

Chování firmy v nedokonalé konkurenci

MONOPOLA

OLIGOPOL

Mikroekonomie

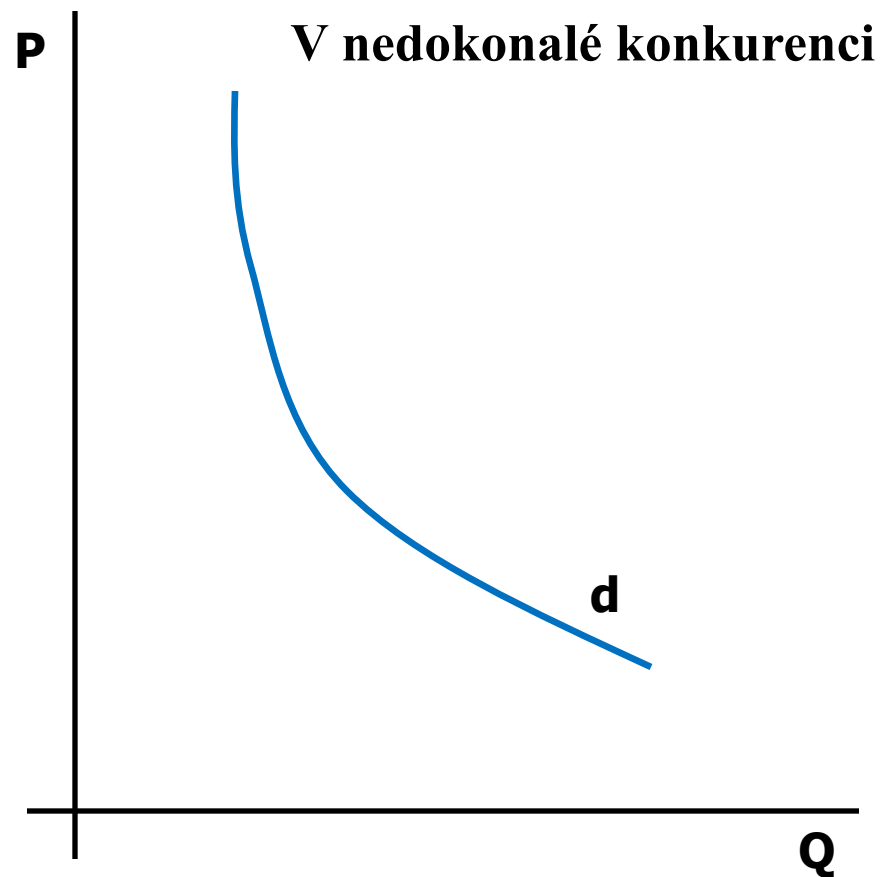
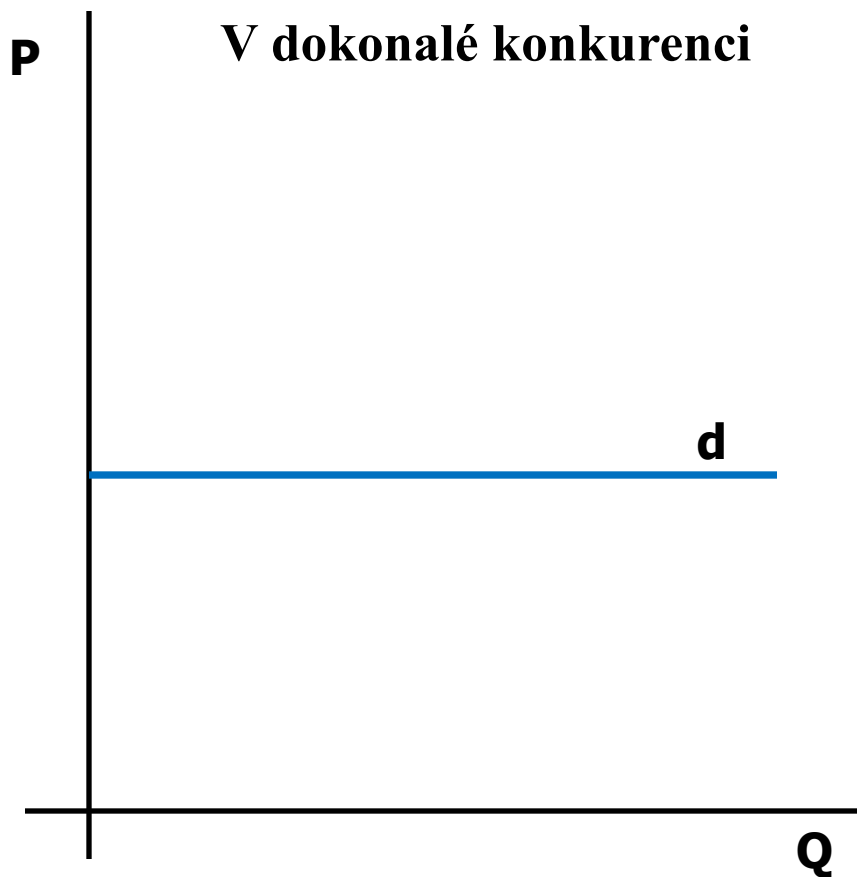
Nedokonalá konkurence

- Nedokonalá konkurence má tři formy:
 - monopol
 - oligopol
 - monopolní konkurence
- Zaměříme se na charakteristické rysy nedokonalé konkurence, které jsou společné pro všechny tři formy.
- Hlavním rysem nedokonalé konkurence - firma vyrábí diferencovaný produkt (případně má výrazný podíl na daném trhu).

Nedokonalá konkurence

- Z toho vyplývá, že firma může ovlivnit tržní cenu (míra ovlivňování ceny firmou závisí na konkrétní formě konkurence).
 - Protože se výrobek dané firmy liší od výrobků jiných firem, může daná firma stanovit jeho cenu.
- Nedokonalá konkurence - trh, na kterém existuje alespoň jeden prodávající (firma), který může ovlivnit tržní cenu.
- Rozhodování nedokonale konkurenční firmy je obsažnější - volba optimálního objemu produkce, stanovit výši ceny, ...

Graf individuální poptávky



Hlavní příčiny vzniku nedokonalé konkurence

- Nákladové podmínky - v podobě tzv. úspor z rozsahu výroby. Při výrobě velkého objemu produkce se náklady rozpočítávají na větší počet výrobků = průměrné náklady s růstem produkce klesají.
- Bariéry konkurence:
 - Právní restrikce - ochranná známka, patenty, copyright, ... Dává majitelům výsadní právo vyrábět daný produkt.
 - Diferenciace produktu - každý výrobce přichází na trh s produkcí, která se liší od produkce konkurence.

Další faktory vedoucí k nedokonalosti trhu

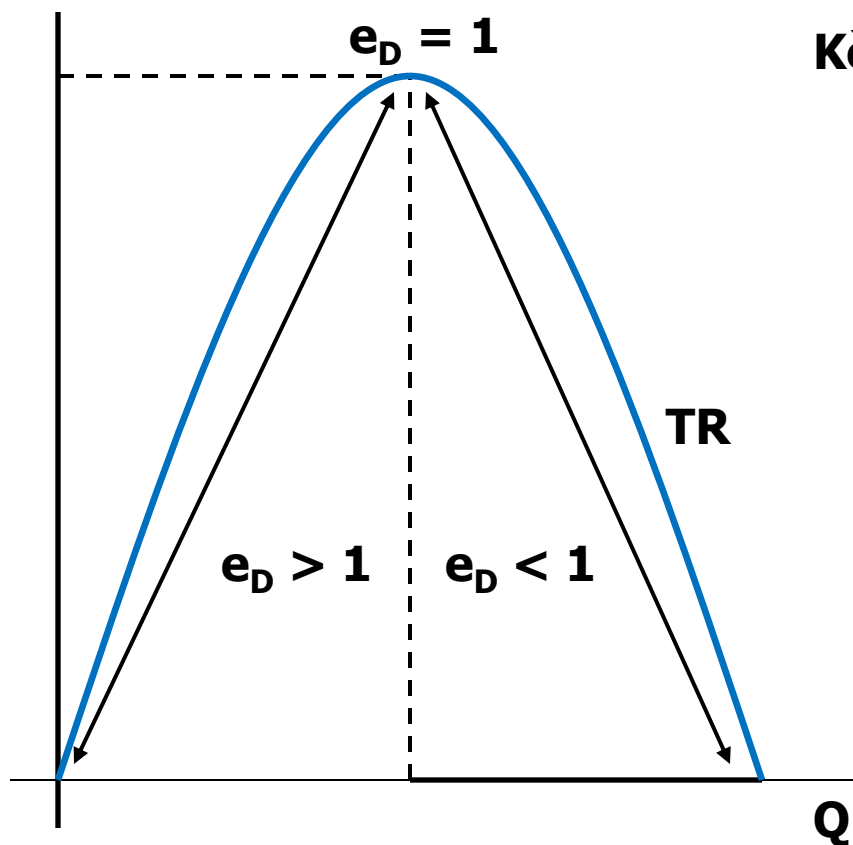
- Nedostatečná informovanost tržních subjektů
- Vlastnictví důležitého výrobního faktoru v rukou jedné firmy
- Zásahy státu do tržního mechanismu (regulace cen)
- Politické okolnosti (vznik OPEC - Organisation of Petrol Exporting Countries)

Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci

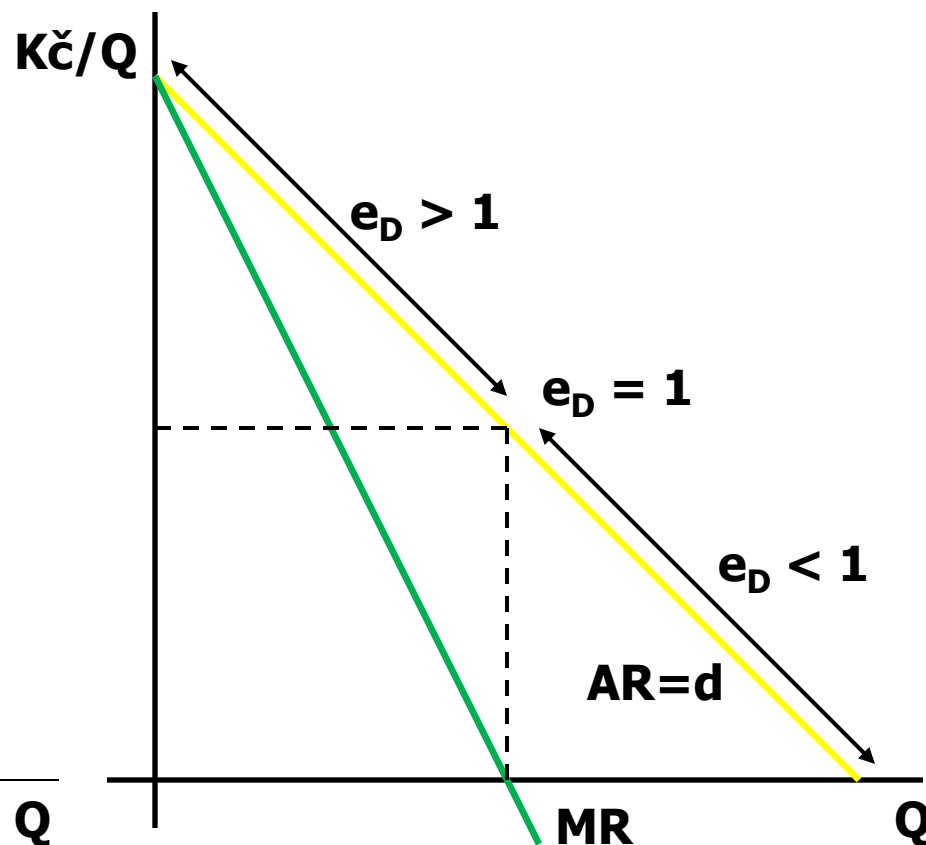
- Firma je tedy v rovnováze, vyrábí-li objem produkce, při němž maximalizuje svůj zisk - rovnovážný objem produkce tedy odvozuje ze vztahu $MR = MC$.
- Náklady jsou ovlivněny výrobou a charakter konkurence je neovlivňuje.
- Charakter příjmů je avšak charakterem konkurence ovlivněn zásadně. Výrobci mohou ovlivnit ceny a víme, že s růstem objemu produkce tuto cenu snižují. Pokles ceny bude tedy mít vliv na příjmy firmy.

Příjmy v nedokonalé konkurenci

Celkový příjem



Mezní a průměrný příjem



Celkový příjem v nedokonalé konkurenci

- Celkový objem produkce získáme ze vztahu $TR = P \cdot Q$
- Celkové příjmy mohou růst nebo klesat (závisí to na elasticitě poptávky po produkci firmy).
 - **Poptávka je elastická** - procentní růst objemu prodané produkce je větší než procentní pokles ceny, takže přestože cena klesá, celkový příjem roste.
 - **Poptávka je neelastická** - procentní růst objemu prodané produkce je menší než procentní pokles ceny, takže snižuje-li firma cenu, její celkový příjem klesá.

Mezní a průměrný příjem firmy v nedokonalé konkurenci

- Definice jednotkových příjmů:
 - $MR = \Delta TR / \Delta Q$
 - $AR = TR / Q = P$
- Dvě základní odlišnosti od konkurence dokonalé:
 - Křivky AR a MR mají zápornou směrnici, což je důsledek záporné směrnice individuální poptávkové křivky.
 - Křivka MR není totožná s křivkou AR, ale klesá rychleji.

Mezní příjem v nedokonalé konkurenci

- Protože v případě nedokonalé konkurence poptávková křivka klesá, mezní příjem (MR) klesá s růstem výroby a musí být nižší než ceny, za které se prodává poslední jednotka ($MR < P$).
- MR je podobně jako TR ovlivněn elasticitou poptávky:
 - $MR > 0$ - když je poptávka elastická
 - $MR = 0$ - když je poptávka jednotkově elastická
 - $MR < 0$ - když je poptávka neelastická

Monopol

- Monopol je protipólem dokonalé konkurence.
- Základní předpoklady pro existenci monopolu :
 - Existence jediného výrobce (firmy) na trhu
 - Diferenciace produktu
 - Bariéry vstupu jiných firem do odvětví
- Protože je monopol jediný výrobce daného zboží, jeho produkce je produkce celého odvětví.
- individuální poptávka = tržní poptávka

Rovnováha monopolu

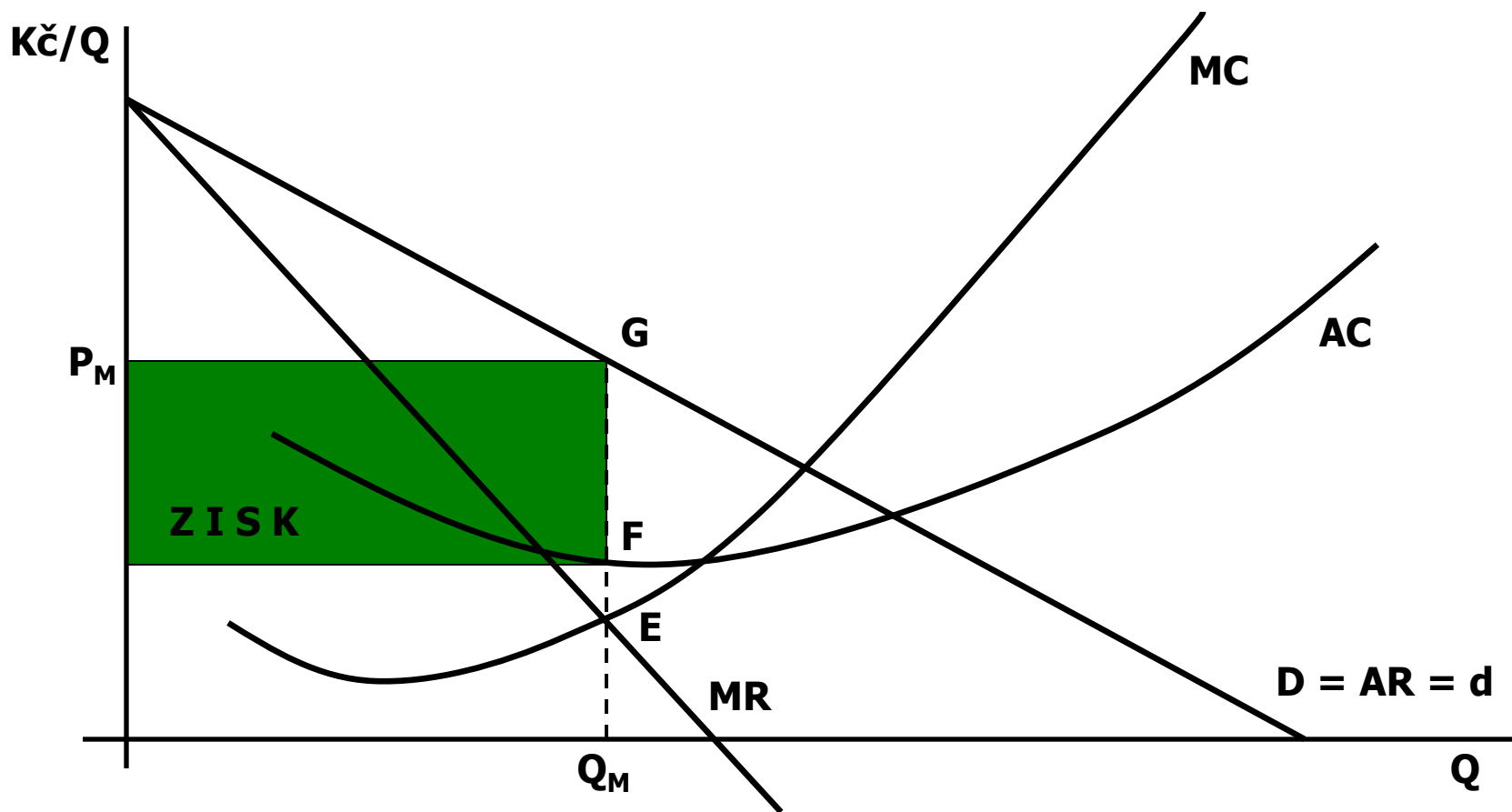
- Na rozdíl od dokonalé konkurence individuální křivka klesá.
- Křivka mezních příjmů klesá rychleji než křivka poptávky.

$$MR = MC$$


$$P > MC$$

- Podstatná odlišnost od dokonalé konkurence je v tom, že monopol sám stanoví cenu své produkce. Protože je jediným výrobcem na trhu prodává za cenu, která maximalizuje jeho zisk. Kupující však musí být ochotní ji akceptovat.

Graf monopolu



Křivka nabídky v podmínkách monopolu

- V podmínkách monopolu neexistuje nabídková křivka, protože neexistuje jediný vztah mezi cenou a množstvím.
- Firma v dokonalé konkurenci může nabízet různá množství při různých cenách.
- U monopolu firma může nabízet různá množství při stejné ceně nebo stejné množství při různých cenách.
 nemůžeme jednoznačně nakreslit jeho nabídkovou křivku.

Monopolní síla

- Monopolní síla je schopnost stanovit cenu vyšší než mezní náklady.
- Stupeň monopolní síly je možno vyjádřit pomocí Lernerova indexu (L).

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

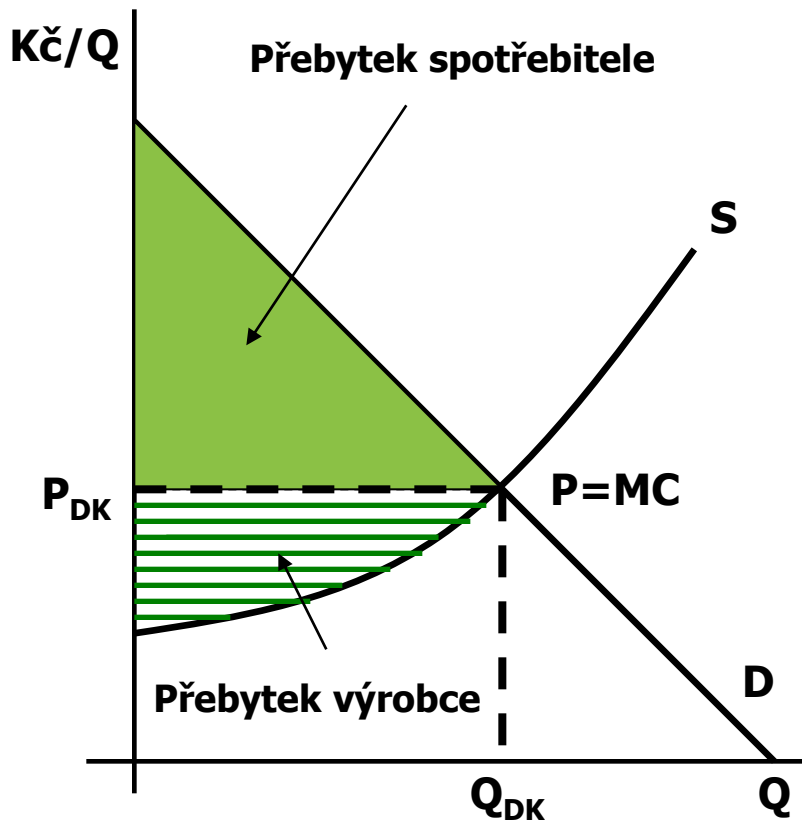
- Pro vyjádření monopolní síly se používá:
 - Míra koncentrace - % podíl nejsilnějších firem v odvětví na produkci odvětví
 - Zisk – diskutabilní kritérium

Neefektivnost monopolu

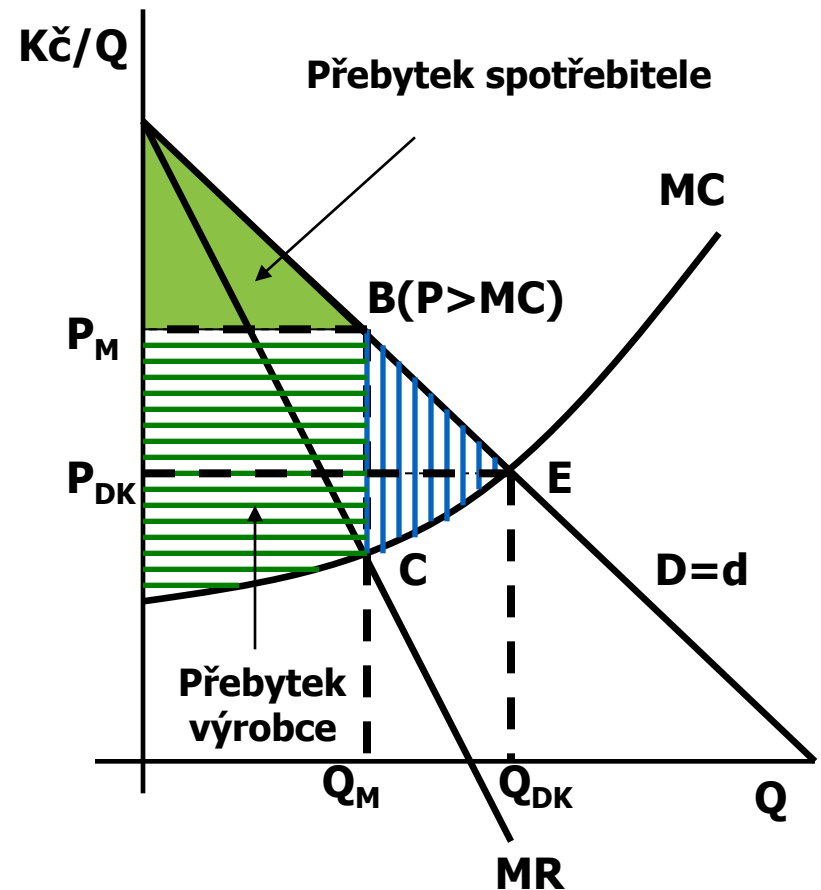
- Monopolní síla, která vede k stanovování ceny nad úroveň mezních nákladů je z hlediska společnosti neefektivní (neefektivní výroba).
- Monopol není veden tržním mechanismem (monopol stanovuje ceny – ne trh) k optimálnímu využití společenských zdrojů.

Přebytek výrobce a spotřebitele

v dokonalé konkurenci



v podmínkách monopolu

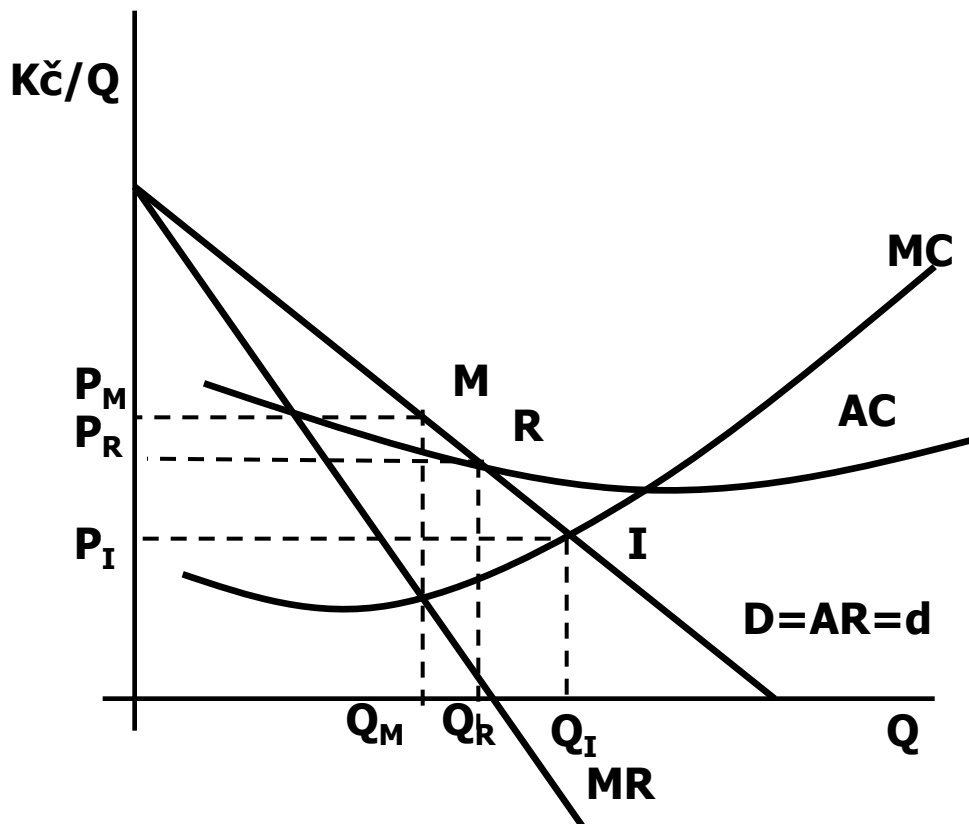


Regulace monopolu

- V podmínkách monopolu nejsou plně využity zdroje, které má společnost k dispozici a ty, které jsou využívány, jsou využívány málo efektivně.
- Nejdůležitější usměrňovací nástroje:
 - Antitrustové zákony – zakazují určité chování firmy na trhu a omezují různými způsoby sílu monopolu.
 - Daňová politika
 - Možnost převést monopol do státního vlastnictví
 - Cenová regulace

Cenová regulace

Cenová regulace monopolu



- Cenová regulace dovoluje monopolistovi stanovit cenu jen tak vysokou, aby pokryla průměrné náklady.
- Při regulované ceně zaniká monopolní zisk a monopol realizuje jen normální zisk.

Monopson

- Monopson je opakem monopolu a představuje trh, na němž je jen jeden kupující.
- Síla monopsonu je schopnost kupujícího ovlivnit cenu ve svůj prospěch.
- Dovoluje kupujícím kupovat zboží za nižší cenu než v podmínkách dokonalé konkurence.

 stát jako jediný kupující vojenské produkce

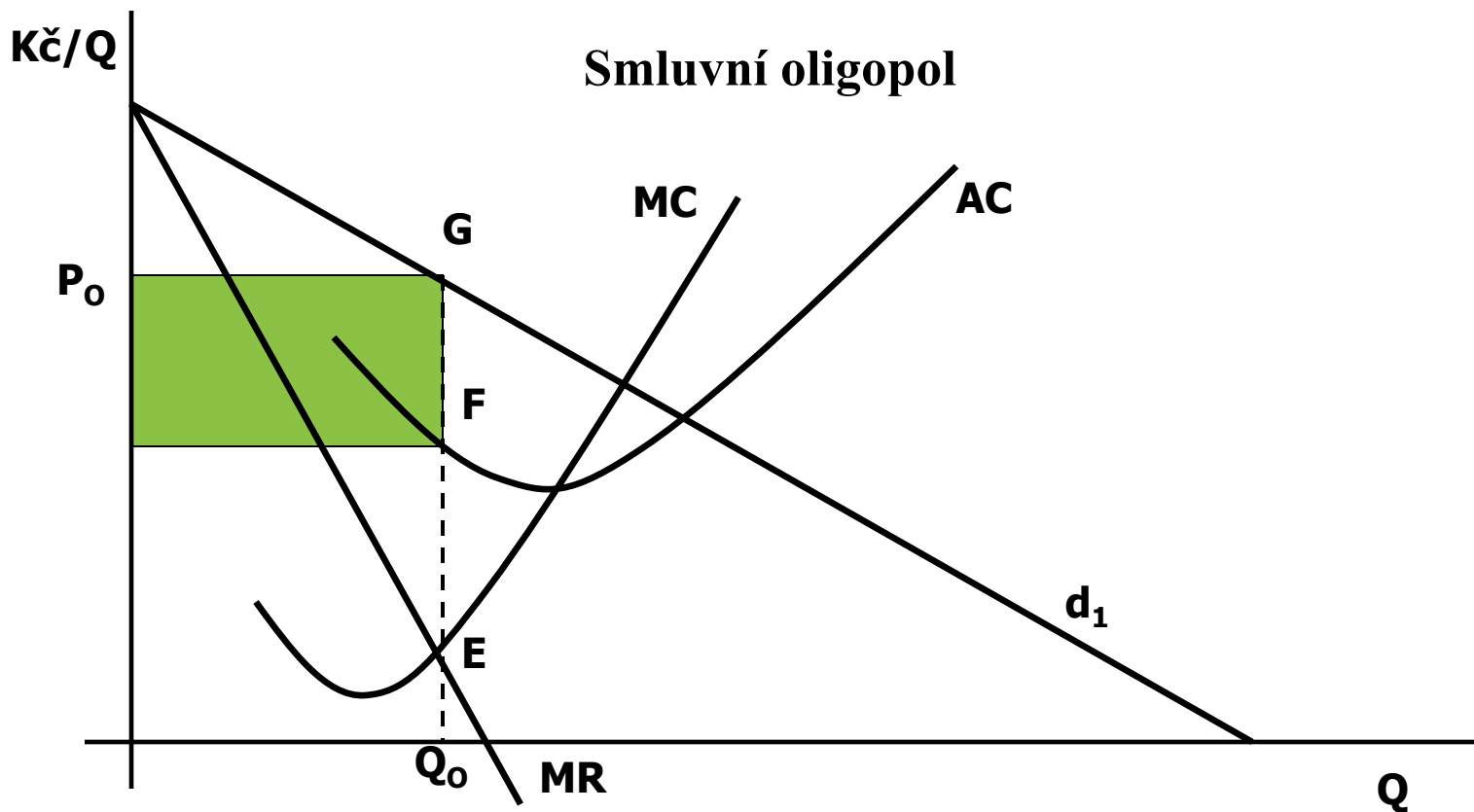
Oligopol

- Oligopol je tržní struktura, která v praxi převažuje.
- Charakteristické rysy oligopolu :
 - Existence několika firem v odvětví
 - Zpravidla diferencovaný produkt
 - Bariéry vstupu znemožňující příchod nových firem
- Chování firem v oligopolu je ovlivněno jejich vzájemnou závislostí (každá firma vyrábí část odvětví).
- Existuje několik modelů oligopolů.

Smluvní oligopol

- **Smluvní (koluzivní) oligopol** – vzniká v situaci, kde několik firem prodávajících stejné nebo podobné výrobky zjistí, že jejich ceny jsou přibližně stejné a že vzájemná cenová válka by je oslabila.
 - Výhodnější pro ně je zvyšovat společný zisk zvyšováním cen na trhu nebo rozdělením trhu.
 - Uzavřou tajnou dohodu a stanoví monopolní ceny pro jednotlivé firmy, případně výrobní kvóty – každá firma v oligopolu se pak chová jako monopol.
- **Kartel** – dohoda o výhodné spolupráci (OPEC, benzínové pumpy...).

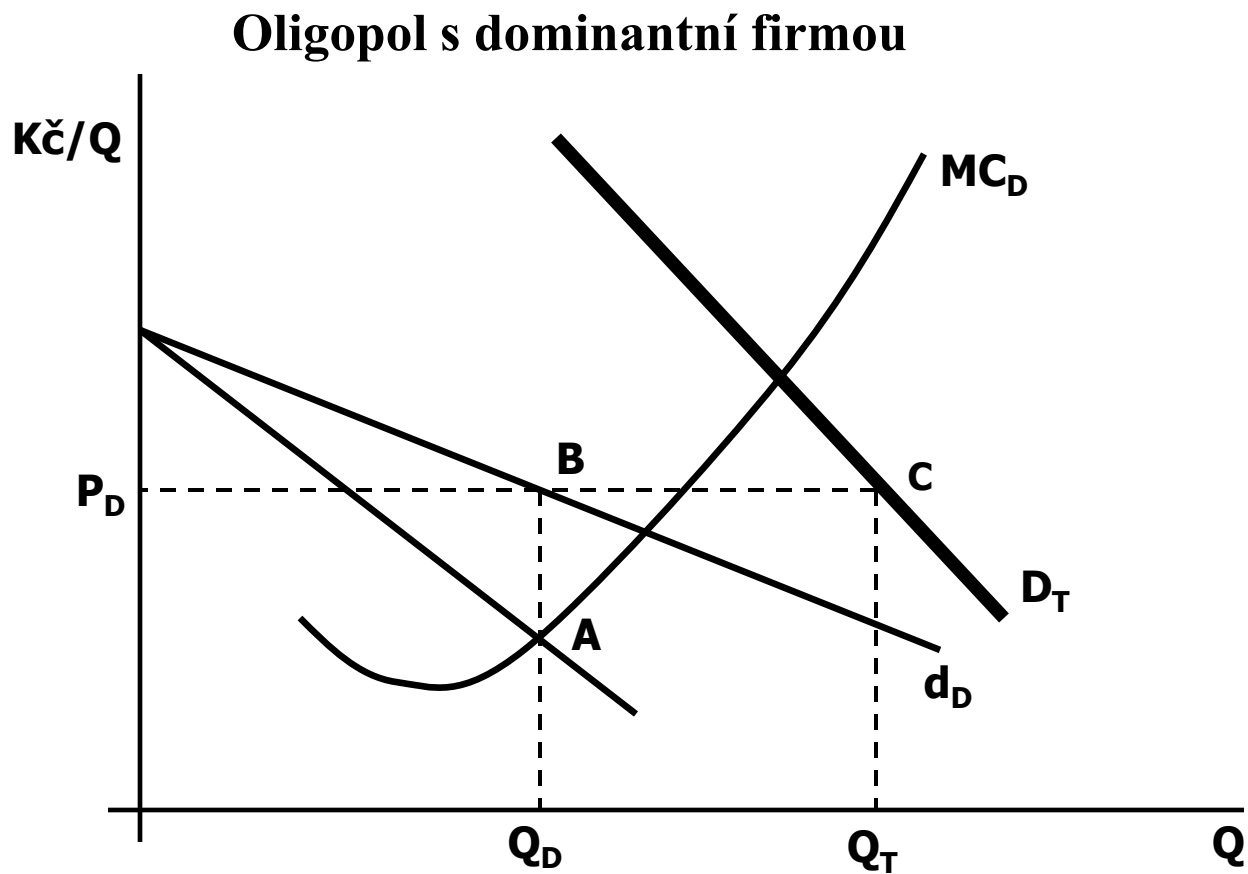
Graf oligopolu



Oligopol s dominantní firmou

- Oligopol s dominantní firmou vzniká tam, kde je pro silnou firmu, která dominuje trhu, výhodné přenechat část trhu slabším konkurentům.
- V rámci větší části trhu se pak dominantní firma chová jako monopol.
- **Cenové vůdcovství** – znamená, že menší firmy v odvětví respektují ceny dominantní firmy.
 - Kdyby menší firmy zvýšily cenu, ztratily by zákazníky.
 - Snížení ceny si menší firmy nemůžou dovolit – nákladové podmínky (malá firma).

Graf oligopolu s dominantní firmou



- PRO DNEŠEK VŠE...