Anlaşmalı Oligopol Modelleri 1. Kartel: Oligopolcü firmaların aralarında açık bir şekilde anlaşarak tek bir firma varmış gibi harket edip monopol üretimi yapıp monopol fiyatından mal sattıkları oluşumdur. Kartel oluşumu ortak karın maksimize edilmesine yönelik oalbilceği gibi piyasanın paylaşılmasına yönelikte olabilir. 2. Fiyat Liderliği: Oligopol firmalardan birinin kar maksimizasyonu üretim düzeyi dolayısıyla malının satış fiyatını belirledikten sonra diğer firmaları bu fiyatı kabüllenmeleri ile oluşan anlaşma modelidir. 1. maliyet Avavntajlı fiyat Liderliği: Daha düşük maliyetle üretim yapan firmanın fiyatı belirlediği ve diğer firmaların da bu fiyatı kabüllendiği liderlik türüdür. 2. Hakim Firma Fiyat Liderliği: Piyasada daha büyük üretim hacmine sahip olan firmanın fiyatı belirlediği ve diğer firmalarında bu fiyatı kabullendiği liderlik türüdür. 3. Barometrik Fiyat Liderliği: Piyasa koşullarını ve bu koşullardaki değişmeyi en iyi analiz eden firmanın fiyatı belirlediği diğer firmalarında bu fiyatı kabullendiği liderlik türüdür. Yoğunlaşma Endeksleri 1. Firma Yoğunlaşma Endeksleri Bir piyasanın monopole ya da tam rekabet piyasasına ne kadar yakın olduğunu piyasadaki büyük 4 firmanın paar payları toplamını toplam pazar payına oranlayarak ifade eden endekstir CR4=Finansal Pazar Payı Toplamı/Toplam Pazar Payı . 100 • CR4 sıfıra yakınsa bu piyasa tam rekabet piyasası demektir. • CR4 %40’tan küçük olduğu durumda Monopolcü Rekabet Piyasasına girmektedir. • CR4%40’tan büyükse oligopol piyasası • CR4%100 ise monopol 2. HHI Endeksi Bir piyasanın monopole mi yoksa tam rekabete mi daha yakın olduğunu 4 büyük firmanın pazar paylarının “Kareleri Toplamı” ile ifade edilen endekstir. • HHI< 1000 Tam Rekabet • 1000<HHI 1800 Oligopol Piyasasi • HHI2 >10000 Monopol Piyasasıdır.