er 60 kroner.

- a) Sett opp en konkurransematrise som viser fortjenesten (profitten) for de to frisørene i de konkurransesituasjonene som kan oppstå. Finn eventuelle konkurranselikevekter i frisørmarkedet.

De to frisørene vurderer ulike konkurransestrategiske strategier for å bedre sin lønnsomhet.

- b) Diskuter hvorvidt (i) tidlig annonsering, (ii) en strategi der en markedsaktør holder kortene tett til brystet (hemmelighold) eller (iii) å innføre en prisgarantiklausul er konkurransestrategisk grep som kan gi bedre lønnsomhet for de to frisørene.

Oppgave 3 (Teller 25 prosent)

De to bakeriene *SnurreBakeriet* og *Hjembakt* er lokalisert i en by i Viken. De selger begge pizzasnurrer og tilpasser seg markedet samtidig. Begge de to ser markedet for pizzasnurrer som et marked med kvantumskonkurranse.

Anta at etterspørselen etter pizzasnurrer er gitt som

$$P = 25 - (Q_1 + Q_2),$$

der *SnurreBakeriet* har en grensekostnad knyttet til produksjon av pizzasnurrer på 3 kr mens *Hjembakt* har en grensekostnad på 4 kroner.

SnurreBakeriet ønsker å maksimere fortjeneste og har en konkurransestrategi der den tilpasser seg markedet som en tradisjonell Cournot-duopolist.

Hjembakt har en konkurransestrategi der de ønsker å være like store som *SnurreBakeriet* på omsetningen av pizzasnurrer slik at de to bakeriene har 50 prosent markedsandel hver seg.

- a) Finn markedslikevekten i markedet for pizzasnurrer.
- b) Gjør rede for hvordan markedet for pizzasnurrer påvirkes av at (i) *Hjembakt* får økt sine grensekostnader til 5 kroner, (ii) at *SnurreBakeriet* får redusert sine grensekostnader til 2 kroner.
- c) Diskuter fordeler og ulemper for de to bakeriene av at *Hjembakt* har en slik konkurransestrategi i markedet for pizzasnurrer.

Oppgave 4 (Teller 30 prosent)

Båtprodusenten *Merk* produserer småbåter for personkundemarkedet i Viken. *Merk* har mengde (antall båter) som strategisk variabel og har som mål å maksimere fortjeneste for eierne.

Merk har hørt rykter om at en båtprodusent i nabobyen som heter *Laft* er i ferd med å starte produksjon av samme type småbåt for personkundemarkedet. Også produsenten *Laft* har kvantum som strategisk variabel og ønsker å maksimere fortjeneste.

Diskuter hvordan *Merk* kan møte konkurransen fra *Laft* og sikre sin fremtidige markedsandel i markedet for småbåter ved hjelp av en strategisk binding.