

**Téma:** Oligopol

**Předmět:** Ekonomie II – Mikroekonomie II

**Zaslal(a):** Flákač

### **Charakteristika oligopolu:**

- Malý počet firem vzájemně závislých na rozhodování ostatních
  - Musí brát v úvahu chování konkurenta
  - Při rozhodování je třeba počítat s reakcemi ostatních
- Velký tržní podíl firem
- Případ, kdy jsou pouze 2 firmy = duopol
- Vyráběné statky mohou být homogenní i diferenciované (blízké substituty)
- Mohou existovat bariéry vstupu
- Existence ovlivněna velikostí trhu - velký trh pro malé firmy => příchod nových firem => zánik oligopolu
  - Vstup firmy graficky: posun individuální d doleva
  - Přicházejí dokud se nerovná  $AC=P$  (nulový ekonomický zisk)
  - Firmy se mohou domluvit na limitní ceně - cena, který nemaximalizuje zisk a ostatní pak neláká příchod do odvětví

### **Modely oligopolu - podmínky**

- Fixní počet firem
- Identické náklady => identická optimální množství
- Dokonalá konkurence poptávky
- Snaha maximalizace zisku všech firem (max rozdíl  $TR=TC$ )

## Kartel

- Smluvní oligopol – stejné nebo podobné výrobky po dohodě prodávají za stejné nebo podobné ceny
- Cílem je maximalizovat zisk odvětví a vyhnou se cenové válce
  - $P \cdot Q - (TCq_1 + TCq_2 \dots TCq_n)$
  - $MR(Q) = MC(q)$
- Zisk kartelu maximální při výstupu kde platí: společný  $MR(Q)$  je stejně velký jako přírůstek celkových nákladů každé firmy  $MC(q)$ .
  - $MR(Q)$  odvozen z tržní poptávky
  - $MC$  všech firem se sečtou horizontálně a v průsečíku s  $MR(Q)$  se na tržní poptávce najde optimální cena platná pro všechny firmy
- Problematika:
  - Ve většině zemí zakázáno => není možné smluvně
  - Úmyslné poskytování nepravdivých informací (či žádných) o nákladech ostatním firmám při stanovování optima
  - $P > MC$ , takže mají firmy tendenci tajně zvyšovat výstup
  - Nutná znalost tržní křivky  $D$
  - Větší zisky jedné firmy jsou trnem v oku firem s nižšími zisky