

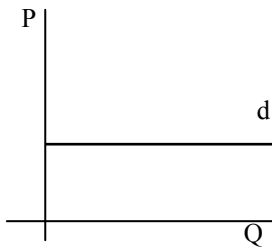
Vznik nedokonalé konkurence, charakteristika tržních struktur

Charakteristika – firma vyrábí většinou diferencovaný produkt, případně výrazný podíl produkce daného trhu. Z toho vyplývá, že firma může ovlivnit tržní cenu daného výrobku, přičemž míra ovlivnění závisí na formě konkurence.

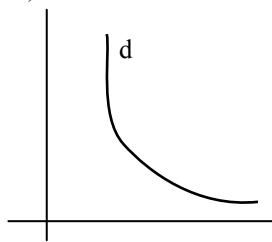
Nedokonalá konkurence je tedy trh, na kterém existuje alespoň jeden prodávající (firma), který může ovlivnit tržní cenu.

Individuální poptávka

a) v dokonalé konkurenci



b) v nedokonalé konkurenci

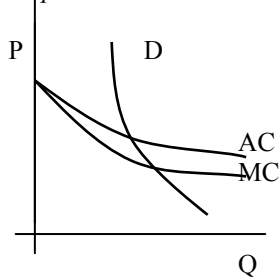


Příčiny vzniku nedokonalé konkurence

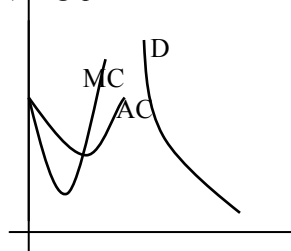
1. Nákladové podmínky – vedou ke vzniku nedokonalé konkurence v podobě úspor z rozsahu. Jde o to, že průměrné náklady s růstem výroby klesají (velké firmy vyrábějí levněji a vytlačují menší výrobce).

Nákladové podmínky a typy trhu

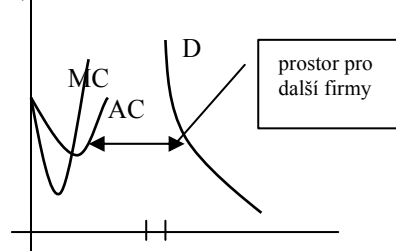
a) monopol



b) oligopol



c) dokonalá konkurence



2. Bariéry konkurence – vedou k omezení počtu firem v odvětví. (právní restrikce, diferenciaci produktu).

Právní restrikce – představují ochranná práva (známky - Coca Cola, Škoda ...). Jejich vlastnictví dává majiteli výsadní právo vyrábět daný produkt.

Diferenciaci produktu – každý výrobce přichází na trh s produkcí která se liší od produkce jeho konkurentů.

3. Další faktory – nedostatečné informace tržních subjektů, zásahy státu do tržního mechanismu, vlastnictví důležitého výrobního faktoru jednou firmou, politické okolnosti.

Úplný monopol - rovnováha monopolu, důsledky existence monopolu, regulace

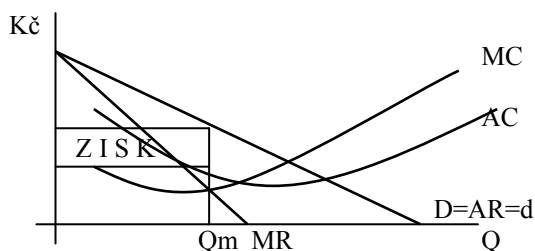
Monopol (absolutní monopol či úplný monopol) je protipólem dokonalé konkurence. Základní předpoklady:

- existence jediného výrobce
- diferenciaci produktu
- bariéry vstupu jiných firem do odvětví

Protože monopol je jediným výrobcem daného zboží, křivky individuální a tržní nabídky jsou totožné. Stejně poptávka po produkci jedné firmy je stejná s poptávkou v odvětví, proto individuální poptávková křivka splývá s tržní poptávkovou křivkou.

Rovnováha monopolu

Na rozdíl od dokonalé konkurence, v nedokonalé konkurenci individuální poptávková křivka klesá, křivka mezních příjmů klesá rychleji než křivka poptávky.



Objem výroby při němž monopol maximalizuje zisk je Q_m , protože zde platí $MR=MC$.

Křivka nabídky v podmínkách monopolu

V podmínkách monopolu neexistuje nabídková křivka, protože neexistuje vztah mezi cenou a množstvím. Mezi cenou a množstvím není jednoznačný vztah.

Monopolní síla

monopolní síla je schopnost stanovit cenu vyšší než mezní náklady ($P > MC$).

Stupeň síly je možno vyjádřit pomocí Lernerova indexu (L)

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

V praxi se využívá míra koncentrace a velikost zisku.

Míra koncentrace – vyjadřuje procentuální podíl nejsilnějších firem v odvětví na celkové produkci odvětví

Velikost zisku – vyjadřuje se dle velikosti dosaženého zisku

Neefektivnost monopolu

Jelikož monopolní síla má možnost stanovit cenu nad úroveň mezních nákladů, způsobuje, že z hlediska společnosti monopol nevyrábí efektivně. Není veden tržním mechanismem k optimálnímu využití společenských zdrojů.

Některé potenciální přínosy ze směny nejsou realizovány a část zdrojů společnosti zůstává nevyužita.

Regulace monopolu

Neefektivnost monopolu si vynucuje usměrňování činnosti monopolu.

Nástroje:

- 1) antitrustové zákony - zakazují určité chování firem na trhu, omezují různými způsoby sílu monopolu
- 2) daňová politika
- 3) možnost převést monopol do státního vlastnictví
- 4) cenová regulace - při regulované ceně zaniká monopolní zisk a monopol realizuje jen normální zisk

Oligopol

V praxi převažuje oligopol a jeho základní rysy jsou:

- 1) existence několika firem v odvětví
- 2) zpravidla diferencovaný produkt
- 3) bariéry vstupu znemožňující příchod nových firem. Každá firma je natolik silná, že může stanovit cenu vyšší než mezní náklady ($P > MC$).

Chování firem v oligopolu je ovlivněno vzájemnou závislostí.

Smluvní oligopol

V situaci, kde několik firem prodává stejné nebo podobné výrobky, jejich ceny jsou přibližně na stejné úrovni a vzájemná cenová válka by je oslabila. Uzavřou tajnou dohodu o stanovení monopolní ceny, každá firma se pak ve vymezeném rámci chová jako monopol.

Oligopol s dominantní firmou

vzniká tam, kde je pro silnou firmu výhodné přenechat část trhu slabším konkurentům. V rámci větší části trhu, který si ponechá se pak silná oligopolní firma chová jako monopol.

Cenové vůdcovství – menší firmy v odvětví respektují cenu, kterou určila dominantní firma, protože vzhledem ke své velikosti nerealizují úspory z rozsahu a jejich nákladové podmínky jsou proto ve srovnání s dominantní firmou horší.

Monopolistická konkurence (rovnováha firmy a rovnováha odvětví)

Nejvíce připomíná dokonalou konkurenci. Základní předpoklady jsou:

- 1) velký počet firem v odvětví
- 2) diferencovaný produkt
- 3) neexistence bariér vstupu firem do odvětví

Monopolní konkurence představuje trh s mnoha výrobci, jejichž pohyb mezi odvětvími je zcela volný. Avšak každá firma vyrábí natolik diferencovaný produkt, že sama stanoví jeho cenu. To znamená, že v rámci svého produktu má monopolní postavení a monopolní sílu.

Z této situace vyplývají dvě okolnosti:

- 1) Jelikož má firma monopol nad svou produkcí, sama stanoví cenu. Klesající poptávková křivka po produkci firmy je poměrně vysoce elastická, protože řada ostatních firem prodává blízké substituty. To, že je poptávková křivka skloněná znamená, že firma může v krátkém období realizovat monopolní zisk.
- 2) V dlouhém období je tento monopolní zisk stlačen na nulu v důsledku volného pohybu mezi odvětvími. Jestliže stávající firmy v odvětví dosahují monopolní zisky, přiláká to nové firmy v odvětví bude více firem a poptávka po produkci každé jednotlivé firmy klesne. To se v grafu projeví posunem individuální poptávkové křivky doleva. Nové firmy přicházejí do odvětví tak dlouho, dokud není monopolní zisk nulový.

Monopolní konkurence

- a) v krátkém období - je rovnováha firmy v monopolní konkurenci podobná rovnováze monopolu. Rovnovážný objem výroby firmy je odvozen z průsečíku křivek mezních příjmů a mezních nákladů. Rozdíl mezi průměrnými příjmy a průměrnými náklady znamená existenci monopolního zisku, což vede k přílivu jiných firem do tohoto odvětví.
- b) v dlouhém období - tento příliv nových firem způsobí posun poptávkové křivky po produkci každé firmy doleva. Cena umožňuje firmě pokrýt její náklady, to však není situace, která by přilákala další firmy.

Tab.1: Přehled jednotlivých kritérií v jednotlivých druzích konkurence:

kritérium	dokonalá konkurence	nedokonalá konkurence		
		monopol	oligopol	monopolní konkurence
počet firem v odvětví	velmi mnoho	jedna	málo	mnoho
produkt	homogenní	diferencovaný	diferencovaný	diferencovaný
bariéry vstupu	žádné	velké	určité	žádné
možnost firmy ovlivnit cenu	žádná	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

+ přednášky !!!!!

Literatura:

Fuchs, K., Tuleja, P. *Základy ekonomie*. Praha: Ekopress, 2005. ISBN 80-86119-94-7

Fuchs, K. *Základy ekonomie*. Brno: MU Brno, 1998. ISBN 80-210-17775-5

www.miras.cz