

MAKRO - MIKROEKONOMIE

MODEL NEDOKONALE KONKURENČNÍHO TRHU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

MODEL NEDOKONALE KONKURENČNÍHO TRHU

V rámci této přednášky se *dozvíte*:

- jaké jsou *podmínky* a příčiny vzniku nedokonalé konkurence,
- jaké jsou *formy nedokonalé konkurence* a čím se jedna od druhé liší,
- co je to *monopolní síla* a jak proti ní můžeme bojovat,
- a proč je *nedokonalá konkurence neefektivní*.

Literatura:

- TULEJA, P., NEZVAL, P., MAJEROVÁ. *Základy mikroekonomie*. Praha: CP Books, 2011. ISBN 978-80-251-3577-8, ss. 155-172



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

PODSTATA NEDOKONALÉ KONKURENCE

- **předpoklady** modelu nedokonale konkurenčního trhu:
 - **diferenciace produktu:** výrobky se od sebe odlišují,
 - firmy jsou **cenovými tvůrci (price makers):** záporný sklon křivky poptávky,
 - **existují bariéry vstupu do odvětví:** zejména náklady, které vznikají firmám v případě jejich vstupu do odvětví, jak jsme to předpokládali u dokonalé konkurence,
 - a **velikost firem:** firmy mají dokonalé informace o vývoji na trhu.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

PŘÍČINA VZNIKU NEDOKONALÉ KONKURENCE

- **existence tržní síly firem:** firma může ovlivňovat cenu svých produktů a stanovit ji na úrovni přesahující mezní náklady.
- vznik **tržní síly** podporuje:
 - **výlučné vlastnictví výrobních faktorů:** know-how tak umožní firmě získat tržní sílu
 - **rostoucí výnosy z rozsahu:** s rostoucím objemem výroby průměrné náklady klesají,
 - **patenty, licence a koncese:** vládní restrikce,
 - popř. **nedokonalé informace:** omezení stejného přístupu na trh či informační nedokonalost mezi poptávajícími a nabízejícími.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

PŘÍČINA VZNIKU NEDOKONALÉ KONKURENCE

- **Lernerův index:** identický s převrácenou elasticitou poptávky a může nabývat hodnoty v intervalu od 0 do 1 (0 – dokonalá konkurence x 1 – monopol):

$$I_L = \frac{P - MC}{P} \quad (8.1)$$



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

MONOPOL

- **monopol:** tržní struktura, založená na existenci tržní síly (a jejich faktorů), která mu umožňuje, na rozdíl od dokonalé konkurence, i v dlouhém období maximalizovat ekonomický zisk.
- **čistý monopol:** nabídkový monopol představující jediného výrobce v daném odvětví, který produkuje výrobek nemající žádné blízké substituty.
- **přirozený monopol:** jediný výrobce produkující na straně nabídky, pro kterého je charakteristická klesající křivka průměrných dlouhodobých nákladů → **vysoké úspory z rozsahu.**



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

MONOPOL

- přirozený monopol se zpravidla vyskytuje v *investičně náročných odvětvích*, kde tak vznikají *technické bariéry vstupu do odvětví*.
- *monopson*: typ monopolu působící na straně poptávky, což znamená, že firma ovlivňuje ceny vstupů.
- *geografické vymezení trhu*: místní x regionální x národní x celosvětový trh.

MONOPOL

- **stanovení rovnovážné ceny:** cena bude vyšší než mezní náklady na produkci, ale ne vyšší než poptávaná cena:

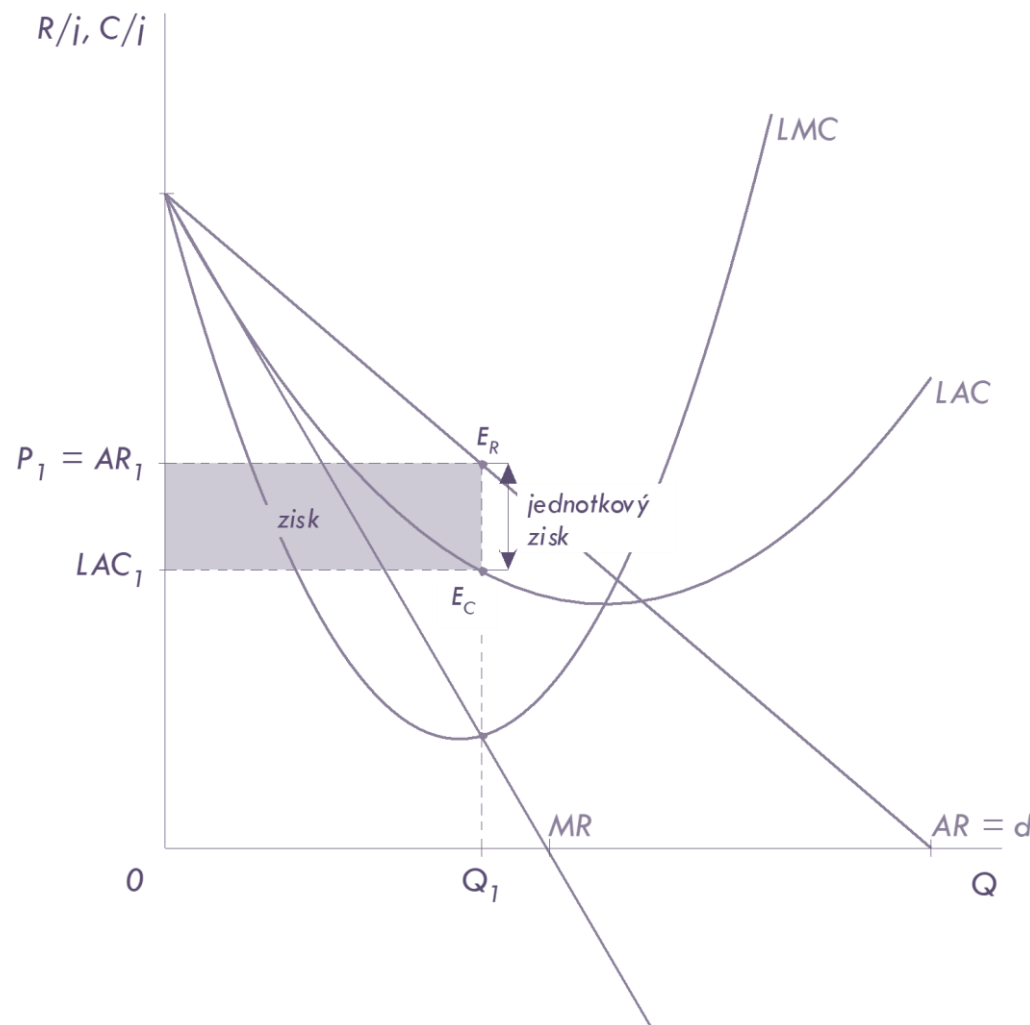
$$P > MC = MR \quad (8.2)$$

- **monopolní zisk (monopolní rentou):** projev tržní síly monopolu.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

OBRÁZEK 8-1: ÚROVEŇ VÝSTUPU MAXIMALIZUJÍCÍHO ZISK MONOPOLU



MONOPOL

- spotřebitelé jsou na základě zákona trhu ochotni koupit větší rozsah produkce, než je monopolem nabízen → ***existence monopolu je pro spotřebitele nevýhodná:***
 - monopol realizuje svou produkci **za vyšší ceny** než dokonale konkurenční firma.
 - monopol, z důvodu dosažení zisku, **omezuje nabídku** a tím snižuje spotřebu.
- ***spotřebitel:*** z existence monopolu profituje pouze částečně.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

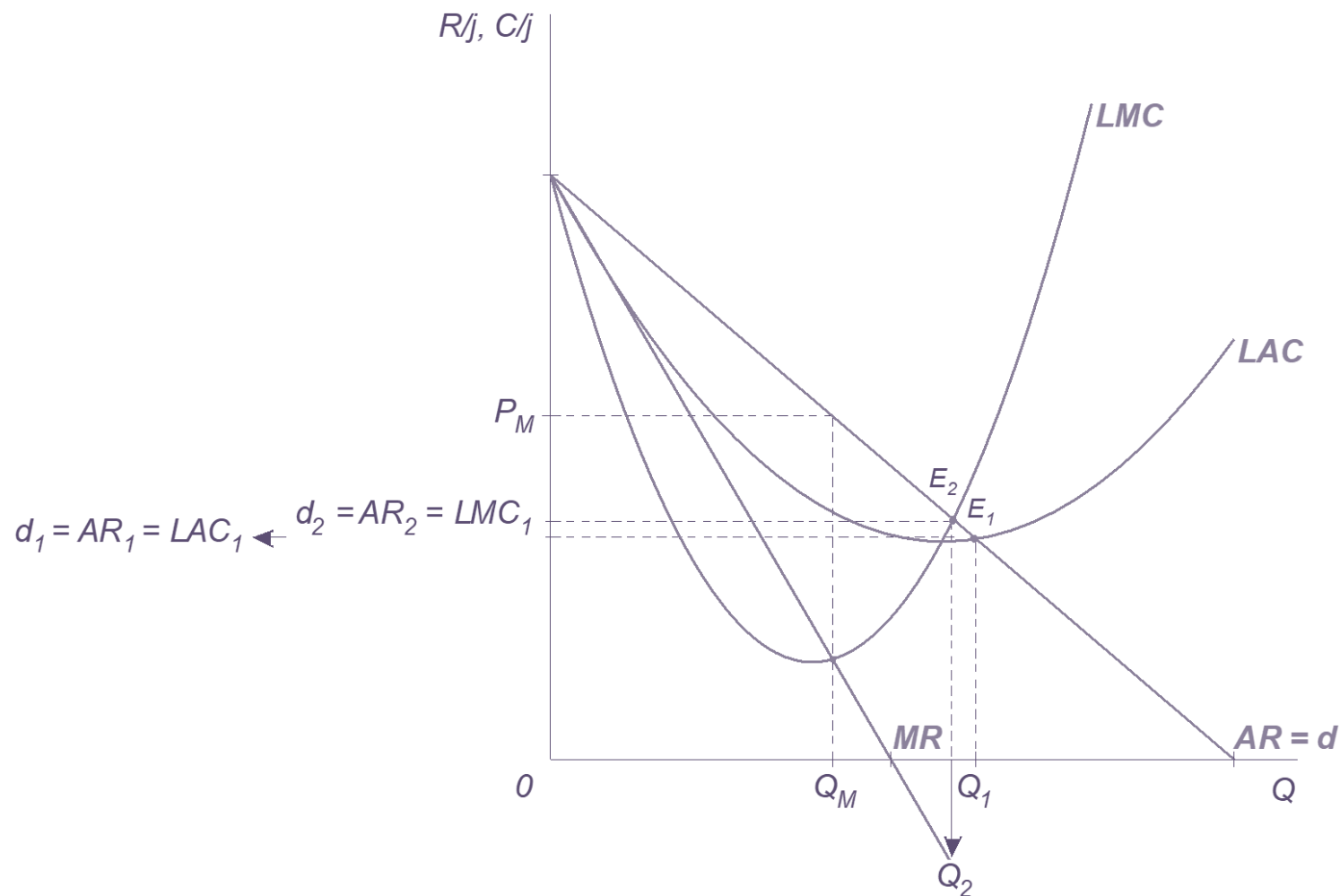
MONOPOL

- **antimonopolní opatření:**
 - **progresivní zdaňování:** stát se snaží odčerpat monopolní zisky.
 - **zákonné normy:** legislativní nástroje postihující zneužívání výhod plynoucích z monopolního postavení (zákaz vázaného prodeje, cenové diskriminace, kartelových dohod nebo fúzí).
 - **zestátnění monopolu:** stát získá majoritní, resp. absolutní podíl na vlastnictví monopolu.
 - **cenová regulace:** stanovení ceny, kterou musí monopolní firma respektovat (stanovení ceny na úrovni průměrných nákladů).



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

OBRÁZEK 8-2: REGULOVANÁ CENA A ROVNOVÁHA MONOPOLU



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

MONOPOL

- regulace je úspěšná pouze po určitou dobu:
 - *administrativní náklady,*
 - *demotivující charakter,*
 - *globalizační aspekt.*
- účinným nástrojem v boji proti monopolním firmám může být *odstranění bariér vstupu nebo technologický pokrok.*



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

OLIGOPOL

- ***oligopol:*** existencí několika firem, které jsou právě tak velké, aby mohly ovlivňovat cenu na trhu a tím i určitou část tohoto trhu.
- ***typy oligopolu:***
 - ***podle typu nabízené produkce:*** čistý nebo diferencovaný oligopol,
 - ***podle strany na niž vyvíjí svou činnost:*** nabídkový oligopol a oligopson,
 - ***podle počtu firem a jejich podílu na trhu:*** duopol (Cournotův model) či oligopol s dominantní firmou.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

OLIGOPOL

- ***koluzivní (smluvní) oligopol:*** v odvětví existuje několik velkých firem, které spolu uzavírají dohody o cenách a rozdělení trhů.
- ***cíl smluvního oligopolu:*** zamezit cenovým válkám a zvýšit společný zisk na úkor potřeby.
- ***kartel:*** koluzivní oligopol vzniklý na bázi tajných dohod.

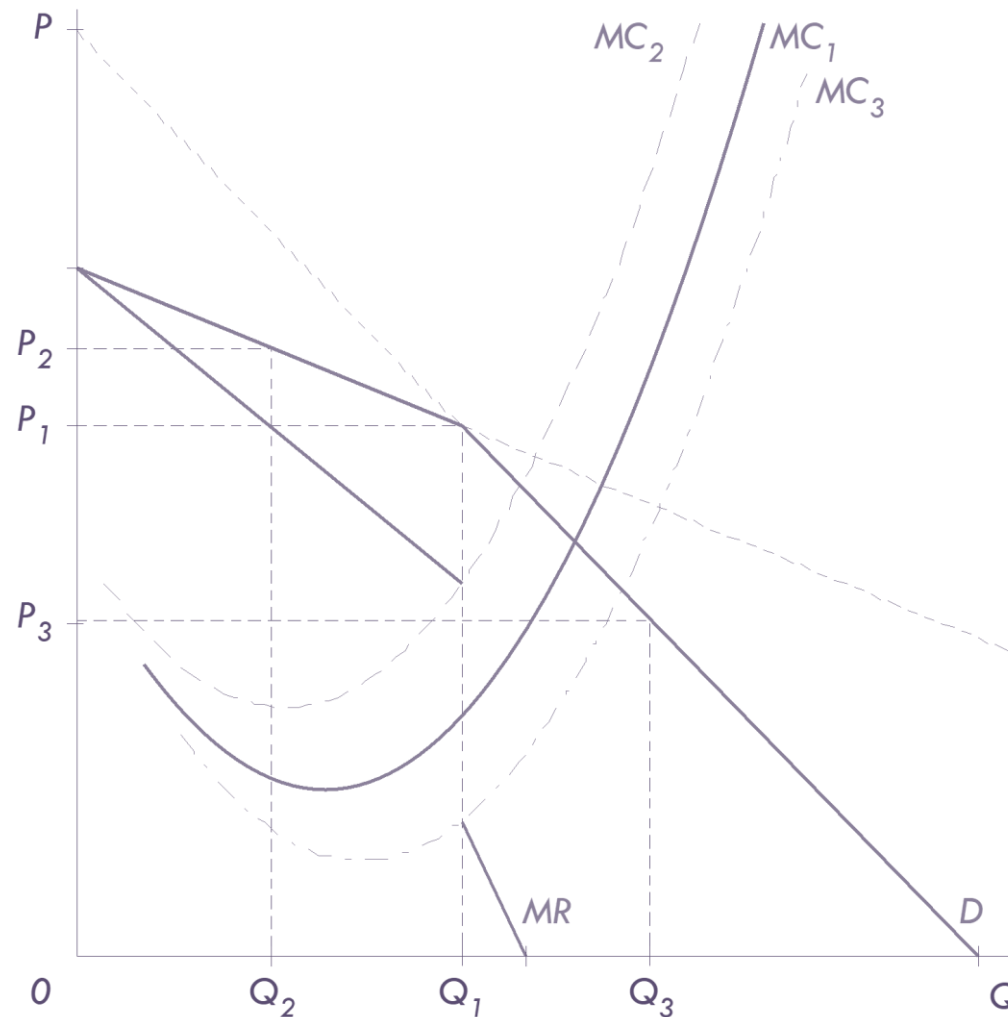


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

OLIGOPOL

- **model se zalomenou poptávkovou křivkou:** analýza cenové neflexibility na trhu, na kterém produkuje několik málo firem.
- **cíl smluvního oligopolu:** zamezit cenovým válkám a zvýšit společný zisk na úkor potřebitele.
- **kartel:** koluzivní oligopol vzniklý na bázi tajných dohod.

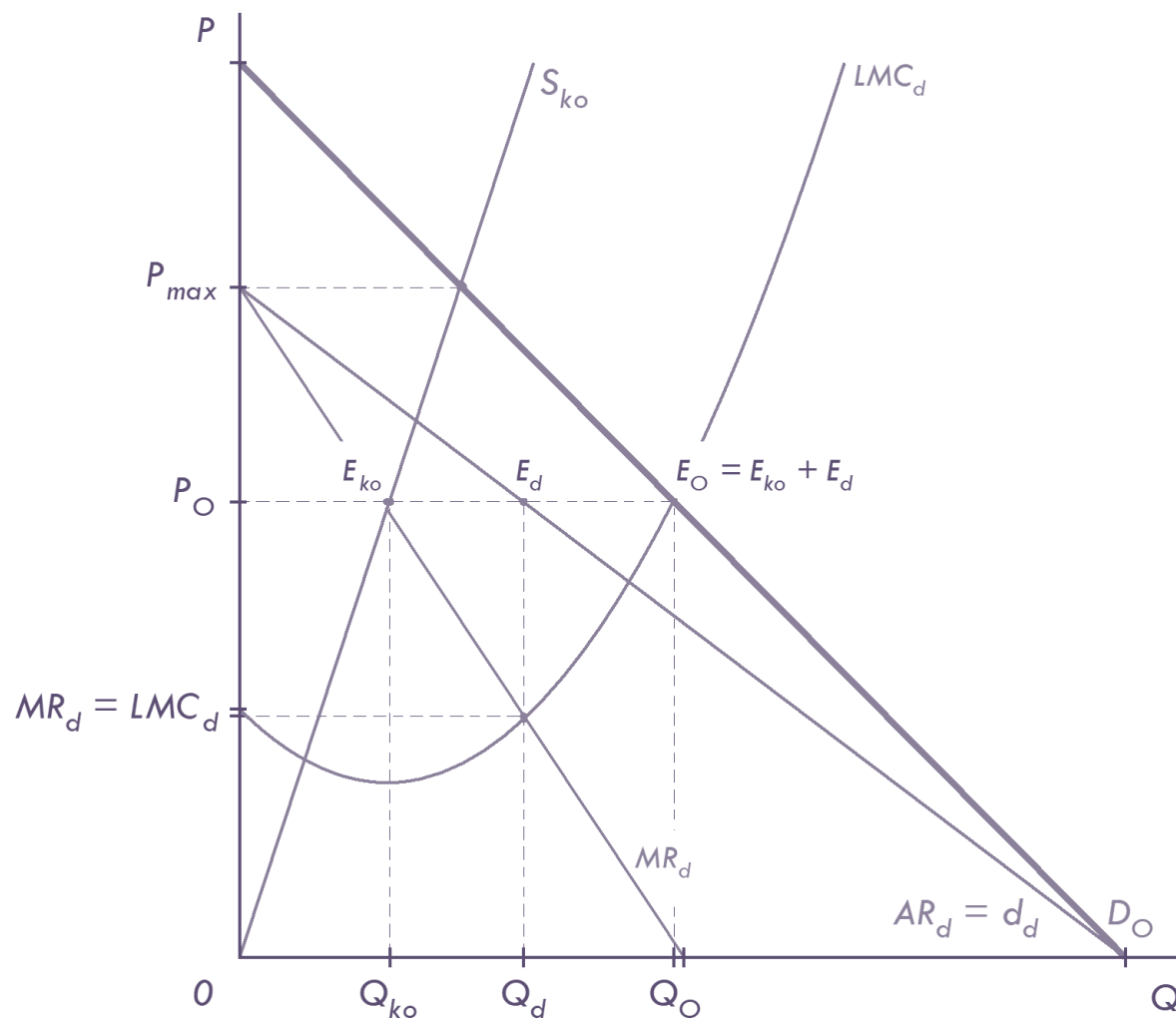
OBRÁZEK 8-3: MODEL SE ZALOMENOU POPTÁVKOVOU KŘIVKOU



OLIGOPOL

- ***model cenového vůdce***: tržní struktura, kdy je celková tržní poptávka rozdělena mezi jednu velkou dominantní firmu a skupinu malých a středních firem, kterým říkáme konkurenční lem.
- oligopol jako tržní struktura je ***efektivnější než monopol***.

OBRÁZEK 8-4: MODEL CENOVÉHO VŮDCE



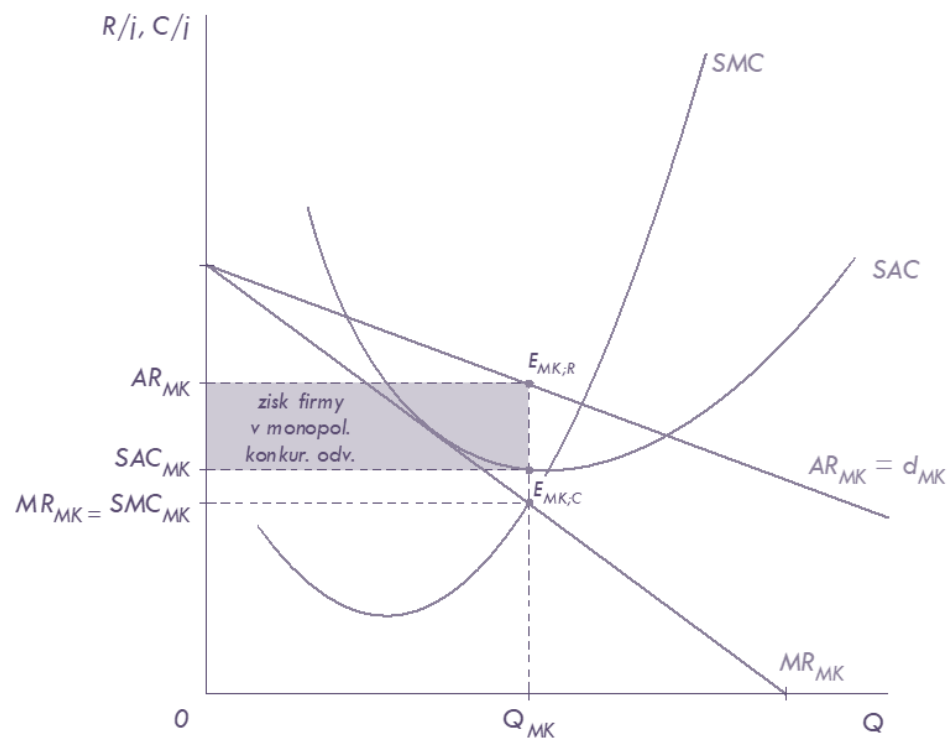
MONOPOLNÍ KONKURENCE

- ***monopolní konkurence***: tržní struktura, která se nejvíce blíží dokonalé konkurenci, přičemž současně nese znaky konkurence nedokonalé:
 - ***znaky dokonalé konkurence***: atomistická tržní struktura a nízké bariéry vstupu
 - ***znaky konkurence nedokonalé***: diferencovaný produkt a existence tržní síly.
- ***křivka poptávky po produkci monopolně konkurenční firmy***: velmi elastická.

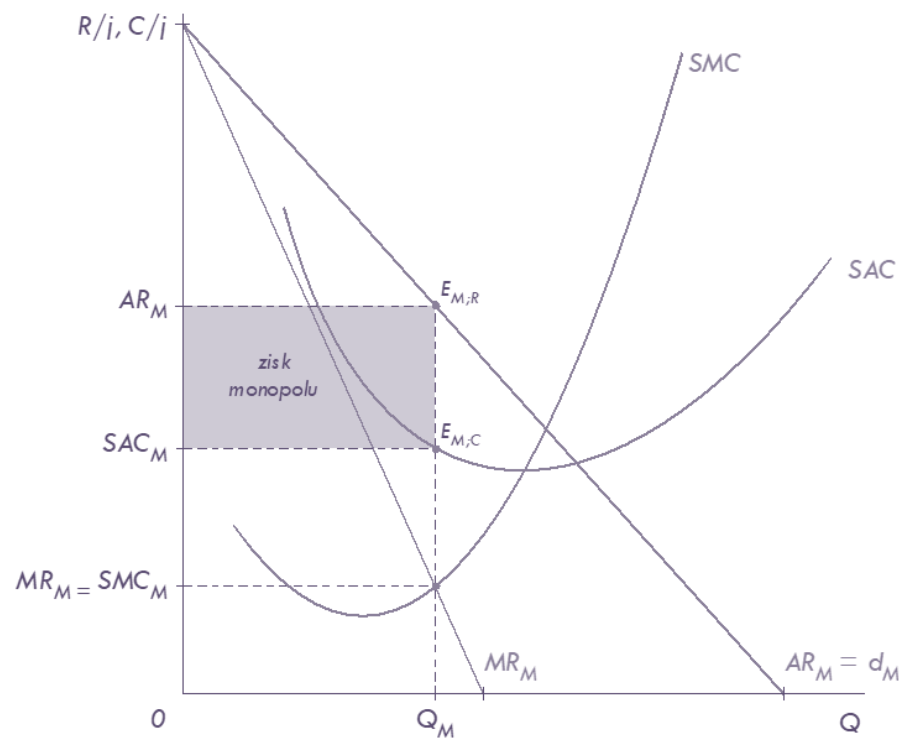


OBRÁZEK 8-5: VÝSTUP MONOPOLNĚ KONKURENČNÍ FIRMY MAXIMALIZUJÍCÍ ZISK (A) VE SROVNÁNÍ S MONOPOLEM (B)

(a)



(b)

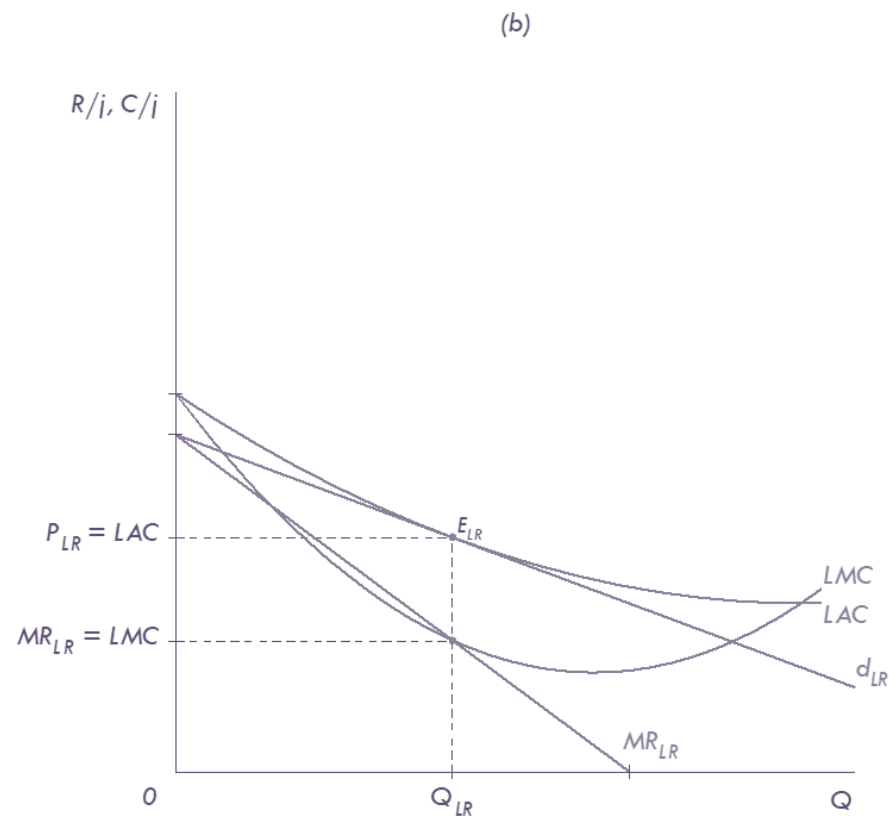
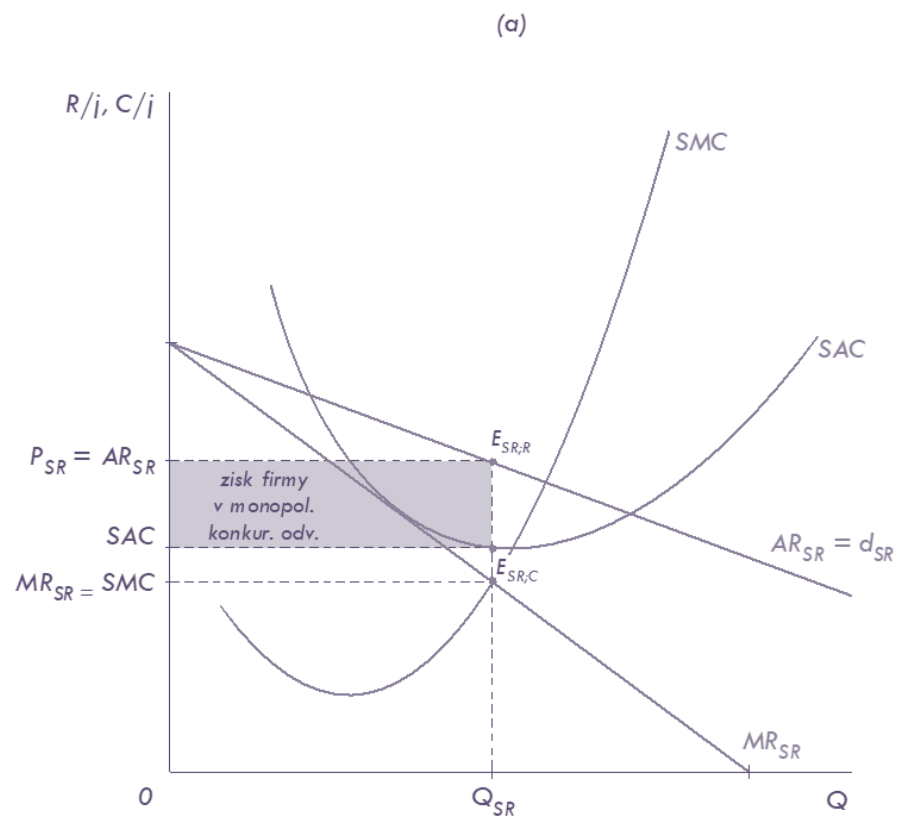


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

MONOPOLNÍ KONKURENCE

- rozhodování monopolně konkurenční firmy o výstupu a ceně se velmi podobá rozhodování monopolu.
- **krátké období:** firma se chová stejně jako monopol,
- **dlouhé období:** dosahuje nulového ekonomického zisku.

OBRÁZEK 8-6: VÝSTUP MONOPOLNĚ KONKURENČNÍ FIRMY V KRÁTKÉM (A) A DLOUHÉM OBDOBÍ (B)



NEEFEKTIVNOST NEDOKONALE KONKURENČNÍHO TRHU

- **výrobní efektivnost:** produkují-li firmy takový rozsah produkce, při kterém jsou minimalizovány dlouhodobé průměrné náklady $>$ monopol, oligopol i monopolní konkurence jsou **výrobně neefektivní**.
- **alokační efektivnost:** produkují-li firmy takový rozsah produkce, který je spotřebiteli poptáván \rightarrow monopol, oligopol i monopolní konkurence jsou **alokačně neefektivní**.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
V OPAVĚ

NEEFEKTIVNOST NEDOKONALE KONKURENČNÍHO TRHU

- na nedokonale konkurenčním trhu dochází ke *ztrátě spotřebitelského přebytku*.
- *náklady mrtvé váhy*: produkce, která nebyla vzhledem k podmínkám nedokonalé konkurence vyrobena → projev *neefektivnosti nedokonale konkurenčních trhů*.

OBRÁZEK 8-7: NEEFEKTIVNOST NEDOKONALE KONKURENČNÍ FIRMY

