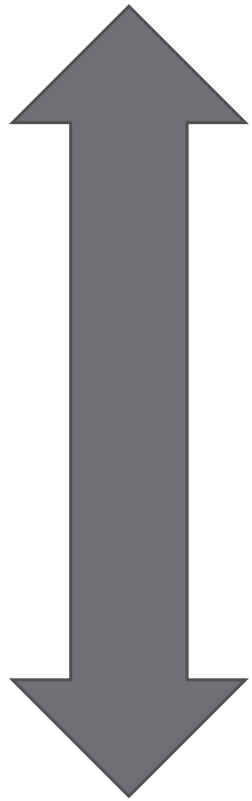


Tržní formy

Dokonalá a nedokonalá konkurence

Tomáš Burian

Tržní formy



- Dokonalá konkurence
- Nedokonalá konkurence
 - Monopolistická konkurence
 - Oligopol
 - Monopol

Dokonalá konkurence

- Homogenní produkt
 - Všichni mají dokonalé informace o cenách
 - Neexistují překážky pro vstup nových firem na trh
 - Velký počet prodávajících, žádný nemůže ovlivnit cenu
 - Nelze si účtovat cenu vyšší než tržní
 - Maximalizace zisku: mezní příjem = mezní náklady
-
- V praxi málokdy
 - Příklady: trh pšenice, mléka, uhlí, benzinové pumpy

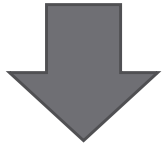


Dokonalá konkurence

- Volný vstup do odvětví



- Zisk přiláká nové firmy na trh / ztrátové odejdou



- V dlouhém období je *ekonomický* zisk roven nule


- ! Účetní vs. ekonomický zisk



Nedokonalá konkurence

- Některý z předpokladů neplatí
- V reálném světě panuje na většině trhů

Monopolistická konkurence

- Mezi monopolem a dokonalou konkurencí, prvky obojího
- Mnoho firem na trhu
- Na rozdíl od dokonalé konkurence, výrobce cenu jen nepřijímá, ale sám jí tvoří tak, aby maximalizoval zisk (např. sníží cenu aby přilákal více zákazníků)
- Aby si firmy mohly účtovat vyšší cenu, snaží se odlišit svůj produkt (např. marketingem, designem, funkcí)
- Volný vstup do odvětví  v dlouhém období opět nulový ekonomický zisk

- Příklad: Coca-Cola, výrobci telefonů či automobilů




Oligopol

- Na trhu působí jen několik málo firem
- Možné příčiny:
 - velké bariéry vstupu
 - na trhu „není místo“ pro další firmu (letišťe)
- Firmy mohou dosahovat ekonomický zisk i v dlouhém období
- Motivace pro vznik kartelu → dohoda o snížení množství a zvýšení ceny (chovají se jako monopol)
- Kartely jsou však nestálé → výsledek je často blíže dokonalé konkurenci
- Příklad: mobilní operátoři, iOS a Android, Visa a Mastercard



Vězňovo dilema

 Novinky.cz

OPEC s Ruskem oznámily snížení těžby, ceny ropy letí nahoru

5. 9. 2022

		Firm A	
		Collude	Don't Collude
Firm B	Collude	100,100	150,30
	Don't Collude	30,150	50,50

Monopol

- Na trh daného produktu dodává jediná firma
- Neexistují blízké substituty
- Schopnost stanovit cenu
- Neefektivita - firma produkuje menší než optimální množství za vyšší cenu
→ poškozuje spotřebitele
- Může dosahovat ekonomického zisku i v dlouhém období

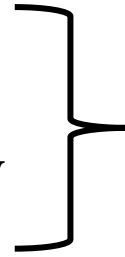
Příčiny vzniku monopolu

Bariéry vstupu:

- Administrativní monopol
 - licence od státu - např. česká pošta
- Přirozený monopol
 - distribuce elektřiny/vody
 - velké fixní náklady (např. vyhledávač)
- Ovládnutí klíčového zdroje
 - diamantové doly
- Patenty

Typy nákladů

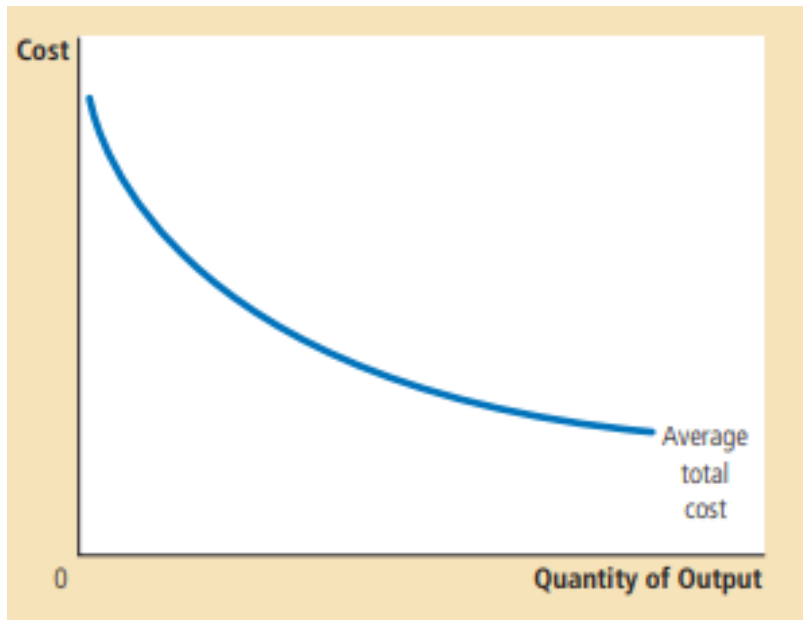
- Fixní – elektřina, mzdy
- Variabilní – dřevo, hřebíky



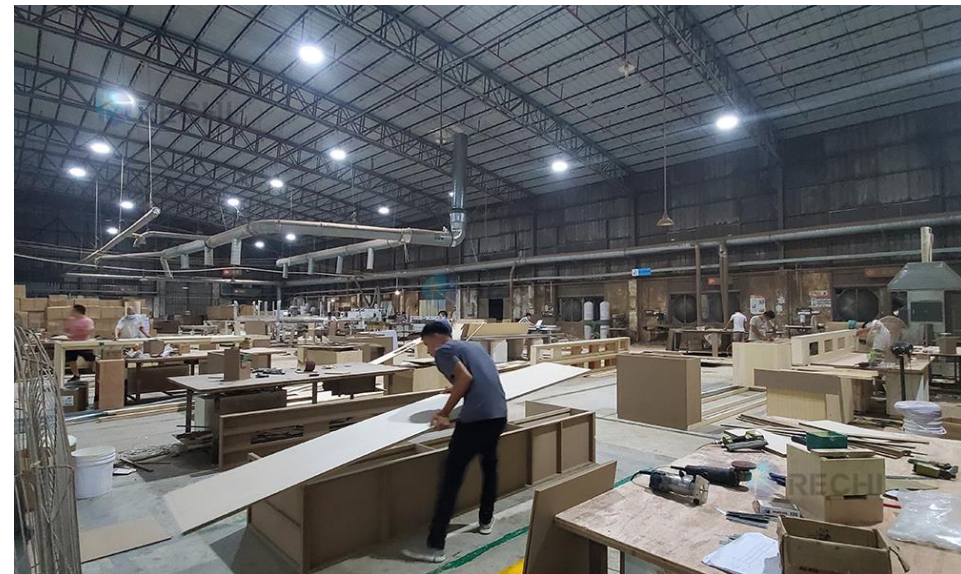
Celkové náklady (fixní + variabilní)



Průměrné náklady (celkové/počet vyrobených kusů)



Přirozený monopol a úspory z rozsahu



Důsledky monopolu

- Chybí motivace ke zlepšování služeb a k inovacím
- Přístup k zákazníkům (konkurence / oligopol / monopol)

