

Rozhodování firmy o výstupu a ceně v monopolistické konkurenci

Autor: doc. Ing. Magdaléna Drastichová, Ph.D.

2025
Olomouc

CHARAKTERISTIKA MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE (MK)

- ❖ **Pojem MONOPOLISTICKÁ KONKURENCE (Monopolistic Competition): Model obsahující jak**
 1. **RYSY MONOPOLU: odtud „MONOPOLISTICKÁ“;**
 2. **PRVKY DOKONALÉ KONKURENCE: odtud „KONKURENCE“.**

MONOPOLISTICKÝ TRH – ZNAKY:

1. **Velký počet výrobců**, jejichž výrobky jsou velmi blízkými **substituty**.
 - Velký počet firem v odvětví => každá z firem předpokládá, že její vlastní rozhodování o výstupu a ceně neberou ostatní firmy v úvahu a její činnost je na chování ostatních firem **nezávislá**.
 2. **Diferenciace produktu:** spočívá v umístění firmy, ve výši ceny, v kvalitě produktu, souvisejících službách, úvěrových podmínkách, obalu apod.
 - Z výrobkové diferenciace – vyplývá monopolní síla v rámci vyráběného produktu. =>
 - Monopolistická firma – ve velmi omezeném smyslu – cenový tvůrce.
- **Neplatí však totožnost individuální a tržní poptávková křivky!**

MONOPOLISTICKÝ TRH – ZNAKY:

2. **Značný počet firem na trhu => Diferenciace mezi produkty firem – velmi malá => Velmi malá cenová diference mezi nimi => v MK odvětví – velmi vysoké:**
 - A. **Cenová elasticita poptávky po produkci každé z firem,**
 - B. **Křížová elasticita poptávky po produkci firmy vzhledem k cenám substitučních produktů jiných firem.**

3. **Možnosti vstupu do / odchodu z odvětví – podobné DK => žádné bariéry.**
 - ✓ Avšak – diference produktu => určité překážky:
 - **Nová firma: nutnost etablovat se na trhu a získat zákazníky → podpory prodeje (reklam...) – vyžaduje výdaje; marketingovou strategii apod. =>**
 - **Finanční a tržní okolnosti = bariéry spojené se vstupem nové firmy na trh.**
 - ✓ **NEJSOU NEPŘEKONATELNÉ.**

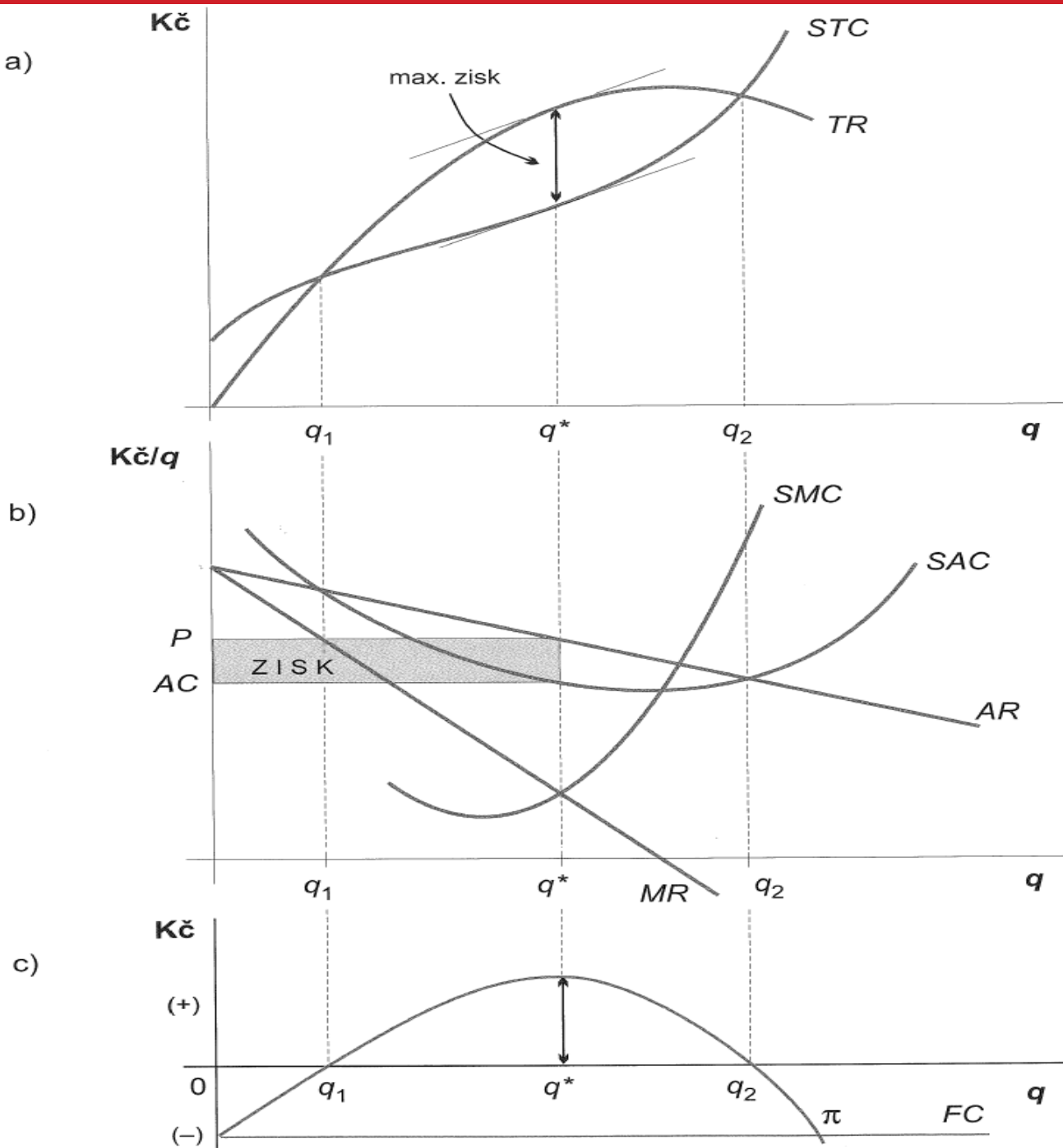
MONOPOLISTICKÝ TRH – ZNAKY:

- ❖ **Typický představitelé MK: podniky sféry maloobchodu a služeb:**
 - *Např. všechny restaurace v Praze podnikají na jednom trhu připravených teplých jídel.*
- ✓ **Diferenciace v:**
 - **Umístění (Staroměstském náměstí...);**
 - **Kvalitě a šíři sortimentu nabízených jídel;**
 - **Souvisejících službách (posezení v předzahrádce, hudba atd.);**
 - **Specializaci (česká, francouzská nebo čínská kuchyně);**
 - **Jméně apod.**

MAXIMALIZACE ZISKU MONOPOLISTICKÉ FIRMY V KRÁTKÉM OBDOBÍ

- **MK firma:** vyrábí produkt lišící se od produktu jiných firem => **Klesající poptávka:** zákazníci mohou přejít k substitučním produktům.
 1. **Sníží-li jedna firma cenu => zvýšení objemu jejích prodejů více než proporcionálně:** odláká zákazníky firmám, které cenu nesnížily.
 2. **Zvýší-li jedna firma cenu => zákazníci nakupují u firem s nezvýšenou cenou => firma prodá výrazně menší objem své produkce.**
- ✓ **V DK – identický produkt:** zvýšení ceny jednou firmou = ztráta všech zákazníků.
- ✓ **Cenová elasticita poptávky v MK ovlivněna diferenciací výrobků a počtem firem v odvětví => **INDIVIDUÁLNÍ POPTÁVKOVÁ KŘIVKA – VELMI ELASTICKÁ.****
- *Čím více má daný produkt firmy substitutů a čím více firem je na daném trhu, tím větší cenová elasticita individuální poptávky.*

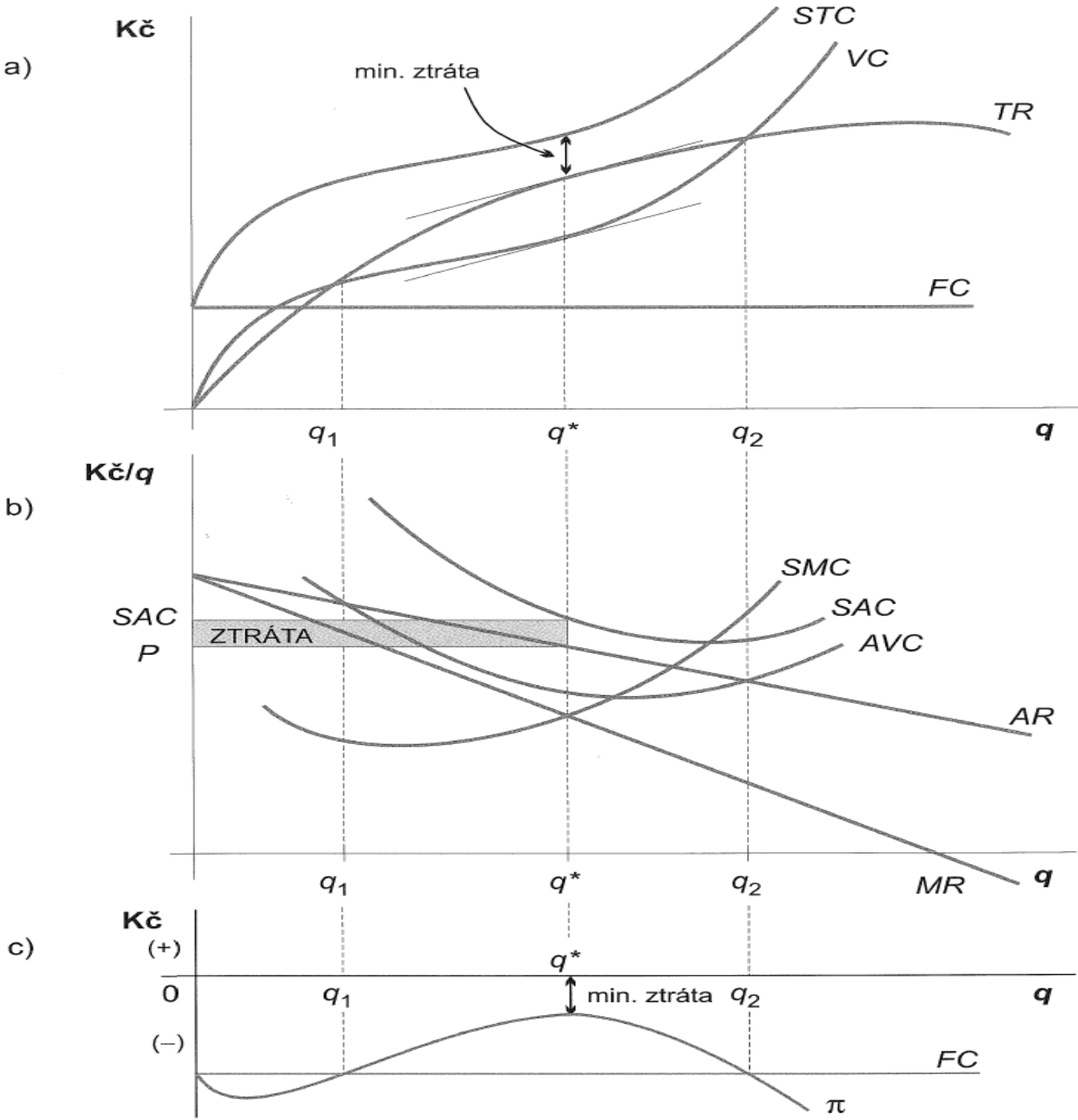
MAXIMALIZACE ZISKU MONOPOLISTICKÉ FIRMY V KRÁTKÉM OBDOBÍ



- ✓ **Optimální výstup:** „zlaté pravidlo maximalizace zisku“ v podobě rovnosti MR a MC .
- **Krátkodobý zisk** – maximalizován výrobou výstupu Q^* : největší rozdíl mezi TR a TC (obr. a),
- **Maximální – i jednotkový zisk:** $AR - AC$ (obr. b).
- **Celkový ekonomický zisk firmy v krátkém období:** vyšrafovaná plocha: $(AR - AC) \cdot Q^*$
- **Obr. C – zisk:**
 - **Ekonomický zisk:** výroba výstupu mezi Q_1 a Q_2 .
- **Výroba Q_1 / Q_2 :** vyrovnání TR a TC , i AR a AC : nulový ekonomický zisk.

MINIMALIZACE ZTRÁTY POKRAČOVÁNÍM VE VÝROBĚ

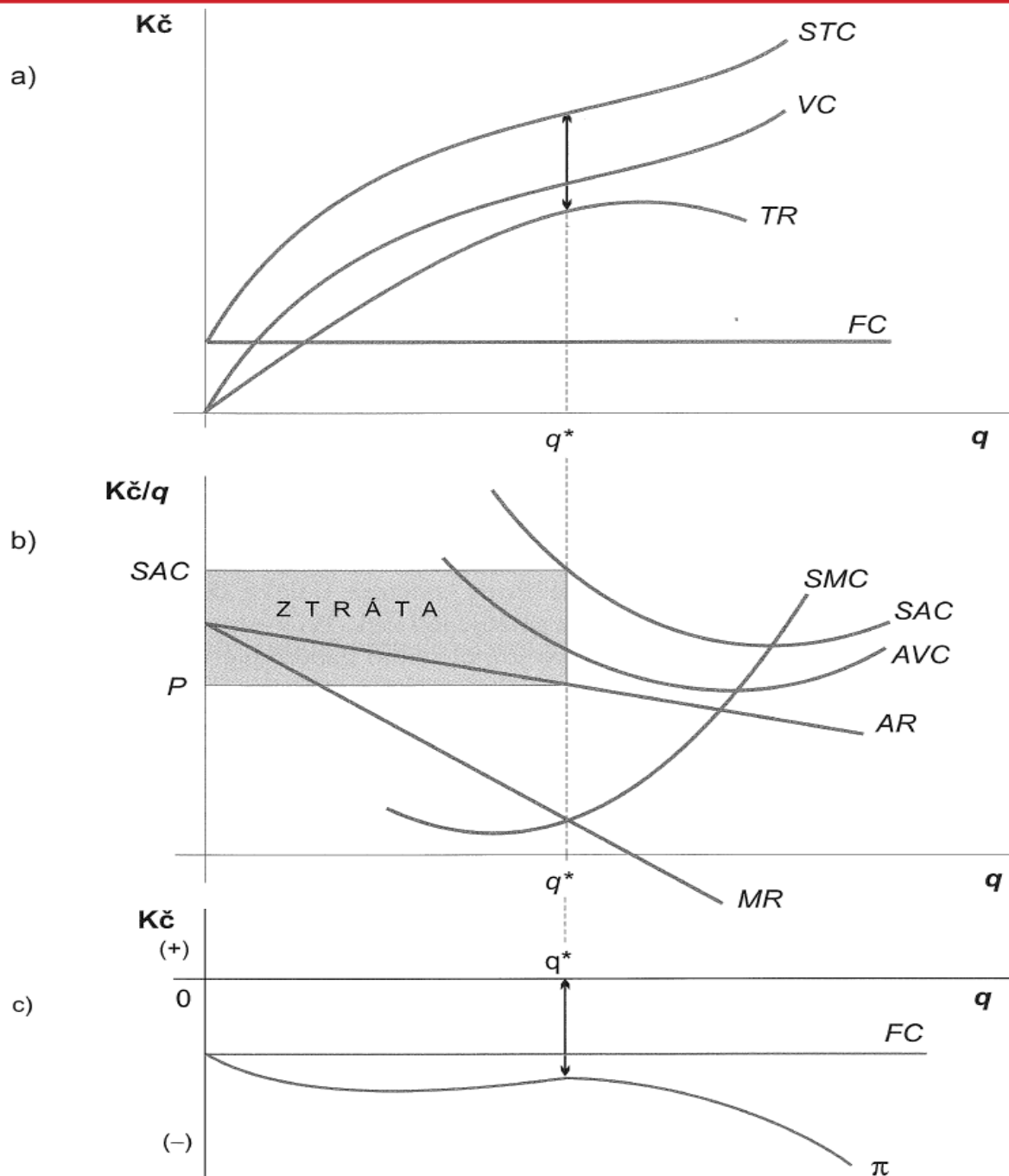
- **V krátkém období – výrobky nejdou na odbyt:
TR poklesnou pod úroveň TC:**
 - **Volba: pokračovat / ukončit výrobu:**
- ✓ **Kritérium rozhodování: výše variabilních, resp.
průměrných variabilních nákladů:**
 - **Zda jsou TR větší než VC.**



FIRMA MINIMALIZUJE ZTRÁTY POKRAČOVÁNÍM VE VÝROBĚ

- ❖ **Obr.: TR jsou větší než VC.**
- Obr. a:, TR převyšují VC při prodeji výstupu mezi $Q_1 - Q_2$:
 - Částka TR převyšující VC: použita k hrazení části FC
 - Kladný rozdíl mezi cenou a AVC může pokrýt část AFC.
- ✓ **Ztráta = nejmenší při výrobě výstupu Q^* .**
- ✓ V krátkém období pokračuje ve výrobě: minimalizace ztráty; předcházení nákladům se zpětným návratem na trh.

UZAVŘENÍ FIRMY V KRÁTKÉM OBDOBÍ



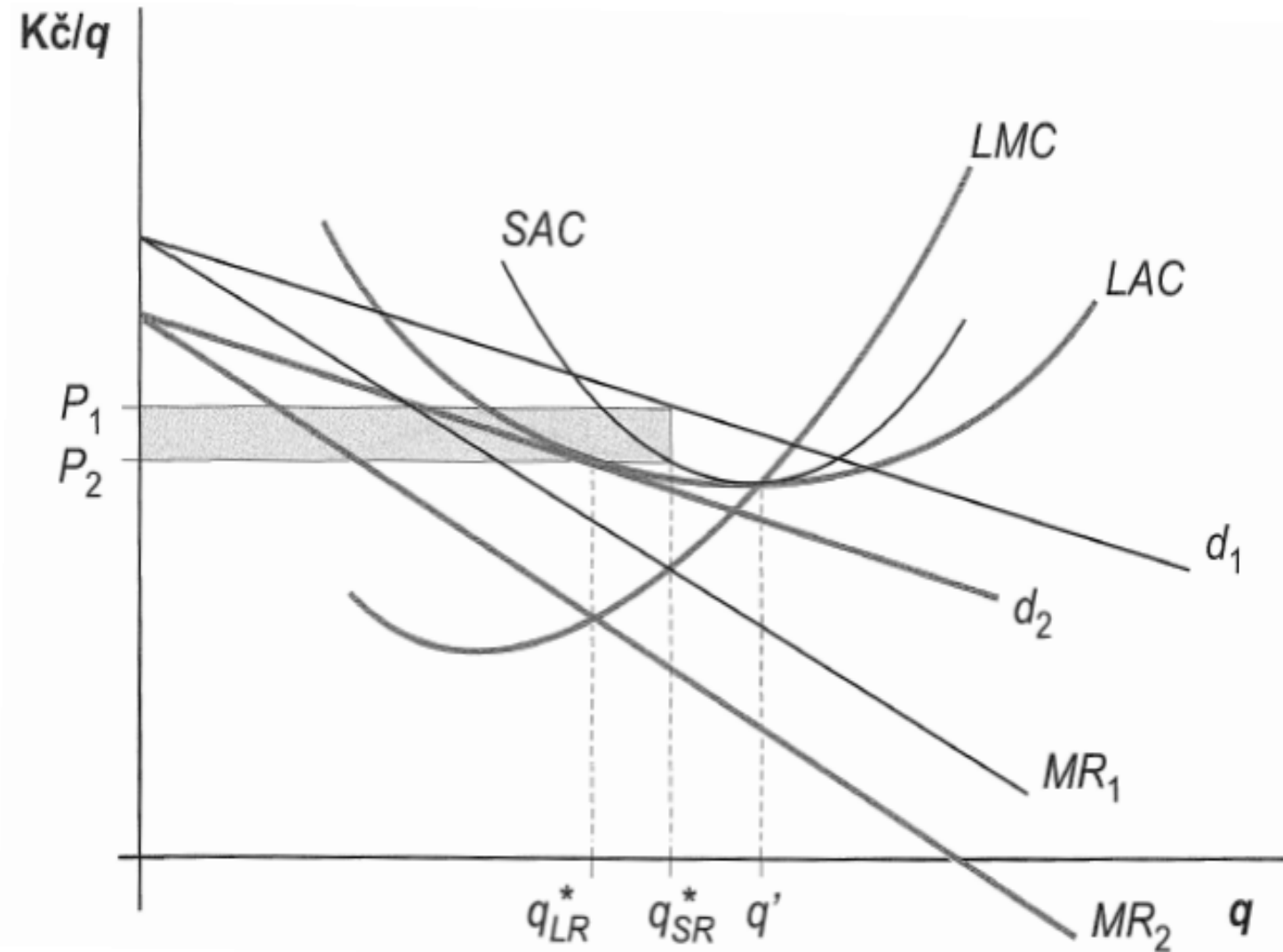
❖ **Obr.: TR menší než VC:**

- Výhodnější řešení – ukončit výrobu.
- Obr. c: nejmenší objem ztráty při nulovém objemu výstupu.
- Pokračování ve výrobě spojeno se zvyšováním ztráty.
- Firma ukončuje výrobu:
 - ✓ buď odvětví opouští,
 - ✓ nebo v něm zůstává a vyčkává zlepšení tržních podmínek.

MAXIMALIZACE ZISKU MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ

- ❖ **Formování optimálního výstupu firmy v dlouhém období: analogický DK.**
- **Předpoklad: firmy na MK trhu = krátkodobý ekonomický zisk:**
 - **Impuls pro vstup firem: nových, podnikajících v jiných odvětvích.**
 - **Příliv bez problémů: bariéry vstupu do odvětví snadno překonatelné. =>**
 - ✓ **Tržní poptávka – větší počet firem: na každou z nich připadá menší část trhu: posun individuální poptávkové křivky doleva.**
 - ✓ **Růst počtu firem vyrábějících velmi blízké substituty => poptávková křivka ještě elastičtější.**
 - ***Posun individuální poptávkové křivky doleva dolů tak dlouho, dokud se nevyrovná cena s dlouhodobými průměrnými náklady.***

MAXIMALIZACE ZISKU MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ



- Výroba krátkodobého optimálního výstupu Q^*_{SR} , cena P_1 : ekonomický zisk:
 - stimuluje vstup nových firem do odvětví, =>
 - posun individuální křivky poptávky každé firmy směrem doleva dolů => při jejich nezměněných AC = pokles zisku.
 - Výstup Q^*_{LR} a cena P_2 : nulový ekonomický zisk. =>
 - ✓ *Firmy mimo daně odvětví nemají zájem do něj vstoupit.*

MAXIMALIZACE ZISKU MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ

- **Předpoklad: krátkodobá ztráta =>**
 - řada firem (zejména ty s nejvyššími ztrátami spojenými s nízkou efektivností a vysokými náklady) z odvětví odejde.
 - V odvětví – méně firem => tržní podíl každé z nich vzrostl => posunu individuální poptávkové křivky každé z nich doprava nahoru.
 - **Současně: poptávková křivka – méně elastická.**
 - ✓ **Snadný vstup / odchod firem do / z odvětví => po určité době: vyrovnání ceny a LAC => tendence k nulovému ekonomickému zisku:**
 - **Není impulsem pro vstup jiných firem do odvětví:**
- ✓ **Rozdíl od DK: diferenciaci produktu, odlišnosti firem => nemusí být dlouhodobé optimum všech firem charakterizováno nulovým ekonomickým ziskem.**

CHAMBERLINŮV MODEL MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE

- ❖ Model tržní struktury: Edward Chamberlin, 1933:
- Pojem „výrobová skupina“, větší počet křivek poptávky.
- *Výrobová skupina – skupina firem vyrábějících podobné výrobky.*

- Existence výrobové skupiny – podmíněna třemi předpoklady:
 1. **velkým počtem firem vyrábějících diferencovaný produkt,**
 2. **rozhodovací nezávislosti firem,**
 3. **totožností nákladových a poptávkových křivek všech firem ve skupině** (velmi silný předpoklad: firmy vyrábějící diferencovaný produkt mají stejné nákladové křivky... nerealistické).
- Např. skupina „**připravená teplá jídla**“.

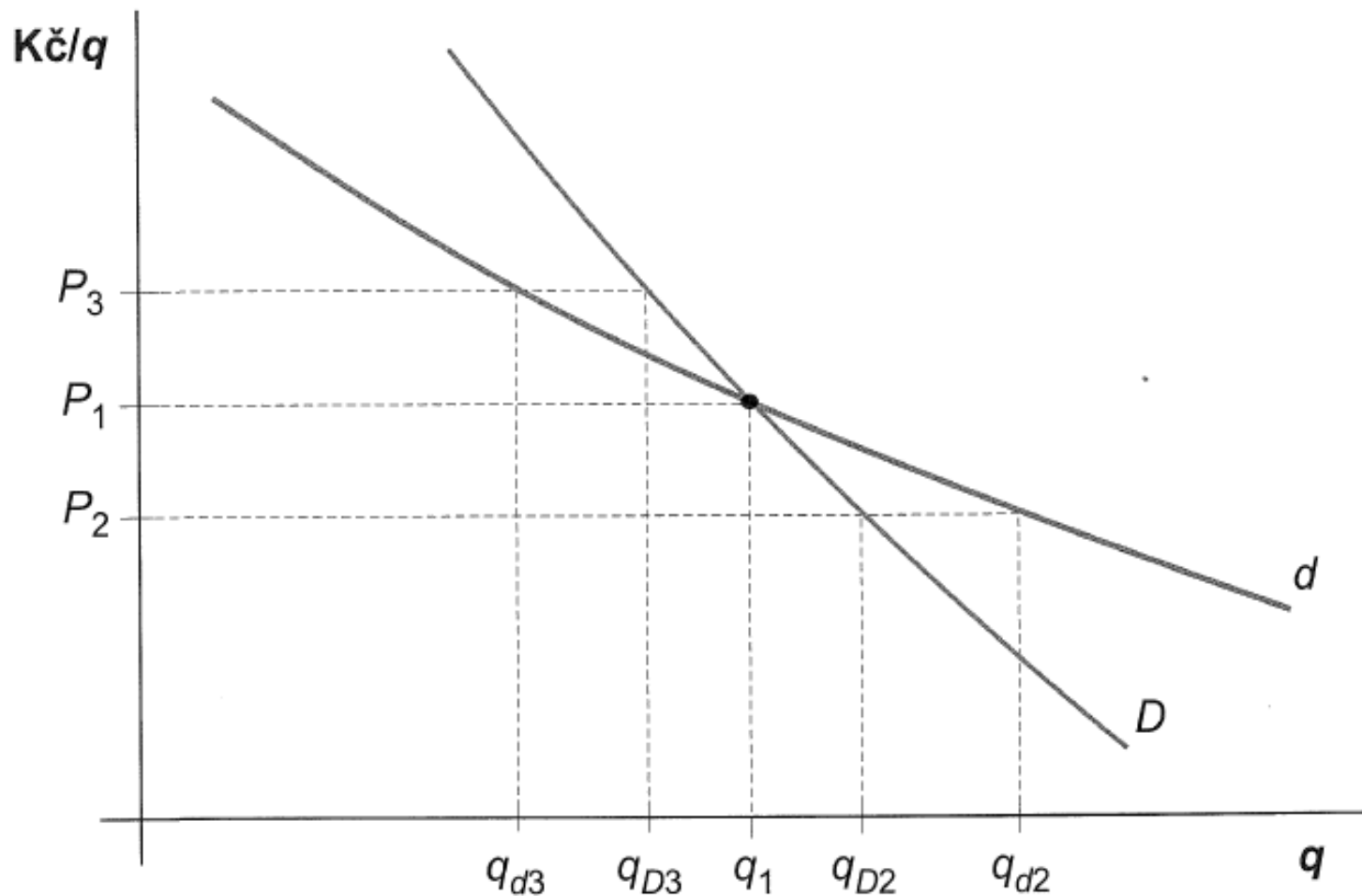
CHAMBERLINŮV MODEL MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE

- ✓ Model pracuje se dvěma typy poptávkových křivek:
 1. **Křivka poptávky d:** předpoklad, že ostatní firmy ve skupině na rozhodnutí jedné firmy o změně ceny nebudou reagovat.
- Jedna firma **cenu sníží** a ostatní firmy cenu svých výrobků nezmění => relativně velký nárůst objemu prodeje první firmy: nižší cenou odlákala některé zákazníky ostatních firem ze stejné výrokové skupiny.
- Analogicky – **zvýšení ceny** pouze jednou firmou a neměnných cenách ostatních firem: přijde o určitý počet zákazníků, objem jejich prodeje pravděpodobně podstatně poklesne.
- ✓ **Křivka poptávky d = velmi elastická.**

CHAMBERLINŮV MODEL MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE

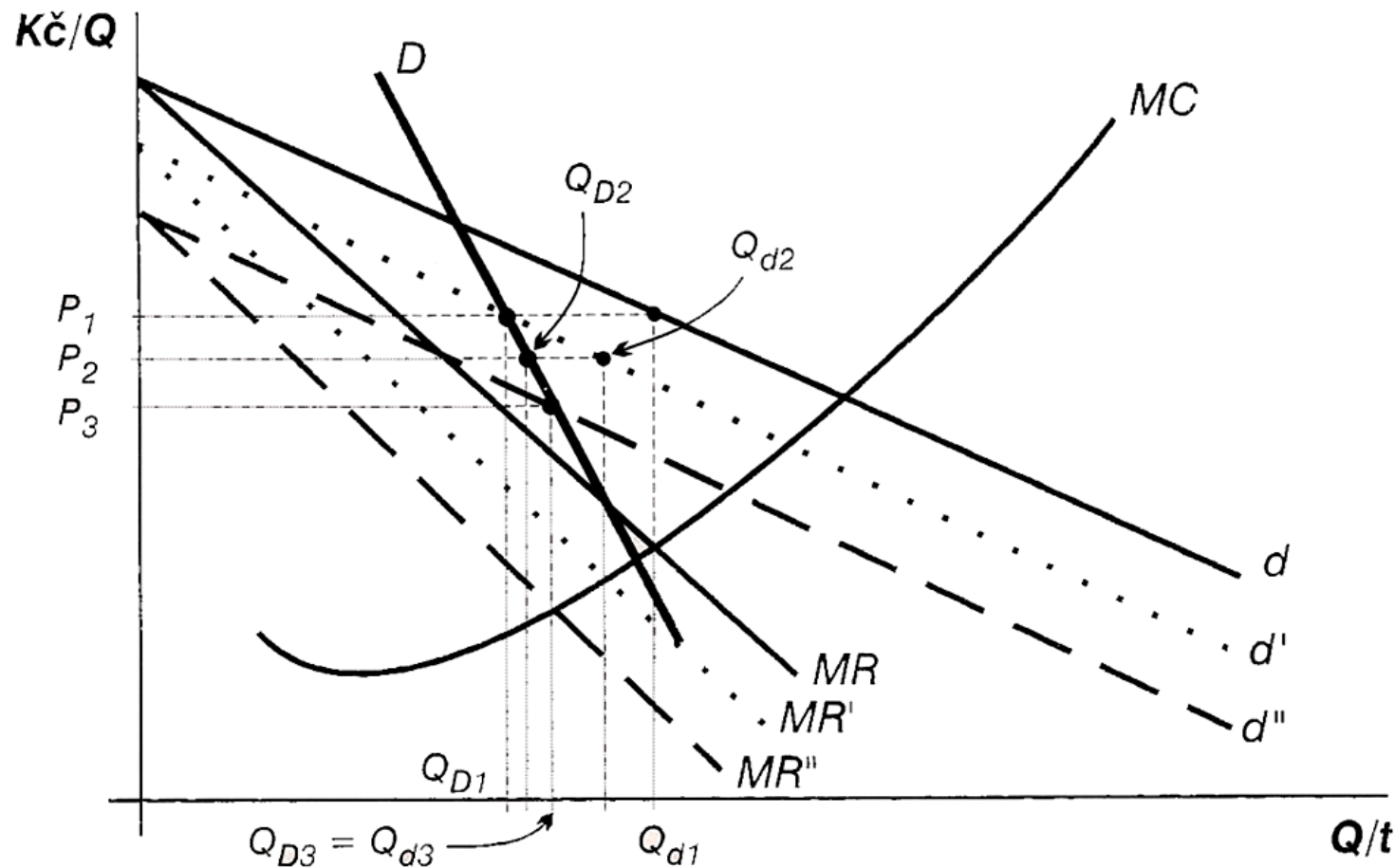
- ✓ Model pracuje se dvěma typy poptávkových křivek:
- 2. **Křivka poptávky D:** předpoklad, že všechny ostatní firmy mění ceny současně s firmou, která změnila cenu jako první.
 - První firma sníží cenu a ostatní ji okamžitě budou následovat => růst objemu jejích prodejů menší než v 1. případě; Zvýšení ceny => klesnou její prodeje méně než v 1. případě.
 - **Křivka poptávky D je méně elastická než křivka d.**

DVĚ POPTÁVKOVÉ KŘIVKY V CHAMBERLINOVĚ MODELU MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE



- ✓ První firma ve výrobní skupině – sníží cenu z P_1 na P_2 ,
- 1. Ostatní firmy nenásledují cenovou strategií: prodá množství Q_{d2} .
- 2. Následují ostatní firmy : vzroste její prodané množství jen na Q_{D2} .
- ✓ Analogicky: odlišnost poklesů objemu prodeje při růstu ceny z P_1 na P_3 .

OPTIMÁLNÍ VÝSTUP MONOPOLISTICKÉ KONKURENČNÍ FIRMY V KRÁTKÉM OBDOBÍ



- ✓ Každá z firem snižující cenu, z P_1 na P_2 (obr. předch. snímek):
 - očekává, že tak učiní pouze ona, a prodá množství **Q_{d2}** .
 - Skutečnost: chovají se tak všechny firmy => každá z nich zvýší své prodeje jen na **Q_{D2}** =>
 1. Křivka D = skutečná poptávková křivka;
 2. Křivka d = očekávaná / iluzorní poptávka.
- Odvození svého optimálního vstupu: každá firma vychází z **očekávané poptávkové křivky**



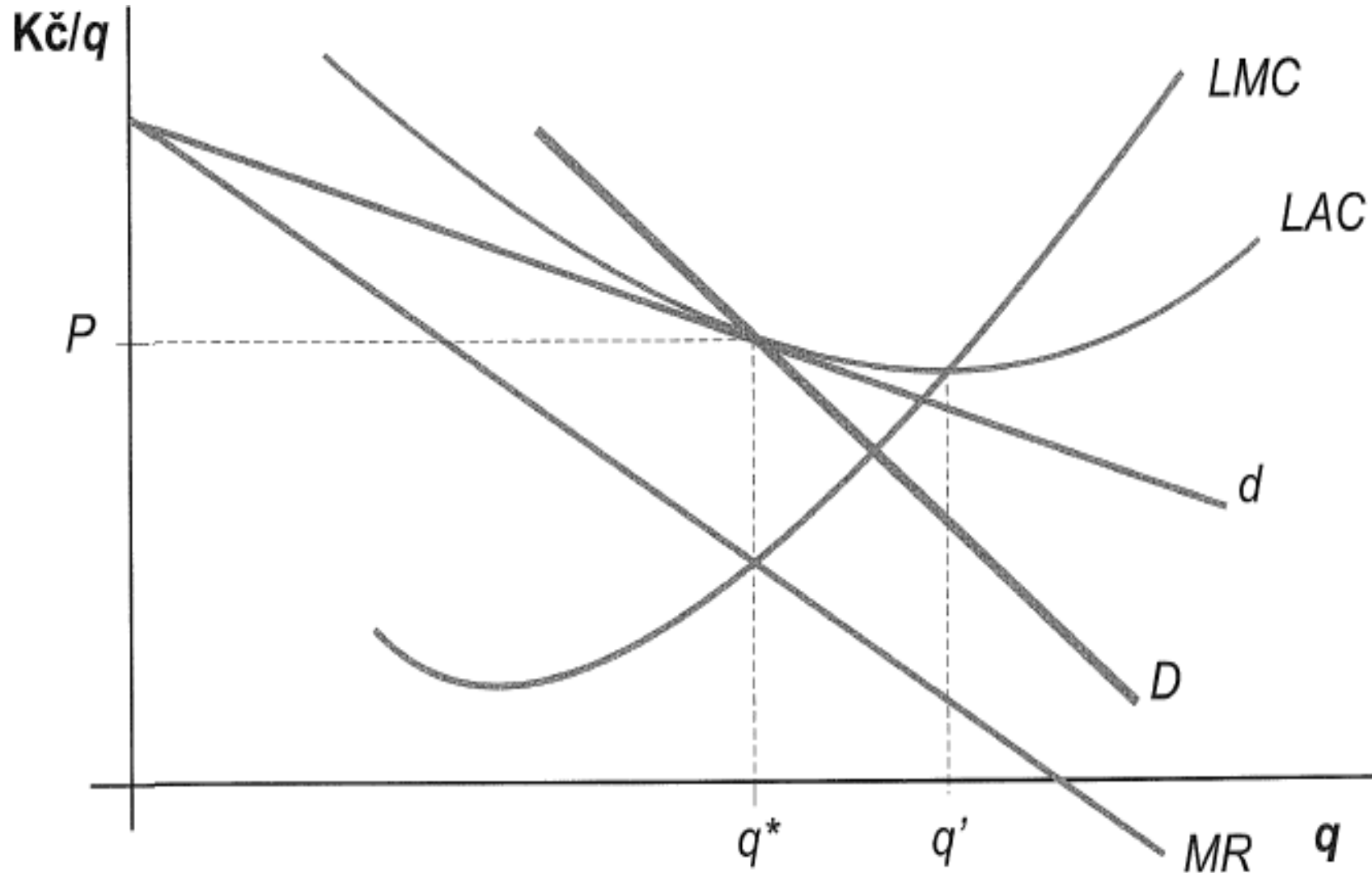
OPTIMÁLNÍ VÝSTUP MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ

- ✓ Určení optimálního výstupu firmou z **poptávkové křivky d** .
- Z rovnosti $MR = MC$: optimální výstup Q_{d1} , cenu $P1$.
- ✓ Krátké období – ve výrobní skupině: fixní počet firem \Rightarrow neprodá žádná z nich víc, než odpovídá jejímu podílu na **skutečné poptávce D** .
- ✓ \Rightarrow při prodeji za $P1$ firma zjišťuje, že neprodá očekávané množství Q_{d1} , ale jen $QD1$.
- ✓ Za cenu $P1$ nyní prodávají všechny firmy \Rightarrow **posun křivky d doleva dolů na d'** a protíná křivku D v jejím bodě dané kombinací $P1, QD1$.
- ✓ Proces se znovu opakuje: z poptávkové křivky **d'** - odvozena křivka **MR'** : průsečík **$MR' = MC$** \Rightarrow výstup firmy **Q_{d2}** a ceny **$P2$** : skutečný výstup firmy při ceně **$P2 - QD2$** .
- ✓ **Proces ustane: když firma nebude mít důvod snižovat cenu své produkce.**
- Obr. Předchozí snímek – při ceně $P3$: Optimální výstup firmy odvozený z křivky **d''** odpovídá velikosti jejího skupinového podílu: **$Q_{d3} = QD3$** .

OPTIMÁLNÍ VÝSTUP MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ

- ✓ Při výrobě **dlouhodobého optimálního výstupu realizuje firma nulový ekonomický zisk**
- jako důsledek volného vstupu firem do dané výrobní skupiny.
- Musí platit, že
 - a) **křivka LAC se dotýká křivky d,**
 - b) **křivka D protíná bod dotyku křivky d a křivky LAC.**

OPTIMÁLNÍ VÝSTUP MONOPOLISTICKÉ FIRMY V DLOUHÉM OBDOBÍ



- ✓ Dlouhodobý optimální výstup Q^* - firma prodává za cenu P^* ;
- **Cena = stejně vysoká jako dlouhodobé průměrné náklady** ⇒ nulový ekonomický zisk.

EFEKTIVNOST MONOPOLISTICKÉ KONKURENCE

1. Nižší **VÝROBNÍ EFEKTIVNOST** firmy v monopolistické konkurenci v porovnání s DK – často spojována s převisem výrobní kapacity:
 - Při výrobě optimálního výstupu v dlouhém období je křivka LAC tečnou poptávkové křivky, tzn. že firma tento výstup vyrábí s klesajícími LAC.
 - LAC – minimum při větším výstupu (Q'), než je optimální výstup (Q^*):
 - ✓ Interpretace: firmy v MK odvětví – příliš malé na to, aby vyráběly s nejnižšími jednotkovými náklady.
 - *Na MK trhu – více firem, než by bylo v případě, kdyby všechny firmy vyráběly s minimálními LAC.*
2. **ALOKAČNÍ NEEFEKTIVNOST** MK: analogická s monopolem:
 - Obě – monopolní síla – umožňuje stanovit cenu nad úrovní mezních nákladů: $P > MC \Rightarrow$ alokační neefektivnost v podobě tzv. **ZTRÁTY (NÁKLADŮ) MRTVÉ VÁHY**.
 - Přes neefektivnosti – MK žádoucí:
 - žádná z konkurujících si firem nemá podstatnou monopolní sílu \Rightarrow ztráta (náklady) mrtvé váhy z monopolní síly = malá.
 - Vysoká elasticita poptávkových křivek – působí ve směru zmenšení převisu výrobní kapacity.
 - Neefektivnost MK – nutné porovnat s její významnou výhodou v podobě diferenciacce produktu.

DĚKUJI ZA POZORNOST