



NEDOKONALÁ KONKURENCE

www.eKoFun.cz

OBEČNÁ CHARAKTERISTIKA NEDOKONALÉ KONKURENCE

Trh, na kterém alespoň jeden prodávající (kupující) je schopen ovlivnit tržní cenu
Cenový tvůrce

Diferencovaný produkt-kvalita, vzhled, služby

Bude-li prodávající chtít prodat větší množství výrobku, musí za jinak stejných
okolností cenu snižovat

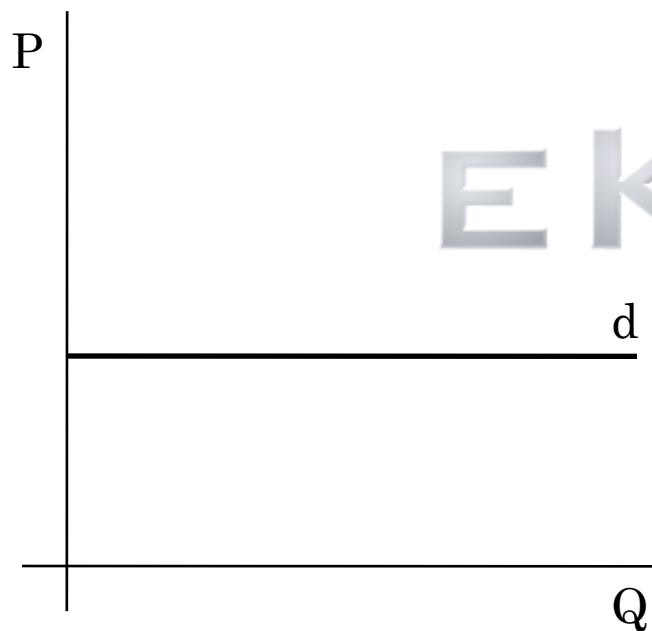
→ křivka poptávky po produkci firmy má zápornou směrnici

Firma se rozhoduje nejen o velikosti produkce, ale také o výši ceny
(v dokonalé konkurenci šlo o stejné rozhodnutí)

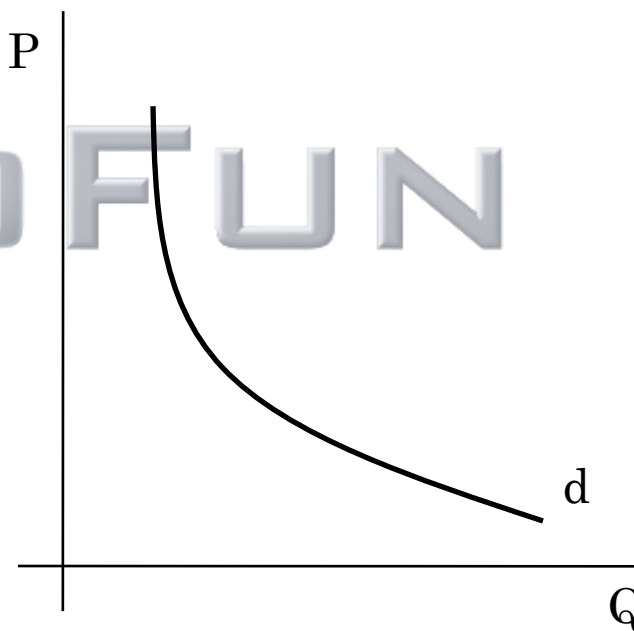


Individuální poptávka

v dokonalé konkurenci



v nedokonalé konkurenci



Aby firma tedy prodala dodatečné množství produkce, musí snížit její cenu



HLAVNÍ PŘÍČINY EXISTENCE NEDOKONALÉ KONKURENCE

Hlavní příčiny- nákladové podmínky
bariéry konkurence
vlastnictví důležitých výrobních faktorů v rukou jediné firmy
zásahy státu do tržního mechanismu (regulace cen)
politické okolnosti(strategická odvětví)

Bariéry konkurence-právní restrikce(patenty, ochranné známky)
- diferenciacce produktů



Nákladové podmínky- podoba **úspor z rozsahu**

Produkce je vyráběna s klesajícími průměrnými náklady

Velké firmy tak vyrábějí levněji

a mohou i levněji prodávat

Úspory z rozsahu můžeme také spojit s **kapacitou trhu**

Některé trhy nejsou schopny „uživit“ velké množství firem

Příkladem může být množství letišť ve městě.

EKO FUN



Máme 2 totožná letiště (nákladové funkce shodné) reprezentuje křivka AC

Poptávka po jejich službách reprezentuje přímka D

Letiště uspokojuje poptávku stejným dílem

individuální poptávky jsou shodné d_1

Individuální poptávky (AR) jsou pro určitá množství nad AC

firmy realizují kladný ekonomický zisk

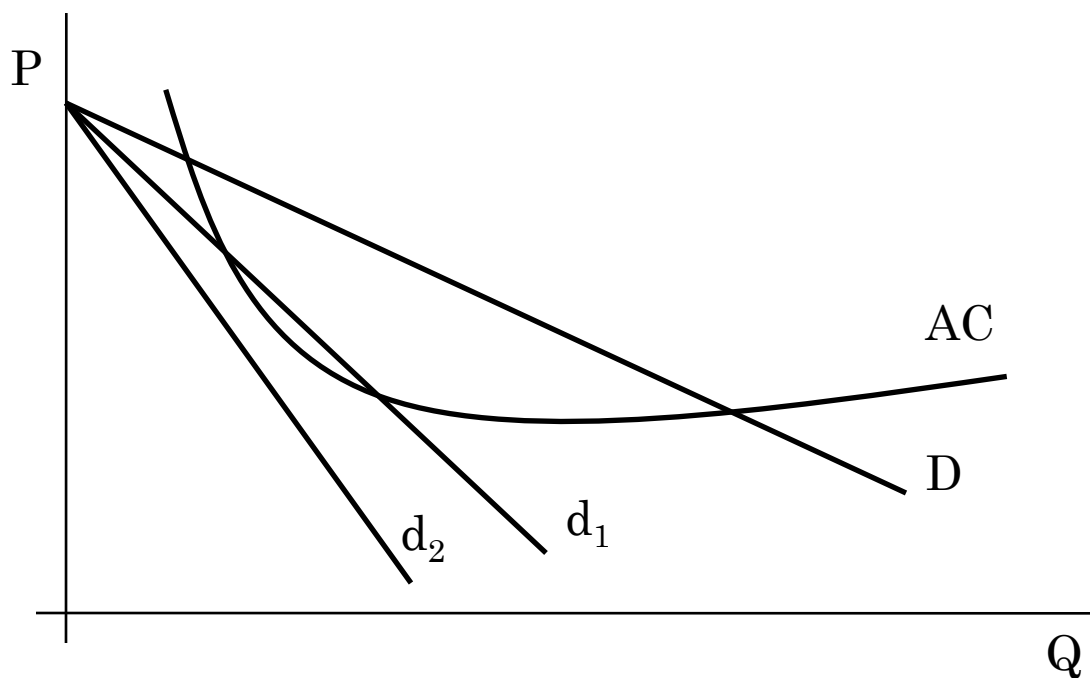
Kdyby přišla 3 shodná firma, trh by se rozdělil na 3 stejné třetiny

reprezentované individuální poptávkovou přímkou d_2

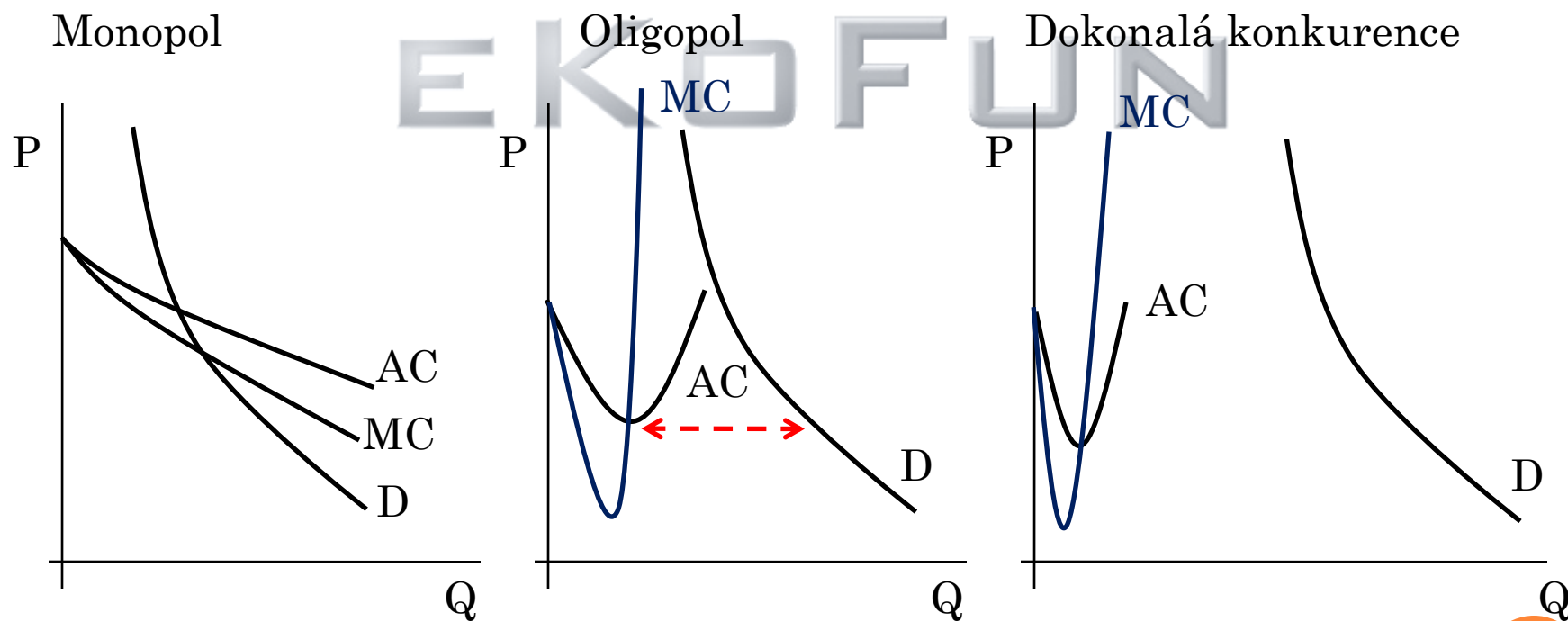
Přímka je pod křivkou průměrných nákladů

3 firmy se nemohou na daném trhu uživit

EKO FUN

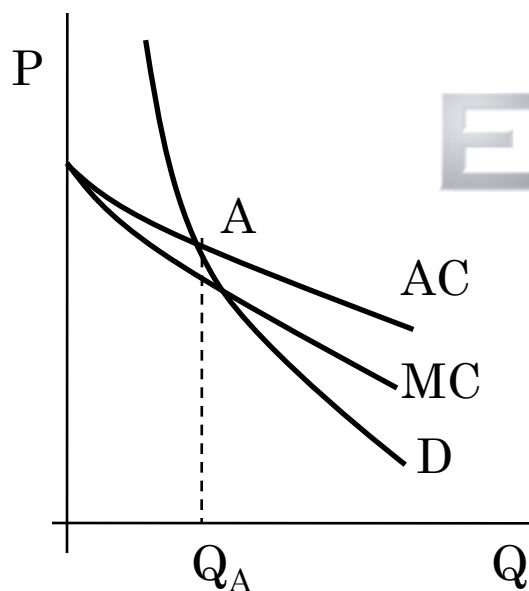


Nákladové podmínky a typy trhů



Průměrné i mezní náklady neustále klesají, firma tedy rostoucí objemem produkce s klesajícími jednotkovými náklady realizuje úspory z rozsahu
Firma bude vyrábět až do bodu A celou tržní poptávku zabezpečuje produkce jedné firmy

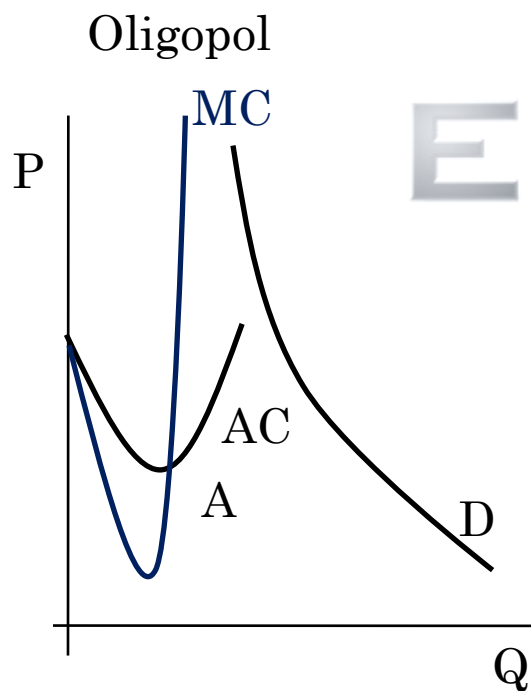
Přirozený monopol



EKO FUN



Vzdálenost mezi bodem A a tržní poptávkou je poměrně malá, což znamená, že existuje prostor pro omezený počet firem

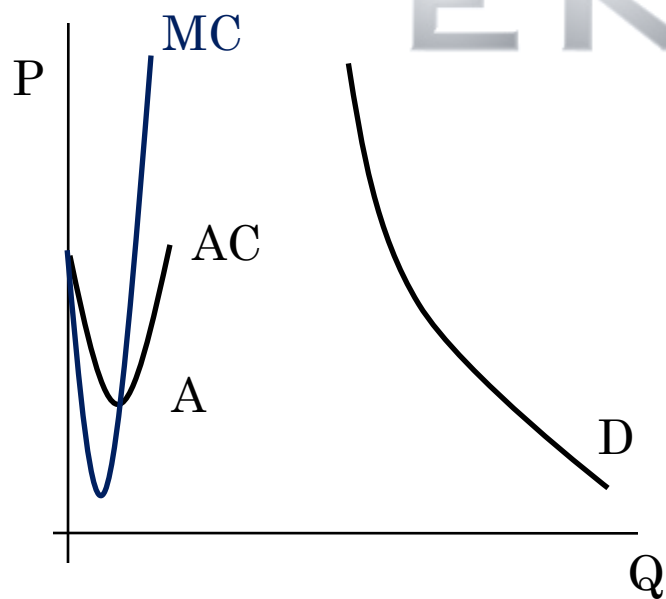


EKOFUN



Náklady jednoho výrobce rostou poměrně brzy.
Křivka poptávky je od bodu A natolik vzdálená,
že se na trh vejde velké množství firem

Dokonalá konkurence



EKO FUN



ROVNOVÁHA FIRMY V NEDOKONALÉ KONKURENCI

Zisk je maximální při takovém objemu výroby, kdy je největší rozdíl mezi celkovými příjmy a celkovými náklady

$$MR=MC$$

EKO FUN

Předpokládáme konstantní cenu výrobních faktorů
Náklady jsou ovlivněny pouze množstvím produkce
Charakter konkurence na **trhu výstupu** je neovlivňuje

Charakter příjmu je ovlivněn charakterem konkurence
s růstem objemu produkce firma musí snižovat cenu



Firma bude s rostoucím objemem produkce snižovat cenu z 10Kč na 3Kč za kus
V tabulce uvidíme jak se budou měnit její příjmy

Q	P	TR	MR	AR
0	10	0	9	0
1	9	P.Q=9	-	TR/Q=9
2	8	16	→ 7	8
3	7	21	5	7
4	6	24	3	6
5	5	25	1	5
6	4	24	-1	4
7	3	21	-3	3



Celkové příjmy mohou růst i klesat, závisí na cenové elasticitě poptávky

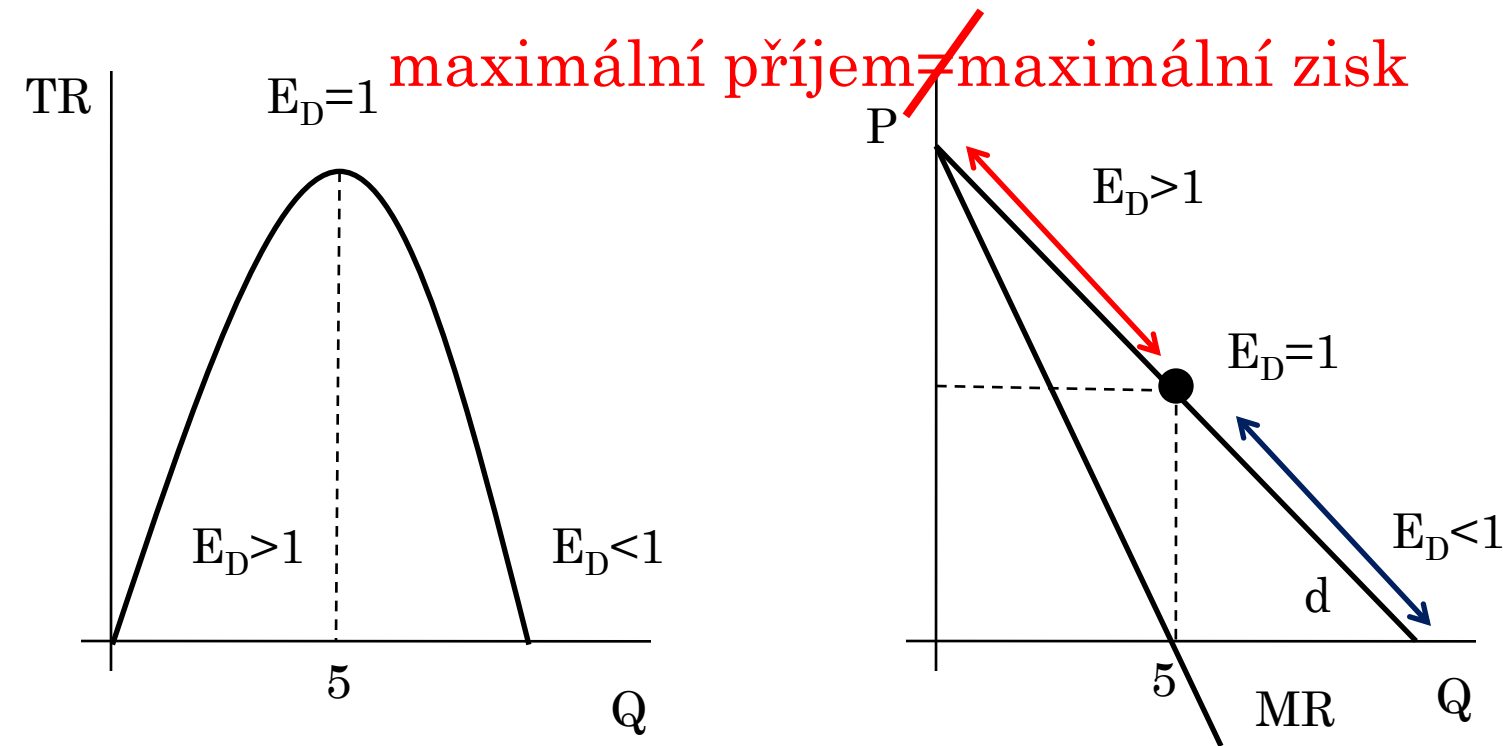
Elastická poptávka $E_D > 1$

procentní růst prodaného množství je větší než procentní pokles ceny
celkový příjem roste do 5 kusů

Neelastická poptávka $E_D < 1$

procentní pokles ceny je větší, než procentní nárůst prodaného množství
celkový příjem klesá, od 5 kusů

Maximální příjem je když $MR=0$ - $Q=5$

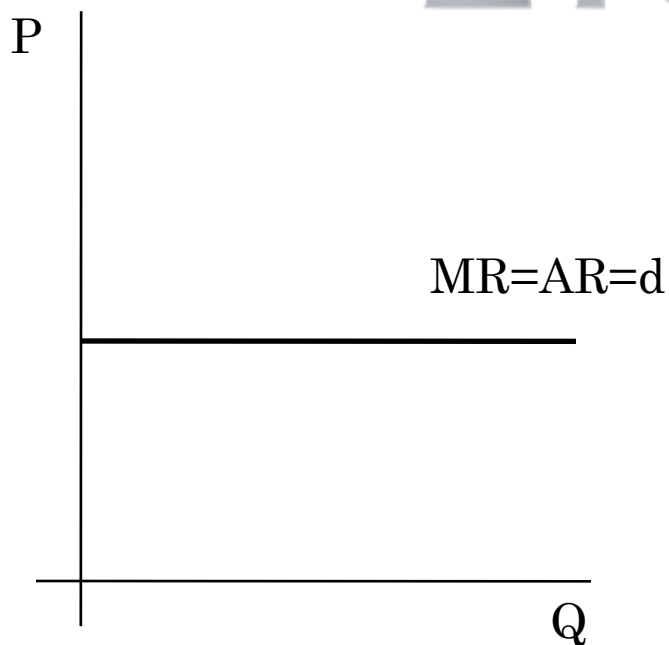


$MR > 0$ když je poptávka $E_D > 1$

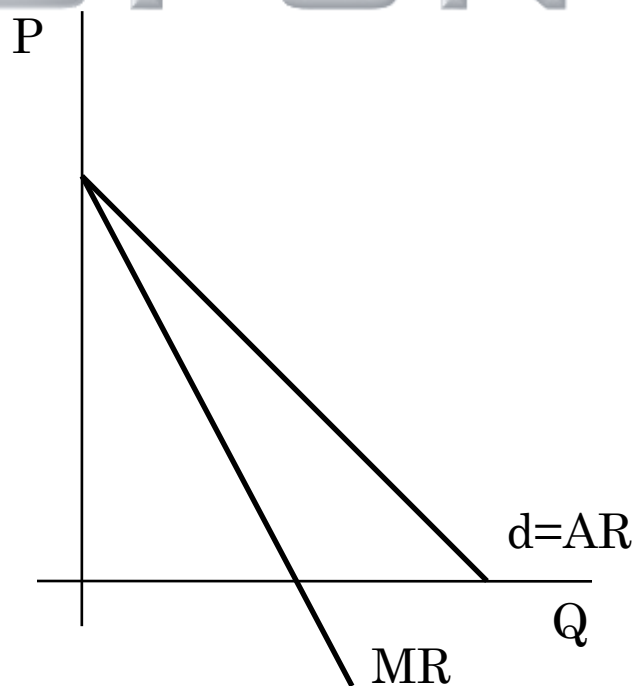
$MR < 0$ když je poptávka $E_D < 1$

$MR = 0$ když je poptávka $E_D = 1$ (jednotkově elastická)

dokonalá konkurence



nedokonalá konkurence



V nedokonalé konkurenci se MR a AR nerovnají +záporná směrnici

Křivka AR je stále shodná s křivkou poptávky

MR však klesá rychleji než AR

Prodáváme 3 kusy výrobku za 7Kč za kus

Chceme zvýšit výrobu ze 3 na 4 kusy

Abychom prodali 4 kus musíme zlevnit na 6Kč

Nemůžeme ale prodávat 3 kusy za 7Kč a čtvrtý za 6Kč

Musíme zlevnit i předchozí 3 kusy na 6Kč

Dodatečný příjem(MR) je 3Kč

Dodatečný kus se prodává za 6Kč

MR < P

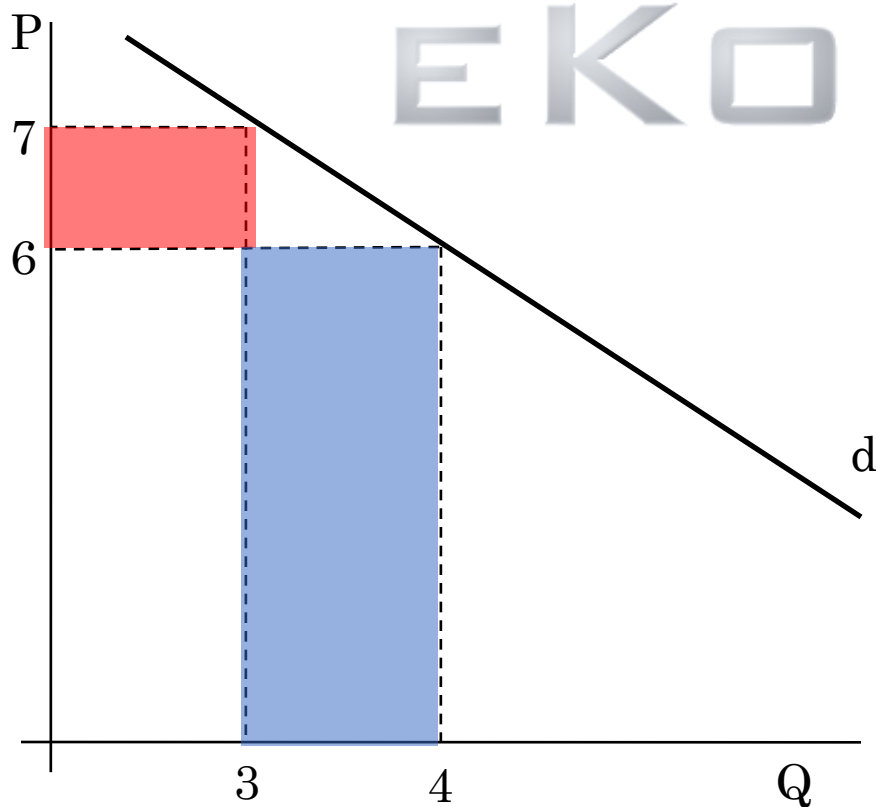
Q	P	TR	MR	AR
0	10	0		0
1	9	9	9	9
2	8	16	7	8
3	7	21	5	7
4	6	24	3	6
5	5	25	1	5
6	4	24	-1	4
7	3	21	-3	3



Zlevnění 7Kč - 6Kč firma realizuje ztrátu
 velikost červeného obdélníku= $(7-6) \cdot 3=3\text{Kč}$

Zlevnění výrobku jí umožní zvýšit produkci ze 3 na 4 kusy
 realizuje dodatečný příjem velikosti modrého obdélníku= $(4-3) \cdot 6=6\text{Kč}$

$6-3=3$ celkově firma získá o 3Kč navíc



Mezní příjem je rozdíl mezi
 dodatečným příjmem, získaným
 prodejem dodatečné jednotky(4)
 a ztrátou v důsledku prodeje
 předcházejících jednotek(3) za
 nižší cenu



MONOPOL

Protipól dokonalé konkurence

- v odvětví existuje jediná firma
 - diferenciace produktu
 - bariéry vstupu jiných firem do odvětví
 - individuální a tržní nabídka jsou totožné
 - individuální a tržní poptávka jsou totožné
- jediná firma v odvětví

Dnes je těžké najít čistý monopol, záleží jak obecně definujeme daný trh



ROVNOVÁHA MONOPOLU

Firma maximalizuje zisk, když $MR=MC$

Křivka MR klesá rychleji než křivka AR(D) **POZOR** jedná se o tržní poptávku

Monopol může dosahovat kladného ekonomického zisku i v dlouhém období

Záporná směrnice poptávkové křivky má za následek, že optimální objem produkce je menší než v podmínkách dokonalé konkurence

Monopol jediným prodávajícím, snaží se produkci prodávat za maximální cenu



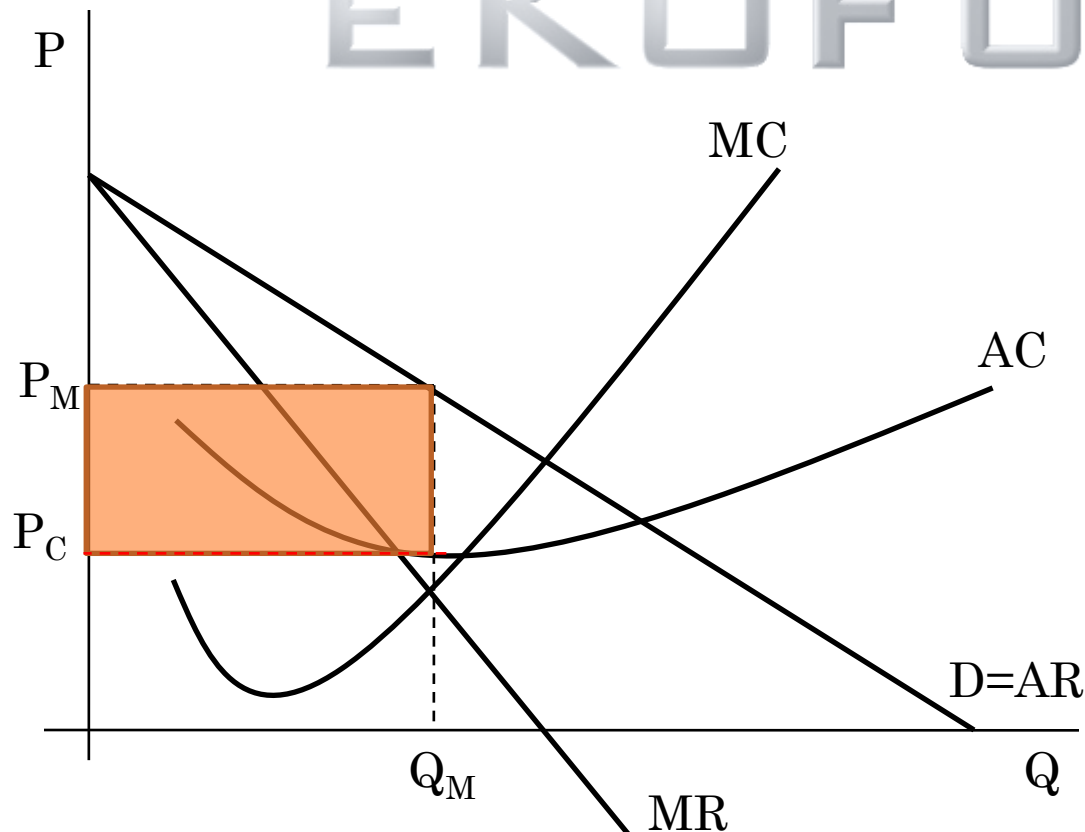
Výši ceny určí monopol podle poptávky a **NE** v bodě kde $MR=MC$

Množství při kterém monopol maximalizuje zisk je Q_M
za toto množství jsou spotřebitelé ochotni platit cenu P_M

$$P > MC$$

Firma realizuje zisk i v dlouhém období, díky své ekonomické síle

EKO FUN



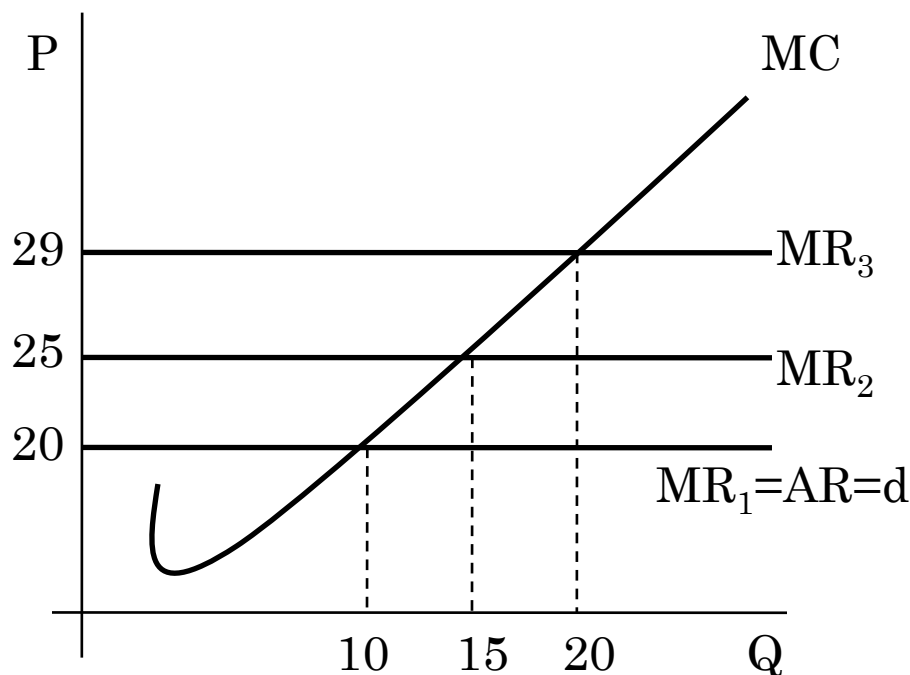
KŘIVKA NABÍDKY V PODMÍNKÁCH MONOPOLU

Nabídka-kolik zboží bude firma vyrábět při každé ceně (rostoucí část MC)

V podmínkách monopolu neexistuje nabídková křivka

Neexistuje jediný vztah mezi cenou a množstvím

V dokonalé konkurenci firma nabízí specifické množství při každé ceně
monopol v závislosti na posunu poptávkové křivky může nabízet různá množství při stejné ceně nebo stejné množství při různých cenách



V dokonalé konkurenci jsme odvodili nabídku změnami poptávky, kdy $MR=MC$ vždy!



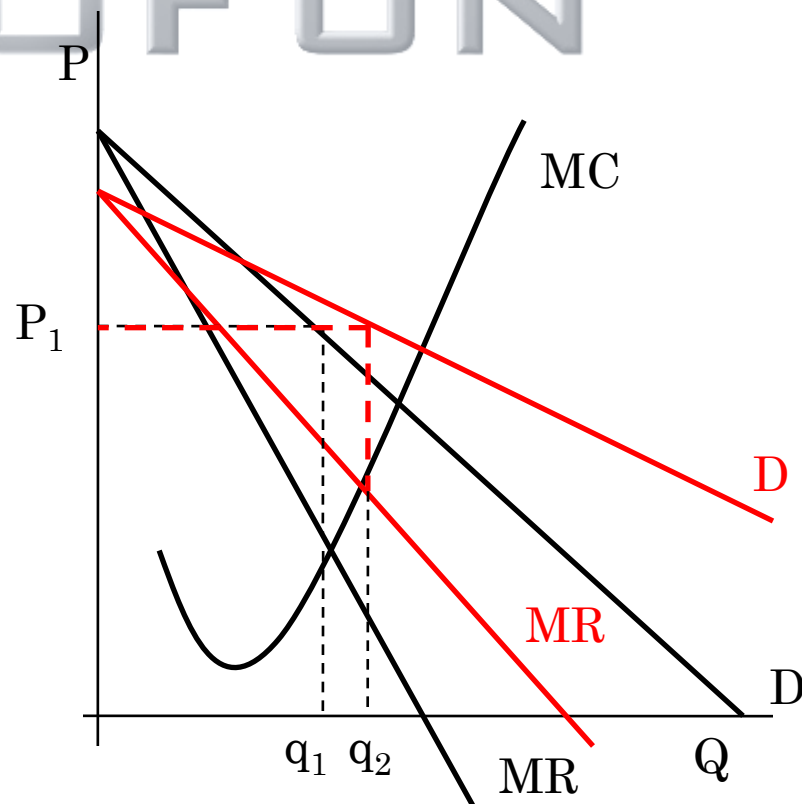
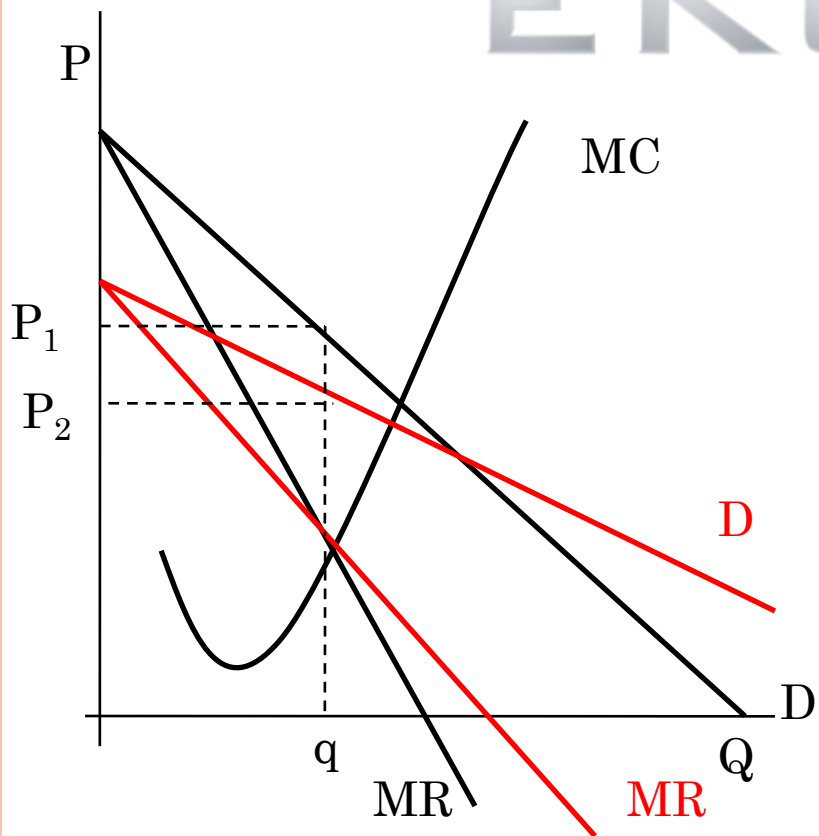
Změny poptávky v monopolní konkurenci

Změna poptávky způsobí

- nabízené množství zůstává stejné
- mění se cena

- cena zůstává stejná
- mění se nabízené množství

EKO FUN



Monopolní síla

-schopnost firmy stanovit cenu vyšší než mezní náklady

Lernerův index(L)-nabývá hodnot <0-1>

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

Pro dokonalou konkurenci platí $P=MC$ tedy $L=0$

Čím více se $L \rightarrow 1$ tím má firma větší monopolní sílu

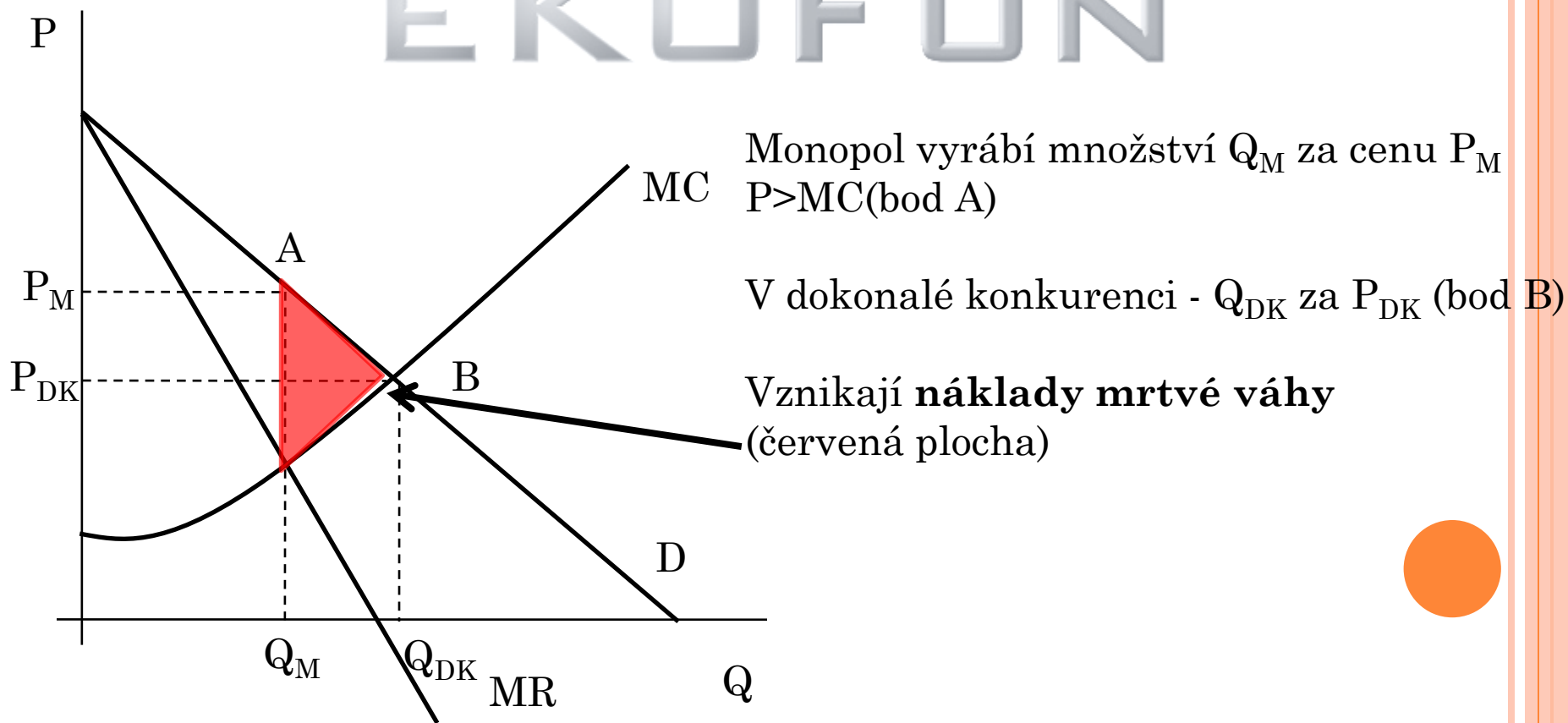


Efektivnost monopolu

Monopolní síla, vedoucí k možnosti stanovit cenu nad úrovní MC
Ze společenského hlediska **monopol nevyrábí efektivně**

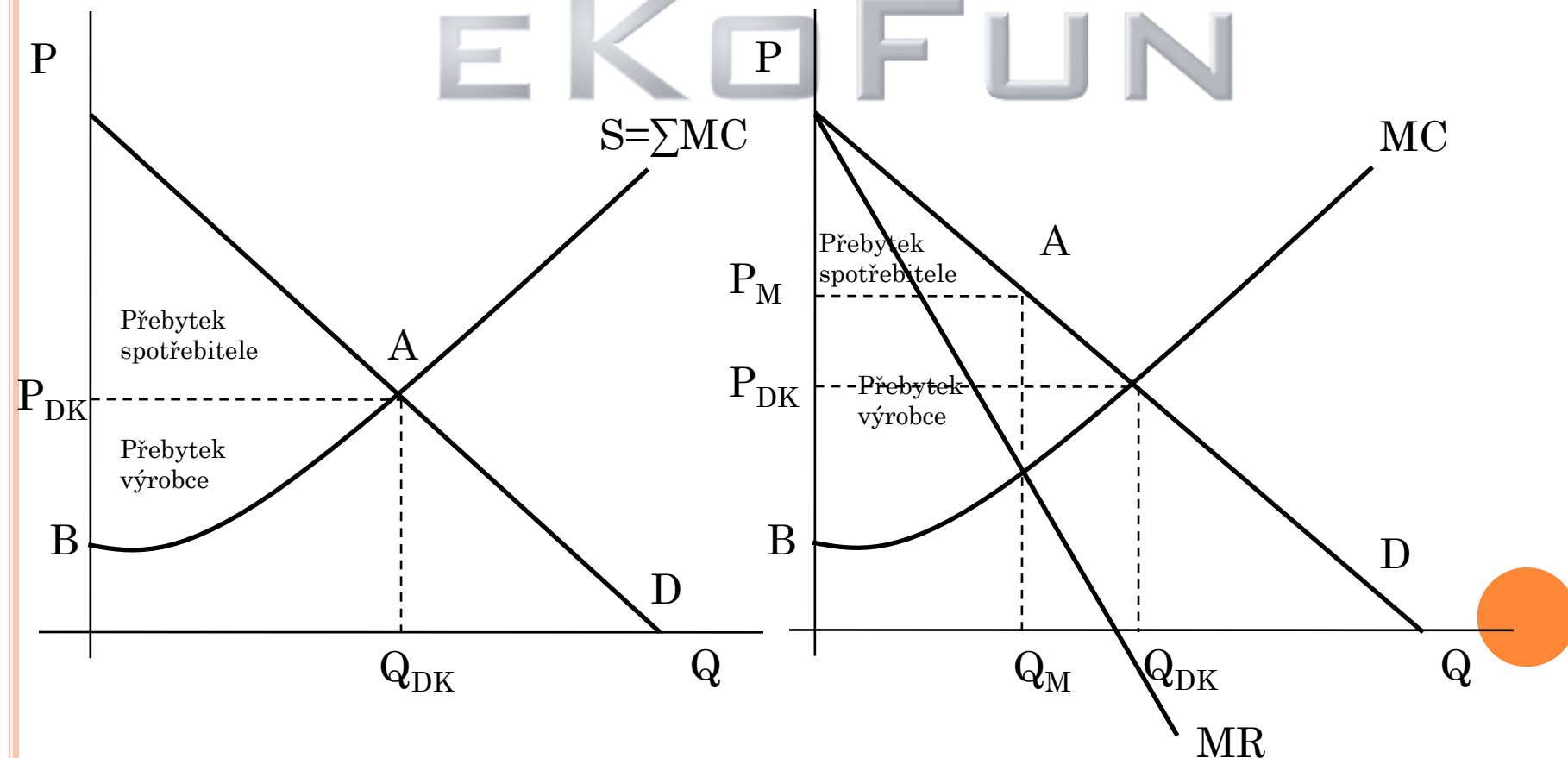
Monopol vyrábí méně než je společensky efektivní rozsah výroby, **neplatí**:

MC=P
EKO FUN



Náklady mrtvé váhy představují velikost neefektivnosti monopolu
některé potencionální výnosy ze směny nejsou realizovány
a část zdrojů společnosti zůstává nevyužita

EKO FUN



Regulace monopolu

V podmínkách monopolu nejsou plně využity zdroje

Navíc jsou využívány málo efektivně

Neefektivnost monopolu si vynucuje usměrňování jeho činnosti

Mezi nástroje patří-antitrustové zákony

-daňová politika

-převedení monopolu do státního vlastnictví

-cenová regulace



Cenová regulace

Neregulovaný monopol stanoví cenu P_M

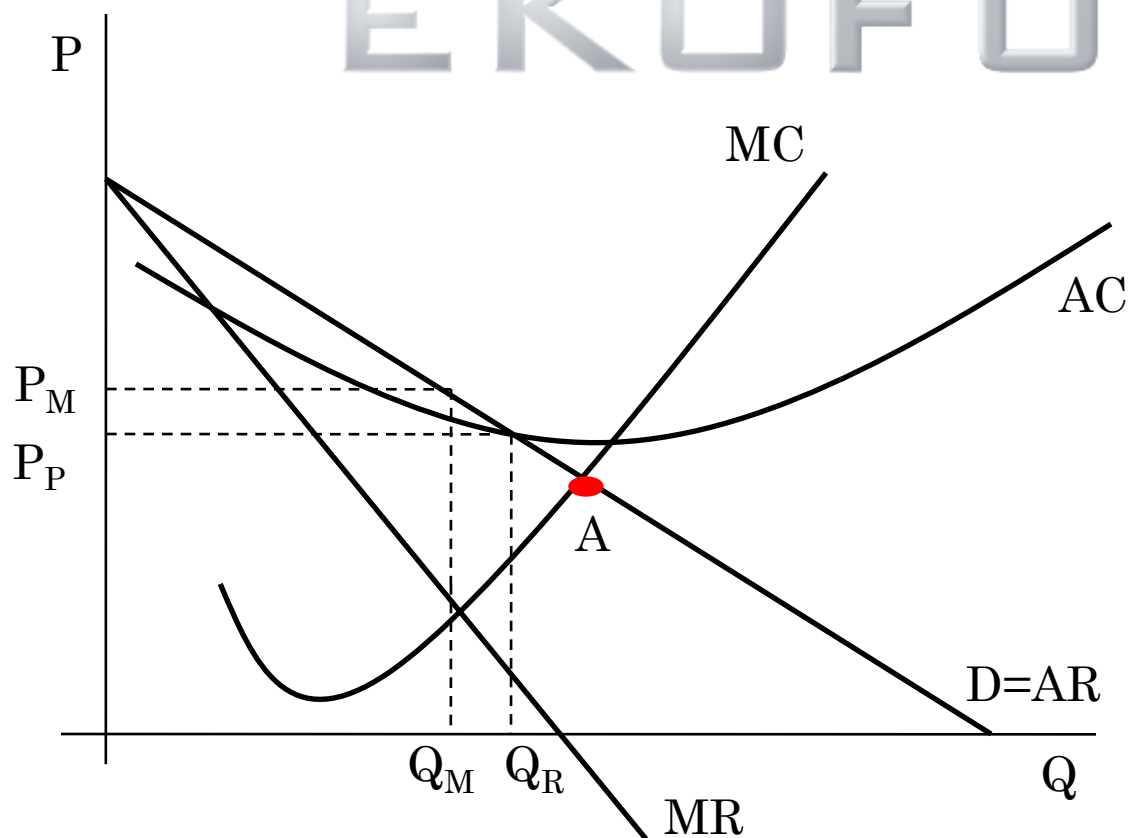
Regulace dovoluje stanovit monopolistovi cenu, aby pokryla AC

Odpovídá cena P_P množství Q_R

Ideální případ je kdy se křivka poptávky protíná s křivkou MC

$P=MC$ (Bod A) ALE znamená ztrátu $AC > P$

EKO FUN

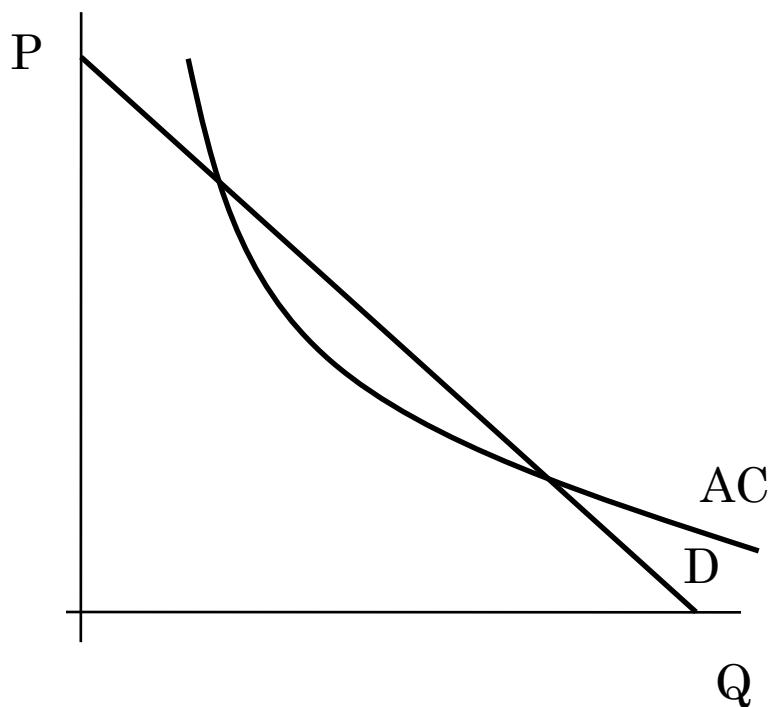


Přirozený monopol

Tržní poptávku může uspokojovat produkcí jedna firma s nižšími průměrnými náklady než kdyby bylo v odvětví více menších firem k jeho vzniku vedou přirozené síly konkurence

Rostoucí výstup je realizován s klesajícími průměrnými náklady

EKO FUN



Monopson

Opak monopolu je monopson

Monopol-trh s jediným nabízejícím

Monopson-trh jen jedním kupujícím

Je schopen kupovat zboží za nižší cenu než je dána na dokonalé konkurenčním trhu (příklad, mlékárna v určité oblasti)

Bilaterální monopol

EKO FUN

Na straně nabídky stojí jediná firma monopol a na straně poptávky stojí také jediná firma monopson

Trh práce, kde nabídka práce je reprezentována jediným zástupcem (odborníky) a poptávka je dána jedním velkým podnikem



OLIGOPOL

Rysy-existence několika málo firem v odvětví

- bariéry vstupu(síla firem)

- produkt diferencovaný ale i homogenní(ropa)

Optimální výstup

na trhu je jen několik firem firmy

firmy na sebe budou vzájemně reagovat

cena, objem výroby, kvalita, reklama

Chování firem v oligopolu je ovlivněno jejich vzájemnou závislostí



Bariéry vstupu nových firem do odvětví

Relativně vysoké náklady kapitálu na zavedení nové firmy (automobilky)

Patentová omezení

Úspory z rozsahu

(nové firmy by měli dosahovat stejně nízkým AC jako existující firmy v odvětví)

Velikostí trhu vs. Optimální velikostí firmy

(tj. velikostí, která umožňuje firmě realizovat úspory z rozsahu)

Bude-li trh relativně malý vzhledem k optimální velikosti firmy, potom bude tržní poptávku uspokojovat malý počet firem

Bude-li trh dostatečně velký, může časem dojít k zániku oligopolu

Limitní cena-cenu nižší, než při které se maximalizuje zisk
snížení „atraktivitu“ odvětví pro nové firmy
Podmínkou je spolupráce firem v odvětví



SMLUVNÍ OLIGOPOL(KOLUZIVNÍ)

Model s několika málo firmami produkující stejný, či podobný produkt

Vystupující na trhu jako monopol

Firmy mezi sebou uzavírají dohody a vzniká tržní struktura nazývaná **kartel**

Kartelové dohody mohou být uzavírány -o stejných cenách

-o teritoriálním rozdělení trhu

-o velikosti produkce

Cílem kartelu je maximalizovat zisk **celého odvětví!**

Nejznámějším kartelem je OPEC(země vyvážející ropu)

Kartely jsou nezákonné a případné zjištění je přísně trestáno

Kartely bývají nestabilní

Příčiny- kartelové smlouvy jsou zakázány a tím pádem i právně nevynutitelné

- členské firmy mají tendenci tajně zvyšovat produkci

- není známa tržní poptávka



Maximalizace zisku celého odvětví

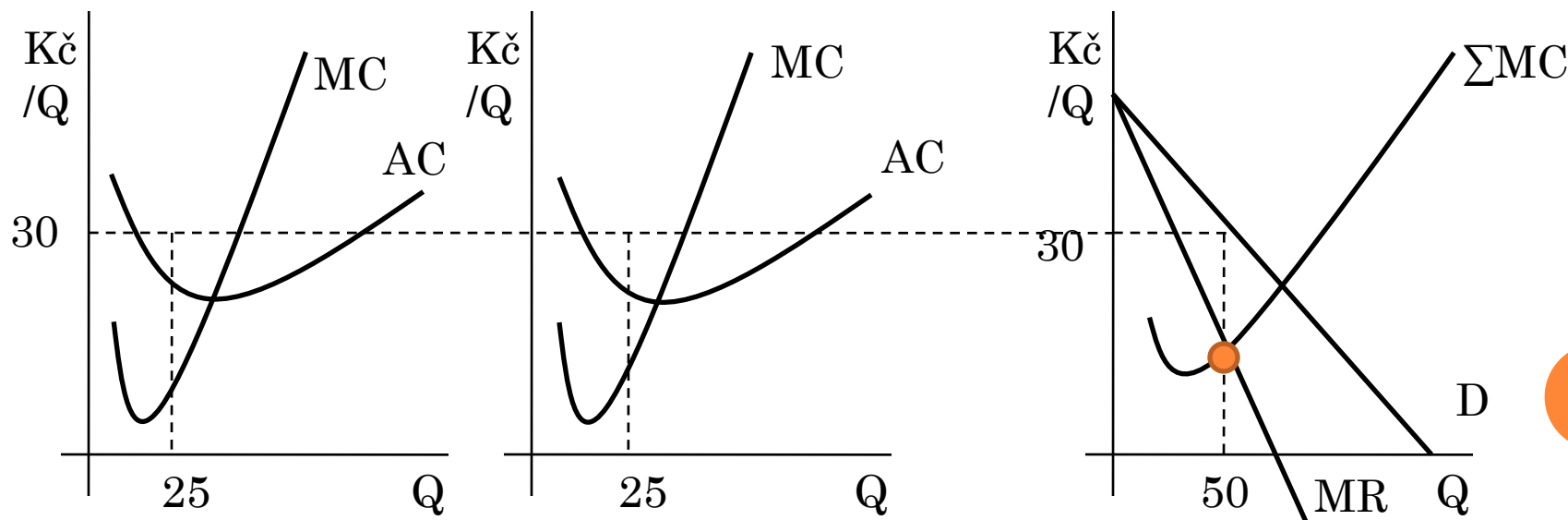
Firmy vyrábějí nižší objem produkce než který by maximalizoval jejich zisk to může vést k tajnému zvyšování produkce

→ rozpadu kartelu

Odvětví maximalizuje zisk při 50Q

Tomu odpovídá cena 30 Kč

Máme 2 shodné firmy, každá bude vyrábět 25Q a prodávat jej za 30 Kč



OLIGOPOL S DOMINANTNÍ FIRMOU

Na tomto oligopolním trhu se nachází jedna dominantní firma

Nevýznamné firmy - konkurenční lem

Dominantní firma se chová jako monopol

Firmy v konkurenčním lemu jako v dokonalé konkurenci

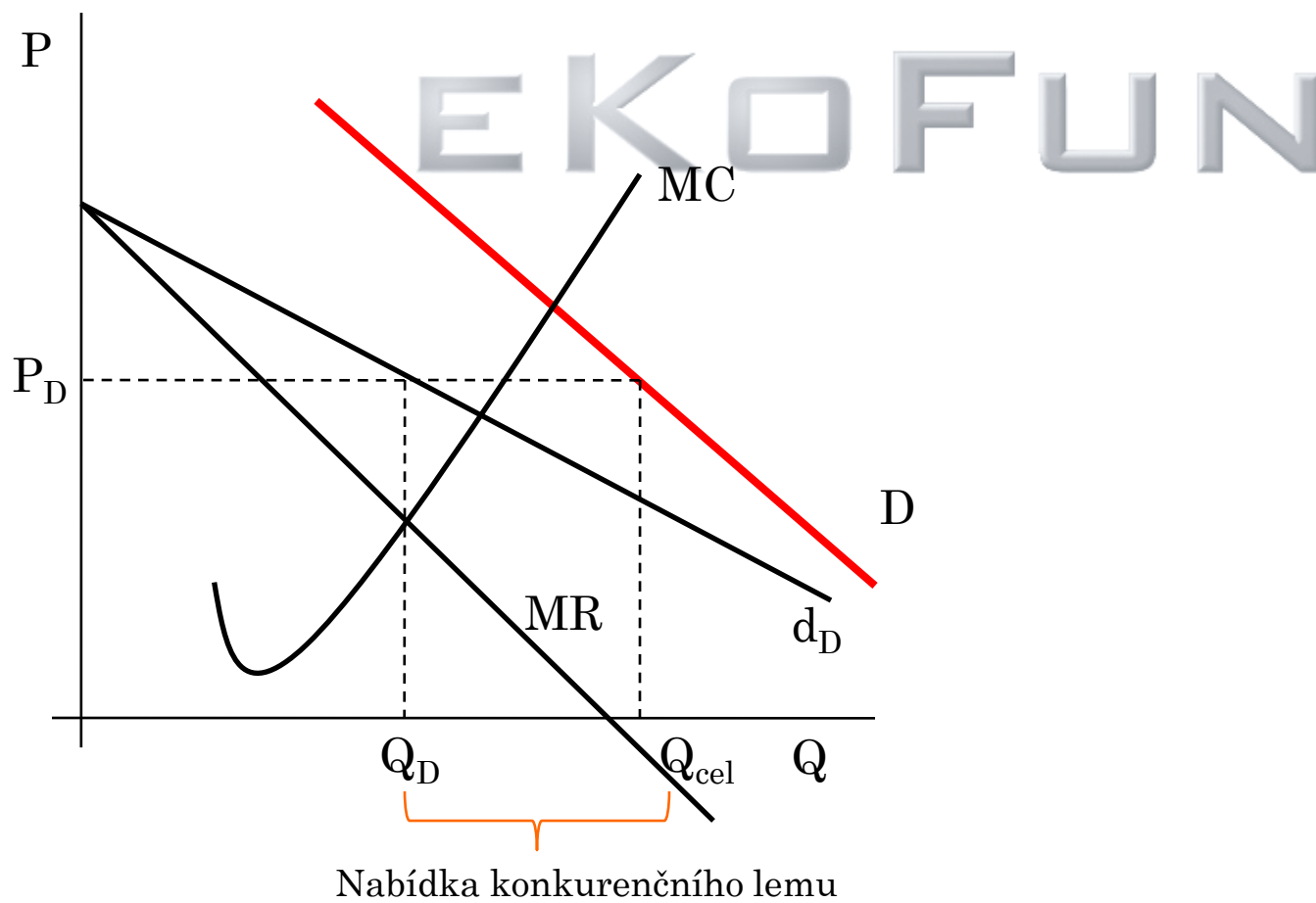
Dominantní firma stanoví cenu, podle které se zbytek musí řídit

Konkurenční lem cenový příjemce

Velikost firem neumožňuje realizovat úspory z rozsahu



1. Dominantní firma maximalizuje zisk při Q_D
2. Cenu stanoví podle SVÉ individuální poptávky P_D
3. Zbytek přenechá konkurenčnímu lemu ($Q_{CEL} - Q_D$)



Efektivnost oligopolní konkurence

Alokační efektivnost

$d=MC$?

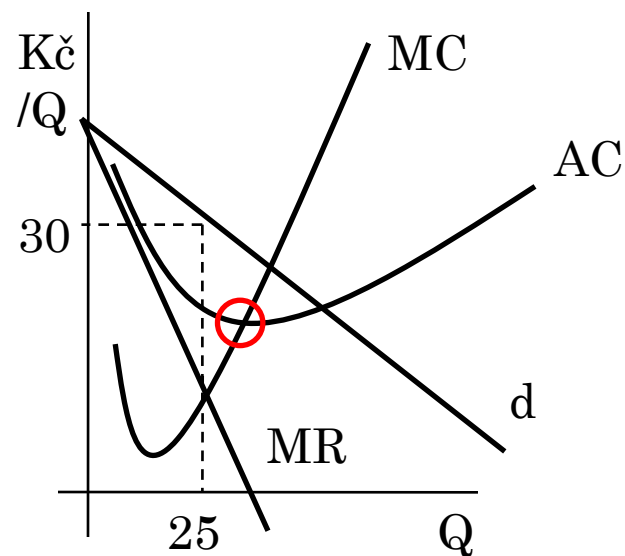
NE, firma je schopná stanovit cenu nad MC

Výrobní efektivnost

Kdy firma vyrábí efektivně?

Při minimu AC

Náš oligopol není ani alokačně ani výrobně efektivní
(může nastat situace kdy firma bude vyrábět s minimálními AC)



Monopol x Oligopol

Oligopolní trh vyrábí větší produkci

Za nižší cenu

Neefektivnost je nižší



MONOPOLISTICKÁ KONKURENCE

1. Nabízený produkt je diferencovaný, jde ale o blízké substituty (produkty se málo liší)
2. Velký počet firem na trhu
3. Při vstupu tak odchodu z odvětví existují jen malé bariéry, nebo nejsou
4. Na trhu existuje dobrá informovanost (jeden zdraží, zákazníci se to rychle dozvědí a reagují)



Každá firma vyrábí diferencovaný produkt - stanovuje vlastní cenu
V rámci svého produktu má monopolní postavení a tak monopolní sílu

Poptávka je velice elastická - výrobky jsou blízké substituty
Firma může v krátkém období realizovat monopolní zisk

V dlouhém období je monopolní zisk stlačen na nulu
Důsledek minimálních bariér vstupu (volný pohyb v odvětvích) $AR=AC$

Firma v monopolistické konkurenci **není výrobně efektivní**
Nevyrábí v dlouhém období při minimálních AC

Firma v monopolistické konkurenci není alokačně efektivní neplatí:

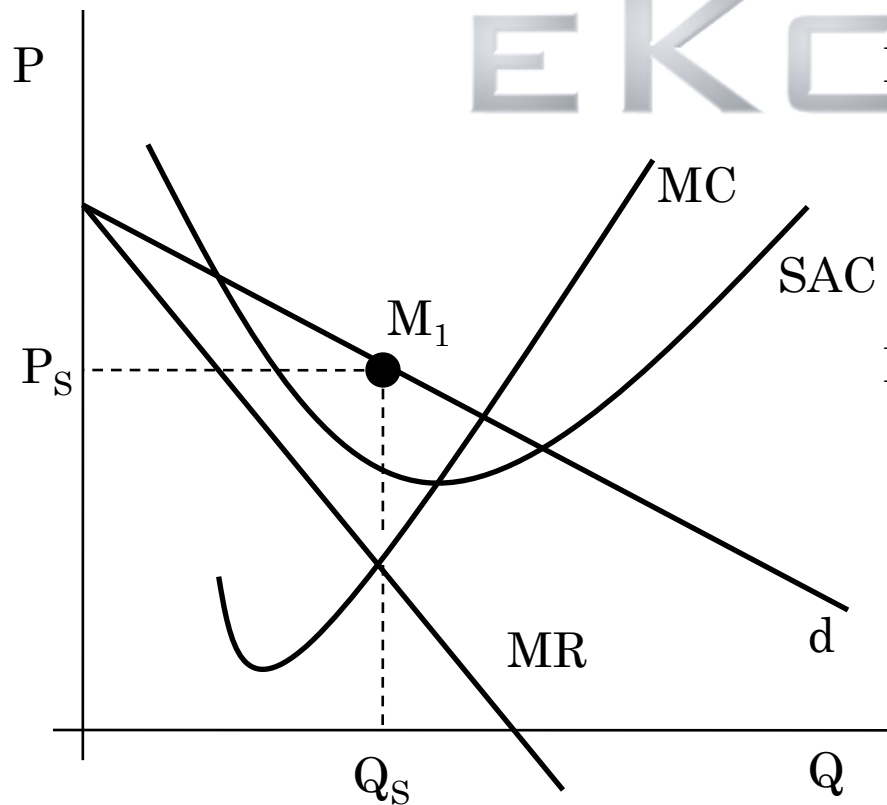
$$MU=MC$$



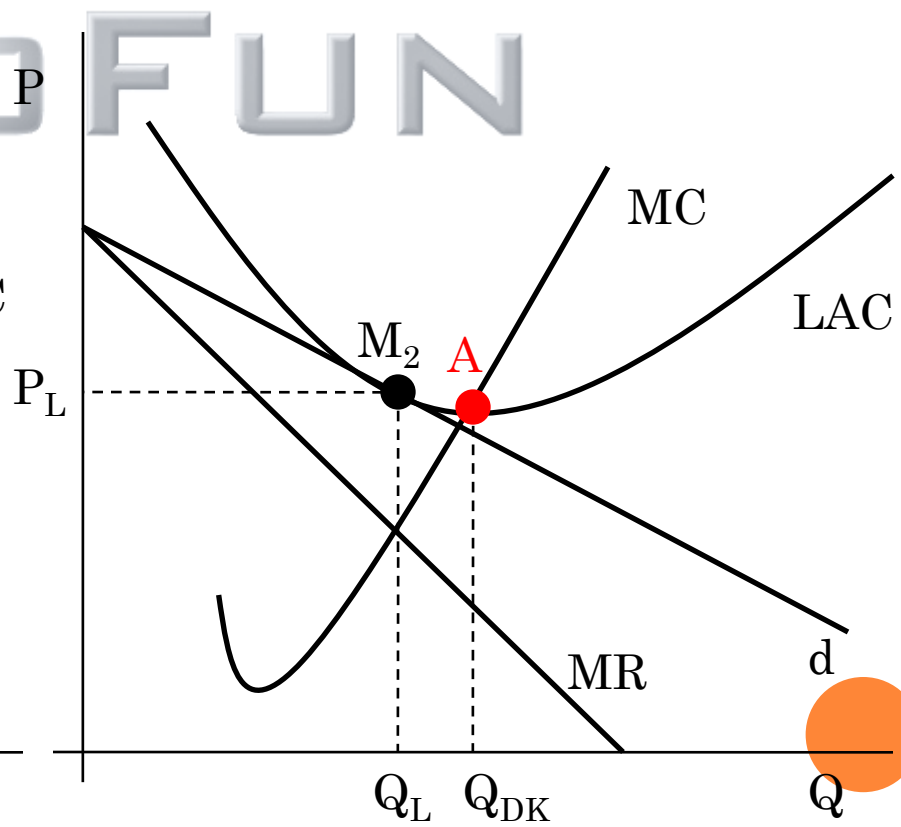
Monopolistická firma - v krátkém období vyrábět Q_S za cenu P_S (M_1)
 - v dlouhém období Q_L za P_L (M_2)

Bod **A** značí jak by se chovala firma v dokonalé konkurenci

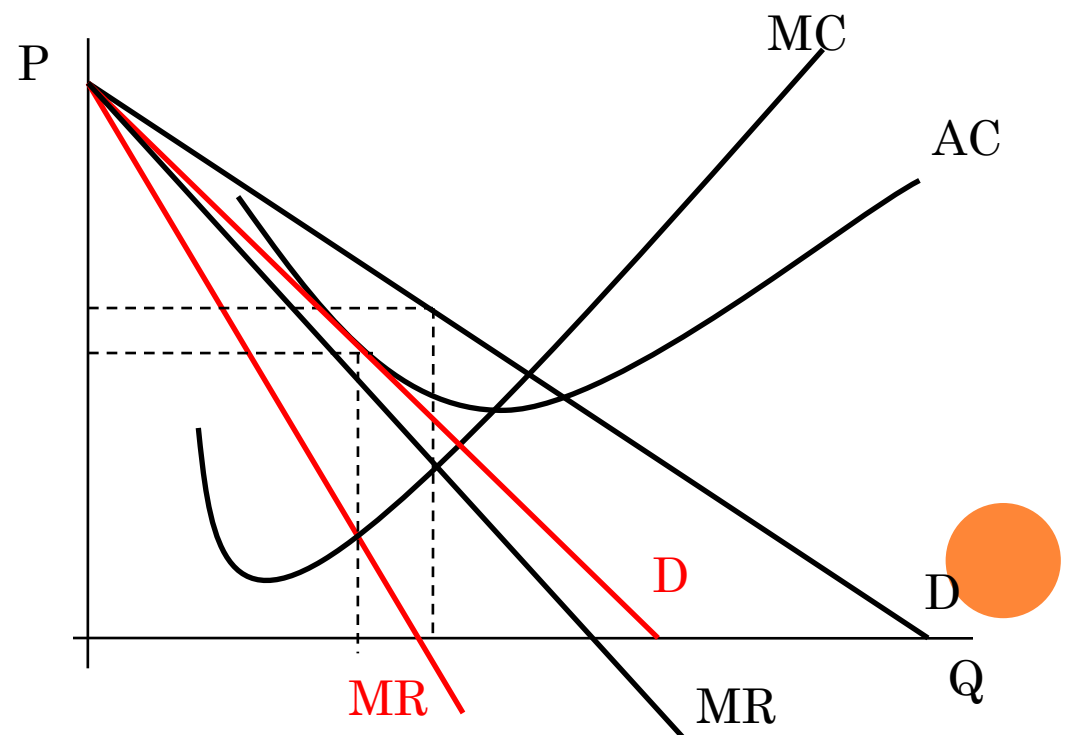
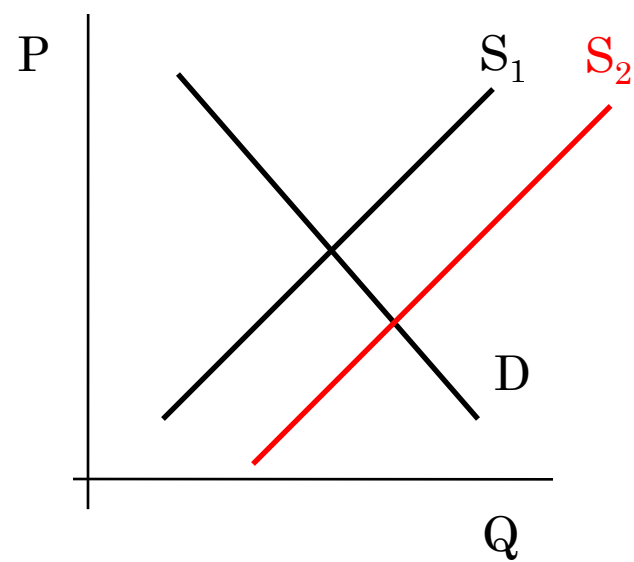
Krátké období a $\pi > 0$



Dlouhé období a $\pi = 0$



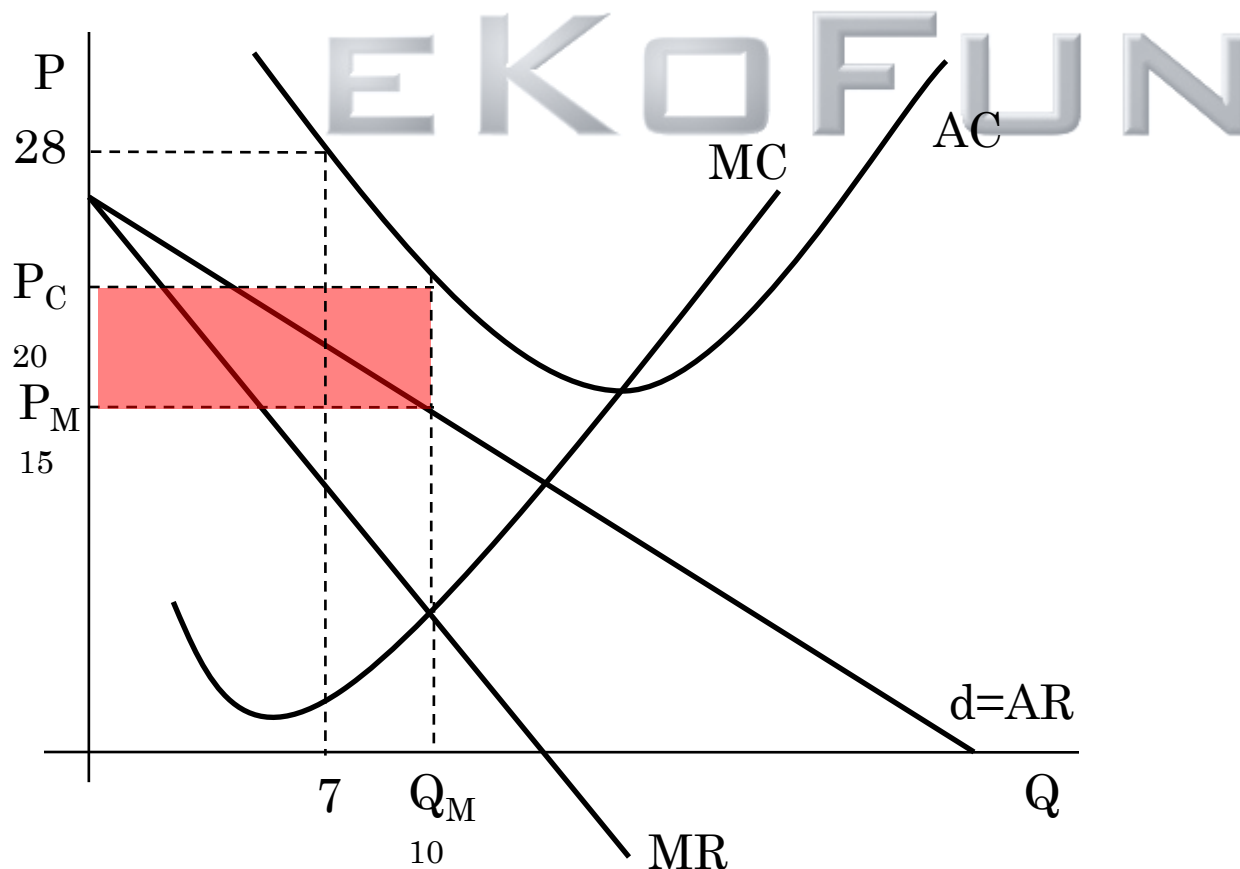
EKO FUN



Ztráta u monopolistické firmy

1. Maximalizujeme zisk (Q_M) 10 kusů
2. Cenu určíme podle poptávky (P_M) 15Kč
3. Náklady na výrobu 1 VÝROBKU (P_C) 20Kč
4. Velikost ztráty $(P_M - P_C) \times Q_M$
 $(15 - 20) \times 10 = -50$

Náklady na výrobu při 7 kusech



kriterium	dokonalá	nedokonalá konkurence		
	konkurence	monopol	oligopol	monopolist.
počet firem v odvětví	velmi mnoho	jedna	málo	mnoho
produkt	homogenní	diferencovaný	oboje	diferencovaný
bariéry vstupu	žádné	výrazné	určité	malé až žádné
možnost ovlivnit cenu	žádná	výrazná	značná	malá
podmínka rovnovážného objemu produkce	MR=MC	MR=MC	MR=MC	MR=MC
vztah ceny a MC	P=MC	P>MC	P>MC	P>MC

