

Mikroekonomie 1



Prezentace 9
Tomáš Volok

Obsah

- Nedokonalá konkurence
- Formy nedokonalá konkurence
- Regulace nedokonalá konkurence

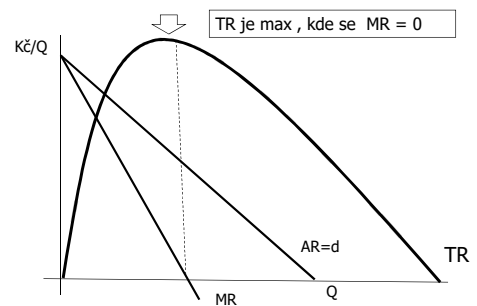
Nedokonalá konkurence

- Vzniká nesplněním alespoň jedné podmínky dokonalé konkurence
- Rozdíl DK a NK v cenové tvorbě.
 - Je to trh, na kterém existuje alespoň jeden prodávající (firma), který může ovlivnit tržní cenu.

Hlavní příčiny vzniku nedokonalé konkurence:

- 1) Nákladové podmínky
- 2) Bariéry konkurence
- 3) Další příčiny

Příjmy firmy v nedokonalé konkurenci



Mezní a průměrný příjem firmy v nedokonalé konkurenci

- Definice jednotkových příjmů:

- $MR = \Delta TR / \Delta Q$
- $AR = TR / Q = P$

základní odlišnost od DK:

- Křivka MR není totožná s křivkou AR
- Křivka MR klesá rychleji

Formy nedokonalé konkurence (3)

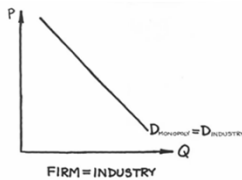
- 1) Monopol
- 2) Oligopol
- 3) Monopolistická konkurence

Rovnováha v NK

1) Monopol



- Statky na trh daného produktu dodává
- bariéry vstupu do odvětví a neexistují blízké substituty
- individuální poptávková křivka totožná s tržní poptávkovou křivkou ($d=D$). (poptávka po produkci jediné firmy je současně poptávkou pro produkci celého odvětví)



■ Neexistuje zde nabídková křivka, protože neexistuje jedinečný vztah mezi cenou a množstvím.

Optimální objem produkce bude v bodě

v němž platí :

Optimální objem produkce monopolu menší, než by tomu bylo za jinak stejných podmínek u dokonale konkurenční firmy neboť si cenu stanovuje firma sama



Substituty

Je -li vystaven konkurenci substitutů daného statku.

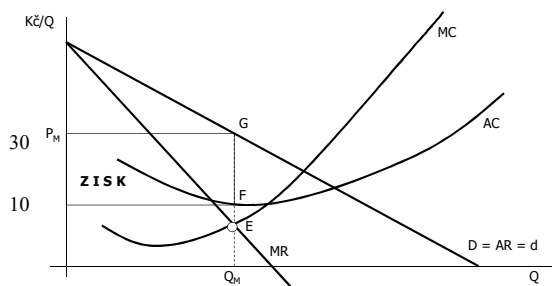
Pozitivní hlediska monopolu



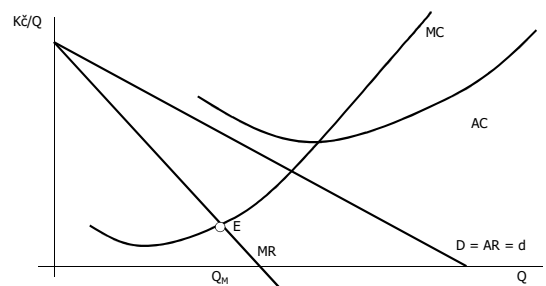
Graf monopolu

E - Optimum (max zisk) $MR = MC$

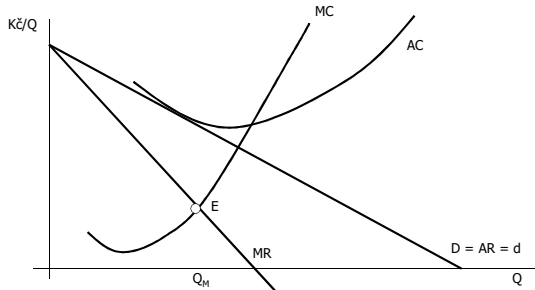
Zisk = G - F



Graf monopolu Zisk = ?

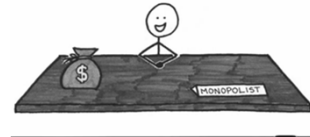


Graf monopolu Zisk = ?



V porovnání s dokonale konkurenčním trhem nabízí monopol menší množství a za vyšší cenu. Dosahuje zisku,

který nazýváme



Dělení monopolů

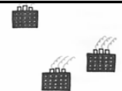
- Půrodní monopol vzniká z důvodu půrodních bariér vstupu na trh.
- Administrativní monopol - vázán na povolení státu (dá-li stát toto povolení pouze jediné firmě)
 - Diskriminující monopol – realizuje rozdílnou obchodní politiku vůči různým typům spotřebitelů (důchodci X studenti)
 - Dvoustranný monopol – existuje pouze jediný prodávající a jediný kupující

MONOPSON :



2. Oligopol

Charakteristické rysy



■ Charakteristickým rysem oligopolu je tak vzájemná závislost firem, vedoucí k tzv. strategickému rozhodování.

- V případě oligopolu je nutno rozlišovat dva případy:
 - * smluvní oligopol
 - * oligopol s dominantní firmou

A) Smluvní oligopol

Vzniká tehdy, když na trhu existuje několik málo přibližně stejně silných firem prodávající stejné nebo velmi podobné statky.

Vzájemná cenová válka by je oslabilo – Výhodnější pro ně je zvyšovat společný zisk

Domluví se na :

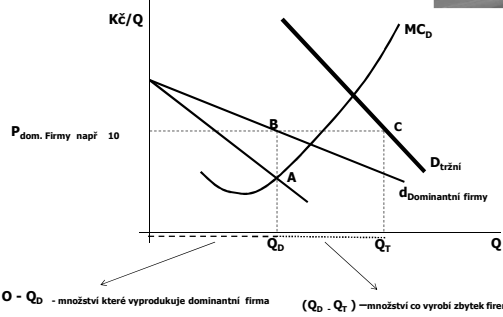
Tyto firmy uzavřou dohody (tajné) o cenách a rozdělení trhu. (př. Benzinové pumpy...) - kartelové dohody

B) Oligopol s dominantní firmou

Pro dominantní firmu výhodné přenechat část trhu slabším konkurentům. V rámci větší části trhu se dominantní firma chová jako monopol.

Cenové vůdcovství dominantní firmy je charakteristické tím, že

Oligopol s dominantní firmou



3. Monopolistická konkurence



■ Základní předpoklady (rysy) modelu monopolistické konkurence lze shrnout jako:



V krátkém období se firma v monopolistické konkurenci chová při hledání optimálního objemu produkce jako monopol – generuje zisk

V dlouhém období směřuje firma v důsledku volného vstupu do odvětví (tzn. vstupu nových firem)

Přehled jednotlivých tržních struktur

kriterium	Dokonalá konkurence	Nedokonalá konkurence		
		monopol	oligopol	monopolistická konkurence
počet firem v odvětví	velmi mnoho	jedna	málo	mnoho
produkt	homogenní	diferencovaný	Homo / dif	diferencovaný
bariery vstupu	žádné	velké	určité	žádné
možnosti firmy ovlivnit cenu	žádné	výrazná	značná	omezená
podmínka rovnovážného objemu produkce	MR = MC	MR = MC	MR = MC	MR = MC
vztah ceny a MC	P = MC	P > MC	P > MC	P > MC

Následující firmy zařaďte k jednotlivým formám nedokonalé konkurence

- STÁTNÍ TISKÁRNA CENIN PRAHA
- CHANEL
- VODAFONE
- ČESKÉ DRÁHY (NA TRATI PRAHA - TÁBOR)
- NIKE
- ČSOB
- AIRBUS
- WILSON
- ZNOVÍN ZNOJMO

Monopolní síla

Monopolní síla je určitá firmy řídit a ovládat množství produkce a ceny, za které se tato produkce bude prodávat.

MS je schopnost monopolu stanovit cenu vyšší než mezní náklady ($P > MC$)

Možnosti měření monopolní síly :

- a) Lernerův indexu (L) :
- b) Koncentrační poměr čtyř firem (4CR)

Lernerův index

MS je schopnost monopolu stanovit cenu vyšší než mezní náklady ($P > MC$)

Stupeň síly je možno vyjádřit pomocí Lernerova indexu (L) :

$$L = \frac{P - MC}{P} = (0,1)$$

↗ 1
 ↘ 0

Čím více se blíží L k hodnotě 1 tím je mon. síla

Koncentrační poměr čtyř firem (4CR)

Měření monopolní síly v praxi

■ V praxi se pro měření monopolní síly používá:

REGULACE NEDOKONALÉ KONKURENCE

Neefektivnosti monopolu vyžadují regulaci nástroji:

- a) antitrustové zákonodárství
- b) ekonomická regulace a daň politika
- c) případné převedení monopolu do
- d) cenová regulace
- e) odstranění bariér

Kdo to má na starosti v ČR?



CENOVÁ DISKRIMINACE

- cenová diskriminace = stanovování rozdílných cen stejných výrobků bez „nákladových důvodů“
- cenová diskriminace jako důsledek určité monopolní síly
- cílem cenové diskriminace je získání přebytku spotřebitele monopolní firmou

Cenová diskriminace prvního stupně

Cenová diskriminace druhého stupně



Cenová diskriminace třetího stupně



**Přeji Vám pěkný
nemonopolní den**

