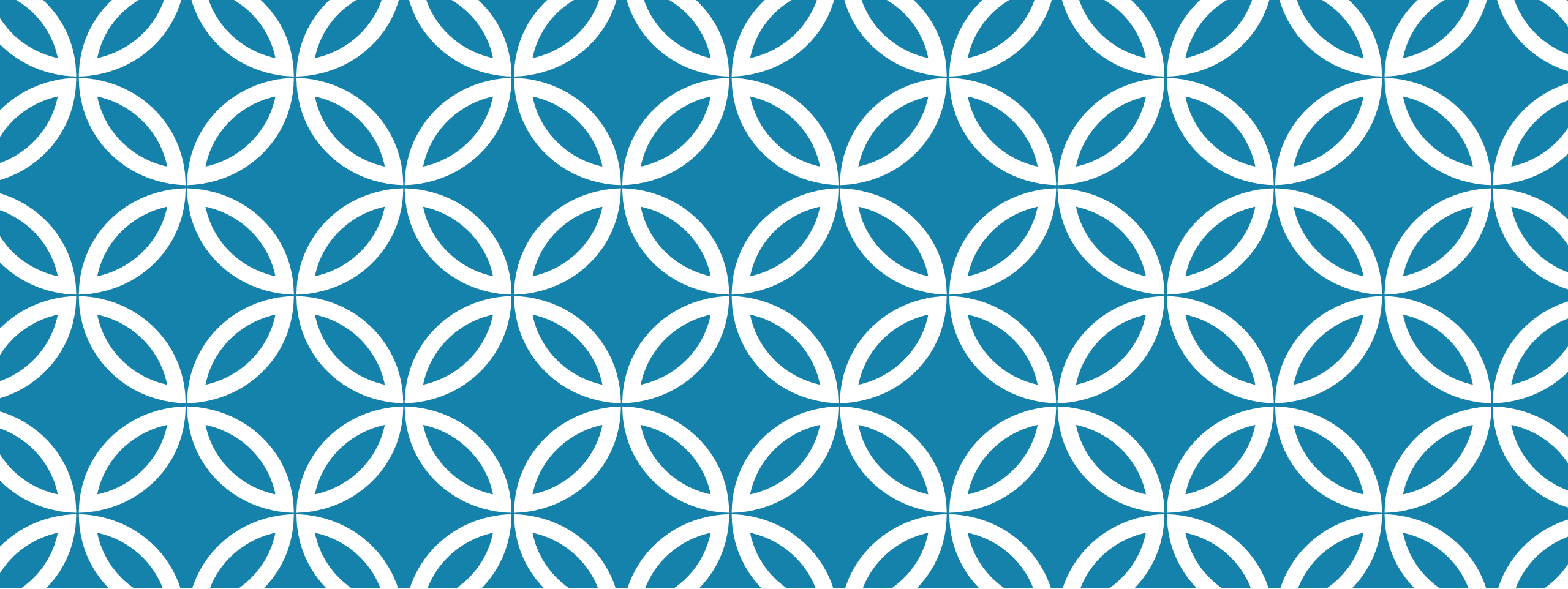




DECYZJE MONOPOLI O WIELKOŚCI PRODUKCJI I POZIOMIE CEN

POZOSTAŁE TYPY RYNKÓW

Ćwiczenie VII

DLA CZEGO POWSTAJE MONOPOL?

- Przedsiębiorstwo jest **monopolem** (*monopoly*), jeżeli jako jedyne sprzedaje swoje produkty/usługi i jeśli produkt ten nie ma bliskich substytutów.
- Główną przyczyną monopolizacji są **bariery wejścia** (*barriers to entry*).

KRZYWE POPYTU PRZEDSIĘBIORSTWA KONKURENCYJNEGO I MONOPOLU

Figure 2

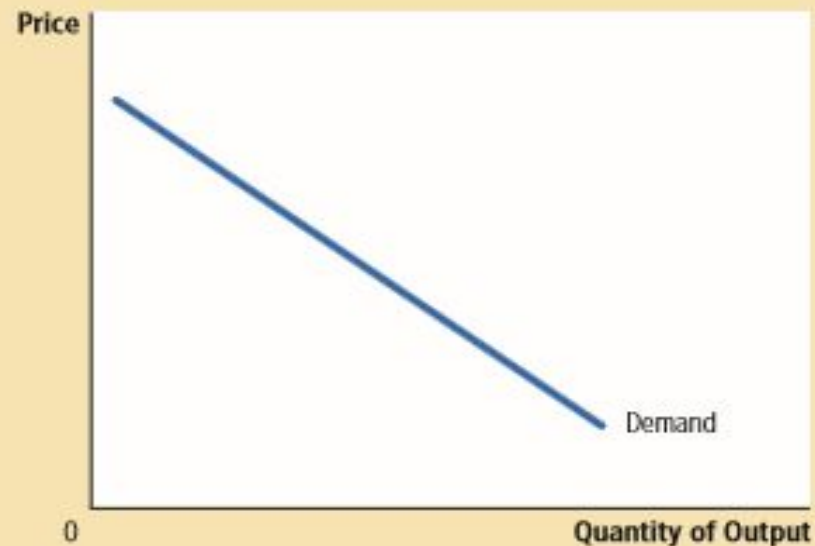
Demand Curves for Competitive and Monopoly Firms

Because competitive firms are price takers, they in effect face horizontal demand curves, as in panel (a). Because a monopoly firm is the sole producer in its market, it faces the downward-sloping market demand curve, as in panel (b). As a result, the monopoly has to accept a lower price if it wants to sell more output.

(a) A Competitive Firm's Demand Curve



(b) A Monopolist's Demand Curve



UTARG MONOPOLU

Quantity of Water (Q)	Price (P)	Total Revenue ($TR = P \times Q$)	Average Revenue ($AR = TR/Q$)	Marginal Revenue ($MR = \Delta TR/\Delta Q$)
0 gallons	\$11	\$ 0	—	
1	10	10	\$10	\$10
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

Table 1

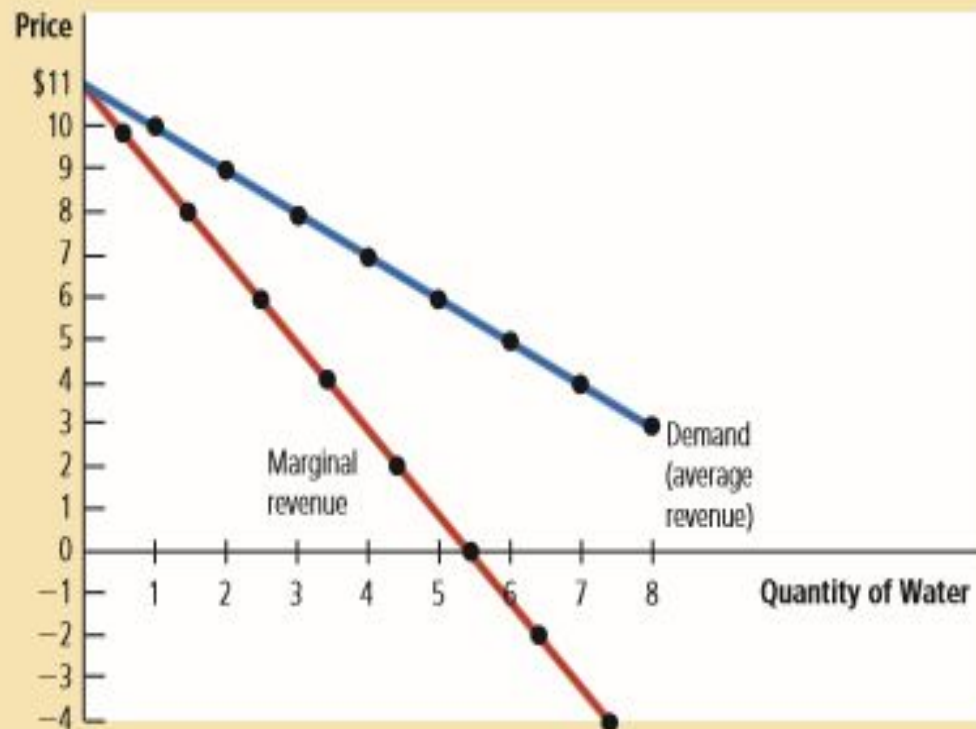
A Monopoly's
Total, Average,
and Marginal
Revenue

KRZYWE POPYTU I UTARGU KRAŃCOWEGO

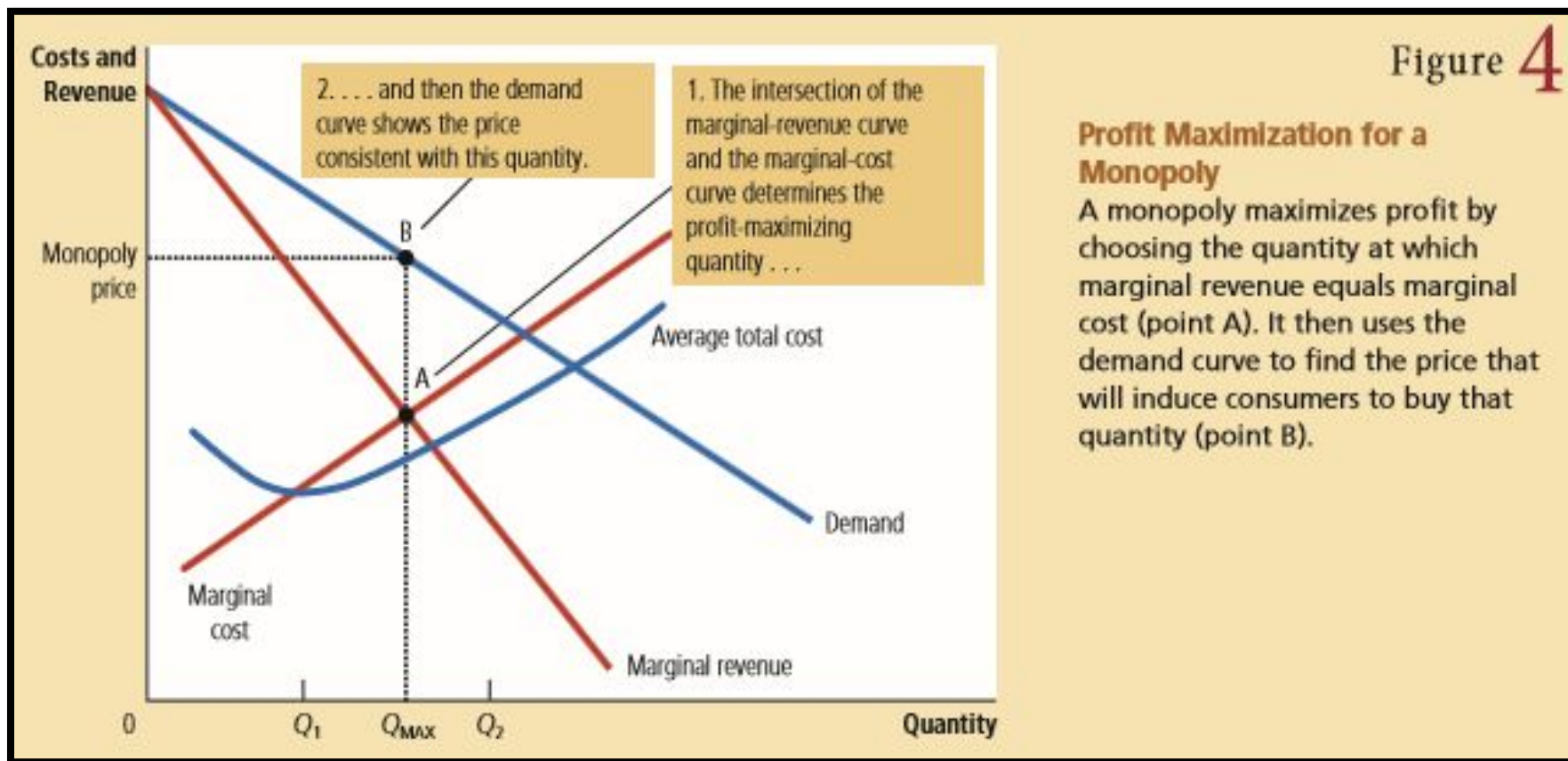
Figure 3

Demand and Marginal-Revenue Curves for a Monopoly

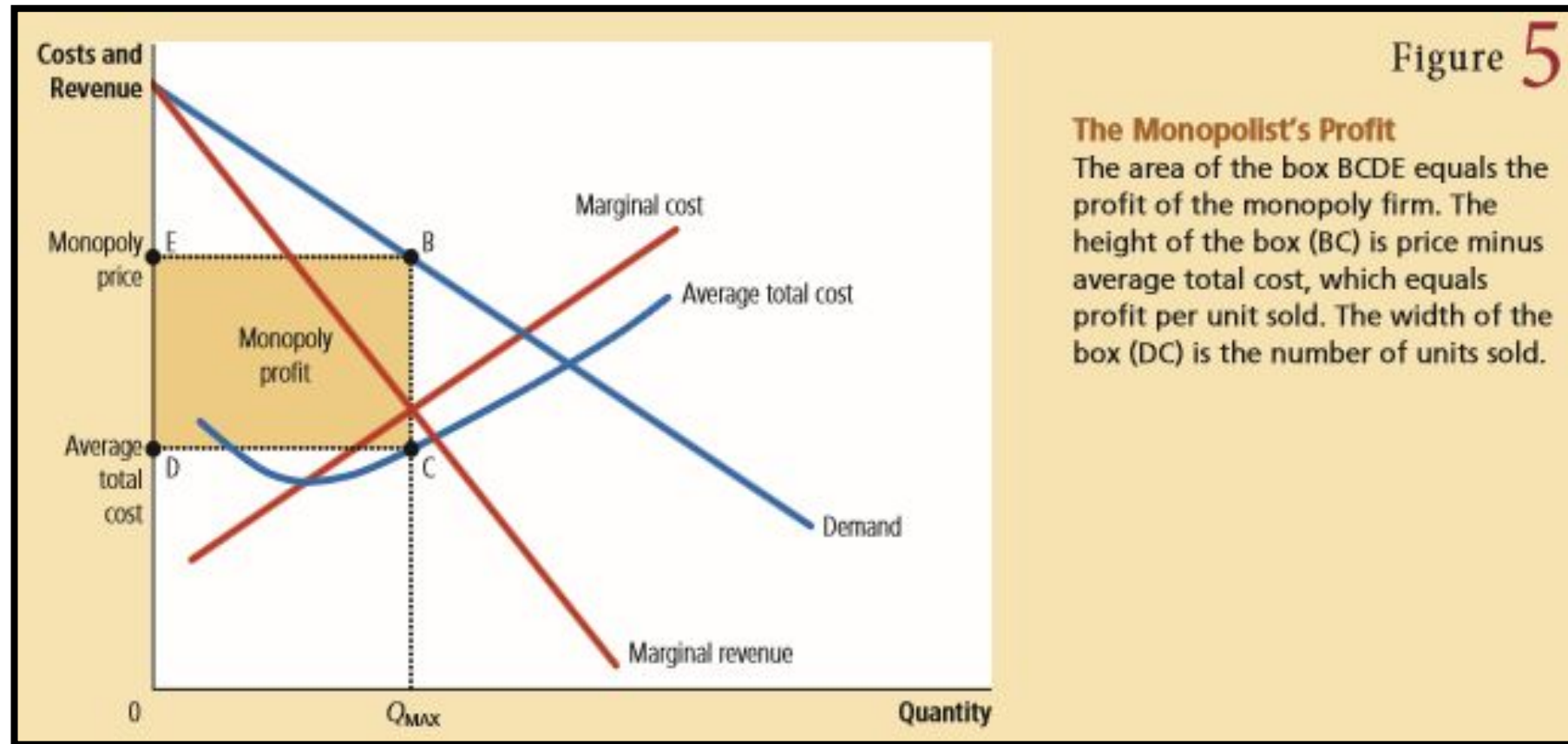
The demand curve shows how the quantity affects the price of the good. The marginal-revenue curve shows how the firm's revenue changes when the quantity increases by 1 unit. Because the price on *all* units sold must fall if the monopoly increases production, marginal revenue is always less than the price.



MAKSYMALIZACJA ZYSKU PRZEZ MONOPOL



ZYSK MONOPOLU



KONKURENCJA MONOPOLISTYCZNA

- **Konkurencja monopolistyczna** to taki rodzaj struktury rynku, w przypadku którego wiele przedsiębiorstw sprzedaje podobne lecz nie takie same produkty.

Cechy:

- Liczni producenci, którzy wytwarzają i sprzedają produkty zróżnicowane pod względem jakości, opakowania, marki itp.;
- Znaczny stopień kontroli cen;
- Konkurencja za pomocą jakości, reklamy;
- Optimum przedsiębiorstwa zależy nie tylko od decyzji odnośnie ceny, ale i reakcji konkurentów na te decyzje;
- Przykład: handel detaliczny (rynek książek, płyt CD, filmów, restauracji itd.

Założenia:

- Produkty są zróżnicowane i posiadają bliskie substytuty;
- Swoboda wchodzenia na rynek i opuszczania rynku;
- Wielu sprzedających i kupujących;
- Założenie doskonałej informacji o rynku.

OLIGOPOL

- **Oligopol** to taki rodzaj rynku, w przypadku którego niewielka liczba sprzedawców oferuje podobne lub identyczne produkty

Cechy:

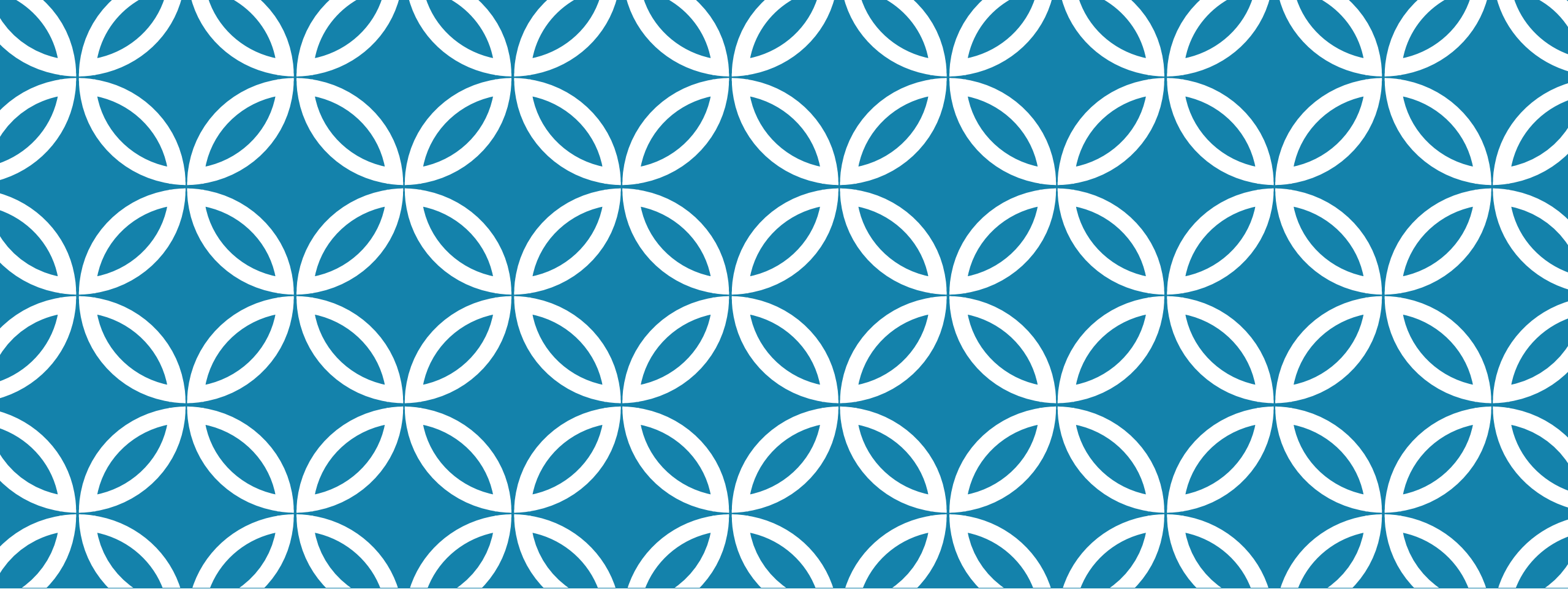
- Silna współzależność między przedsiębiorstwami;
- Możliwości wyznaczania ceny i wielkości produkcji przez dane przedsiębiorstwo uzależnione są od postępowania przedsiębiorstw konkurencyjnych – względna stabilność cen;
- Reakcje konkurentów mogą być różne i trudno jest przewidzieć z góry, jaki będzie ich rodzaj i zasięg;
- Konkurencja przybiera charakter głównie niecenowy;
- Przedsiębiorstwa oligopolu zawierają niekiedy między sobą umowy dotyczące podziału produkcji, rynków zysku i zysku monopolowego;
- Przykład: samochody, maszyny.

Założenia:

- Produkty jednorodne lub zróżnicowane;
- Niewielka liczba sprzedawców i wielu kupujących;
- Ograniczony dostęp do rynku;
- Pełna informacja o rynku.

PODSUMOWANIE

Cechy	Konkurencja doskonała	Konkurencja monopolistyczna	Oligopol	Monopol
Liczba konkurentów	nieograniczona	wielu	kilku	jeden producent
Produkt	jednorodny, niezróżnicowany	zróżnicowany, wiele podobnych substytutów	zróżnicowany lub niezróżnicowany	nieliczne lub nawet brak substytutów
Bariery wejścia na rynek	niewielkie	kilka	wiele	wejście ograniczone
Znajomość rynku	doskonała	niedoskonała, chociaż lepsza niż w oligopolu	niedoskonała	doskonała
Znaczenie konkurencji cenowej	bez znaczenia (brak kontroli cen)	bardzo ważna	unika się jej	bez znaczenia
Znaczenie promocji	bez znaczenia	ważna	bardzo ważna	bez znaczenia
Przykłady rynków	niektóre produkty spożywcze	kawa, pasty do zębów, zegarki	samochody, przewozy lotnicze, wynajem samochodów	rynki użyteczności publicznej, np. pocztowy, telekomunikacyjny



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!