

Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Ćavar, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:518271>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-11**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Iva Čavar

Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Iva Čavar

Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Završni rad

Kolegij: Mikroekonomika

JMBAG: 0010236391

e-mail: icavar@efos.hr

Mentor: prof. dr. sc. Ivan Kristek

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

University undergraduate study of Business Economics and Economics


Iva Čavar

Short-term and Long-term Equilibrium in Monopoly

Final paper

Osijek, 2024.

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Iva Čavar

JMBAG: 0010236391

OIB: 97849893196

e-mail za kontakt: cavar.iva@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Kratkoročna i dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Mentor/mentorica rada: prof. dr. sc. Ivan Kristek

U Osijeku, 2024. godine

Potpis :

Iva Čavar

SAŽETAK

Trgovina robom i uslugama okružuje nas od samih početaka postojanja čovječanstva. Zahvaljujući ljudskom razvoju, ali i razvoju trgovine, danas postoji velik spektar tržišnih struktura. Upravo jedna od tih struktura koja se nalazi na spektru od savršene konkurencije sve do nesavršene konkurencije je monopol. Monopol pripada tržištima nesavršene konkurencije te mu je cilj maksimalizacija dobiti. Određivanjem optimalne količine i cijene monopolska poduzeća upravo to i postižu. U dugom roku monopol je podložan većim izazovima nego što je u kratkom roku. Kao što i monopol nailazi na izazove, tako zbog njegova djelovanja na izazove nailaze i potrošači. Kako bi se spriječila monopolska dominacija tržištem i njegovo provođenje politike diskriminacije cijena, monopol se u današnje vrijeme strogo regulira. Regulacijom cijena ili zakonima, javne institucije nastoje zaštititi konkurente na tržištu i potrošače.

Ključne riječi: monopol, kratkoročna i dugoročna ravnoteža, maksimalizacija dobiti, antitrustovski zakon, određivanje cijena

ABSTRACT

Trade in goods and services is something that has surrounded us since the very beginnings of human existence. Due to human development, as well as the development of trade, today there is a wide range of market structures. One of these structures found on the spectrum ranging from perfect competition to imperfect competition, is monopoly. Monopoly belongs to imperfect competition markets and its goal is profit maximization. By determining the optimal quantity and price, monopolistic firms achieve just that. In the long run, a monopoly faces greater challenges than in the short run. Just as monopolies encounter challenges, consumers also face challenges due to their actions. In order to prevent monopolistic domination of the market and the implementation of price discrimination policies, monopolies are strictly regulated in today's world. Through price regulation or laws, the state and other public institutions seek to protect other firms in the market and consumers.

Keywords: monopoly, short-term and long-term equilibrium, profit maximization, antitrust law, price determination

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Metodologija rada | 2 |
| 3. Definiranje monopola..... | 3 |
| 4. Kratkoročna ravnoteža u uvjetima monopola..... | 4 |
| 5. Dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola..... | 5 |
| 6. Određivanje cijena i maksimalizacija dobiti | 7 |
| 7. Izvori monopolske moći | 9 |
| 7.1. Lernerov indeks..... | 9 |
| 7.2. Faktori elastičnosti potražnje poduzeća u kontekstu monopolske moći..... | 10 |
| 8. Utjecaj regulacije na monopol..... | 12 |
| 8.1. Antitrustovski zakoni..... | 12 |
| 8.2. Regulacija cijena | 13 |
| 9. Primjer monopola u kontekstu diskriminacije cijena | 14 |
| 10. Zaključak..... | 15 |
| LITERATURA | 16 |

1. Uvod

Monopol je tržišna struktura koju karakterizira jedan proizvođač koji ima potpunu kontrolu nad gospodarskim sektorom u kojem posluje, bez bliskih supstituta. Monopol može biti čisti, prirodni, bilateralni, i drugi. Prirodni monopol je onaj koji je najčešći u „stvarnom svijetu“ te nastaje zbog ekonomije obujma koja čini jednog prodavatelja dominantnim na tržištu. Na suprotnoj strani postoji čisti monopol, gdje je potražnja za robom potpuno neelastična te je ovo rijedak slučaj u stvarnosti. Monopol pripada tržištu nesavršene konkurencije te odlučuje o optimalnoj količini proizvodnje i optimalnoj cijeni. Pronalaskom ravnoteže između te dvije stavke, monopolist ostvaruje maksimalnu dobit. U kratkom, ali i u dugom roku, monopolist teži upravo maksimalizaciji dobiti. Dugoročno, monopolist i njegova dobit bit će više izložena promjenama u uvjetima poslovanja i konkurenciji. Određivanje cijena u monopolskom okruženju je složen proces, ali zanimljiv pojam koji dolazi uz ovo okruženje je diskriminacija cijena. Ova politika se često koristi i u stvarnosti kako bi poduzeća maksimalizirala dobit što utječe naravno na potrošače. Monopolska moć je važan pojam u ovom okruženju te proizlazi iz različitih izvora, uključujući ulazne barijere, patente i licence. Jedna od metoda kvantitativnog mjerenja ove moći je Lernerov indeks te se monopolska moć regulira intervencijama države, antitrustovskim zakonima i regulacijom cijena. Monopol se mora regulirati kako bi se kontroliralo tržišno natjecanje te zaštitilo ostale proizvođače, ali i potrošače.

2. Metodologija rada

Sadržaj rada podijeljen je na nekoliko međusobno povezanih tematskih cjelina. U deset poglavlja, koliko rad sadrži od uvoda do zaključka, cilj rada je pobliže objasniti monopol kao tržišnu strukturu. Pojašnjavanje je orijentirano na razliku monopola u uvjetima kratkog i dugog roka te na način na koji monopol maksimalizira dobit. Dvije upotrijebljene metode prilikom izrade rada su deskriptivna metoda i metoda kompilacije. Deskriptivnom metodom će se detaljno opisati neki od glavnih pojmova monopola, dok će se metodom kompilacije analizirati i sintetizirati postojeći teorijski i empirijski dokazi o monopolu. U trećem poglavlju, nakon uvoda i metodologije rada, definirat će se monopol prema izvorima raznih autora kako bi što preciznije i bolje upoznali samu tržišnu strukturu. Zatim, četvrto i peto poglavlje služe za uspostavu razlike između ove tržišne strukture u uvjetima kratkoročne i dugoročne ravnoteže. Šesto poglavlje govori o glavnom monopolskom cilju, maksimalizaciji dobiti te o optimalnom određivanju cijene i količine proizvodnje koji su ključni u ostvarivanju tog cilja. Kroz sedmo poglavlje odgovara se na pitanje o izvorima monopolske moći te njenim važnim faktorima i na koji način se ona mjeri. Osmo poglavlje govori o regulaciji monopola i njenoj važnosti i ulozi u sprječavanju dominacije monopolskih poduzeća nad cijelim tržištem. Deveto poglavlje na primjeru pokazuje kako politika diskriminacija cijena utječe direktno na potrošače te deseto poglavlje iznosi zaključne riječi o monopolskoj tržišnoj strukturi.

3. Definiranje monopola

Riječ monopol ima grčko podrijetlo, *mono* znači jedan, a *polist* znači prodavatelj. Korijen riječi već pokazuje o kakvoj tržišnoj strukturi je riječ. Monopol je tržišna struktura u kojoj postoji samo jedan proizvođač/prodavatelj te ima potpunu kontrolu nad gospodarskim sektorom u kojem posluje. Također, treba napomenuti da na ovom tržištu nema bliskih supstituta. U posljednje dvije rečenice saželi smo temelj za razumijevanje i diferenciranje monopola od ostalih tržišnih struktura te prema nekim autorima te tri stavke smatraju se uvjetima za čisti monopol. Prema Babanu (1991:157) postoji potpuni monopol, čisti monopol, unilateralni monopol, bilateralni monopol, parcijalni monopol, kvazi-monopol, heterogeni monopol, prirodni monopol, zakonski (državni monopol), oktopodski monopol, javni monopol, privatni monopol te stvarni monopol. Potpuni i čisti modeli monopola su neostvarivi u stvarnom životu te su oni samo teorijski modeli te ih zato možemo teorijski bolje objasniti. Isti autor navodi da potpuni monopol postoji u sljedećim uvjetima:

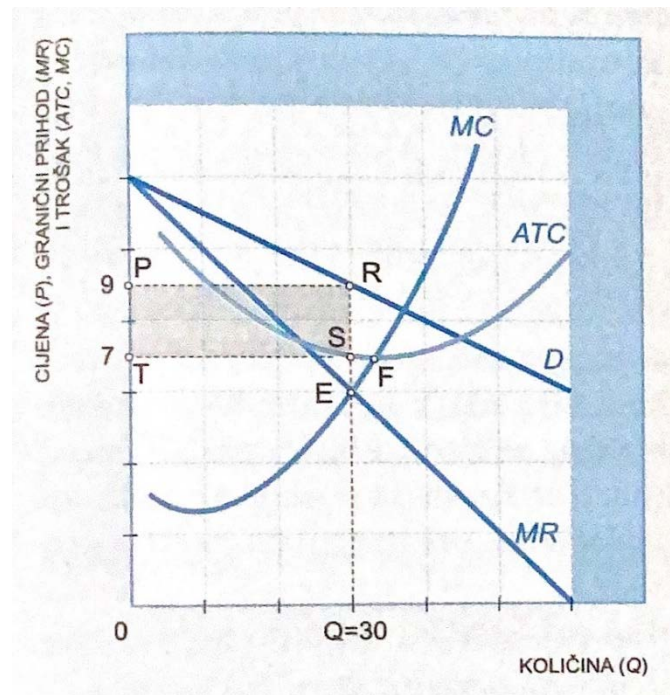
- a) Kada na tržištu određene robe postoji samo jedan prodavalac (monopol) ili jedan kupac (monopson), ili jedan prodavalac i jedan kupac (bilateralni monopol)
- b) Kada je potražnja za tom robom potpuno neelastična
- c) Kada nema supstitucije za tu robu
- d) Kada je seljenje kapitala i osnivanje novih poduzeća onemogućeno ili veoma otežano
- e) Kada monopolist potpuno kontrolira kupoprodajne količine i cijene
- f) Kada se roba prodaje i kupuje po monopolskoj cijeni.

Uvjeti u kojima se pojavljuje čisti monopol već su definirani u uvodnim rečenicama ovog poglavlja. Jedan od najčešćih vrsta monopola u stvarnom svijetu je prirodni monopol. Prema Pavić (2015:391) prirodni monopol nastaje pod djelovanjem ekonomije obujma, odnosno kao rezultat konstantnog opadanja prosječnog troška. Što se tiče monopola općenito i njegovog smještaja u tipologiji tržišta, on pripada nesavršenoj konkurenciji. Samuelson i Nordhaus (2011:177) definiraju kako nesavršena konkurencija prevladava u nekom sektoru kada pojedini prodavatelji utječu na cijenu, krivulje potražnje su negativnog nagiba što ukazuje na činjenicu da su poduzeća na ovom tržištu *kreatori cijena*, a ne *prihvatitelji cijena*.

4. Kratkoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Monopolist za razliku od poduzeća savršene konkurencije koje odlučuje isključivo o količini proizvodnje, treba odlučiti o optimalnoj količini proizvodnje i cijeni te su te dvije odluke međuovisne. Količina outputa pri kojem monopolist maksimalizira dobit može se utvrditi pomoću marginalne analize. Što se tiče samog određivanja cijene, o tome će biti govora dalje u radu, a zasada je bitno da je u tom području monopolist ograničen krivuljom potražnje. Monopolist ostvaruje maksimalnu dobit kada je granični prihod MR jednak graničnom trošku MC, što se može vidjeti i na Slici 1. Na tržištu savršene konkurencije postojanje ekonomskog profita šalje signal ostalim poduzećima da uđu na to tržište, ali monopolsko poduzeće s obzirom na svoja obilježja ne treba strahovati od takvog događaja te barem neko vrijeme može nastaviti ostvarivati ekonomski profit.

Slika 1: Dobit monopolista na optimalnoj razini outputa u kratkom roku



Izvor: Pavić, 2015:401

Monopolist može ostvarivati i gubitak, to se događa ako cijena koja je određena krivuljom potražnje ne pokriva prosječne ukupne troškove ATC. Ako cijena ne može pokriti prosječne varijabilne troškove pri količini koja maksimalizira dobit, poduzeće treba prestati s radom (Pavić, 2015:398-404).

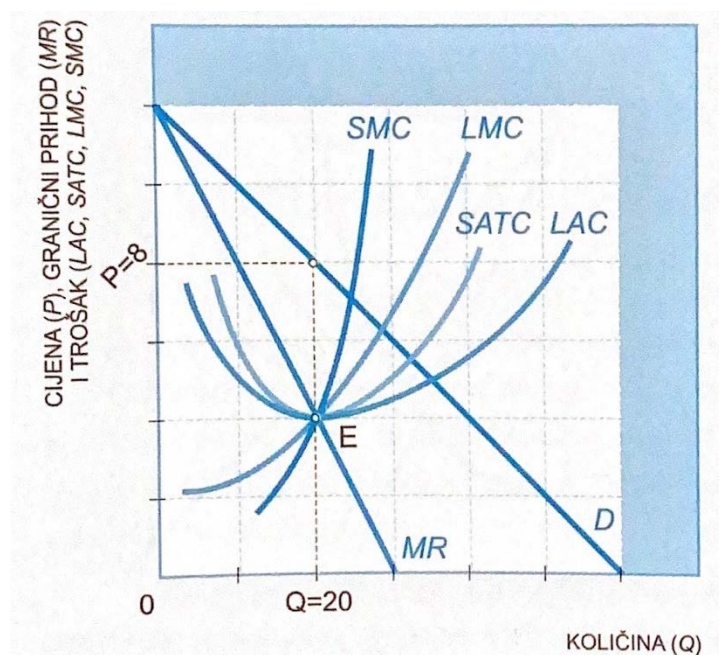
5. Dugoročna ravnoteža u uvjetima monopola

Kao i u kratkom roku monopolist u dugom roku ima za cilj ostvarivanje maksimalne dobiti. U dugom roku on također maksimalizira dobit u točki gdje je granični prihod MR jednak graničnom trošku MC. Što se toga tiče između kratkog i dugog roka nema razlike, ali razlika je u tome da monopolist u dugom roku ima dovoljno vremena na raspolaganju da upotrijebi postojeći kapacitet ili ga poveća do mjere u kojoj će maksimalizirati dobit. Količina te veličina kapaciteta i stupanj njegove iskorištenosti ovisi o tržišnoj potražnji. S obzirom na tržišnu potražnju, Pavić (2015:405) navodi kako monopolist može proizvoditi količinu:

- u točki minimuma krivulje prosječnog troška u dugom roku
- lijevo od točke minimuma krivulje prosječnog troška u dugom roku
- desno od točke minimuma krivulje prosječnog troška u dugom roku.

Kao što je vidljivo na slici 2. ako monopolist proizvodi količinu u točki minimuma krivulje prosječnog troška, tada je tržišna potražnja jednaka količini koja minimalizira prosječni trošak u dugom roku. U toj je točki granični prihod MR jednak graničnom trošku MC u dugom roku. Monopolist u ovom slučaju ostvaruje ravnotežu gdje je granični trošak u kratkom roku SMC jednak graničnom trošku u dugom roku LMC, a oni su jednaki graničnom prihodu MR. On maksimalizira dobit i koristi najbolji razmjor kapaciteta koji ujedno u cijelosti i koristi.

Slika 2: Monopolist koji koristi optimalni kapacitet u dugom roku



Izvor: Pavić, 2015: 405

Ako monopolist proizvodi količinu lijevo od točke minimuma krivulje prosječnog troška u dugom roku, odabrana količina potražnje je manja od količine koja minimalizira prosječni trošak u dugom roku te je primoran proizvoditi manju količinu od optimalne. U ovoj situaciji monopolist raspolaže viškom kapaciteta. Ako monopolist proizvodi količinu desno od točke minimuma krivulje prosječnog troška u dugom roku, tržišna potražnja veća je od količine koja odgovara optimalnoj veličini kapaciteta. Monopolist treba izgraditi kapacitet veći od optimalnog kako bi zadovoljio tržišnu potražnju te njime proizvoditi količinu veću od one koja odgovara minimumu krivulje prosječnog troška u kratkom roku (Pavić, 2015:404-406).

Prema Ferenčaku; “Za razliku od savršenog konkurenta koji je u dugom vremenskom razdoblju "osuđen" na normalni profit monopol može u dugom vremenskom razdoblju realizirati ekonomski profit. Taj dugovječni ekonomski profit koji monopol realizira zahvaljujući činjenici da je zaštićen od pojave konkurencije nazivamo monopolski profit“ (Ferenčak, 2003: 162).

6. Određivanje cijena i maksimalizacija dobiti

U tržišnim strukturama dobit se maksimalizira kada je granični prihod MR jednak graničnom trošku MC. Samuelson i Nordhaus (2011:181) naglašavaju, ako je MR veći od MC, dodatna dobit može biti ostvarena povećanjem proizvodnje, a ako je MC veći od MR, dodatna dobit može biti ostvarena smanjivanjem proizvodnje. Iako je monopolističko tržište jedinstveno te monopolist sam određuje cijenu i ne mora se brinuti o konkurentima koji bi nižim cijenama preuzeli tržišni udio, on ipak ne može naplaćivati bilo koju cijenu ako je njegov cilj maksimalizacija dobiti. Sukladno s određivanjem cijene, monopolist mora paziti i na količinu proizvodnje tako da granični prihod ostane jednak graničnom trošku. Monopolist je ograničen krivuljom potražnje te može naplatiti samo onoliko koliko mu potražnja omogućuje. Upravo zbog toga, potrebno je prikazati formulom kako menadžer može odlučiti koja cijena je prikladna. Sljedeća formula prikazuje grubo pravilo za određivanje cijena:

$$P = \frac{MC}{1 + \left(\frac{1}{E_d}\right)}$$

Monopolist naplaćuje cijenu koja je veća od graničnog troška, ali za iznos koji obrnuto ovisi o elastičnosti potražnje. Treba voditi brigu da u prikazanoj formuli E_d predstavlja elastičnost potražnje poduzeća, a ne tržišnu potražnju. Ako je potražnja ekstremno elastična, cijena će biti vrlo blizu graničnog troška i u tom slučaju monopolističko tržište izgledat će slično kao konkurentsko tržište (Pyndick, Rubinfeld, 2005:334). Važnost monopolske cijene i njene veze s elastičnošću potražnje naglašava Pavić (2015:397) koji govori o tri situacije cjenovne elastičnosti potražnje. Prva situacija je ona u kojoj je E_p veća od 1, što znači da će smanjenje cijene za jedan posto dovesti do porasta količine za više od jedan posto te će u konačnici ukupni prihod porasti u odnosu na njegovu vrijednost prije promjene cijene. Sljedeća situacija je ona koja se naziva još i jedinična elastičnost te je E_p jednak 1 što znači da je ukupni prihod dosegnuo svoj maksimum. U toj točki granični prihod je jednak 0. Zadnja situacija je ona u kojoj je E_p manji 1 te je potražnja u ovoj situaciji neelastična, to smanjenje cijena smanjuje ukupni prihod. Do tog smanjenja ukupnog prihoda dolazi zbog toga što smanjenje cijene od jedan posto dovodi do povećanja ukupne količine potražnje za manje od jedan posto. Porast cijene u području elastične potražnje (prva situacija) dovodi do smanjenja ukupnog prihoda, dok u području neelastične potražnje (druga situacija) porast cijene dovodi do porasta ukupnog prihoda.

Kao što je već rečeno, mnogo faktora ovisi o određivanju cijene u uvjetima monopola te nije istina da monopolist može profitirati povećanjem cijena. Zbog toga, monopolisti primjenjuju

politiku diskriminacije cijena kako bi maksimalizirali dobit. Općenito se ta politika odnosi na to da monopolist određeni proizvod prodaje po različitim cijenama različitim skupinama potrošača. Prema Pavić (2015:414) postoje tri nužna uvjeta kako bi se provodila diskriminacija cijena, a to su; stupanj monopolske moći, spoznaja o platežnoj sposobnosti te mogućnost preprodaje proizvoda. Također iste uvjete navodi i Ferenčak (2003:166) koji objašnjava da uspješna diskriminacija cijena pretpostavlja sljedeće:

1. Proizvođač mora biti u stanju kontrolirati cijenu dobra. On drži monopolsku moć te diskriminacija nije moguća u uvjetima savršene konkurencije.
2. Dobro ili usluga koja se namjerava prodavati po različitim cijenama ne može biti namijenjena preprodaji.
3. Proizvođač, mora biti u stanju procijeniti platežnu sposobnost kupaca i spremnost na kupovinu te koliko su spremni platiti za dobro ili uslugu.

Diskriminacija cijena trećeg stupnja prodaje određeni proizvod po različitim cijenama i različitim tržištima sve dok se granični prihod proizvoda na svakom tržištu ne izjednači s graničnim troškovima njegove proizvodnje. Diskriminacija cijena drugog stupnja provodi se na način da monopolist zaračunava jedinstvenu cijenu proizvoda za određenu količinu istog proizvoda, a drugu cijenu za bilo koju jedinicu iznad te određene količine. Ova politika je česta u području komunalnih usluga. Diskriminacija cijena prvog stupnja prikazuje slučaj u kojem monopolističko poduzeće svaku jedinicu svog proizvoda može prodati zasebno i za svaku jedinicu može naplatiti najveću moguću cijenu (Pavić i dr., 2006:385-388).

7. Izvori monopolske moći

Monopolska moć predstavlja sposobnost poduzeća da određuje cijenu veću od graničnog troška. Pavić (2015:422) definira monopolsku moć kao „stupanj kontrole koju imaju poduzeća nad cijenama u nekoj industriji ili na nekom tržištu, odnosno mogućnost poduzeća da više ili manje autonomno odredi cijenu proizvoda.“ Isti autor navodi kako izvori monopolske moći proizlaze iz ulaznih barijera, prirodnog monopola i patenta. Ulazne barijere podrazumijevaju faktore koji ograničavaju broj poduzeća koji djeluju na nekom tržištu te na taj način promiču monopolsku moć postojećih ponuđača. Ulazne barijere mogu se svrstati u apsolutne troškovne prednosti, ekonomiju obujma, diferencijaciju proizvoda i regulatorne barijere. Regulatorne barijere će se spomenuti kasnije u radu, a one označavaju ograničavanje broja konkurenata u nekoj industriji ili tržištu na temelju odluka nadležnih vlasti. Prirodni monopol je tip tržišta nastao pod utjecajem ekonomije obujma, dok patent označava pravo koje omogućuje vlasniku ekskluzivno korištenje, proizvodnju ili prodaju određene tehnologije ili proizvoda tijekom određenog vremenskog razdoblja.

7.1. Lernerov indeks

Za početak objašnjenja ovog indeksa treba napomenuti važnu razliku između savršeno konkurentnog poduzeća i onog s monopolskom moći, a odnosi se na to da je cijena kod konkurentnog poduzeća jednaka graničnom trošku, a kod monopolskog poduzeća cijena je veća od graničnog troška. Upravo iz tih razloga monopolska moć se istražuje na način da se gleda u kojoj mjeri cijena uz koju se postiže maksimalan profit premašuje granični trošak. Lernerov indeks je ključan i jedan od popularnijih metoda izračuna monopolske moći. Indeks nosi ime prema svom znanstveniku A. Lerneru koji je uveo ovu mjeru 1934. godine te se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$LI = \frac{P - MC}{P}$$

Za Lenera, što veća razlika između cijene P i graničnog troška MC značila je veću monopolsku moć. Prema Elzingi i Millsu (2011:558) Lernerov indeks ekonomisti su prihvatili 1955. godine kao opću mjeru za izračun monopolske moći i industrijske koncentracije. Isti autor navodi kako je glavno ograničenje indeksa da ne uzima u obzir određene faktore poput odstupanja cijene P od graničnog troška MC ili nedovoljne iskorištenosti kapaciteta.

Lernerov indeks ima vrijednost koja se nalazi u rasponu od nula do jedan. Veća vrijednost indeksa označava veću tržišnu moć. Vrijednost indeksa u savršenoj konkurenciji iznosi nula, jer su kao što smo naveli na početku poglavlja, cijena i granični trošak jednaki. Ako je u nekom slučaju granični trošak jednak nuli, tada je vrijednost indeksa jednaka jedinici te to stanje odgovara prirodnom monopolu. Lernerov indeks moći može se izraziti i kroz cjenovnu elastičnost potražnje koja je spomenuta u prethodnom poglavlju. Lernerov indeks se može izraziti i na ovaj način jer mogućnost monopolizacije tržišta ovisna o cjenovnoj elastičnosti potražnje. Sljedećom formulom:

$$LI = \frac{1}{E_p}$$

Monopolska moć se definira kao recipročna vrijednost cjenovne elastičnosti potražnje za promatranim proizvodom. Upravo iz ovog razloga na tržištu savršene konkurencije poduzeća nemaju nikakvu monopolsku moć jer je cjenovna elastičnost za njihovim proizvodima beskonačna. Dok, tržišna moć monopolskog poduzeća kojem je cjenovna elastičnost potražnje jednaka nuli, beskonačna (Pavić, 2015:427-428).

7.2. Faktori elastičnosti potražnje poduzeća u kontekstu monopolske moći

Poduzeće ima veću monopolsku moć što je krivulja potražnje manje elastična. Stoga se može reći da je ključna odrednica za monopolsku moć jednog poduzeća upravo elastičnost potražnje poduzeća. Prema Pyndicku i Rubinfeldu (2005:345) postoje tri faktora koja određuju elastičnost potražnje poduzeća:

1. Elastičnost tržišne potražnje
2. Broj poduzeća na tržištu
3. Interakcija među poduzećima.

O elastičnosti potražnje bilo je govora u prošlim poglavljima, ali budući da će elastičnost potražnje poduzeća biti barem jednako elastična kao tržišna potražnja, elastičnost tržišne potražnje ograničava potencijal monopolske moći. Kod pojave čistog monopola, njegova krivulja potražnje bit će tržišna krivulja potražnje i u tom će slučaju stupanj monopolske moći poduzeća ovisiti o elastičnosti tržišne potražnje. S obzirom na rijedak slučaj pojave čistog monopola, češće se događa situacija u kojoj nekoliko poduzeća međusobno konkurira te tada elastičnost tržišne potražnje čini donju granicu veličine elastičnosti svakog poduzeća.

Drugi faktor koji određuje krivulju tržišne potražnje, a ujedno i monopolsku moć, odnosi se na broj poduzeća na tržištu. Dakle, monopolska moć svakog poduzeća opada s porastom broja poduzeća jer je poduzećima teže podići cijene sa sve više konkurenata, a da mu druga poduzeća ne preuzmu udio u prodaji. Također, ne treba zaboraviti i bitnu stavku na tržištu koju čine „veliki igrači“ koji imaju znatne udjele na tržištu koje čine koncentriranim te ujedno posjeduju i monopolsku moć. Kao borbu protiv sve većeg broja konkurenata, postavljaju se prepreke za ulazak.

Treći faktor koji određuje monopolsku moć je interakcija među poduzećima. Oni mogu izabrati agresivno konkuriranje prilikom kojeg snižavajući cijene bi zadobili veći udio na tržištu, na taj način cijene bi pale na gotovo konkurentske razine. Poduzeća bi se bojala podići cijene, kako drugi ne bi ponudili nižu te da na taj način izgube tržišni udio što rezultira malom monopolskom moći. Ako izaberu suradnju, mogu se čak i udružiti kršeći antitrustovske zakone i dogovoriti ograničavanje proizvodnje i povišenje cijene. Ovo može generirati veliku monopolsku moć. Monopolska moć se može mijenjati tijekom vremena kao i uvjeti poslovanja, krivulja potražnje može kratkoročno biti vrlo neelastična, ali elastičnija na duži rok. Također, kratkoročna monopolska moć može neko tržište ili industriju učiniti privlačnijom za ulazak novih poduzeća što će smanjiti dugoročnu monopolsku moć (Pyndick, Rubinfeld, 2011:345-347).

8. Utjecaj regulacije na monopol

Ključan zadatak monopolističkog poduzeća je maksimalizacija dobiti. Monopolist proizvodi manju količinu proizvoda i tu količinu prodaje po većoj cijeni nego što bi se taj proizvod prodavao na tržištu savršene konkurencije. Iz društvene perspektive ovakav način poslovanja čini se nemoralnim ili neprihvatljivim te društvo i država upravo iz tih razloga pokušavaju uspostaviti regulaciju monopola. Također, monopol se može promatrati i kao generatorom ekonomskog rasipanja ili društvenog troška. Važan pojam u ovom kontekstu je mrtvi teret ili jalovina koja predstavlja vrijednost nakon što monopolist smanji proizvodnju i povisi cijenu te ona ne pripada ni potrošaču ni proizvođaču. Ne zna se kolika je društvena šteta koja nastaje zbog monopola. Prema Pavić (2015:435) neki ekonomisti kažu da je gubitak potrošačevog probitka zbog monopolne moći zanemariv jer je manji od 0,1% bruto domaćeg proizvoda, dok neki tvrde da zbog pogrešne alokacije resursa u uvjetima monopola probitak iznosi 2% bruto domaćeg proizvoda. Prije su gospodarstva koristila poreze ili državno vlasništvo nad monopolima, dok se današnja, modernija gospodarstva oslanjaju na regulaciju, poticanje konkurencije ili zakonsku zaštitu tržišnog natjecanja. Regulacija predstavlja skup pravila koja efikasno pokušavaju kontrolirati od strane nadležnih vlasti. Reguliranje se pojavljuje najčešće u situacijama prirodnog monopola i djelatnostima kao što su komunalne usluge (javni prijevoz, opskrba električnom energijom, vodovod) jer u tim djelatnostima je pojačan karakter ekonomije obujma i jedno poduzeće efikasnije može opskrbljivati jedno tržište sa svojim uslugama i dobrima (Pavić, 2015:434-436).

8.1. Antitrustovski zakoni

Shermanov antitrustovski zakon donesen je 1890. godine te ne dopušta svaki ugovor ili spajanje u obliku trusta ili kartela te poduzeća koja će monopolizirati tržište smatrati krivima za kazneno djelo. Antitrustovska pravna regulativa obuhvaća zakone koji onemogućuju ili ublažavaju djelovanje monopola. Takvi propisi sprječavaju fuzije koje bi dovele do prevelike koncentracije tržišta, posebno horizontalne fuzije između subjekata u istom sektoru. U slučajevima prirodnih monopola, državni intervencionizam često se koristi za reguliranje cijena i usluga. Europa je postavila pravni temelj za poticanje konkurencije i harmonizaciju prava kroz ugovore poput Rimskog ugovora iz 1950. i Ugovora o Europskoj uniji iz Maastrichta. Zemlje članice EU obvezane su uskladiti svoje zakone s europskim pravnim propisima kako bi se osiguralo ravnopravno sudjelovanje na tržištu. Ovaj proces proizlazi iz potrebe za restrukturiranjem

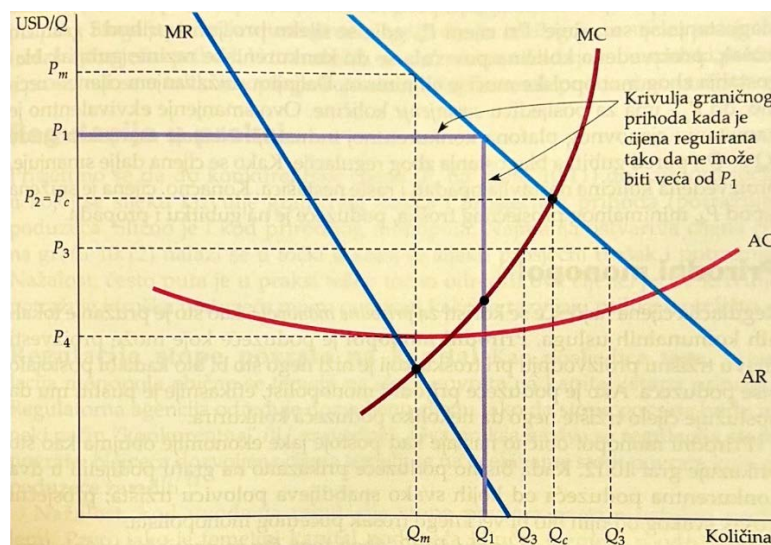
industrije nakon Drugog svjetskog rata radi konkurentnosti na europskom i svjetskom tržištu (Morović, 2005:138-145).

U Hrvatskoj je zaštita tržišnog natjecanja kontrolirana Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja donesenog 2003. godine. Ovim Zakonom su zabranjeni svi sporazumi, horizontalni ili vertikalni kojima se narušava tržišno natjecanje na mjerodavnom tržištu te se posebno nadziru ugovori kojima se izravno ili neizravno određuje cijena, nadzire proizvodnja, izvori nabave, ... Važno je napomenuti da ovaj zakon iznosi kako je poduzetnik u vladajućem položaju ako nema značajnih konkurenata na mjerodavnom tržištu te ako ima udio veći od 40% (Pavić, 2015:439).

8.2. Regulacija cijena

Osim antitrustovskih zakona vlada može ograničiti monopolsku moć regulacijom cijena. Na konkurentnom tržištu regulacija cijena uvijek ima rezultat gubitka blagostanja, dok u slučaju monopola to ne mora biti slučaj. Odnosno, regulacija cijena može suzbiti gubitak blagostanja do kojeg dolazi zbog monopolske moći.

Slika 3: Regulacija cijena u uvjetima monopola



Izvor: Pyndick, Rubinfeld, 2005:349

Slika 3. prikazuje regulaciju cijena u kojoj su Q_m i P_m količina i cijena bez regulacije. Kada država postavi plafonsku cijenu P_1 , prosječni i granični prihod postanu konstantni i jednaki P_1 za proizvodnju do Q_1 . Daljnjim snižavanjem cijene na P_0 , proizvodnja se povećava do maksimuma Q_c te je to količina koja bi se proizvela u konkurentskoj industriji. No, daljnje snižavanje cijene do P_3 smanjuje proizvodnju na Q_3 , stvarajući manjak. (Pyndick, Rubinfeld, 2005:349)

9. Primjer monopola u kontekstu diskriminacije cijena

Diskriminacija cijena je jedan od pojmova spomenutih u prijašnjim poglavljima te se često veže uz tržište monopola. To se događa jer je jedan od uvjeta za uspostavu diskriminacije cijena stupanj monopolske moći. U ovom primjeru veću ulogu igra drugi uvjet za uspostavu diskriminacije cijena, a odnosi se na spoznaju o platežnoj sposobnosti samih potrošača. Zrakoplovne kompanije nude tarifne ponude kako bi udovoljili profilima različitih potrošača. Na taj način kupcima nude različitu kvalitetu usluge. Croatia Airlines kao i ostale kompanije nudi različite cjenovne pakete uz koje dolazi i različita usluga prilikom kupnje karata. Izabrani let za kojeg se prikazuju cijene u Tablici 1. je let iz Osijeka do Splita, kompanije Croatia Airlines na dan 22.6.2024. u 17:50 sati.

Tablica 1: Cjenovni paketi Croatia Airlines

| Naziv paketa | FlyEasy | FlyOpti | FlyFlexi | FlyB Wise | FlyBizz |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|
| Razred | Ekonomski | Ekonomski | Ekonomski | Poslovni | Poslovni |
| Prtljaga | 1 x ručna prtljaga 0 predane prtljage | 1 x ručna prtljaga 1 x predana prtljaga | 1 x ručna prtljaga 1 x predana prtljaga | 2 x ručna prtljaga 2 x predana prtljaga | 2 x ručna prtljaga 2 x predana prtljaga |
| Povrat prilikom promjene | Nema povrata promjena (naknada) | Nema povrata promjena | Povrat (naknada) promjena | Nema povrata promjena (naknada) | Povrat promjena |
| Cijena (u €) | 62,12 | 69,62 | 85,87 | 115,87 | 147,12 |

Izvor: Autorica izradila prema Croatia Airlines, 2024

Cjenovna diskriminacija je očigledna, pogotovo između prve tarife ekonomskog razreda i one zadnje u poslovnom razredu. Tako da je cijena u poslovnom razredu dva do tri puta veća nego u ekonomskom razredu. Na ovaj način kompanije provode diskriminaciju cijena te opredjeljuju one s većom platežnom moći i onim putnicima koji su osjetljivi na cijene. Ova praksa je prihvatljiva društveno jer na ovaj način kompanije se ne prilagođavaju samo onima koji imaju visoku platežnu moć, već otvaraju svoja vrata i onima koji su osjetljivi na cijenu.

10. Zaključak

Monopol je kompleksna tržišna struktura koja iako je manje zastupljena od nekih drugih u stvarnosti ima svoj utjecaj na gospodarstvo. Nalazi se na drugom spektru od savršene konkurencije te pripada tržištima nesavršene konkurencije. Različite vrste monopola, poput čistog i prirodnog monopola i dalje se prakticiraju te iako imaju neke razlike, sve vrste dijele zajedničku karakteristiku - jedan prodavatelj s potpunom kontrolom nad tržištem. Iako monopolistička poduzeća rade na tome da maksimiziraju dobit kroz kontrolu nad količinom proizvodnje i određivanje cijena, monopolaska moć često izaziva zabrinutost zbog nedostatka konkurencije i potencijalnog iskorištavanja potrošača. Monopolsku moć su ekonomisti kroz nekoliko metoda pokušali kvantificirati te se kao najpopularnija metoda kvantificiranja monopolaska moći koristi Lernerov indeks. Regulacija monopola važna je radi očuvanja tržišnog natjecanja i zaštite interesa potrošača. Intervencije države, zakoni i regulacija cijena ključni su instrumenti u borbi protiv monopolaska moći i održavanju ravnoteže na tržištu. Upravljanje monopolima zahtijeva nadzor i pažnju onih koji ga pokušavaju kontrolirati kako bi se osiguralo da tržište ostane dinamično i konkurentno. Kroz povijest, razvijene su različite strategije i politike kako bi se ograničila monopolaska moć. Jedna od ključnih metoda je primjena antitrustovskih zakona koji sprječavaju zlouporabu dominantnog položaja na tržištu. Važan je i sam način kako monopolist određuje cijene te kako provodi diskriminaciju cijena koja utječe i na poduzeća i na potrošače s obzirom da njih može diskriminirati na temelju njihove platežne sposobnosti. Ključno je pronaći ravnotežu između regulacije i slobode tržišta kako bi se osiguralo da monopoli ne zloupotrebljavaju svoju moć, ali istovremeno omogućava ekonomski rast.

LITERATURA

Baban, Lj. (1991). *Tržište*. Zagreb: Školska knjiga.

Elzinga, K. G., Mills, D. E. (2011). The Lerner Index of Monopoly Power: Origins and Uses. *The American Economic Review*, 101(3), 558–564. Dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/29783806>

Ferenčak, I. (2003). *Počela ekonomike*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.

Morović, H. (2005). *Antitrustovsko zakonodavstvo kao instrument ekonomske politike*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/8237>

Pavić, I. (2015). *Mikroekonomija teorija i praksa*. Split: Ekonomski fakultet sveučilišta.

Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I. (2006). *Mikroekonomija*. Split: Ekonomski fakultet sveučilišta.

Pindyck, R., Rubinfeld, D. (2005). *Mikroekonomija*. Zagreb: Mate.

Samuelson, P.A., Nordhaus W.D. (2011). *Ekonomija*. Zagreb: Mate: Zagrebačka škola ekonomije i managementa.