

# 9. Monopol a monopolistická konkurence

Seminář odpovídá kap. 15 a 17. v Mankiw. Cílem je 1) porozumět tomu, jak monopol a firma v monopolistické konkurenci stanovují cenu a množství a 2) jak to ovlivňuje společenskou efektivnost.

## Základní pojmy a koncepty

1. Definujte pojem *monopol*. Jmenujte nějaké monopoly.
2. Definujte pojem *přirozený monopol*. Jmenujte nějaké přirozené monopoly.
3. Definujte pojem *cenová diskriminace* a uveďte několik reálných příkladů.
4. Vysvětlete, proč je křivka mezních příjmů monopolu klesající a leží pod grafem křivky tržní poptávky.
5. Definujte pojem *monopolistická konkurence*. Jmenujte některá odvětví, která odpovídají tomuto modelu.
6. Jak lze diferencovat produkt? Je diferenciace produktu prospěšná pro zákazníky? Je prospěšná pro výrobce?
7. Pro každou z následujících charakteristik rozhodněte, zda platí pro dokonale konkurenční firmu, monopolisticky konkurenční firmu, monopol (může platit pro víc nebo pro žádnou).
  - (a) oproti svým konkurentům prodává diferencovaný produkt
  - (b) má mezní příjmy menší než cenu
  - (c) v dlouhém období má kladný ekonomický zisk
  - (d) v dlouhém období vyrábí v minimu průměrných nákladů
  - (e) vyrovnává mezní příjmy s mezními náklady
  - (f) účtuje si cenu nad mezními náklady
  - (g) má klesající poptávkovou křivku
  - (h) produkuje společensky optimální objem produkce

## Monopol

8. Vysvětlete, proč monopol nikdy nevyrábí takové množství, pro které je poptávková křivka neelastická. (Nápověda: Co se stane s celkovými příjmy firmy, když zvýší cenu?)
9. Za komunistů byla v ČR voda dotovaná. Po pádu komunismu se dotace zrušila a cena vody byla stanovena na úrovni průměrných nákladů (vodárny jako přiro-

zený monopol byly takto regulovány). Po prvním zdražení (po odstranění dotací) došlo velmi rychle k několika dalším zdražením s odůvodněním, že průměrné náklady stouply. Vysvětlete, proč k tomu došlo.

10. Vydavatelství uvažuje o vydání nového románu populárního autora. Poptávka po jeho knize je popsána tabulkou:

$p$	$q^d$ v tisících	$TR$	$TC$	zisk	$MR$	$MC$
100	0					
90	100					
80	200					
70	300					
60	400					
50	500					
40	600					
30	700					
20	800					
10	900					
0	1 000					

Autor za knihu dostane 2 miliony Kč, mezní náklady na vydání knihy jsou 10 Kč.

- (a) Spočítejte celkové příjmy, celkové náklady a zisk pro každou úroveň produkce. Jaká úroveň produkce maximalizuje zisk? Jakou cenu by si mělo vydavatelství účtovat?
  - (b) Spočítejte mezní příjmy. Porovnejte mezní příjmy s cenou.
  - (c) Do jednoho grafu nakreslete mezní příjmy, mezní náklady a poptávkovou křivku. Při jaké úrovni produkce se křivka  $MR$  protíná s křivkou  $MC$ . Jaká je to úroveň výstupu?
  - (d) V grafu označte ztrátu mrtvé váhy a slovně vysvětlete její význam.
  - (e) Pokud by autor za knihu dostal 3 miliony Kč místo dvou, jak by to ovlivnilo rozhodnutí výrobce o ceně a množství produkce?
  - (f) Předpokládejme, že by vydavatelství neusilovalo o maximální zisk, ale o maximální ekonomickou efektivnost. Jakou cenu by si mělo účtovat? Jaký zisk by při tom dosáhlo?
11. Na malém městě existuje mnoho identických

malých potravinových krámků, jejichž mezní náklady jsou konstantní.

(a) Nakreslete trh těchto obchodů a ukažte, jak velký je přebytek spotřebitele, výrobce a celkový přebytek.

(b) Předpokládejme, že se původně nezávislé obchůdky sdruží do jednoho řetězce. V novém grafu ukažte, jak se změní přebytek spotřebitele, výrobce a celkový přebytek. Jaký je oproti předchozí konkurenci transfer od spotřebitelů k výrobcí?

12. Společnost uvažuje, že postaví most přes řeku. Postavit most by stálo 40 milionů Kč, údržba by nestála nic. Tabulka ukazuje poptávku po použití mostu za celou dobu jeho životnosti.

$p$	160	140	120	100	80	60	40	20	0
$q^d$	0	100	200	300	400	500	600	700	800

(a) Pokud by společnost most postavila, jaká cena maximalizuje zisk?

(b) Pokud společnost chce maximalizovat zisk, měla by most postavit?

(c) Pokud by o stavbě mostu uvažovala vláda, jakou cenu by si měla účtovat? Měla by most postavit?

13. Josef, Joža a Pepa vlastní jedinou hospodu v městečku. Josef chce prodat maximální počet piv, aniž by byl podnik ve ztrátě. Joža chce maximální možné tržby. Pepa chce maximální zisk. V grafu ukažte kombinace množství a ceny, které každý z nich preferuje.

14. Ve vesnici žije 300 dospělých a 200 dětí. Do vesnice přijede cirkus. Má nedělitelné náklady 40 000 Kč za vystoupení a nulové mezní náklady. Poptávka pro dospělé i děti ukazuje tabulka:

$p$	dospělí	děti
200	0	0
180	100	0
160	200	0
140	300	0
120	300	0
100	300	100
80	300	200
60	300	200
40	300	200
20	300	200
0	300	200

(a) Jaká cena pro dospělé a jaká pro děti maximalizuje zisk cirkusu? Jaký zisk bude cirkus mít?

(b) Pokud je ve vesnici cenová diskriminace zakázaná, jaká cena maximalizuje zisk cirkusu? Jaký zisk bude cirkus mít?

(c) Komu prospěje a koho poškodí zákaz cenové diskriminace?

(d) Pokud by nedělitelné náklady na cirkus byly 50 000 Kč místo 40 000 Kč, jak by to ovlivnilo odpovědi na předchozí otázky?

## Monopolistická konkurence

15. Byl jste najat jako konzultant pro firmu na monopolisticky konkurenčním trhu. Firma vám sdělila následující informace o své ceně, mezích a průměrných nákladech. Je možné, že firma maximalizuje svůj zisk? Pokud ne, co by měla udělat, aby svůj zisk zvýšila? Pokud ano, je firma v dlouhodobé rovnováze? Pokud ne, co se stane, co dlouhodobou rovnováhu obnoví?

(a)  $P < MC$ ,  $P > AC$

(b)  $P > MC$ ,  $P < AC$

(c)  $P = MC$ ,  $P > AC$

(d)  $P > MC$ ,  $P = AC$

16. Jaká vlastnost prodáváného výrobku odlišuje firmu v monopolistické konkurenci od monopolu?

17. Firmy v monopolistické konkurenci by mohly zvýšit vyráběné množství a zároveň snížit průměrné náklady. Proč to neudělají?

18. Odol je jedna z mnoha firem vyrábějících zubní pasty. Řekněme, že odvětví je v dlouhodobé rovnováze.

(a) Do grafu zakreslete poptávku firmy Odol, její křivky mezních příjmů, mezních nákladů a průměrných nákladů. Označte vyráběné množství a cenu maximalizující zisk. Jakého zisku firma dosahuje?

(b) V grafu označte přebytek spotřebitele a ztrátu mrtvé váhy.

(c) Když vláda přinutí Odol vyrábět na efektivní úrovni, co se s firmou stane? Co pocítí zákazníci Odolu?

19. Tylenol je značkový lék proti bolesti. Jeho výrobce používá ve velké míře reklamu a má velmi věrné zákazníky. Výrobci neznačkového acetaminofenu nedělají reklamu na svůj výrobek a jejich zákazníci ho kupují jen kvůli jeho nízké ceně. Předpokládejme, že mezní náklady Tylenolu a běžného acetaminofenu jsou stejné a rostoucí.

(a) Zobrazte do grafu poptávku po Tylenolu, křivku mezních příjmů a mezních nákladů. Označte cenu, za kterou se bude Tylenol prodávat a přírůstek k mezním nákladům.

(b) Proveďte totéž pro výrobce běžného acetaminofenu. V čem se vaše dva grafy liší? Jaký výrobce má vyšší cenovou přírůstek? Proč?

(c) Která společnost je motivovanější k důkladné kontrole kvality? Proč?