

6. MONOPOL



Obsah

- charakteristika monopolu
- příčiny jeho vzniku
- volba rovnovážného výstupu
- stanovení ceny monopolem – Lernerův index
- křivka nabídky monopolu
- cenová diskriminace
- alokační a výrobní efektivnost monopolu
- regulace monopolu

Literatura k tématu

Soukupová et al.: Mikroekonomie. Kapitola 9, str. 263 – 290.

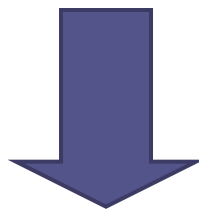
Charakteristika monopolu

- monopol JE jednou z forem konkurence
- existence JEDINÉHO subjektu na straně nabídky
- nepřekonatelné bariéry vstupu do odvětví
- monopolní firma je tzv. „price maker“
- neexistují blízké substituty k produkci nabízené monopolní firmou
- individuální poptávková křivka je zároveň tržní poptávkovou křivkou

Příčiny vzniku monopolu – výše průměrných nákladů

Výše průměrných nákladů:

- *jediná firma je schopna uspokojit tržní poptávku s nižšími průměrnými náklady, než kdyby v odvětví působilo více menších firem*
- *příčinou jsou relativně vysoké fixní náklady (na vybudování distribuční sítě) vzhledem k individuální poptávce*



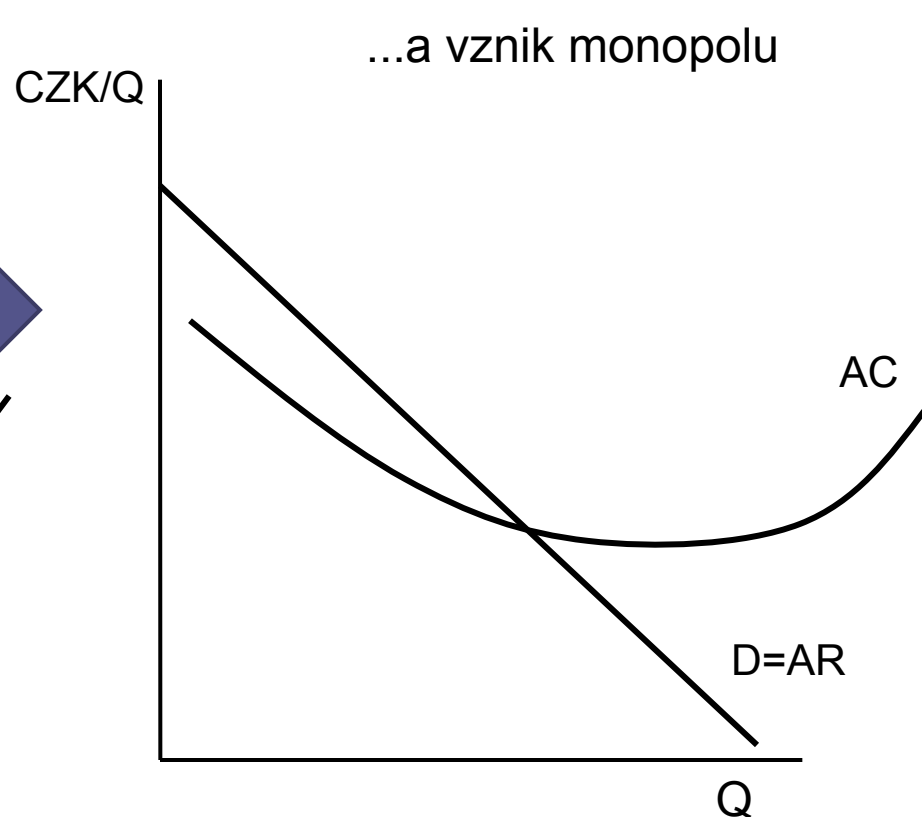
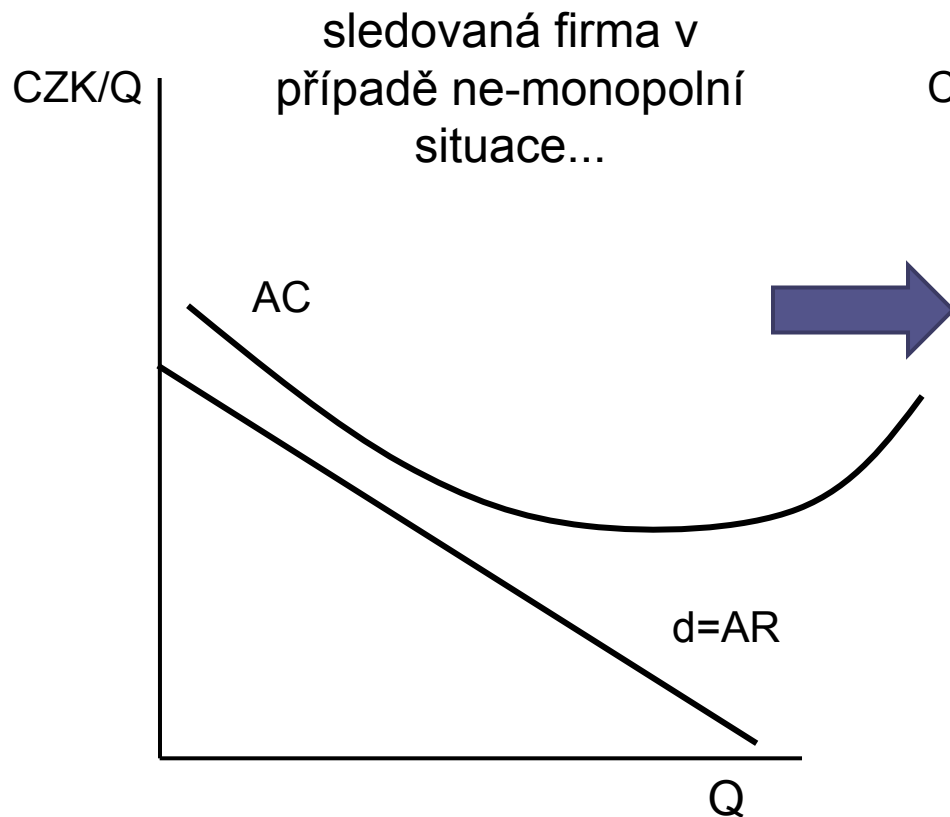
PŘIROZENÝ MONOPOL

typicky síťová odvětví – např. ČEPS a.s., vodovody a kanalizace (na území města či obce), Český Telecom (do určité doby)

Přirozený monopol

- nezaměňovat s pojmem „přírodní monopol“
- případná snaha o demonopolizaci odvětví by stejně vedla ke vzniku monopolu, protože:
- každá z firem by „obsluhovala“ poměrně malý podíl z tržní poptávky při srovnatelných (ale vysokých) nákladech
- typické: minimum AC leží vpravo od křivky individuální poptávky
- zpravidla relativně vysoká ziskovost → motivace dalších firem vstoupit do odvětví → investice do výzkumu → technologický pokrok → snížení nákladů → rozbití bariér pro vstup do odvětví (viz např. telekomunikace)

Přirozený monopol – snaha o demonopolizaci



V konkurenčním prostředí není sledovaná firma schopna dlouhodobě fungovat (AC jsou vždy vyšší než AR) díky relativně malému podílu na tržní poptávce

Přirozeným důsledkem je vznik monopolu, kdy celou tržní poptávku obsluhuje jediná firma

Příčiny vzniku monopolu – kontrola přírodních zdrojů

Kontrola přírodních zdrojů:

- *jediná firma kontroluje přírodní zdroje potřebné pro výrobu daného produktu*
- tzv. PŘÍRODNÍ MONOPOL
- např.: uvádí se firma ALCOA, ale??

Příčiny vzniku monopolu – zásah státu

Uměle – zásahem státu:

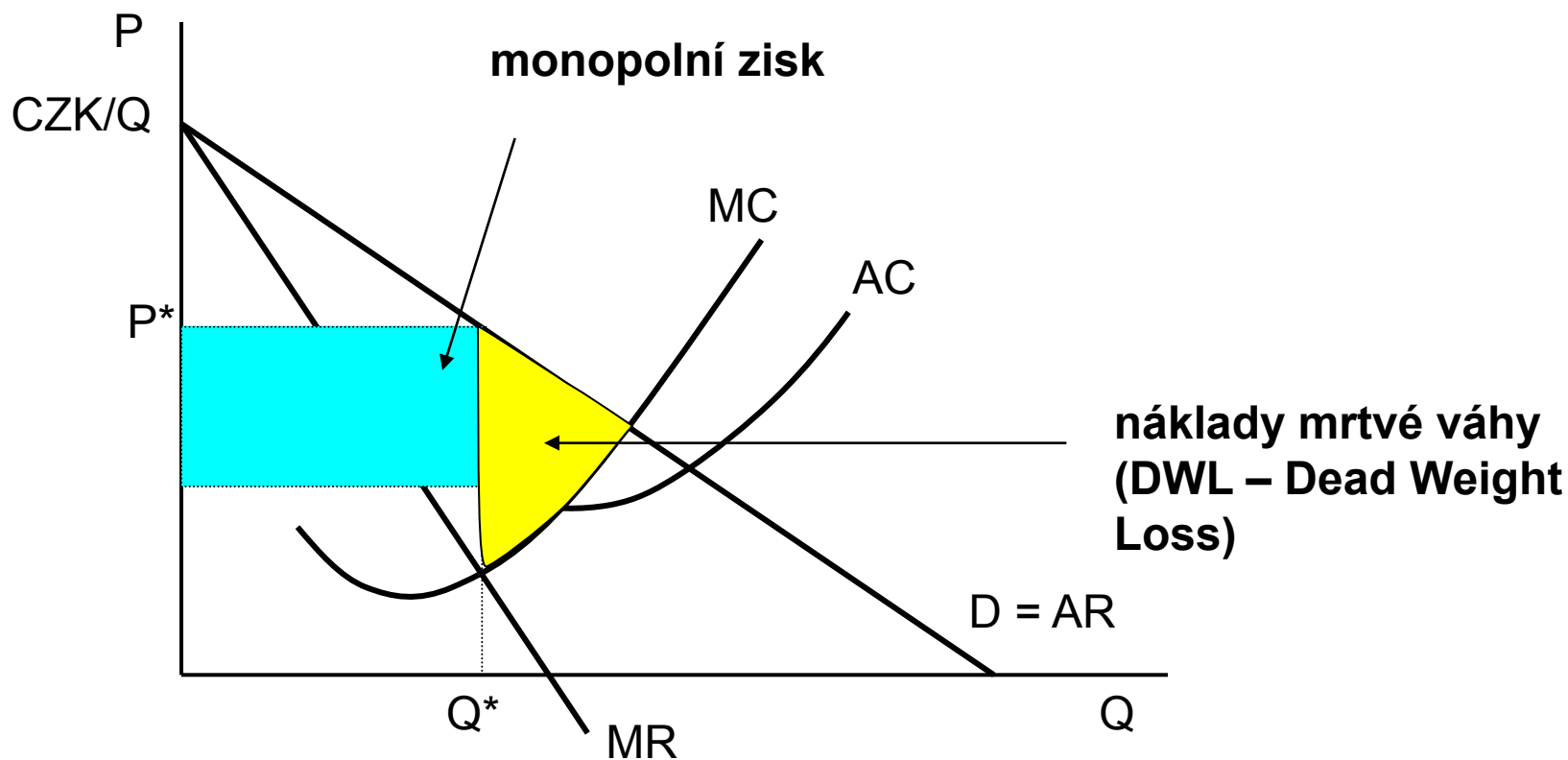
- *stát udělí výsadní právo vyrábět daný produkt určité firmě, případně sám založí firmu, která jako jediná v daném odvětví funguje*
- např.: Česká pošta (listovní zásilky),
ČNB (emise bankovek a mincí)
ČD (osobní doprava po železnici)

Právní restrikce – patenty a copyrights:

- typicky: autorská práva

Rovnovážný výstup monopolu

takové Q , při němž $MR = MC$

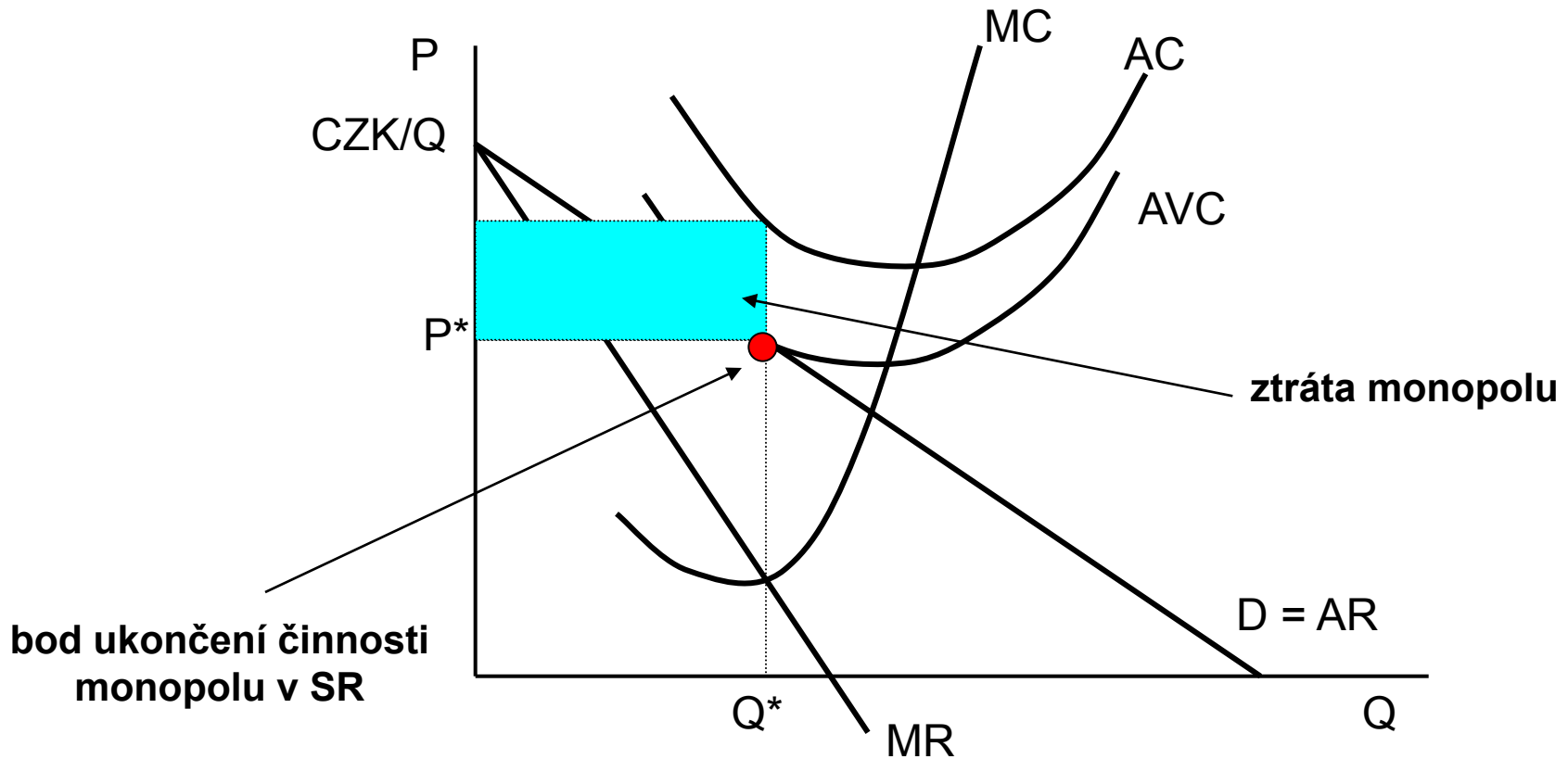


Zisk monopolu

- monopol může realizovat ekonomický zisk i v dlouhém období (srovnej s DoKo. firmou)
- velikost zisku (či ztráty) závisí na poptávce po produkci monopolu a na výši nákladů
- realizuje-li monopol ztrátu, při rozhodování o pokračování ve výrobě postupuje stejně jako DoKo. firma (otázka krytí VC a části FC)

Krátkodobý bod ukončení činnosti monopolu

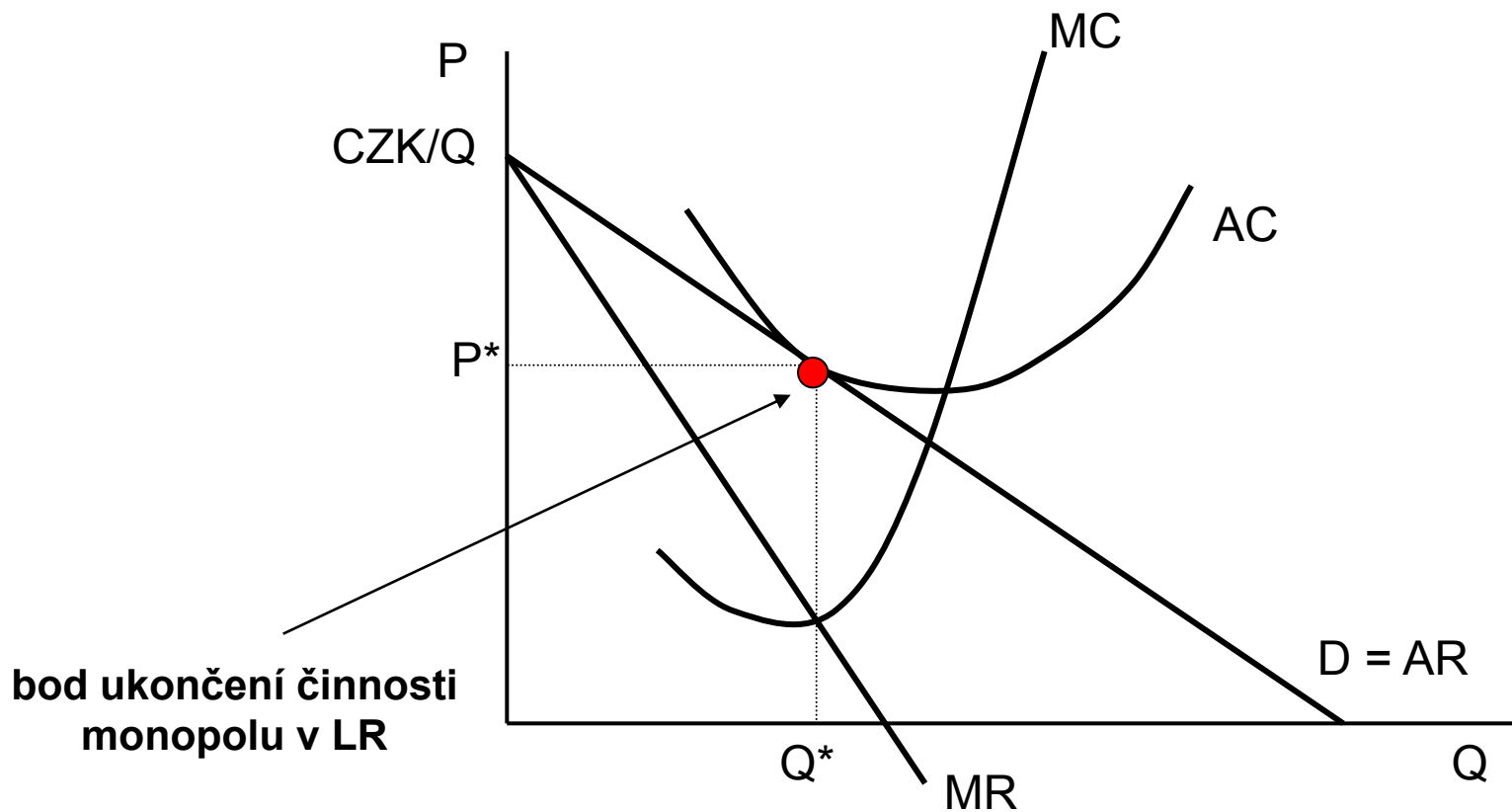
monopol v krátkém období ukončí činnost, pokud $P \leq AVC$



bod ukončení činnosti monopolu v SR se nenachází v minimu AVC

Bod ukončení činnosti monopolu v LR

v dlouhém období monopol ukončí činnost, pokud $P < AC$ (nemůže dlouhodobě vykazovat ztrátu)



bod ukončení činnosti monopolu v LR se nenachází v minimu AC

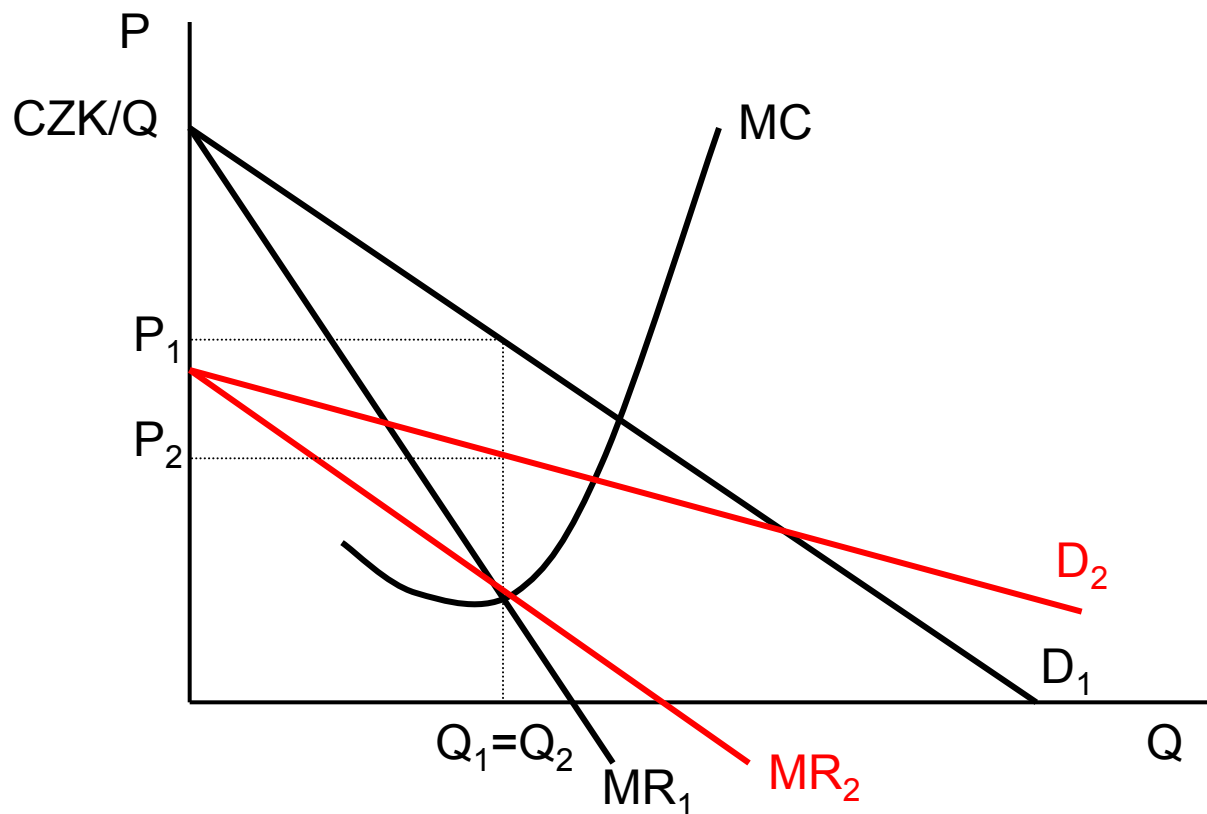
Nabídková křivka monopolu

Nabídkovou funkci monopolu (stejně jako jakékoli jiné NedoKo. firmy) nelze odvodit, protože:

- rovnovážné body firmy neleží na funkci MC
- nelze získat jakoukoli jinou množinu bodů, která by představovala jednoznačný vztah mezi rovnovážným výstupem a cenou
- navíc při změně poptávky: *jednomu rovnovážnému výstupu může odpovídat více cen, nebo jedné ceně více rovnovážných výstupů*

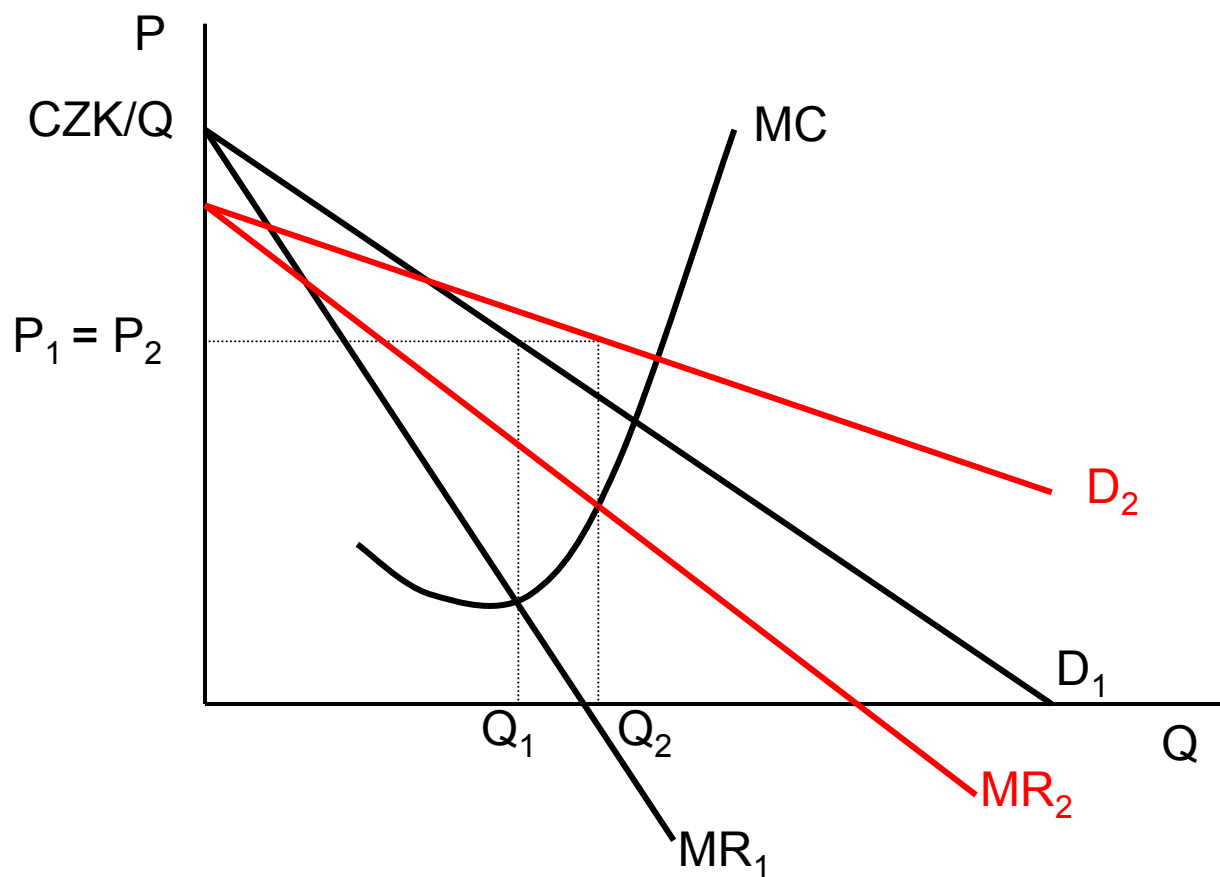
Jeden výstup, dvě ceny

změna individuální poptávky může vést k nové rovnováze,
kdy se změní pouze cena produkce...

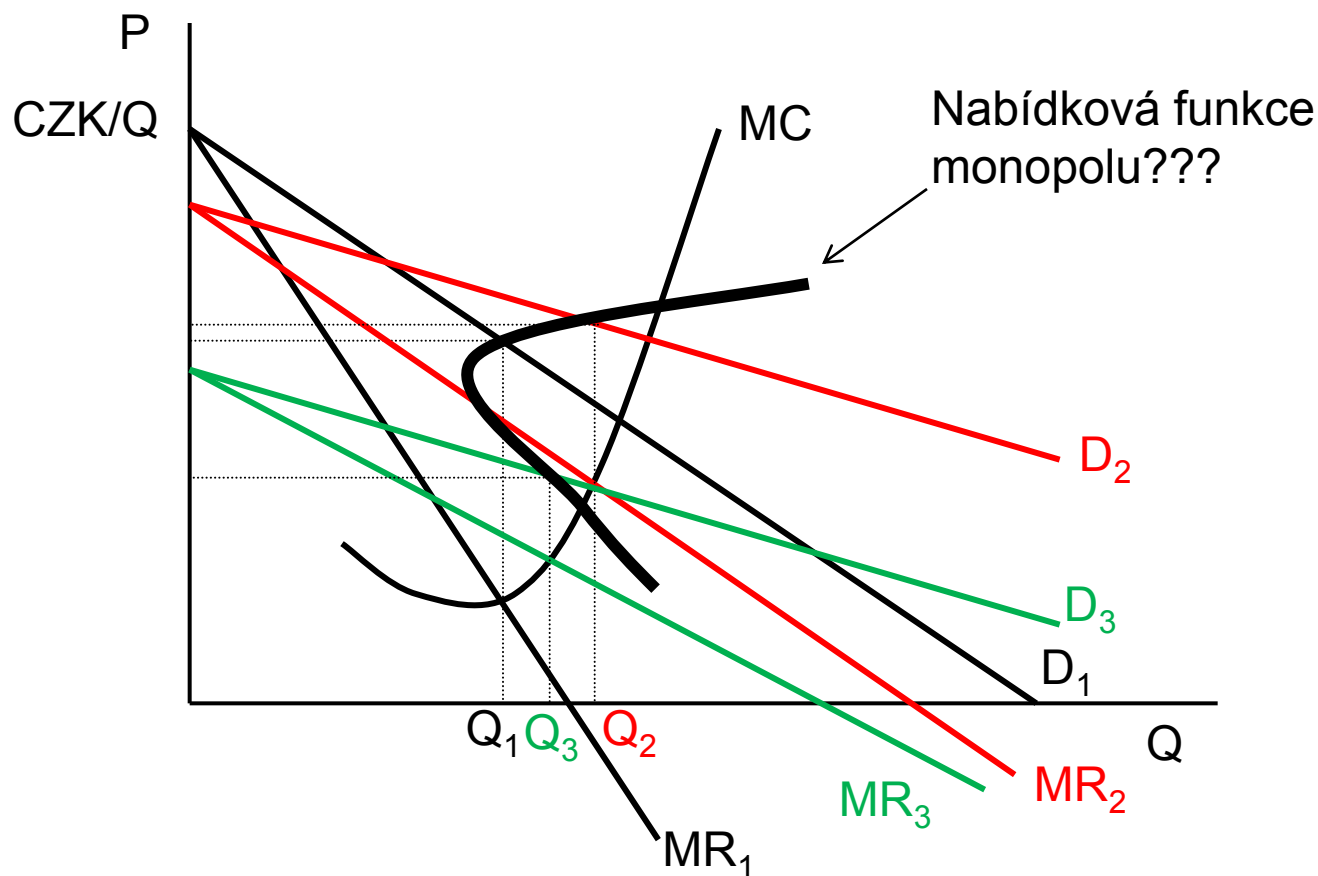


Jedna cena, dva výstupy

... nebo se změní pouze rovnovážný výstup



Nejednoznačnost funkčního vztahu rovnovážného výstupu a ceny



Stanovení ceny monopolem

- monopol nemůže stanovovat libovolnou cenu → musí brát v úvahu ochotu spotřebitelů danou cenu zaplatit
- cena je vyšší než MR i než MC (srovnej s DoKo.)
- rozdíl mezi cenou a MC je ovlivněn cenovou elasticitou poptávky
- čím elastičtější poptávka, tím menší rozdíl P a MC

Pravidlo převrácené elasticity

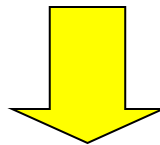
$$MC = MR$$

$$MC = P \cdot (1 + 1/e_{pD})$$

$$P = MC / (1 + 1/e_{pD})$$

if $e_{pD} = -3$, pak $P = 1,5$ násobek MC

if $e_{pD} = -15$, pak $P = 1,125$ násobek MC



čím elastičtější poptávka, tím menší převis P nad MC

Lernerův index monopolní síly

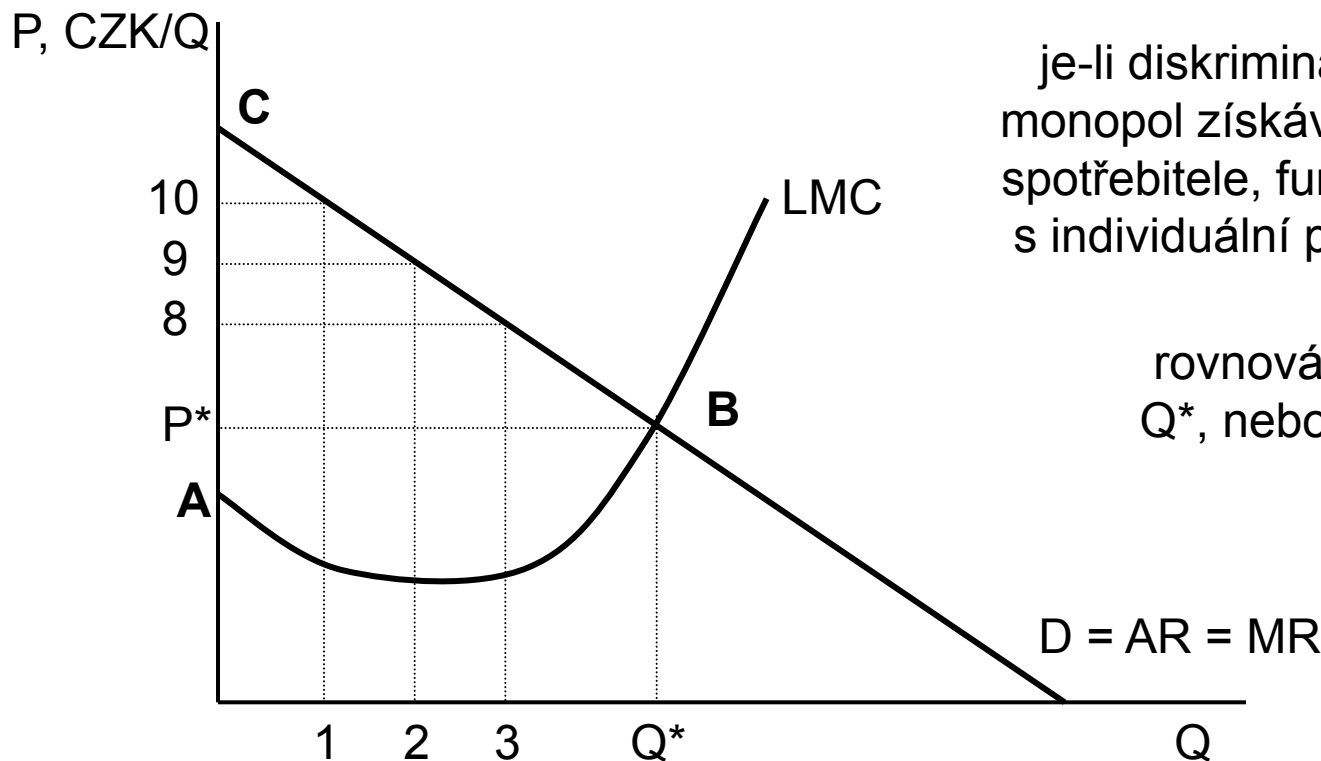
- index, měřící schopnost firmy stanovovat cenu rovnovážné produkce nad úroveň svých MC
- $L = (P - MC)/P$ $L \in \langle 0;1 \rangle$
- pro DoKo. $L = 0$, protože $P = MC$
- čím vyšší hodnota Lernerova indexu, tím větší monopolní sílu firma má a tím větší schopnost stanovit cenu své produkce nad úroveň MC

Cenová diskriminace

- cenová diskriminace = stanovování rozdílných cen stejných výrobků bez „nákladových důvodů“
- cenová diskriminace jako důsledek určité monopolní síly
- může ji provádět jakákoli nedokonale konkurenční firma – nejnáze však firma monopolní
- cílem cenové diskriminace je získání přebytku spotřebitele monopolní firmou – a tedy zvýšit svůj zisk oproti situaci bez diskriminace
- různé formy cenové diskriminace (diskriminace v čase, ceny dle odebraného množství atd.)

Cenová diskriminace prvního stupně

v zásadě teoretická situace – monopol stanoví každému spotřebiteli maximální cenu, kterou je ochoten za každou jednotku zaplatit (nutnost tuto ochotu znát)



je-li diskriminace dokonalá, monopol získává celý přebytek spotřebitele, funkce MR splývá s individuální poptávkou firmy

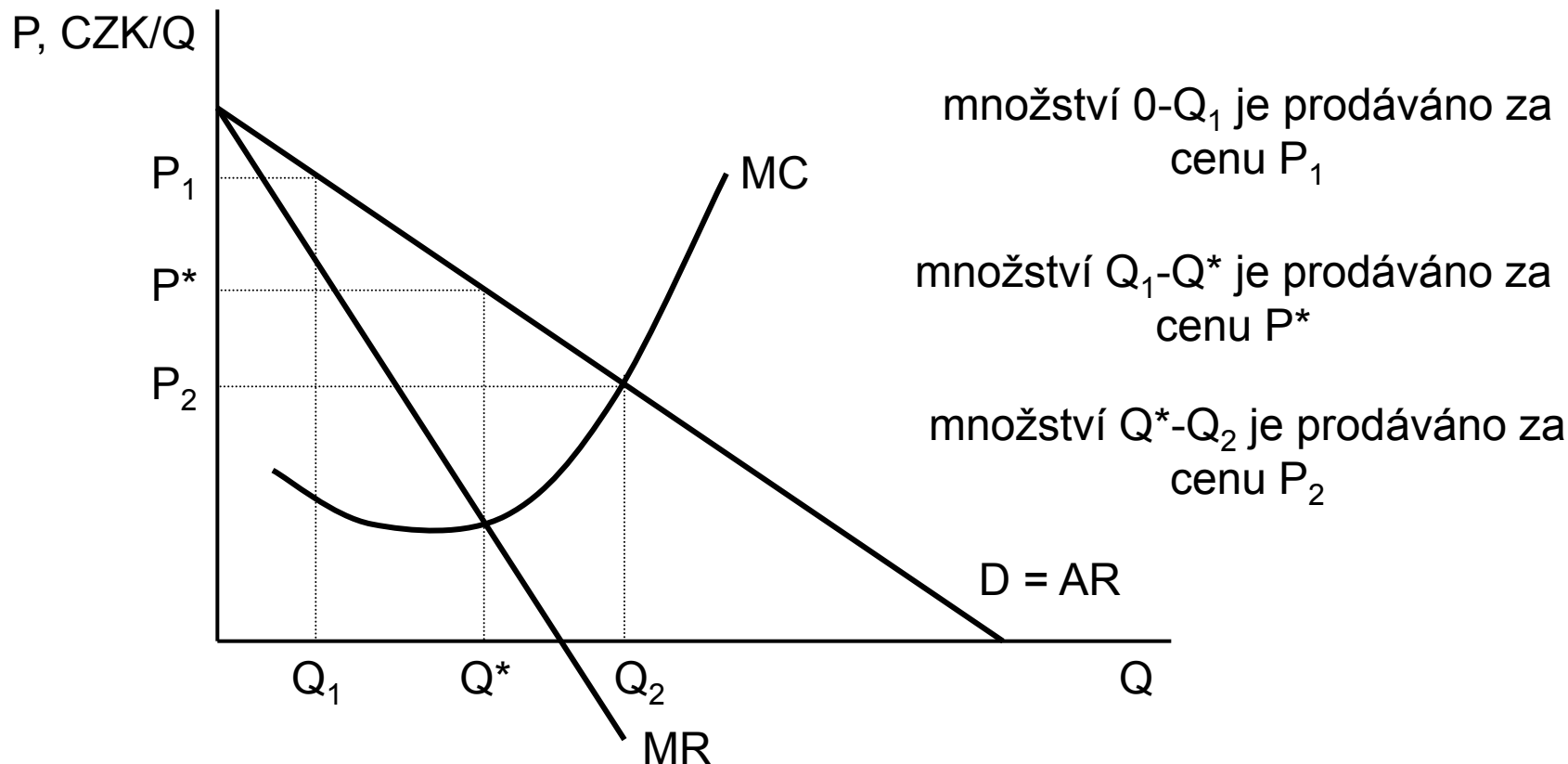
rovnovážné množství je Q^* , neboť zde platí $MR = MC$

zisk monopolu odpovídá ploše ABC

v případě cenové diskriminace 1. stupně (v dokonalé formě) nevznikají náklady mrtvé váhy

Cenová diskriminace druhého stupně

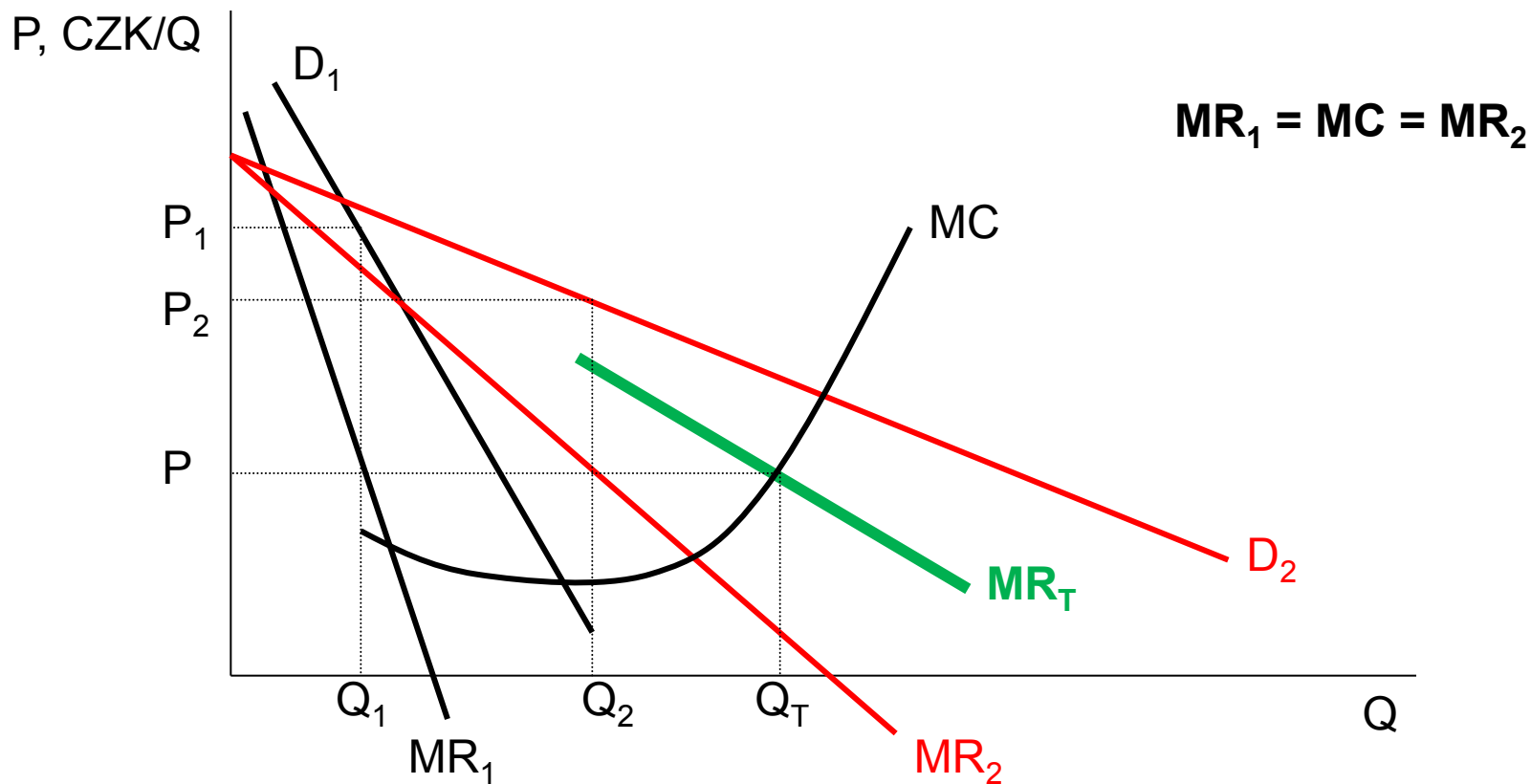
stanovení různých cen za různá kumulovaná množství – fakticky nedokonalá forma c.d. 1. stupně



monopol získává pouze část přebytku spotřebitele, nikoli celý

Cenová diskriminace třetího stupně

rozdělení spotřebitelů na skupiny, z nichž každá má vlastní poptávkovou křivku



méně elastickou poptávkovou křivku představují běžní spotřebitelé

elastičtější křivku poptávky představují např. studenti

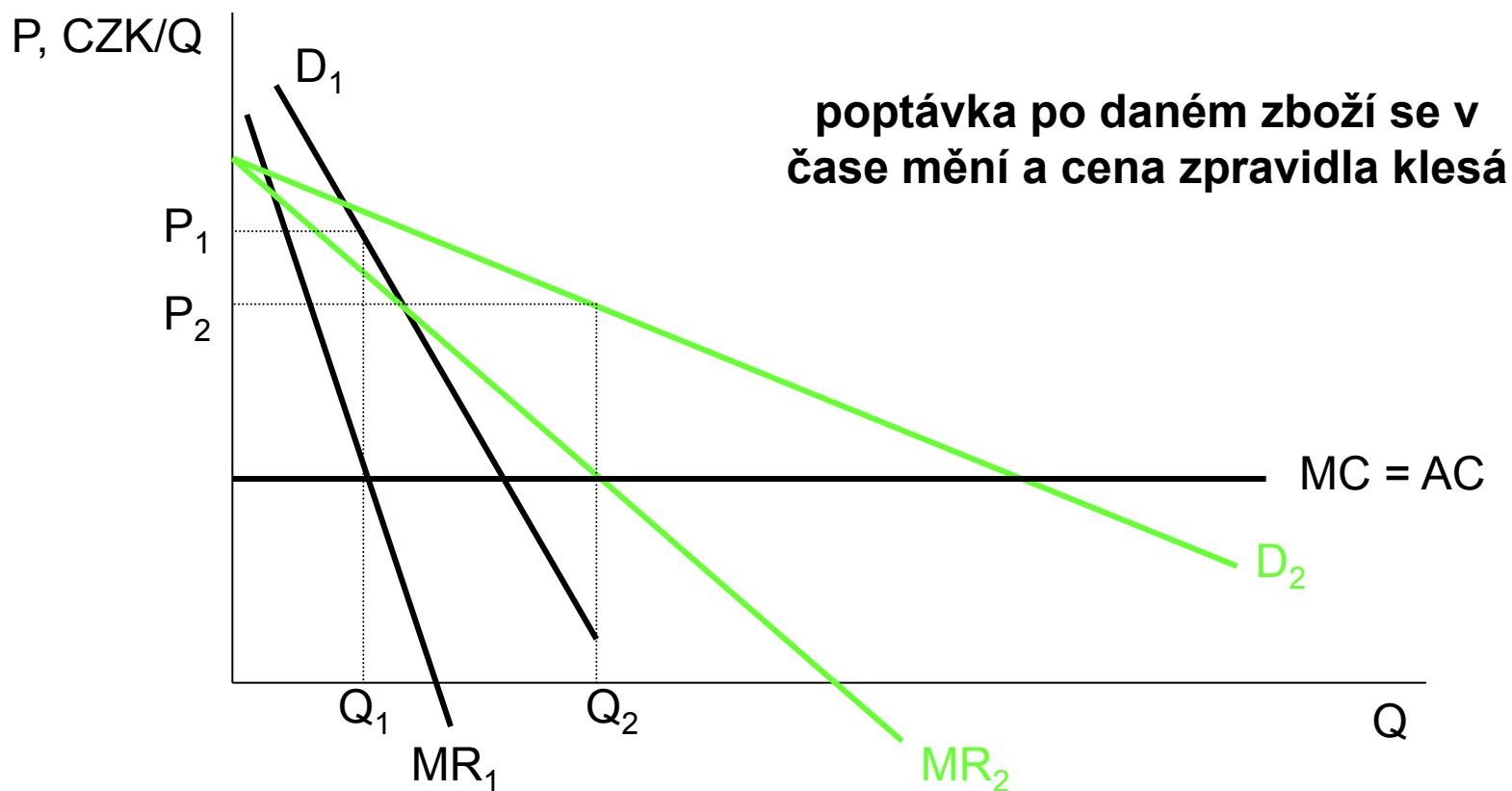
Cenová diskriminace třetího stupně

Má-li fungovat, je třeba aby:

- firma byla schopna rozdělit svou poptávku na poptávky dílčí dle jasného kritéria – cenová elasticita
- spotřebitelé nemohli se zbožím mezi sebou obchodovat (např. letenky na jméno) nebo...
- ...existovaly tak vysoké transakční náklady, aby se obchodování nevyplatilo (např. nákup zboží „za mořem“)

Cenová diskriminace v čase

týká se zpravidla novinek na trzích – opět rozdělení spotřebitelů podle cenové elasticity poptávky (např. trh s operačním systémem Vista)

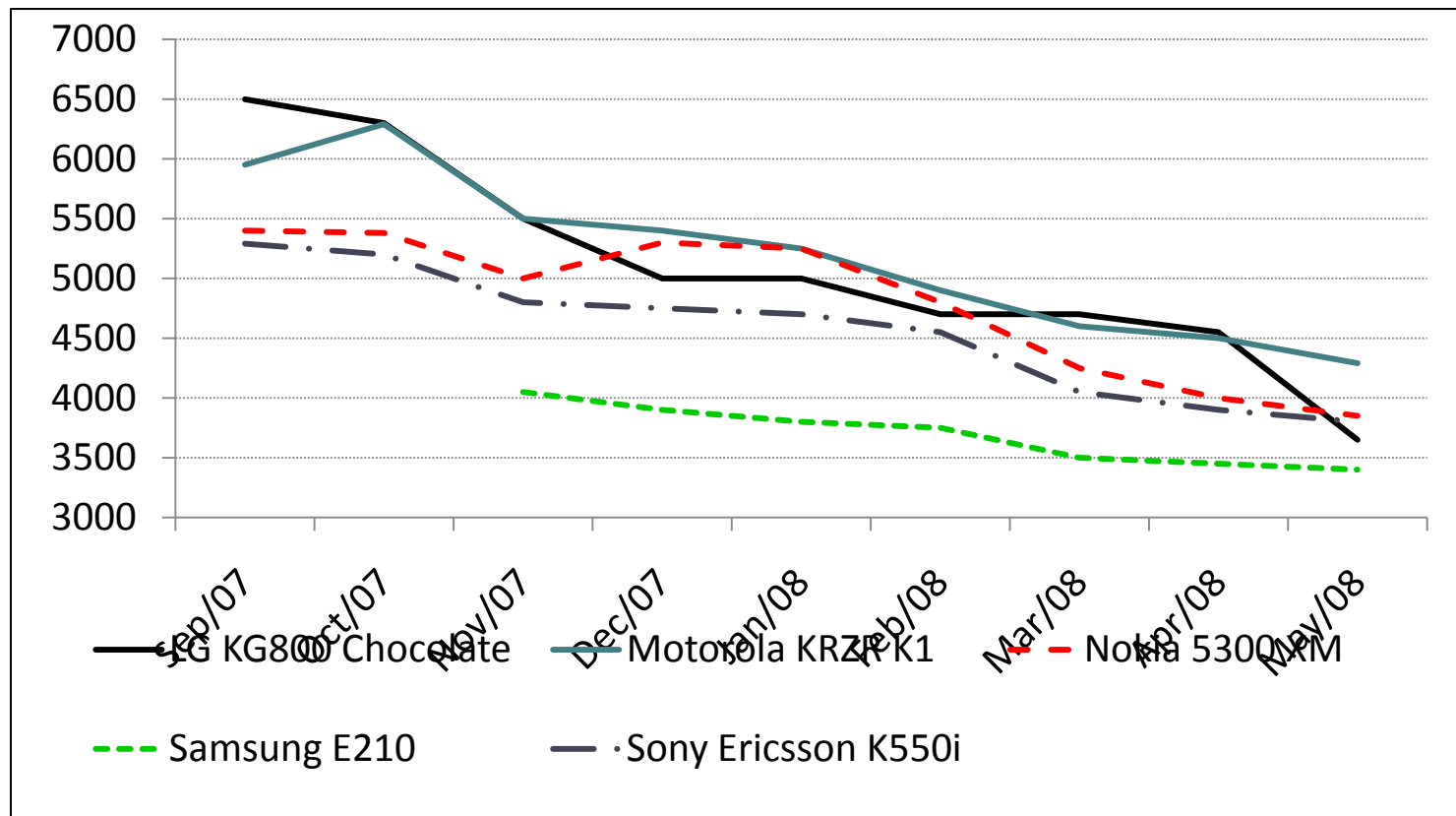


D_1 – ti, co chtějí mít „Visty“ za každou cenu jako jedni z prvních

D_2 – ti, co chtějí mít Win Vista, ale nechtějí za ně zaplatit tak vysokou cenu (pokud vůbec nějakou)

Cenová diskriminace v čase

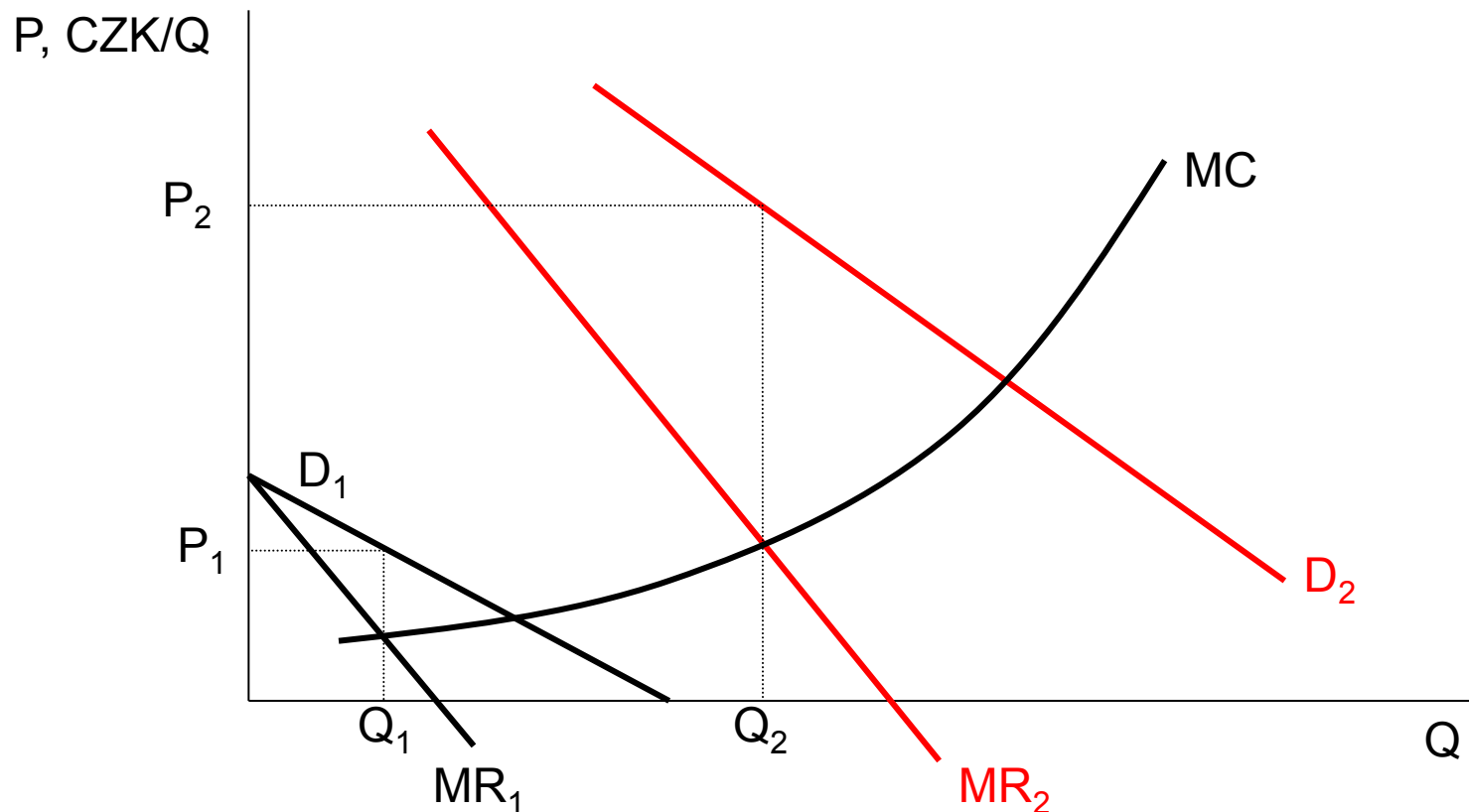
Vývoj ceny vybraných mobilních telefonů (září 2007 – květen 2008)



Zdroj: www.mobilmania.cz

Stanovení ceny ve špičkách

zvýšená spotřeba statku ve špičce zpravidla vede k růstu mezních nákladů (z kapacitních důvodů) a tím i k růstu ceny



D_1 – např. poptávka po tzv. „nočním proudu“

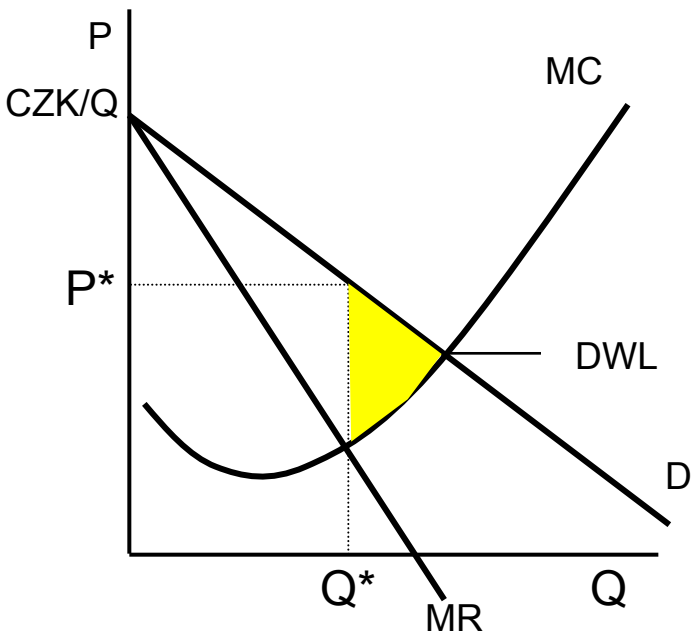
D_2 – poptávka po tzv. „denním proudu“ – spotřeba elektřiny ve špičce

Alokační a výrobní efektivnost monopolu

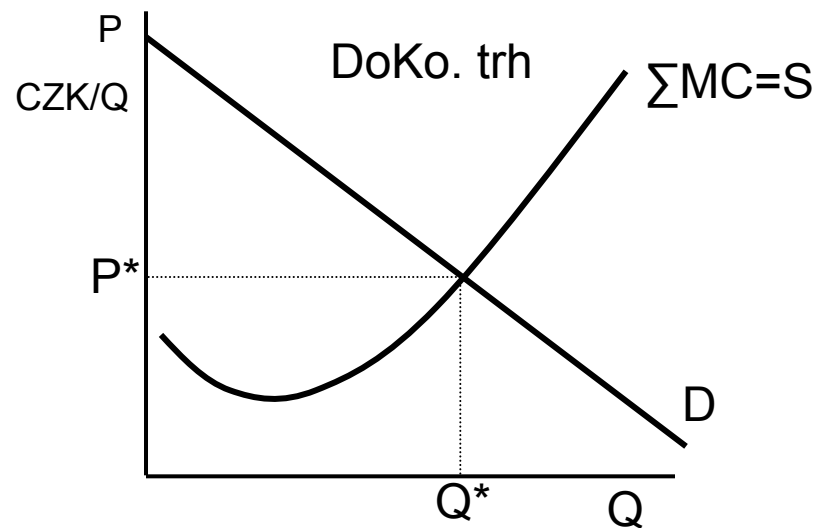
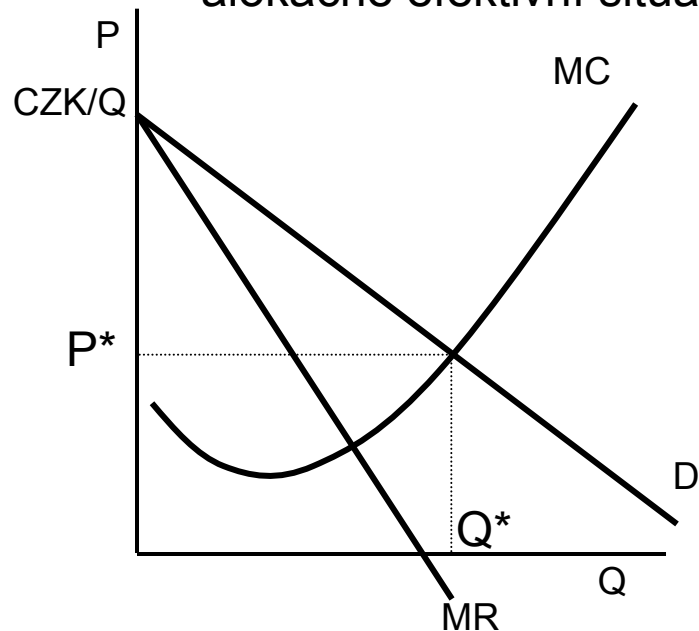
- monopol (stejně jako jakákoli nedokonale konkurenční firma) je alokačně i výrobně neefektivní
- **alokační neefektivnost** – dochází ke vzniku DWL (náklady mrtvé váhy), část přebytku spotřebitelů a výrobců je ztracena – je vyráběno menší množství za vyšší cenu než v DoKo. podmínkách
- **výrobní neefektivnost** – monopol nevyrábí s minimálními AC (ani v dlouhém období)

Posouzení alokační efektivity

alokačně neefektivní situace



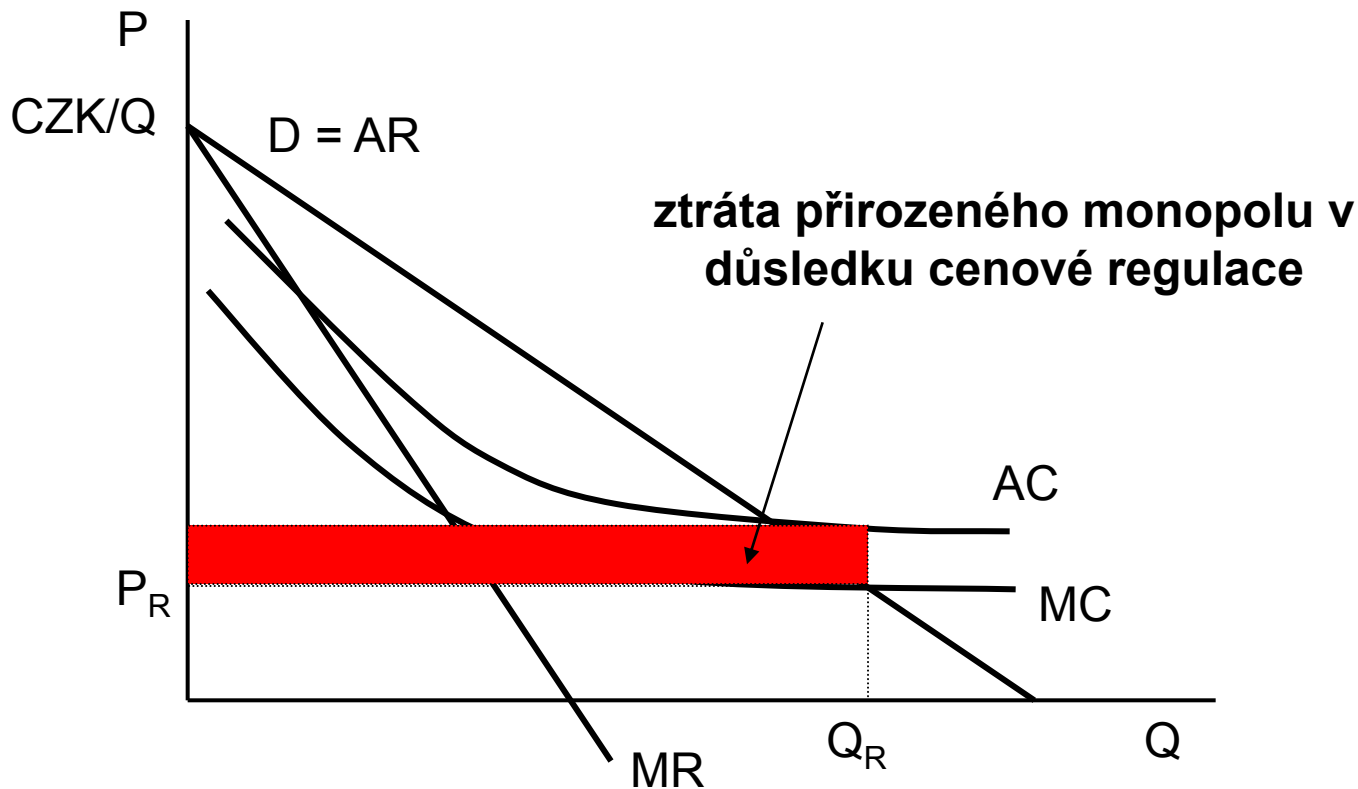
alokačně efektivní situace



Regulace monopolu

- zpravidla cenová regulace – stanovení maximální ceny monopolu státem
- snaha státu stanovit cenu co nejbližší úrovni mezních nákladů – snaha o aplikaci DoKo.
- problém: a) jak stát pozná výši MC monopolu?
b) cena na úrovni MC může monopolu přivodit ztrátu – přirozený monopol
c) cenová regulace může způsobit nerovnováhu na trhu ($D > S$)
- regulovaná cena je firmou vnímána jako nová funkce MR

Důsledek snahy eliminovat DWL u přirozeného monopolu



stát by měl buď výrobu dotovat, nebo odstoupit od ceny stanovené na úrovni MC

Cenová regulace způsobující převis D nad S

