

# ZÁKLADY EKONOMIE

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:

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

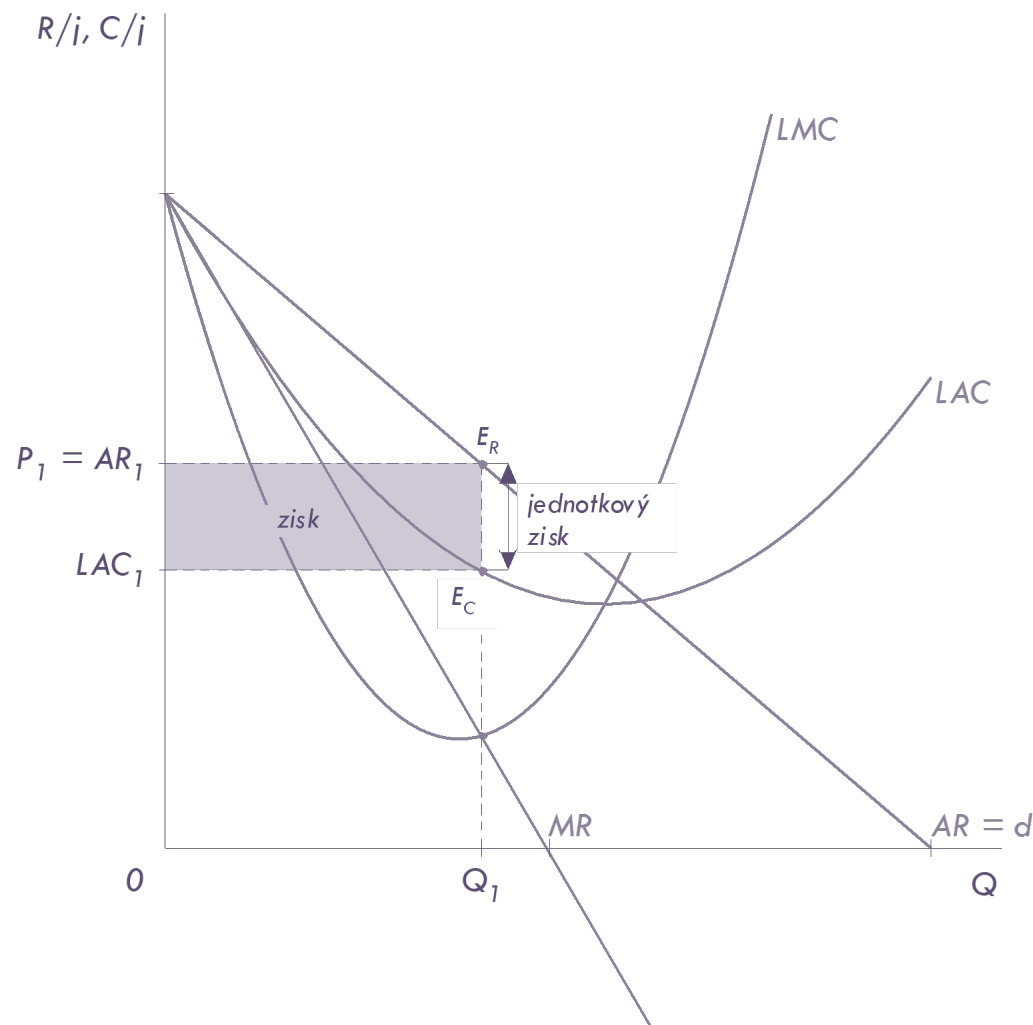
- *monopolní zisk (monopolní rentou)*: projev tržní síly monopolu.



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

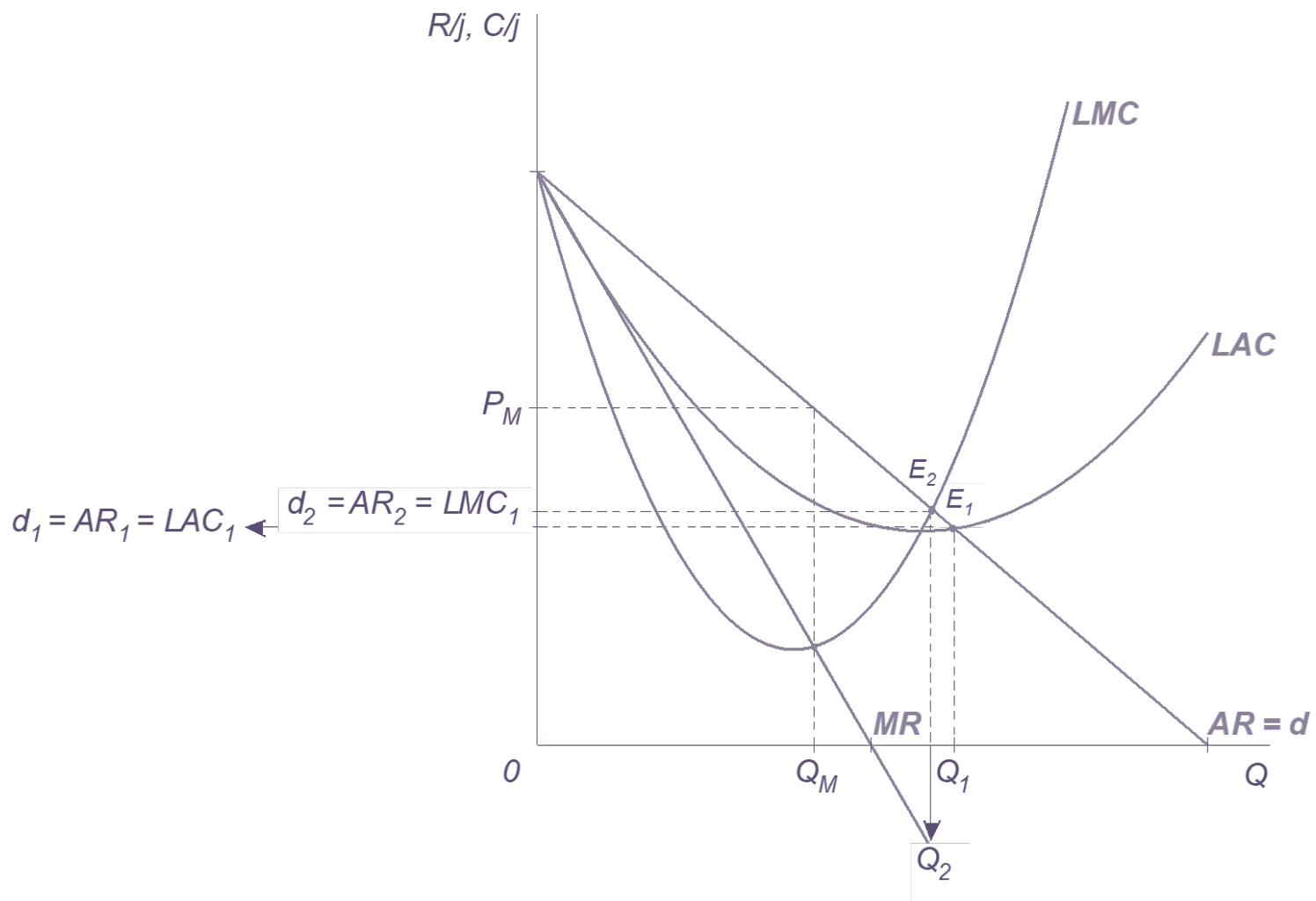
# MONOPOL

- **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 potřebitele.
- *kartel:* koluzivní oligopol vzniklý na bázi tajných dohod.



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
V OPAVĚ

# OLIGOPOL

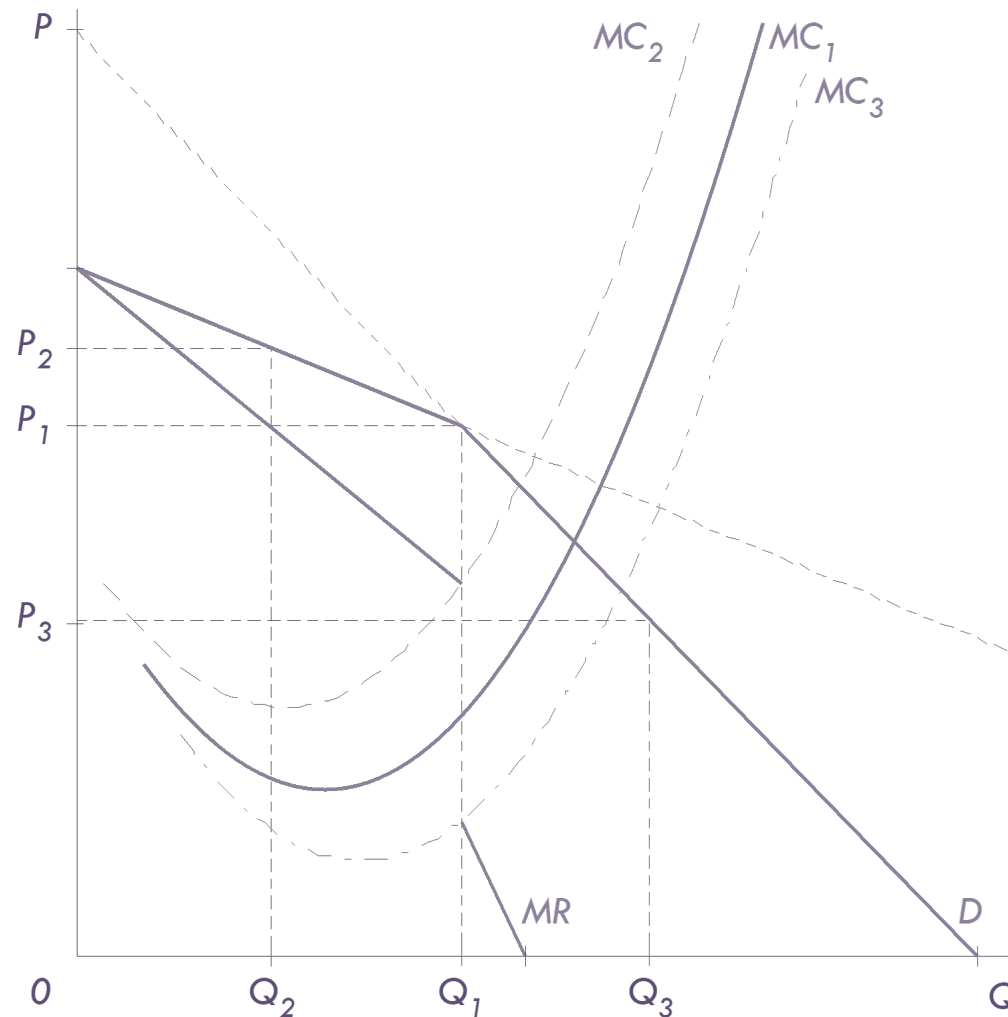
- *model se zalomenou poptávkovou křivkou:* analýza cenové neflexibility na trhu, na kterém produkuje několik málo firem.
- *cíl smluvního oligopolu:* zamezit cenovým válkám a zvýšit společný zisk na úkor potřebitele.
- *kartel:* koluzivní oligopol vzniklý na bázi tajných dohod.



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
V OPAVĚ



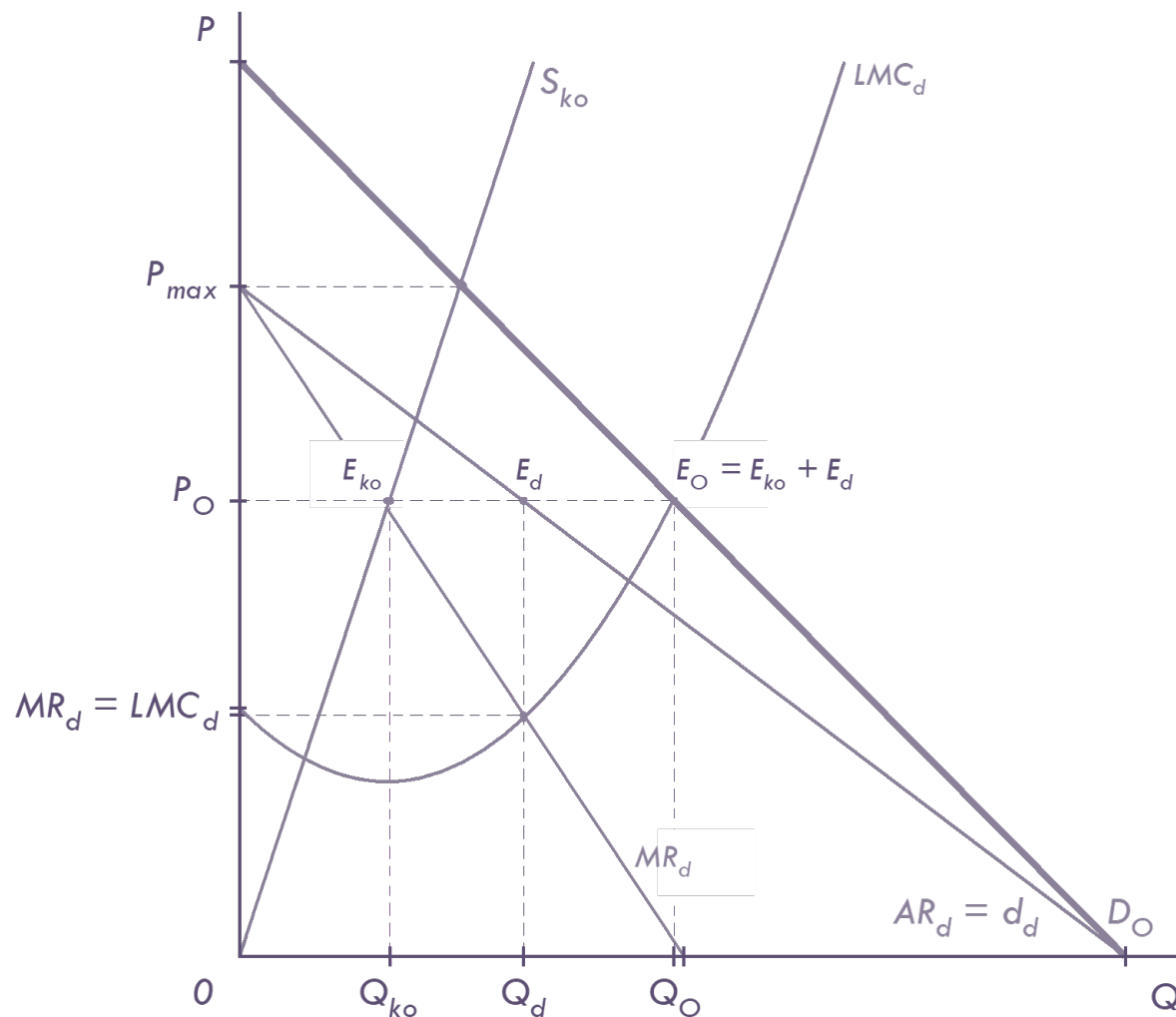
# OBRÁZEK 8-3: MODEL SE ZALOMENOU POPTÁVKOVOU KŘIVKOU



# 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

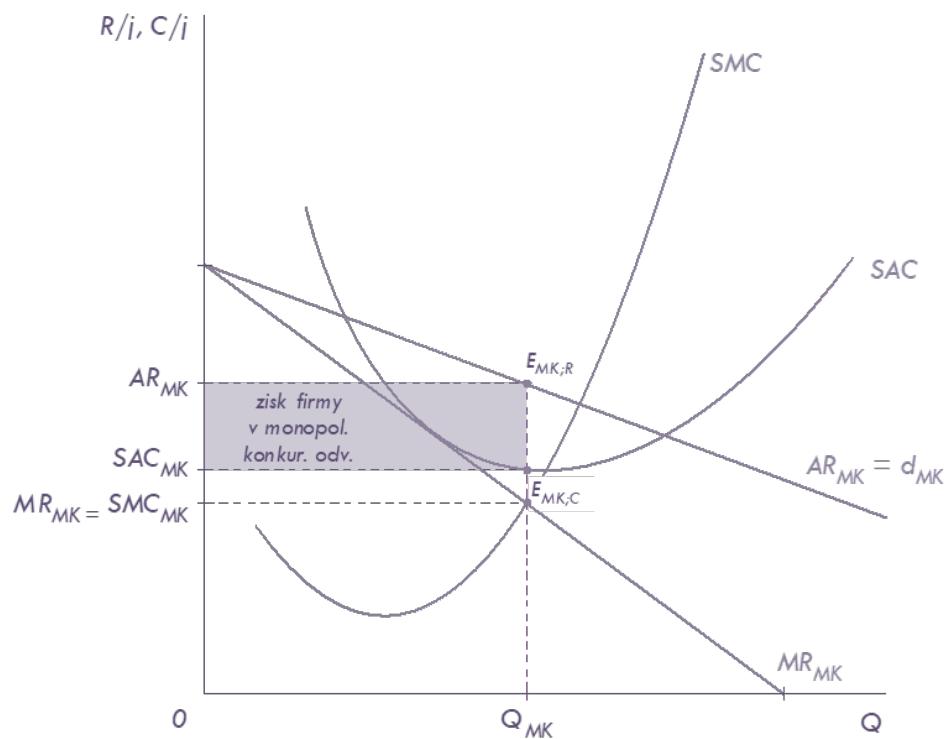


# MONOPOLNÍ KONKURENCE

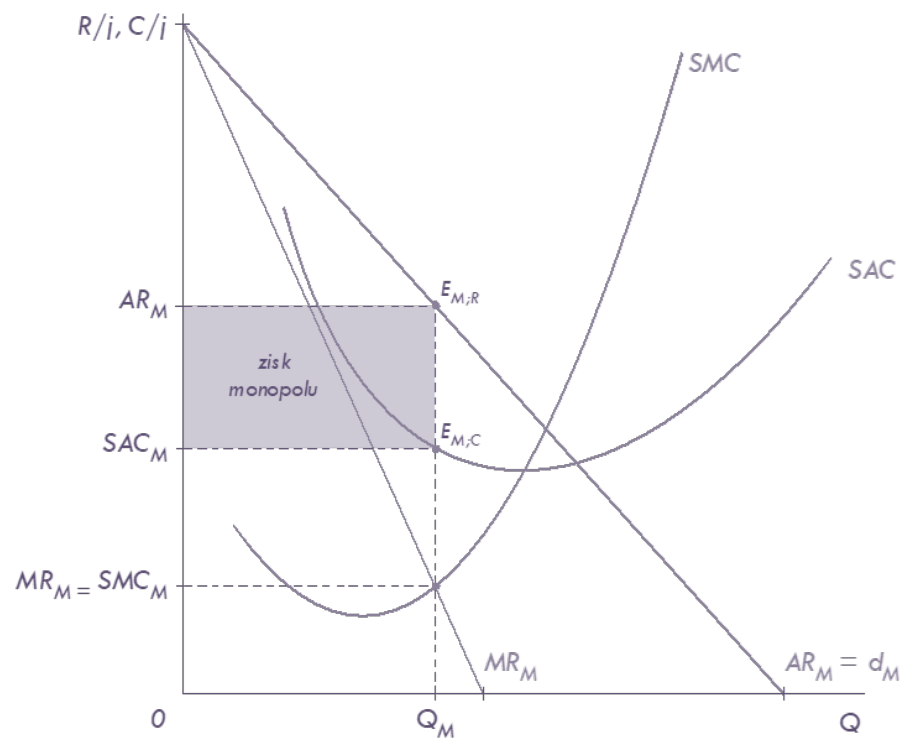
- *monopolní konkurence*: tržní struktura, která se nejvíce blíží dokonalé konkurenci, přičemž současně nese znaky konkurence nedokonalé:
  - *znaky dokonalé konkurence*: atomistická tržní struktura a nízké bariéry vstupu
  - *znaky konkurence nedokonalé*: diferencovaný produkt a existence tržní síly.
- *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)

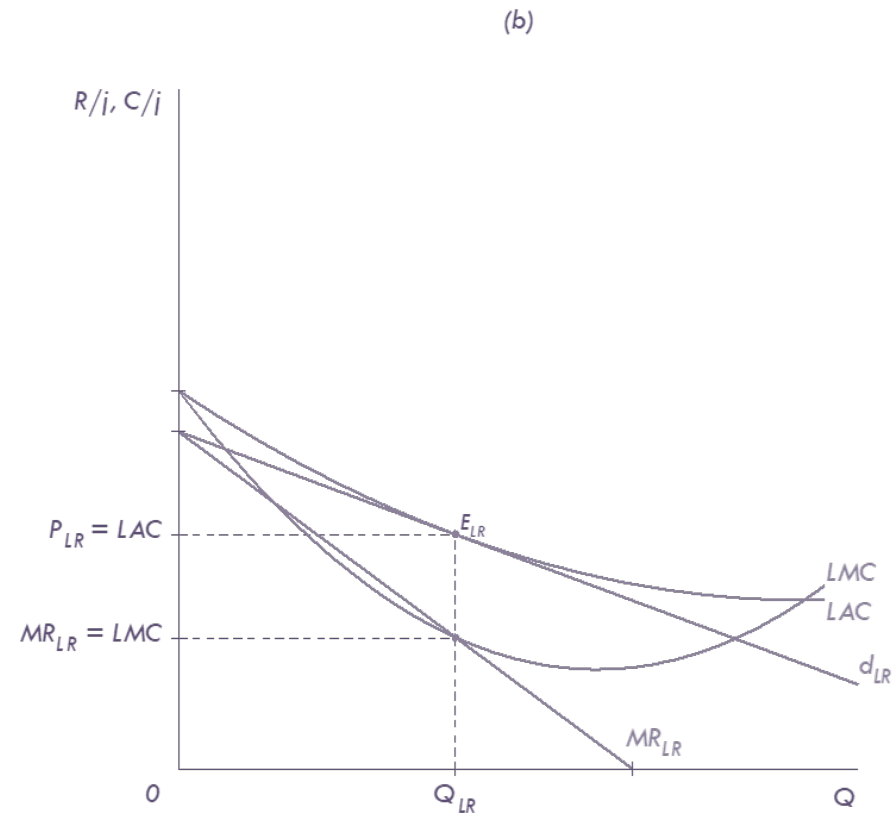
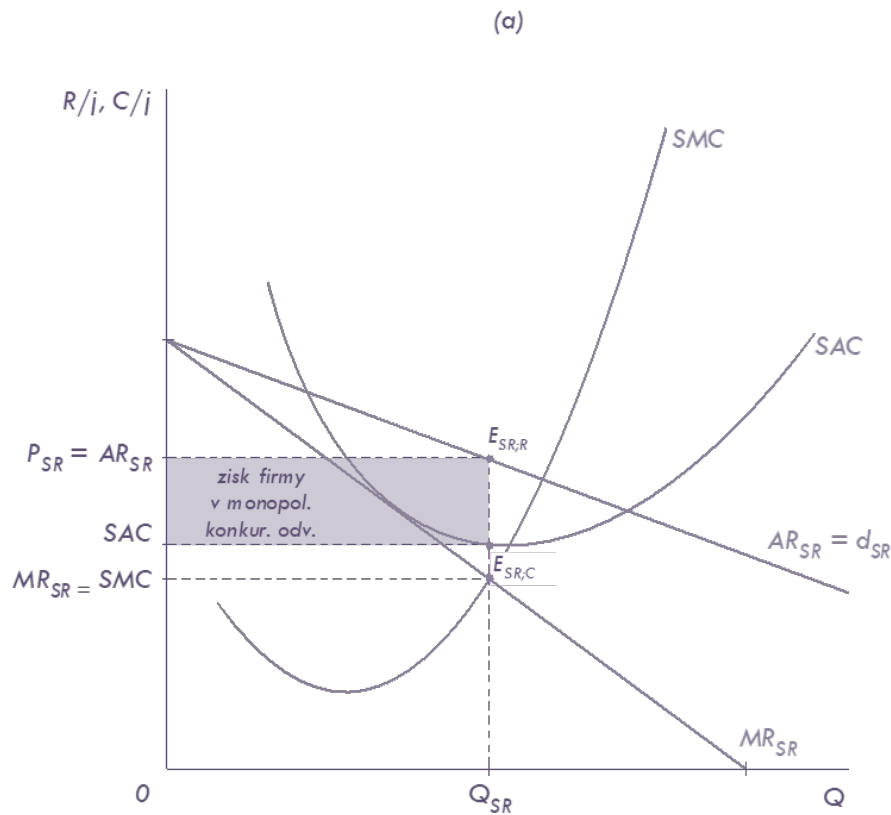


**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
V OPAVĚ**

# 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

