



首页
概况
研究机构
学者介绍
成果文库
文献数据
培训教育
对外交流

□ 您的位置： 首页 → 数技经济研究杂志 → 应用研究

市场信息对企业利润和产品价格影响研究

摘要：本文通过建立一个竞争的寡头市场模型，在一定假设条件下，运用对策论的方法，得到纳什均衡价格及其期望利润，说明了市场信息对公司的期望利润及其产品价格的影响。在此基础上，研究了各种市场特性与信息价值之间的关系，并得出以下结论：（1）获得的市场信息越精确，公司的期望利润会越大；（2）市场的不确定性越大，信息的价值就越高；（3）产品的可替代度越高，信息的价值越大；（4）市场规模不会影响信息的价值，而公司的规模会影响信息的价值，公司规模越大，信息的价值就越高。

关键词：寡头市场 对策理论 市场信息 竞争

Search the Web

Find It