

T7. Utváření rovnováhy na nedokonale konkurenčních trzích – oligopol a monopolistická konkurence.

1. Úvod – vznik nedokonale konkurenčních trhů
2. Oligopol
3. Vlastnosti rovnováhy
4. Firma v monopolistické konkurenci
5. Dlouhodobá rovnováha firmy

Homogenní struktura hospodářství se změnila na strukturu heterogenní.

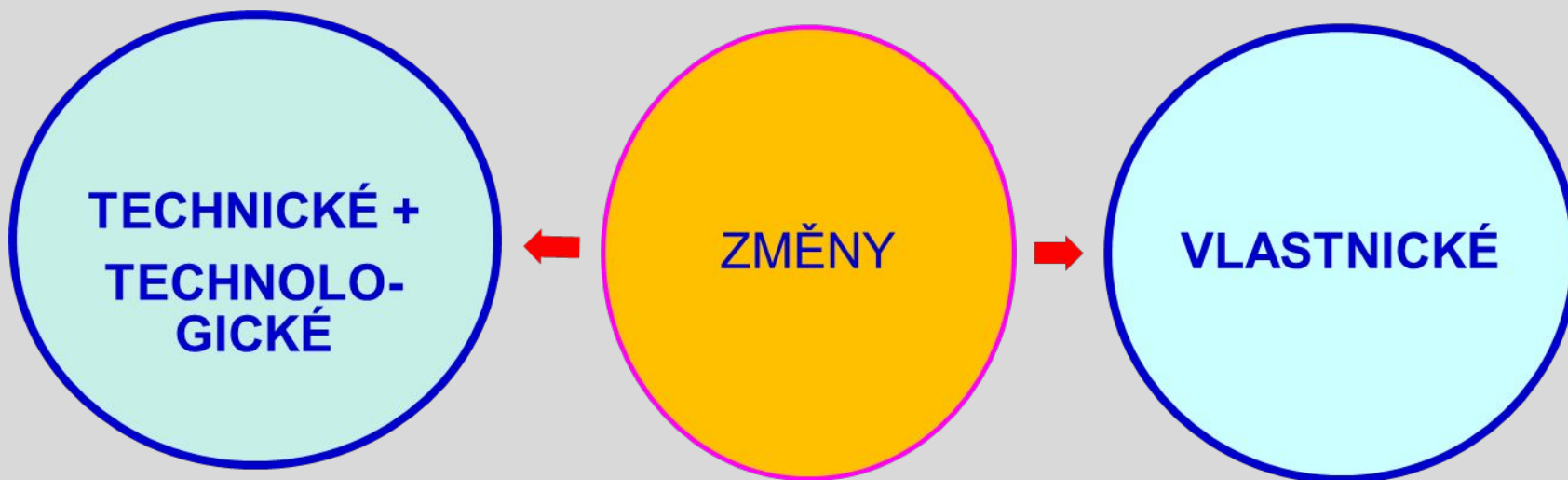
- ***soutěží firmy, jejichž ekonomická síla je rozdílná.***
- **investiční nároky nových technologií překračovaly možnosti individuálních podnikatelů.**



- ***nutnost sdružování individuálních kapitálů.***
- ***od rodinné firmy k obchodním společnostem***

Vznik trhů nedokonalé konkurence

- **Současné tržní struktury jsou produktem změn, které provázely vývoj tržního hospodářství**



Pro reálné trhy se stalo typické:

- rozhodující část nabídky je soustředěna do okruhu **několika málo** velkých firem
- **ostatní firmy odvětví se podřizují** tržní a zejména **cenové politice** dominantních firem
- **firmy usilují o vyčlenění specifické poptávky po vlastní produkci** = systematicky usilují o vytváření individuálního trhu.
- **na reálném trhu není produkce volně zastupitelná substituty**

- Tvorba poptávky neodpovídá ideálně teoretickým předpokladům, (Q je funkcí P)
- **Zejména předpokladu homo economicus.**
- **člověk setrvává** u osvědčené značky, v jeho chování je silný vliv setrvačnosti.
- poptávka je **pod každodenním nátlakem** reklamy atd.
- Tzn. necenové vlivy na chování spotřebitele

Je překonáno Smithovo chápání trhu

- o byl zpochybněn předpoklad „**dokonalé konkurence**“
- o Frank Knight - zavádí rozlišení dokonalá a nedokonalá konkurence

Joan Robinsonová , 1903 - 1983
Edward H. Chamberlin, 1899 - 1971

Hlavní společné znaky:

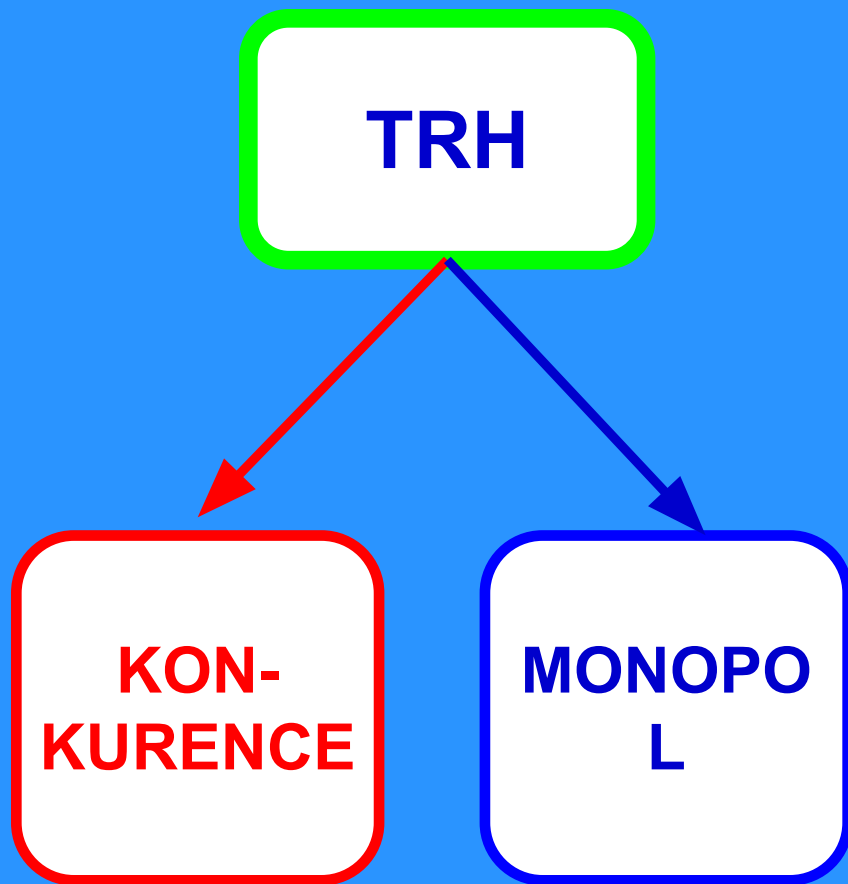
- tržní vztahy na přechodu mezi monopolem a konkurencí **prolínání monopolu a konkurence**
- zkoumání problematiky individuální rovnováhy výrobce (firmy)
- důraz na důsledky existence monopolu pro cenovou tvorbu
- hlavním cenotvorným faktorem firem je maximalizace zisku.

Rozdíl - kde je zdroj monopolu:

Robinsonová - spíše se jedná o kolektivní monopol podnikatelů v jednotlivých oborech, který brání dalším ve volném vstupu.

Chamberlin - každý konkurent je částečným monopolistou, díky diferenciaci produktu.

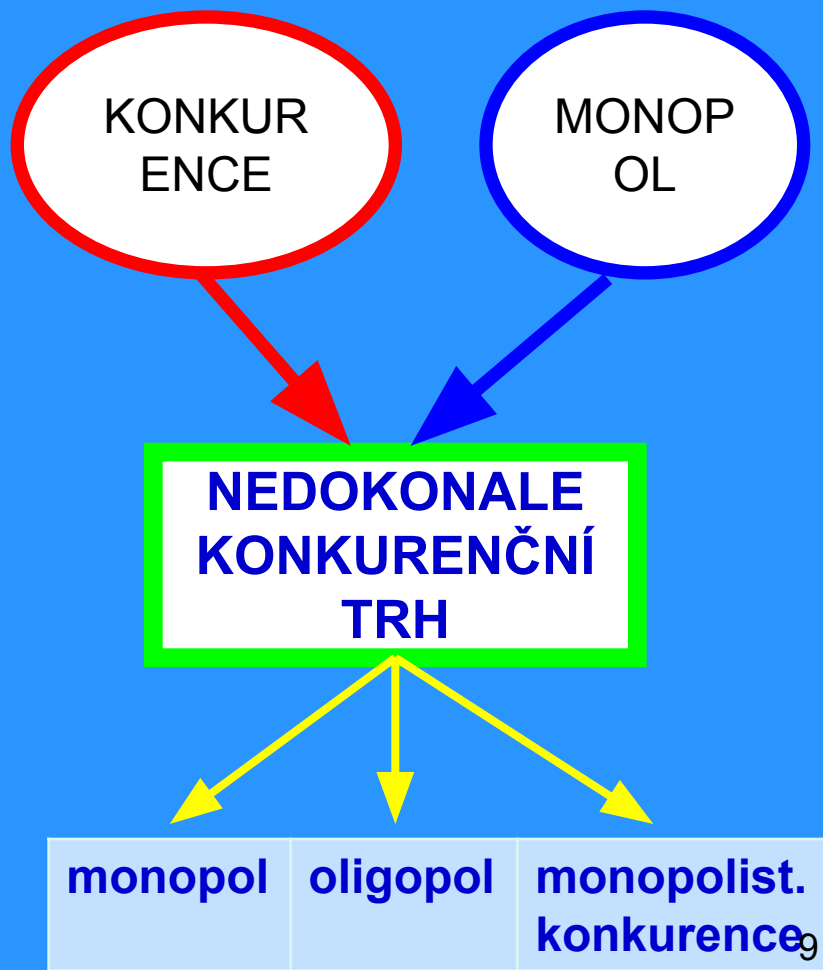
A. Smith



Rovnováha v podmínkách oligopolu a na trhu monopolistické konkurence

Neoklasická ekonomie

Zkoumá prostor mezi



Robinsonová: východiskem je charakteristika nedokonalé konkurence

má dva znaky:

1. (strana S) - omezený počet producentů

důvodem např.: potřebné minimum investičních prostředků, nezbytnost určitých znalostí atd.

⇒ kdokoliv a kdykoliv nemůže zavést výrobu v daném oboru.

2. (strana D) - diferencovaná reakce kupujících na stejné cenové podmínky různých výrobců

kupující nepřihlíží pouze k ceně, ale také např.:

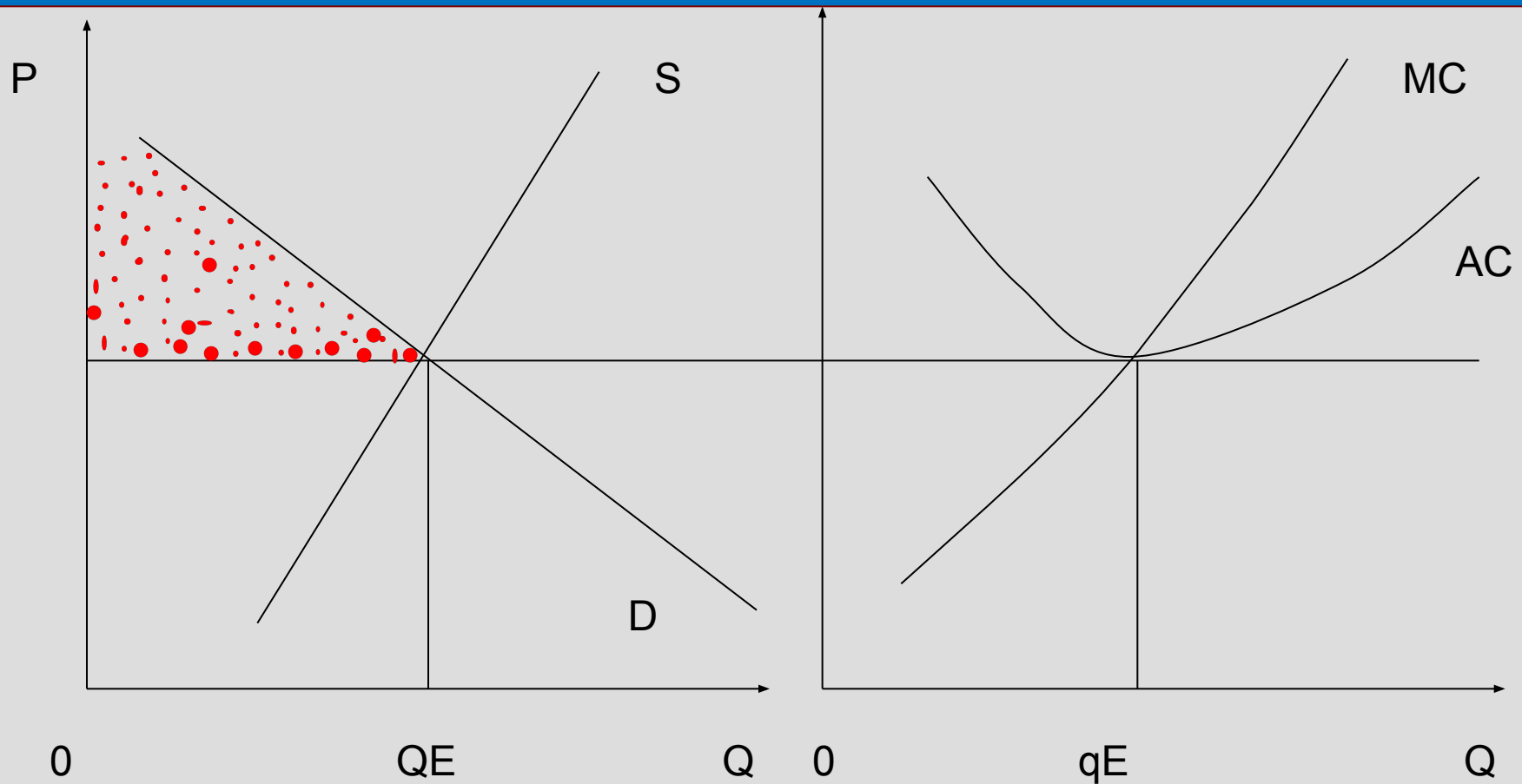
- náklady spojené s jeho dopravou,
- podmínky úvěru,
- kvalitu obsluhy,
- pověst firmy atd.

Projevem nedokonalosti:

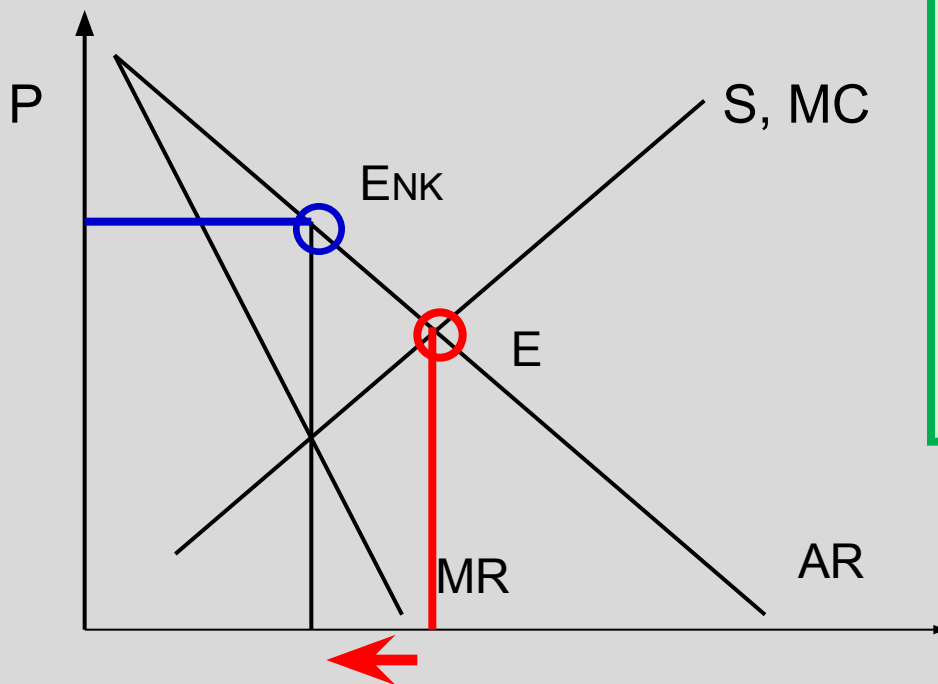
klesající křivka poptávky po produkci individuálního producenta.

Projevem dokonalosti je křivka poptávky rovnoběžná s osou množství.

Efektivnost dokonale konkurenčního trhu slouží jako kritérium vyjádření neefektivnosti nedokonalé konkurence



Chamberlin: porovnání rovnovah trhů (konkurence: E dokonalá, ENK nedokonalá)



← **OMEZOVÁNÍ**
VÝROBY –
ZÁKLADNÍ ROJEV
NEDOKONALOSTI
KONKURENCE =
ALOKAČNÍ
NEEFEKTIVNOST

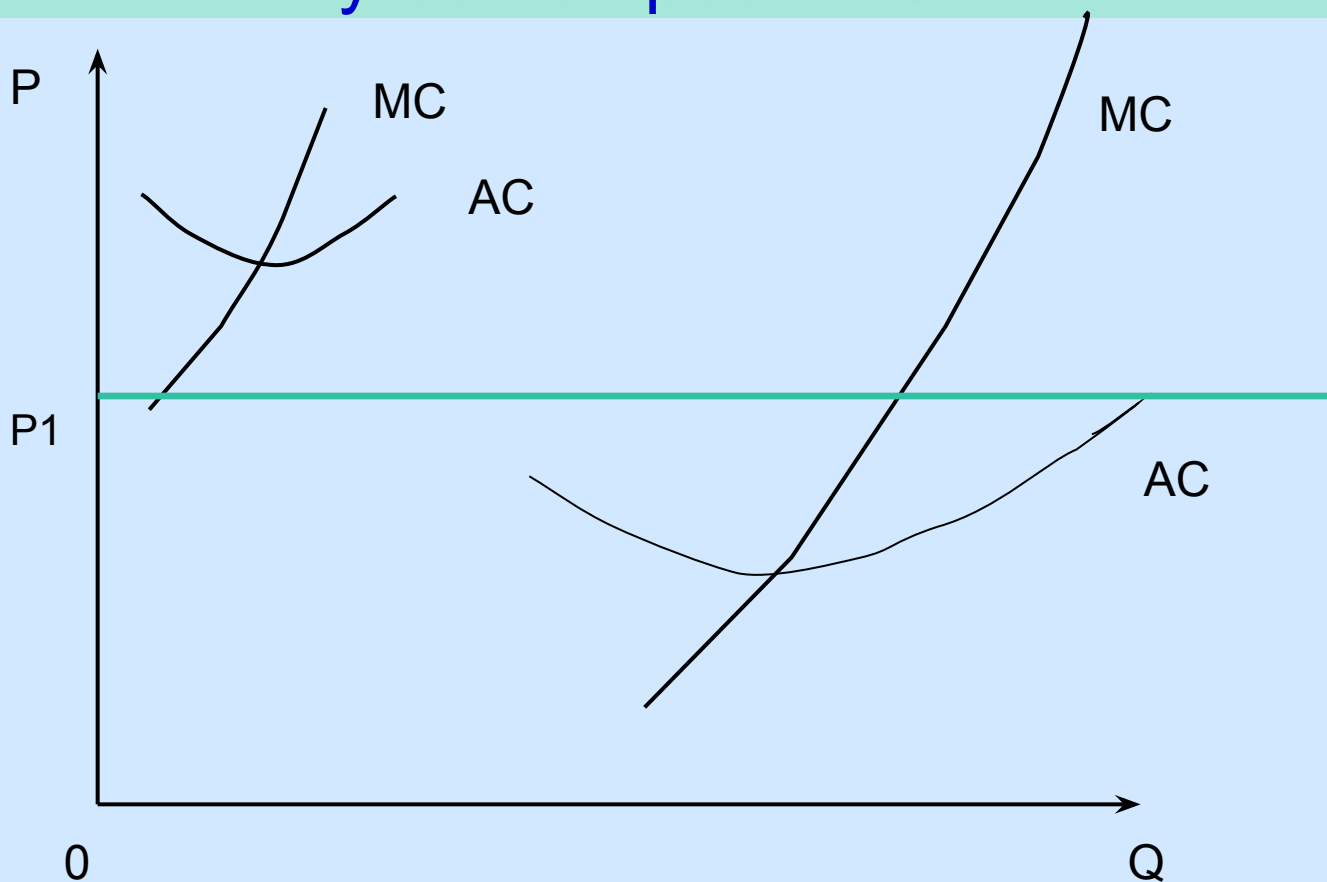
Oligopol

Dokonalá konkurence i monopol jsou krajními formami tržních situací - **čisté formy**.

Analýza trhů vyspělých tržních ekonomik ukazuje:

- tržní struktura je **diferencovaná podle odvětví**
- **převládající** a charakteristická je **převaha několika** málo firem, dodávající rozhodující část produkce.
- **Výjimku z oligopolních struktur představují zpravidla nové, progresivní výroby**
- **Výjimkou mohou být** i některé druhy služeb, ve kterých se nevytváří podmínky pro vysoký stupeň koncentrace.

Vznik oligopolních struktur je odrazem vývoje výrobních podmínek .



Při ceně P_1 by malé firmy nebyly schopny vyrábět pro trh, ale koncentrovaná (velká) firma dosáhne zisk

Oligopolní trhy - široká škála konkrétních podob, v závislosti na vlivu nejrůznějších faktorů.

- technologické podmínky
- úroveň techniky
- stupeň koncentrace odvětví
- charakter poptávky a její stabilita, atd.

Pro ilustraci utváření rovnováhy:

- oligopolní tržní strukturu představuje **velká firma doplněná skupinou středních a malých firem.**

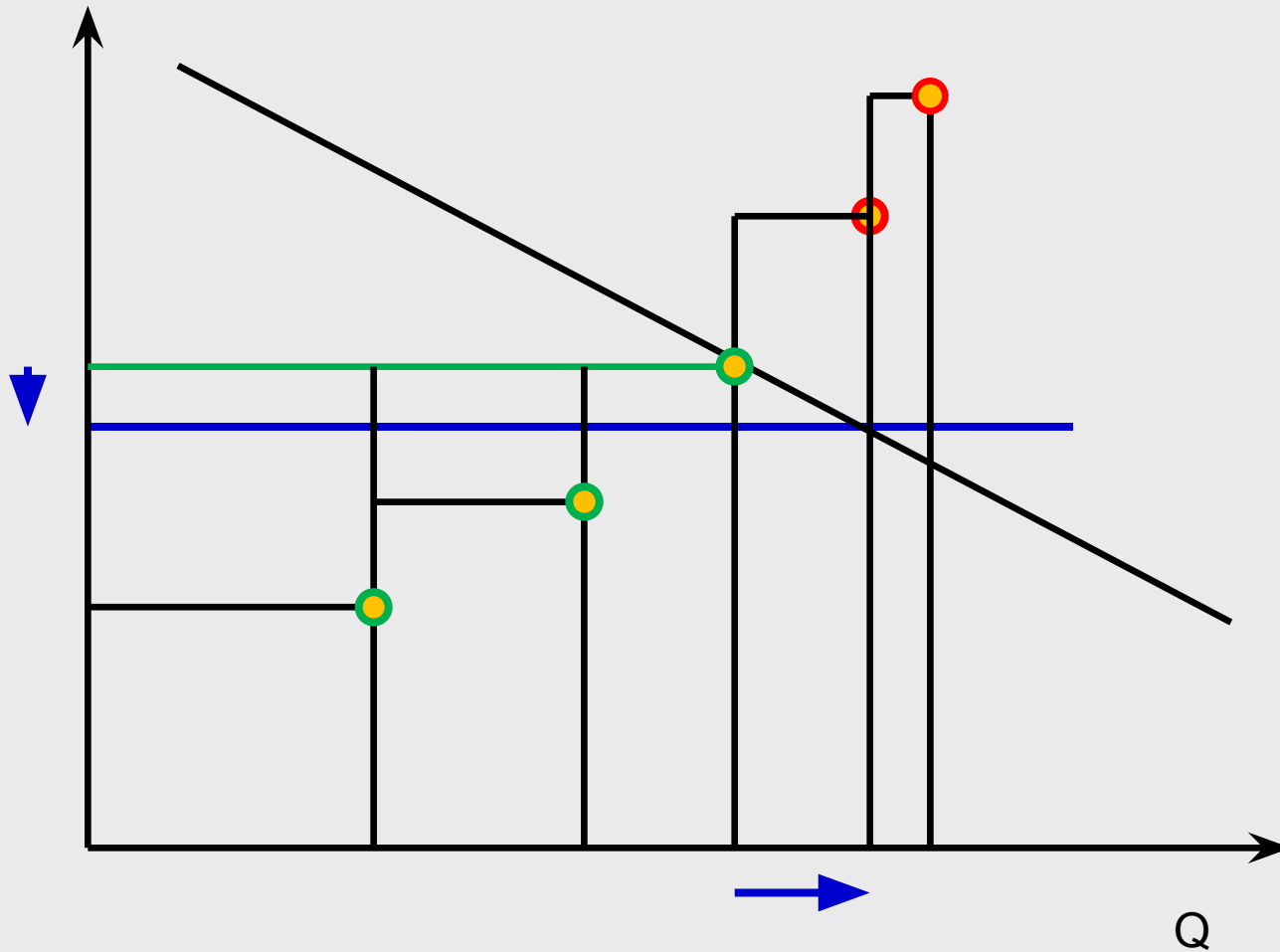
Rozlišení je založeno na velikosti tržního podílu jednotlivých firem.

- **Nerovné postavení: cenový tvůrce s významným tržním podílem**
- **Ostatní firmy jsou v pozici cenového příjemce**

OLIGOPOLNÍ STRUKTURA - VLASTNOSTI

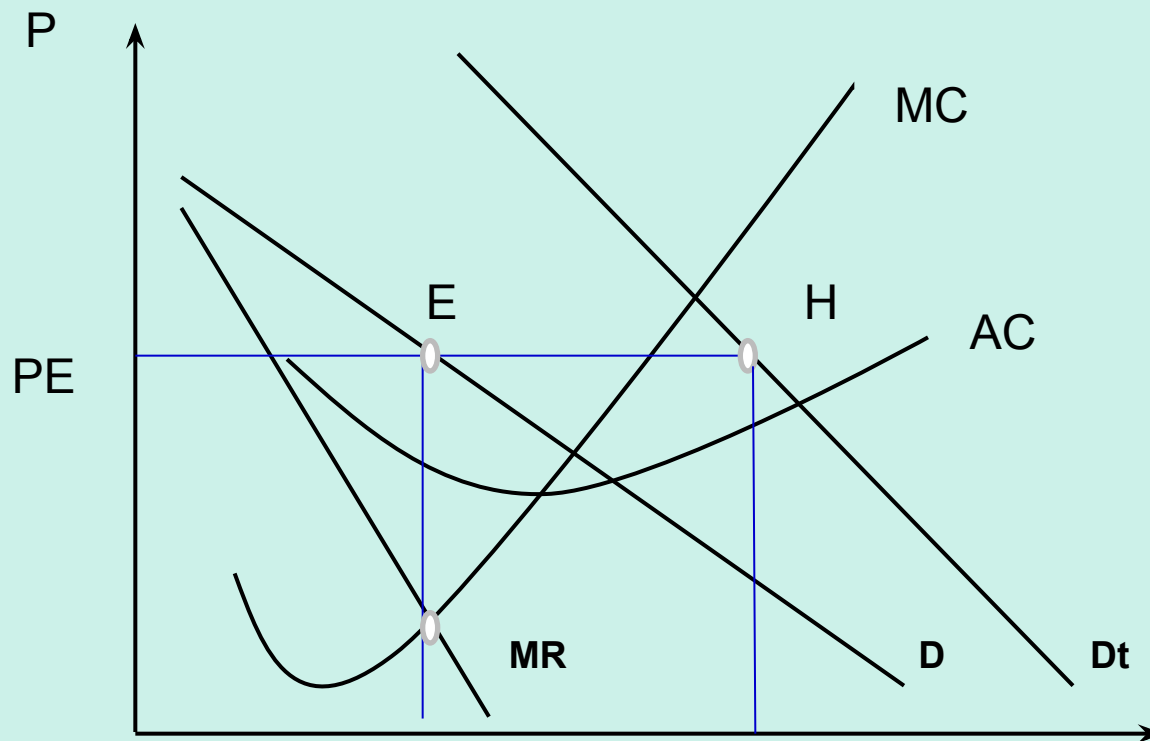
1. **Organizovaná struktura**
2. **Prosazuje se metoda cenového vůdcovství**
3. **Navenek se chová nepružně**
4. **Cena je nepružná, ale splňuje tržní kritérium**
5. **Nepružnost je garancí realizace dostatečně vysokých stabilizovaných zisků**
6. **Cena je prostředkem stabilizace**
7. **Struktura disponuje nevyužitými kapacitami**

$\uparrow Q \Rightarrow \downarrow P$

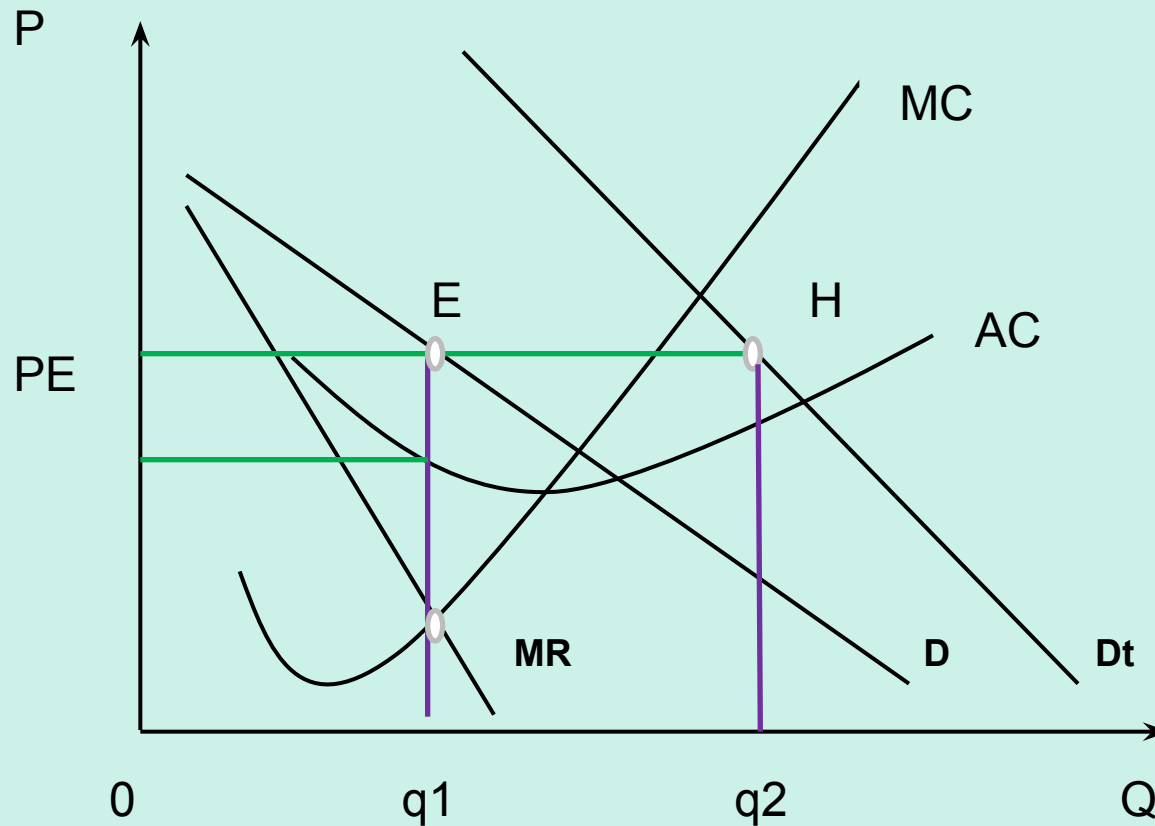


Rovnováha v podmínkách oligopolu a na trhu monopolistické konkurence

Rovnováha oligopolu



Rovnováha oligopolu



Bod H je bodem rovnováhy odvětví

- Významnou část produkce dodává dominantní firma
- ***Předpoklad rovnováhy: dominantní firma (firmy) vstupují na trh s adekvátní cenou.***

Vlastnost oligopolní ceny

- 1. vytvoří rovnováhu v odvětví** (kdo je ochoten při dané ceně vyrábět prodá, všichni, kteří jsou ochotni při dané ceně nakupovat mohou nakoupit)
- 2. zabezpečí dominantní firmě vyšší zisk**
- 3. umožní malým a středním firmám efektivní podnikání** (minimálně uhradí náklady).

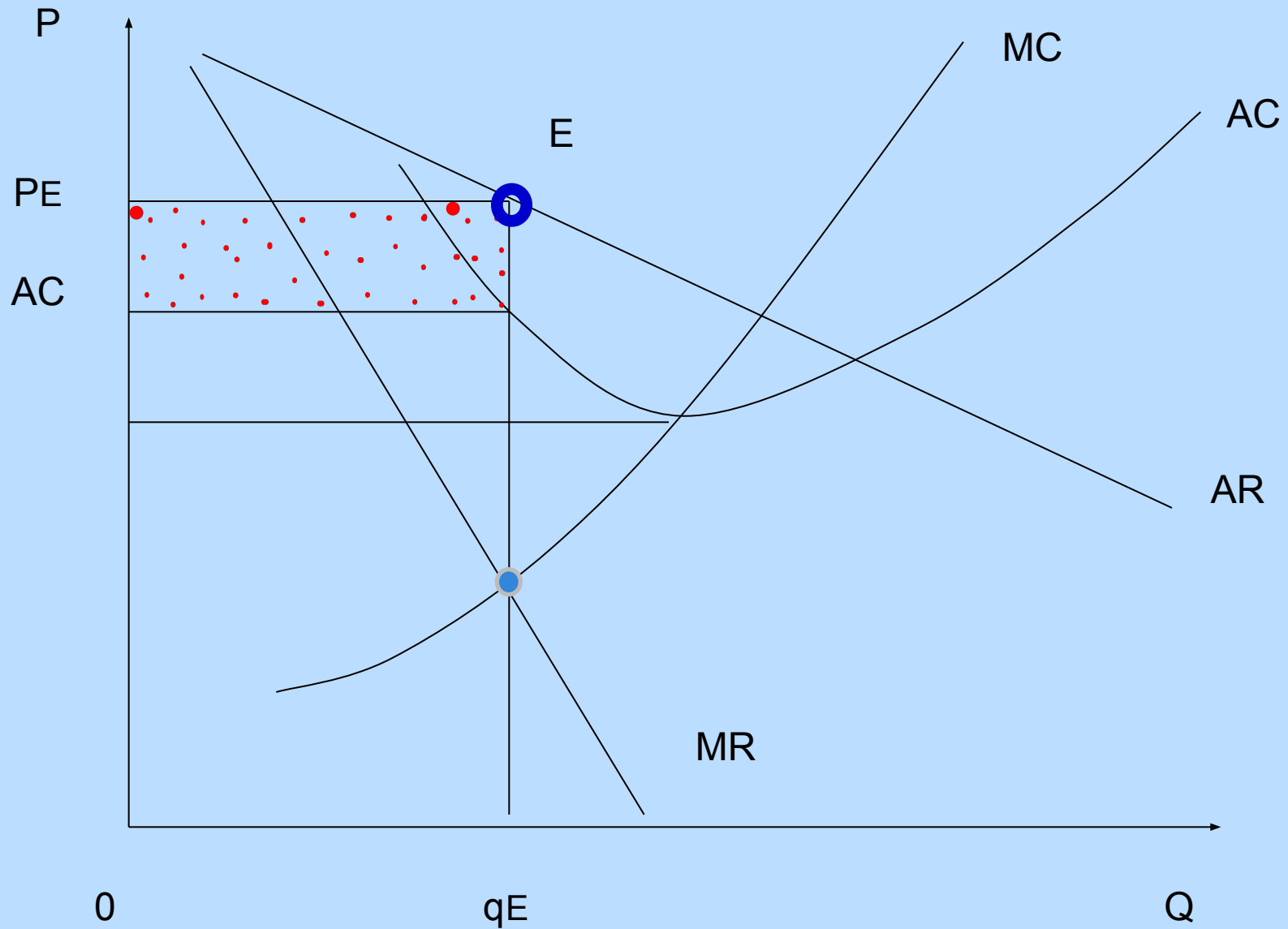
Postup při cenové tvorbě:

- *rozhodnutí o míře zisku,*
- *rozhodnutí o úrovni využití výrobních kapacit $\Rightarrow Q$*
- *výpočet nákladů na jednotku produkce (AC),*
- *stanovení ceny jednotlivého výrobku – na základě analýzy tržní poptávky a výrobních možností konkurentů.*

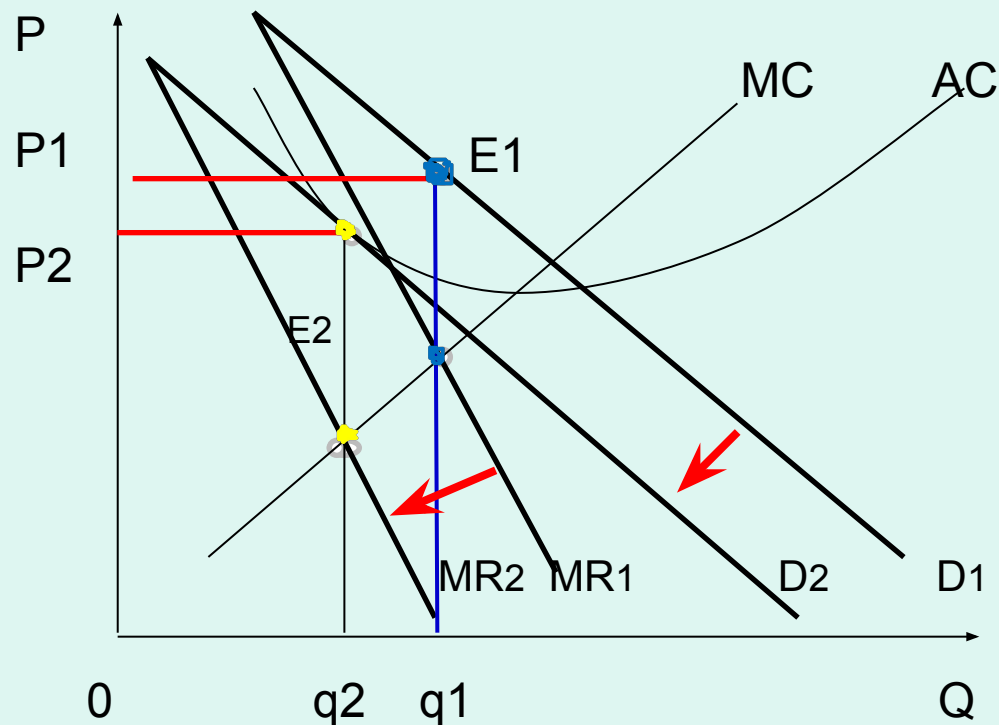
Rovnováha na trhu monopolistické konkurence

- **Počet firem může být velký**, ale žádná nemá významný tržní podíl
- **Produkce není homogenní – diferenciací**
zakládá důvody upřednostnění kupujícím \Rightarrow tržní poptávka se rozpadá na poptávky po produkci jednotlivých výrobců.
- Na tomto trhu stojí proti výrobcí poptávka vyjadřující ochotu nakupovat více, ale za nižší cenu \Rightarrow **klesající MR i AR**
- **V závislosti na výši poptávky může firma krátkodobě dosáhnout zisk.**

Krátkodobá rovnováha firmy na trhu monopolistické konkurence



Utváření dlouhodobé rovnováhy – konkurenti vstupují na trh výrobce, odčerpávají poptávku po jeho produkci. Podmínkou vstupu je $P > AC$



Dlouhodobá rovnováha – POKLES P VYVOLÁN POKLESEM AR

