

10/12

# Mikroekonomie

2+1, NPMKB

Volba výstupu firmy v nekonkurenčním  
tržním prostředí - **monopol**

Ing. Kamila Turečková, Ph.D.

## Nedokonalá konkurence

- předpoklady
  - několik různě velkých firem
  - diferencovaný produkt
  - cenový tvůrce
  - bariéry vstupu (někdy i výstupu) do odvětví
    - rozhodující roli náklady spojené s pořizováním kapitálových statků, nebo nových technologií
  - nedokonalá informovanost
- firma v nedokonalé konkurenci rozhoduje jak o objemu produkce, tak o její ceně, poptávka má záporný sklon
- mezní příjem i mezní náklady jsou obvykle nižší, než je cena produkce.
- příčinou vzniku nedokonalé konkurence je existence tržní síly firem – firma může stanovit cenu výše než má MC, což je dáno:
  - výlučným vlastnictvím výrobních faktorů
  - rostoucími výnosy z rozsahu
  - držetím patentů, licencí, koncesí
  - nedokonalými informacemi na trhu
  - stáním rozhodnutím

## Nedokonalá konkurence

- Velikost tržní síly - **Lernerův index**

$$I_L = (P - MC) / P$$

$$I_L = < 0, 1 >$$

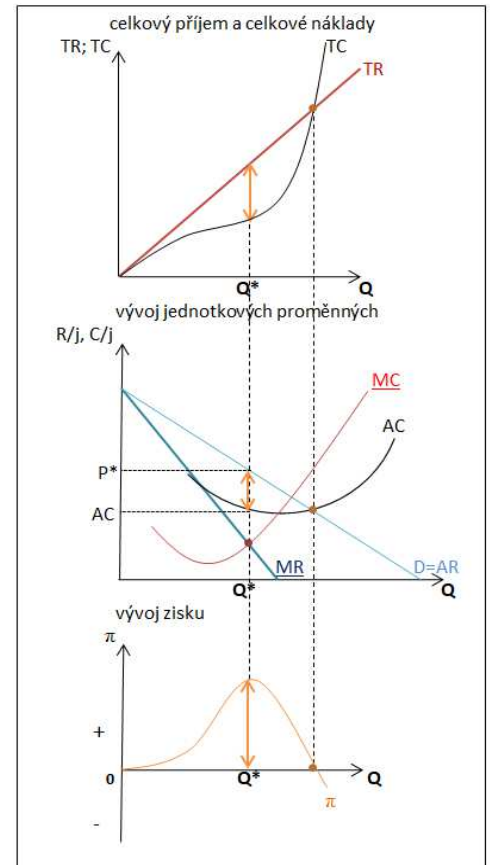
- Lernerův index může nabývat hodnoty v intervalu od 0 do 1. Pro dokonalou konkurenci dosahuje hodnoty 0. Pro nedokonalou konkurenci pak dosahuje kladných hodnot s tím, že čím více se blíže 1 tím větší je monopolní síla dané firmy.
- Podoby nedokonalé konkurence:
  - Monopol
  - Oligopol
  - Monopolní konkurence

## Monopol

- **jediný výrobce v daném odvětví**, produkuje výstup, který nemá žádné blízké substituty
  - výstup monopolu je také výstupem celého odvětví
  - totožnost individuální a tržní poptávkové křivky
  - nezávislost monopolu při svém rozhodování (nemá žádné konkurenty). Činnost monopolu je tak ovlivněna pouze poptávkou po jeho produkci.
- TYPY:
  - Čistý monopol (výrobek nemá ani vzdálený substitut)
  - Přirozený monopol (síťová odvětví; dosahuje úspor z rozsahu bez ohledu na to, jak velký výstup vyrábí; křivka průměrných dlouhodobých nákladů daného výrobce je klesající.)
  - Administrativní monopol (rozhodnutím státu)
  - Monopson (monopol na straně poptávky)
- u monopolu nerozlišuje krátké a dlouhé období
- platí že:  $P > MC = MR$ 
  - monopol vyrábí méně, než by mohl za ceny vyšší, než jsou nutné (existují náklady mrtvé váhy, monopol je výrobně i alokačně neefektivní)

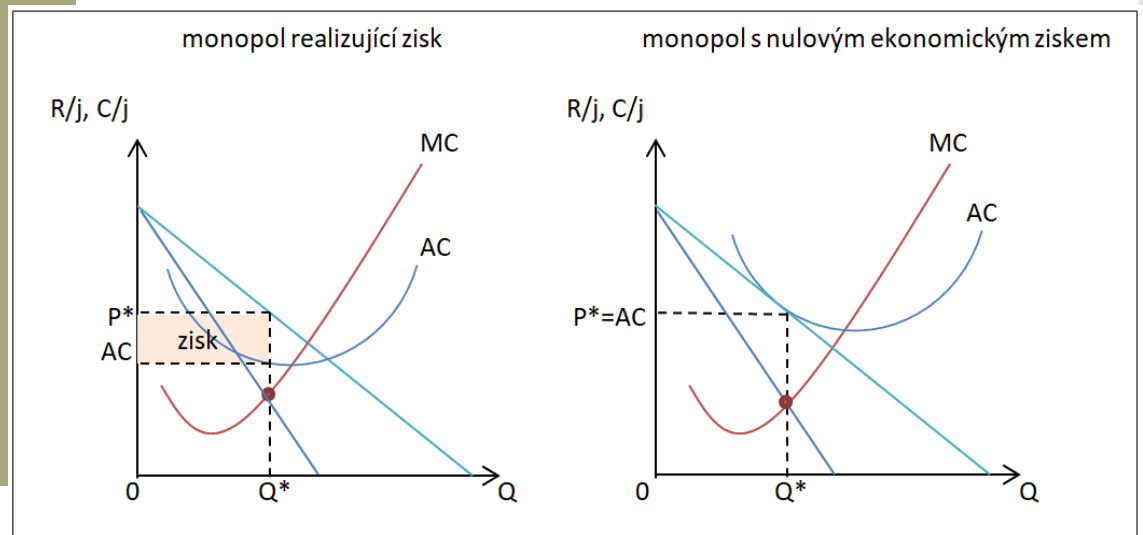
# Monopol

- Východisko:
  - firma maximalizuje zisk
  - **MR=MC**
  - na rozdíl od dokonalé konkurence může monopol stanovit cenu až do výše, kterou akceptuje poptávka
  - zisk je dán rozdílem mezi AR a AC nebo TR a TC
    - $\pi = (P^* - AC) * Q^*$
- monopolní zisk (monopolní renta) je projevem tržní síly monopolu; jedná se o přebytek průměrných příjmů nad průměrnými náklady (AR - AC).
- neexistují tendence k nulovému ekonomického zisku
- křivku nabídky monopolu nelze graficky znázornit, nelze jednoznačně stanovit vztah mezi cenou a produkcí monopolu



- z teoretického hlediska může v krátkém období monopol dosahovat nulového ekonomického zisku či ztráty
- jestliže by tedy monopolní firma pokrývala svými příjmy pouze průměrné variabilní náklady, svou výrobu by ukončila a z odvětví odešla

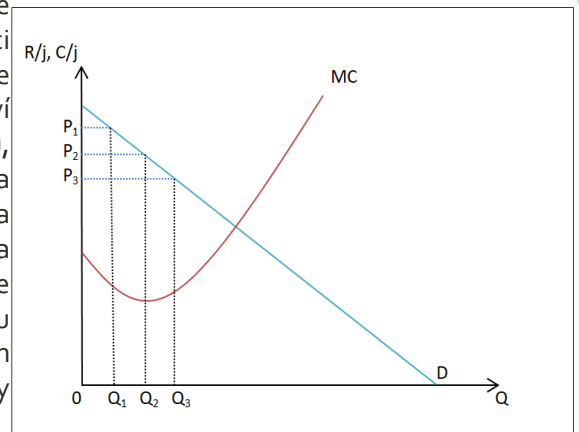
# Monopol



## Cenová diskriminace

- cenová diskriminace je prodejní strategie monopolu, kdy prodávající účtuje kupujícím za tentýž výrobek odlišné ceny s cílem získat spotřebitelův přebytek nebo jeho část
- rozlišujeme:
  - cenovou diskriminaci prvního stupně
  - cenovou diskriminaci druhé a třetího stupně
  - další formy cenové diskriminace

Cenová diskriminace prvního stupně představuje spíše teoretickou situaci cenové diskriminace „podle spotřebitelů“, kdy monopol stanoví každému spotřebiteli maximální cenu, kterou je tento ochoten zaplatit a zcela tak eliminuje jeho přebytek. Ochota zaplatit danou cenu spotřebiteli je dána jejich individuální poptávkou, která se prostřednictvím horizontálního součtu všech jednotlivých individuálních poptávek transformuje do poptávky tržní.

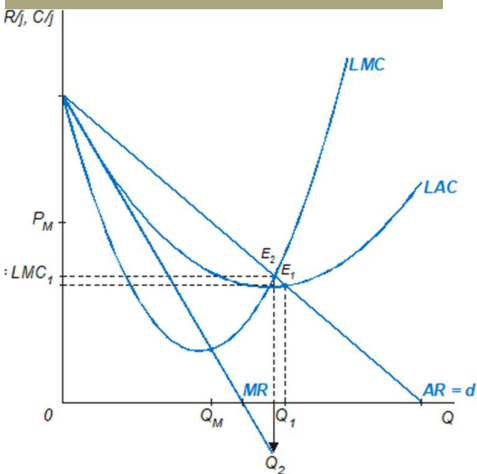


## Cenová diskriminace

- Cenová diskriminace druhého stupně spočívá ve stanovení různých cen za různá kumulovaná množství daného statku. Zboží se tak spotřebitelům prodává v jakýchsi „blocích“, kdy je cena za jednotlivé bloky různá. Touto cenovou diskriminací získává monopolista část spotřebitelského přebytku, nikoli však celý, jako případě cenové diskriminace prvního stupně.
- Cenová diskriminace třetího stupně se svou povahou blíží cenové diskriminaci prvního stupně s tím rozdílem, že jsou spotřebitelé rozděleni na dvě nebo více skupin, z nichž každá tato skupina má vlastní poptávkovou křivku s rozdílnou cenovou elasticitou poptávky.
- Mezi některé další formy cenové diskriminace patří cenová diskriminace v čase, jehož podstatou je, že se cena produkce v průběhu prodeje mění. Při uvedení výrobku na trh je jeho cena vyšší, než po uplynutí určitého času, kdy je již výrobek na trhu etablován. Obecně totiž platí, že na začátku je poptávka kupujících více neelastická, než později.

# Regulace monopolu (protimonopolní regulace)

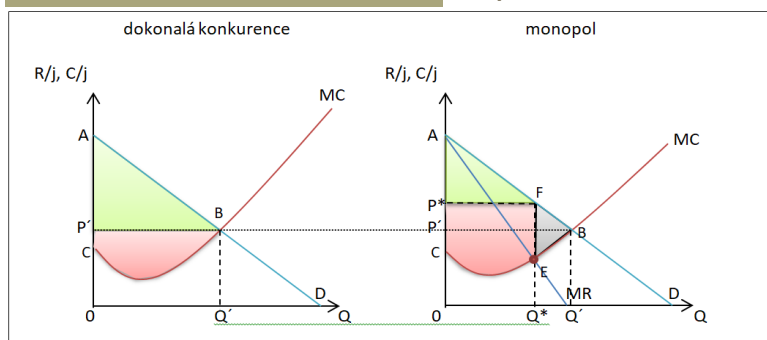
- Neefektivnost monopolu vyvolává snahy po jeho regulaci. Nejdůležitějšími nástroji jsou:
  - **záonné normy** omezující některé formy chování, např. postihující zneužívání výhod:
    - protikartelové nebo protitrustové zákonodárství, které může obsahovat i požadavek na rozpuštění či rozdělení firmy pokud průkazně vykazuje „nepřiměřené“ zisky
  - **cenová regulace**, která spočívá ve stanovení ceny, kterou musí monopol respektovat:
    - stanovení ceny na úrovni AC nebo MC
    - stanovení cenového stropu
  - **zestátnění monopolu**
    - stát může převzít podnik do svého vlastnictví, přičemž nesleduje ziskové kritérium při jeho činnosti (k zestátnění docházelo například u železnic, které původně vznikaly jako soukromé firmy)
  - **otevření trhu**
  - **daňová politika** státu, která se progresivním zdaňováním snaží odčerpat „nadměrné“ zisky
    - firmy se brání tzv. daňovými úniky



- **výrobní efektivnost** = situace, kdy firmy produkují takový rozsah produkce, při kterém jsou minimalizovány dlouhodobé průměrné náklady
  - monopol, oligopol a monopolní konkurence neprodukují na úrovni nejnižších průměrných nákladů, jsou tedy výrobně neefektivní
- **alokační efektivnost** = množství vyrobené produkce odpovídá množství, které je poptáváno.
  - dochází k vyrovnání mezních nákladů na produkci a prostředků, které jsou kupující ochotni vydat na koupi dodatečné produkce ( $MC=P$ )
  - tržní struktury nedokonalé konkurence jsou také alokačně neefektivní ( $MC < P$ )
- **náklady (ztráty) mrtvé váhy** vyjadřují produkci, která nebyla vzhledem k podmínkám nedokonalé konkurence vyrobena

# Efektivnost monopolu

- existence této ztráty je projevem neefektivnosti nedokonalé konkurenčních trhů
- představují ztrátu spotřebitelského přebytku, která není kompenzována přírůstkem přebytku výrobce a naopak
  - znamená snížení efektivnosti ve smyslu Pareto optima, protože ztráty jedněch subjektů nejsou kompenzovány výnosy jiných





Děkuji za  
pozornost.