

### **Přechod od konkurence k monopolu a zpět**

Konkurence sice vede k tržní rovnováze, ale ta zase vede ke stagnaci (množství ani ceny se nemění), což není z dlouhodobého hlediska udržitelné. Dříve či později tuto rovnováhu některý z výrobců naruší tím, že se mu díky inovacím podaří vyrábět více zboží za nižší ceny, a tím z trhu postupně vytlačí své konkurenty. Tak **vznikne monopol**, což se z počátku může jevit jako pozitivní jev. Monopolního výrobce však nic nenutí snižovat ceny a zvyšovat kvalitu. Proto je po nějaké době na trhu jen jeho nekvalitní zboží za neúměrně vysoké ceny a nutně se objeví někdo, kdo nabídne vyšší kvalitu za nižší ceny. Tak opět **vznikne konkurence**.

### **Konkurence**

je souběžná snaha více výrobců stejného výrobku o získání většího počtu zákazníků a tím také vyššího zisku. Je výhodná nejen pro zákazníky, protože vede ke snižování nákladů a tedy i cen, ale také pro výrobce, protože je nutí neustále vyvíjet nové, lepší a kvalitnější výrobky (inovovat).

#### **Konkurence na straně nabídky**

nastává v případě tzv. převisu nabídky nad poptávkou, tedy situace, kdy je na trhu více zboží než kupujících, kteří o něj mají zájem. To vede k situaci „nabídka chce - poptávka nechce“ (viz Pracovní list č. 2) a tedy ke snížení ceny.

#### **Konkurence na straně poptávky**

nastává v případě tzv. převisu poptávky nad nabídkou, tedy situace, kdy je některého zboží na trhu nedostatek a kupující ho vyžadují. To vede k situaci „poptávka chce - nabídka nemůže nebo nechce“ (viz Pracovní list č. 2) a tedy ke zvýšení ceny.

### **Monopol**

nastává tehdy, když dané zboží nabízí pouze jeden výrobce. Ten pak může „diktovat“ ceny a množství (ovšem s ohledem na kupní sílu poptávky) a bránit konkurenci ve vstupu na trh. Monopolního výrobce nic nenutí snižovat ceny ani zvyšovat kvalitu výrobků a služeb.

### **Oligopol**

nastává tehdy, když je na trhu jen několik výrobců (např. tři) nabízejících podobný výrobek nebo službu a každý z nich může významně ovlivnit cenu, například rozpoutáním tzv. cenové války nebo omezením dodávaného množství, na které nedokáží jeho konkurenti rychle zareagovat.

### **Kartel**

nastává tehdy, když se několik výrobců dohodne na společném ovládnutí trhu, tedy na stanovení množství a ceny. Naštěstí nemá kartel většinou dlouhého trvání, neboť první, kdo vycítí možnost ovládnout trh (a stát se tedy na chvíli monopolem), ten z kartelu vystoupí.

## **Přirozený monopol**

těží z jisté konkurenční výhody, tedy má něco, co by bylo pro jiného výrobce při vstupu na trh příliš nákladné (např. vybudování infrastruktury, získání vhodnější lokality nebo přístupnějšího zdroje). Vzniká nejčastěji v tzv. síťových odvětvích, jako je dodávka energií, vody, telekomunikace nebo pošta. Většinou bývá regulován.

## **Substituty**

jsou výrobky (služby), kdy lze snadno nahradit jeden druhým, aniž by se užitok pro zákazníka změnil (např. rohlík a houska, Coca-Cola a Pepsi).

Roste-li spotřeba takového výrobku, spotřeba jeho substitutů současně klesá.

## **Komplementy**

jsou výrobky (služby), kde spotřeba jednoho vyplývá ze spotřeby druhého, a které se kupují současně (lyže a lyžařské boty, DVD a přehrávač).

Roste-li spotřeba takového výrobku, spotřeba jeho komplementů současně roste.

Zapamatujte si, že...

1. Žádný podnik nemůže dlouho udržet monopol. Dříve či později ho někdo napodobí.
2. Ani monopol (pokud na chvíli vznikne) nemůže zvyšovat ceny bez ohledu na poptávku.
3. Vždy mám jinou alternativu a mohu přejít ke konkurenci. Jen to někdy vyžaduje trochu úsilí.