

KONKURENCE A MONOPOL V PŘEDKEYNESOVSKÉ NEOKLASICE A KONCEPCE J. ROBINSONOVÉ A E. CHAMBERLINA*

Ilona Bažantová ^a, Jan Horych ^a

Abstract

Competition and Monopoly in Pre-Keynesian Neoclassicism and the Concepts of J. Robinson and E. Chamberlin

The article describes when and in what form the term “monopoly” appeared in theory. First, attention is paid to A. Smith’s classical political economy and the neoclassical binary model of competition and monopoly presented by A. Marshall. Robinson’s model of imperfect competition and Chamberlin’s model of monopolistic competition of 1933 were turning points in economic theory. The article not only highlights the elements that were adopted from Marshall and Pigou of the Cambridge Neoclassical School and are common to both theories, but also emphasizes the aspects in which the approaches of Robinson and Chamberlin differ and highlights their contribution to economic theory and competition law.

Keywords: Monopoly, imperfect competition, monopolistic competition, competition law

JEL Classification: K21, B31, B22

Úvod

Jeden z nejtěsnějších vztahů mezi ekonomikou a právem lze nalézt v oblasti hospodářské soutěže. Úřady pro ochranu hospodářské soutěže včetně českého Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) čím dále více používají ekonomické metody při odůvodnění své veřejnoprávní regulace (např. Nejezchleb, Hajná, Bejček, 2014). Učebnice soutěžního práva (např. Kindl *et al.*, 2021; Geradin, Layne-Farrar, Petit, 2012) i ekonomické učebnice pro tzv. soutěžní právníky (např. Bishop, Walker, 2010; Niels, Jenkins, Kavanagh, 2016) se odvolávají na ekonomickou teorii hlavního proudu jako

* Příspěvek vznikl za podpory Grantové agentury ČR v rámci projektu GA ČR č. 17-07252S.

a Univerzita Karlova, Právnická fakulta, Praha, Česká republika
E-mail: bazantov@prf.cuni.cz; jan.horych@seznam.cz

na metodologický zdroj obsahu základních pojmů, jako jsou konkurence¹, monopol či oligopol. Výslovně je uváděna neoklasická škola a její koncepce konkurence a monopolu v podání Joan V. Robinsonové a Edwarda H. Chamberlina z roku 1933, která dala právu hospodářské soutěže základní nástroje na definování ideálu dokonalé konkurence a popisu reality konkurence nedokonalé a vyčíslení přebytku spotřebitele či přebytku výrobce a tzv. nákladů mrtvé váhy na relevantním trhu. Vzhledem k časové souběžnosti zásadních děl J. Robinsonové a E. Chamberlina bývají obě díla často zmiňována současně a z hlediska hospodářské soutěže jsou považována za různá vyjádření téhož. Takový postoj ale přehlíží skutečnost, že koncepčně existují mezi nimi rozdíly, byť v obou případech je základním výchozím bodem původní neoklasická „marshallovská“ teorie konkurence ideově navazující na A. Smithe.

Cílem konzultace je přiblížit genezi vzniku anglosaských klasických a neoklasických tržních modelů. Nejprve chceme popsat, kdy a v jaké podobě se v teorii objevil pojem „monopol“, poté bude pozornost věnována klasické politické ekonomii A. Smithe a neoklasickému binárnímu modelu konkurence a monopolu, který představil A. Marshall. Modely nedokonalé konkurence Joan V. Robinsonové a monopolní konkurence Edwarda H. Chamberlina z roku 1933 jsou v oblasti ekonomické teorie přelomové. Na základě analýzy těchto děl chceme vyzdvihnout nejen prvky, které byly přejaty od Marshalla a Pigoua z Cambridgeské neoklasické školy a jsou pro obě teorie společné, ale také zdůraznit aspekty, ve kterých se oba přístupy liší. Přínosem konzultace by měly být i poznámky o aplikaci jejich ekonomických modelů do metod a postupů využívaných v právu hospodářské soutěže. Jedním z cílů této konzultace je poukázat i na to, jak je důležité v kontextu dějin ekonomických teorií správně chápat obsah jednotlivých ekonomických pojmů z oblasti hospodářské soutěže, protože ustálené pojetí je pro aplikaci práva hospodářské soutěže nezbytné.

1. První teoretické zmínky o konkurenci a monopolu

Již Aristoteles (384–322 př. n. l.) ve svém díle *Politika* použil řecké složené slovo monopol (*monos* = jediný, *poleo* = prodávám) pro označení výjimečné situace na trhu, kde jediný prodávající díky své chytrosti a předvídavosti dosáhl velkého zisku, v *Etice Nikomachově* přemýšlel Aristoteles o penězích, tvorbě cen na trhu a uvažoval o tzv. spravedlivých cenách při směně zboží. Pojem monopolu znalo i římské právo; ve východořímském justiniánském *Codexu* se jako monopoly zakazovaly úmluvy řemeslníků a živnostníků o cenách (Urfus, 1975, s. 372). Aristotelovo učení vzal za své a doplnil

1 Byť neexistuje jednotná a stručná definice pojmu konkurence, resp. hospodářské soutěže. Srovnej např. různé vymezení viz Krabec, 2006, s. 9–12.

jej ve druhé polovině 13. století Tomáš Akvinský (1225–1274) biblickými texty a tato syntéza² uvodila ekonomické myšlení v celé křesťanské Evropě včetně Anglie (Wood, 2002, s. 11–12). Podle řady teoretiků – scholastických moralistů – bylo úkolem panovníka a jeho právních úprav zajistit volnou hru tržních sil a potírat monopoly, které ale byly chápány jinak než dnes; bylo to podle nich každé omezení trhu a zásah do jeho přirozené rovnováhy (Urfus, 2001, s. 123). Základním nástrojem byla veřejnoprávní regulace, ale většinou bez teoretického ekonomického zdůvodnění. V Anglii starost o spravedlivé ceny – nebo spíše snaha o zamezení sociálních nepokojů – vedla Jindřicha III. v roce 1266 k vyhlášení nařízení o prodeji a cenách chleba a piva (*Assize of Bread and Ale*), regulujícího cenu, váhu a kvalitu chleba a piva v závislosti na sezónně se měnících cenách surovin (Wood, 2002, s. 97–98). Edward III. během „černé smrti“ v polovině 14. století stanovil ve *Statute of Labourers* minimální mzdy dělníků a řemeslníků. Vedle regulace cen základních potravin a mezd panovníci také často udíleli různá privilegia, monopolní výsady ve veřejném zájmu, nebo poskytovali ochranu ve smyslu různých patentů (Letwin, 1954; Wood, 2002).

Zajímavé zdůvodnění ekonomické neefektivnosti monopolních výsad a upozornění na možnost monopolisty zvýšit cenu svého produktu a snížit jeho kvalitu najdeme v soudním rozhodnutí v případě *Edward Darcy Esquire versus Thomas Allin of London Haberdasher* z let 1599–1602, známému v anglosaském právu jako *Case of Monopolies*. Soud zde provedl i analýzu typů monopolů, kdy za povolené byly prohlášeny monopolní výsady pro veřejné blaho, které byly uděleny státní mocí, a za neplatné byly prohlášeny monopoly používané jen pro soukromý zisk. Soud konstatoval neplatnost monopolu (v daném případě na výrobu hracích karet), byť byl udělený státní mocí, pokud byla panovnice „obelhána“ a monopol sloužil jen k soukromému zisku a nikoli veřejnému zájmu (Coke, 2003).

Pro vznik a fungování velkých obchodních společností, většinou prvních akciových společností, byl r. 1623 zásadní *Statute of Monopolies* (zákon o monopolech), který sice obecně prohlásil monopoly za neplatné, současně však chránil tvůrce či vynálezce nových výrobků tím, že jim přiznával na čtrnáct let výhradní právo na výrobu a prodej těchto produktů. Z tohoto hlediska je uvedený zákon významný nejen pro hospodářskou soutěž, ale také pro patentové právo. Dále výlučné výsady a oprávnění byly pragmaticky tolerovány především v oblasti zahraničního obchodu, a to kvůli skutečnosti, že při podnikání v zámoří mohly přežít a prosperovat pouze silné a velké obchodní společnosti, které většinou působily i ve veřejném zájmu státní správy zámořských území. Ze zákona o monopolech byly vyjmuty cechy. Ty byly státní a městskou správou

2 Akvinského syntézu rozvinuli ještě španělští pozdní scholastikové na přelomu 16. a 17. století v čele s Miguelem Salómem a Luisem de Molinou (viz Chaufen, 2011, s. 113 a násl.) a v 17. století Juan de Lugo a Gianbattista de Luca (Urfus, 2001, s. 68).

tolerovány a regulovány, a i když byly později manufakturní organizací výroby a nastupující průmyslovou revolucí zatlačovány do pozadí, přesto de iure cechovní organizaci řemesel v Anglii a Walesu ukončil až *Municipal Corporations Act* v roce 1835 a ve Skotsku *Burgh Reform* v roce 1833.

1.1 Adam Smith, jeho model efektivní tržní konkurence a odmítnutí trvalých monopolů

Právní předpisy, praktická opatření a zdůvodnění soudů měly vliv i na teoretické ekonomické úvahy o tržní struktuře a monopolech. Ty nejznámější vycházely z pera skotského morálního filozofa³ a zakladatele ekonomie jako systémové vědy Adama Smitha (1723–1790). Ve své knize *The Theory of Moral Sentiment* v roce 1759 nejprve popsal pohnutky lidského jednání a v následném díle z roku 1776 *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* zformuloval – v protikladu ke státně-dirigistické, merkantilistické doktríně – model tržní konkurence, který by měl být, díky své efektivnosti, dominující. Tržní konkurenční prostředí vzniká přirozeně a svobodně na základě specializace a dělby práce, což umocněno používáním a akumulací kapitálu, vede k růstu produkce a bohatství národů. Efektivnost tržního modelu a nezastupitelnou funkci konkurence, ať již v domácí ekonomice, či v zahraničněobchodních vztazích, Smith zhmotnil v tezi o neviditelné ruce trhu (Smith, 2005, s. 188; 2002, s. 16, 398). Dělbá práce, vznik a fungování trhu včetně tvorby cen tvoří výchozí část pro jeho další ekonomické pojednání.

Smith při analýze cen včetně cen monopolních nejprve definoval přirozenou a tržní cenu. Tržní cena je skutečná cena, za kterou se zboží prodává a kupuje, ale „*ceny dlouhodobě tíhnou k přirozené ceně*“ (2001, s. 53). „*Přirozená cena neboli cena volné [svobodné] konkurence je nejnížší cena, jakou lze přijmout, ne sice v každém jednotlivém případě, ale vždycky po jistou delší dobu.*“ (2001, s. 56). Smith nezastíral, že v reálném hospodářském životě existují monopoly ovlivňující tvorbu cen a jejich existenci vtělil do své ekonomické teorie, avšak ne jako specifický model, ale jako určité typy výjimek z modelu svobodné tržní konkurence a tvorby tržní ceny. Tržní cena se může po dlouhou dobu držet nad svou přirozenou úrovní v důsledku nedostatku informací nebo jako důsledek obchodních nebo výrobních tajemství (2001, s. 55), nebo v důsledku vzácnosti specifické půdy (2001, s. 56). „*Monopolní cena je v každém jednotlivém případě nejvyšší cena, kterou je možno z kupujících vymáčet nebo kterou budou [...] ochotni zaplatit. Cena volné konkurence je nejnížší cena, kterou si prodávající [...] mohou dovolit.*“ (Smith, 2001, s. 56–57).

3 Kurz tzv. morální filozofie, který Smith přednášel v Edinburghu a v rozšířené podobě na univerzitě v Glasgow v letech 1751–1764, obsahoval čtyři části: 1. přírodní teologii, 2. etiku a filozofii, 3. právní vědu a 4. ekonomii (Raphael, 1995, s. 17–19).

Smith rozlišoval různé typy monopolů. Cechy, tedy profesní monopoly, jsou podle Smithe typické pro podnikání ve městech, kde jsou chráněny cechovními zákony, které „způsobují, že obyvatelé měst mohou zvyšovat ceny svých výrobků, aniž se musí bát, že druzí budou prodávat laciněji. Celní předpisy je pak zabezpečují i proti konkurenci laciného zboží z ciziny.“ (2001, s. 116). Navíc příslušníci jednotlivých cechů mají tendenci se vždy domlouvat nejen na zvýšení cen zboží, ale i na podhodnocení ceny práce. Smith konkrétně upozornil na cechovní předpisy, které „po jistou dobu někdy značně snižují mzdy pod přirozenou úroveň.“ (2001, s. 57). Smith odmítl důvody, obvykle uváděné pro existenci cechovní organizace výroby, protože „řemeslníka skutečně a účinně ovládá nikoli jeho cech, nýbrž jeho zákaznictvo.“ (2001, s. 117).

Smith kromě výsad průmyslového vlastnictví a cechovních organizací zahrnoval pod pojem monopol také výsady obchodních společností. Rozebíral jednotlivé typy společností, věnujících se většinou zahraničnímu obchodu, popisoval jejich založení, fungování a vliv na ekonomiku. Rozlišoval statutární společnosti (*regulated companies*), které se podle něj podobají cechům a také se tak chovají tím, že si vytvářejí profesní monopoly (Smith, 2001, s. 651 a násl.). Dalším typem společnosti, kterou A. Smith popsal, byla *joint stock company*, tedy v současné terminologii akciová společnost. Jako příklad uvedl anglickou Východoindickou společnost a další. Smith reagoval na situaci trvající minimálně od 17. století, umocněnou výše zmíněným zákonem o monopolech (English Parliament, 1623) a soudními precedenty, a zamýšlel se nad tím, zda a na jak dlouho by měly tyto akciové společnosti mít od státu uděleny obchodní monopolní výsady, navíc spojené s právem spravovat a vojensky ochraňovat určené území: „Takové dočasné výhradní právo lze ospravedlnit týmiž důvody, z nichž se podobné výhradní právo uděluje vynálezci na jeho nový stroj nebo spisovateli na jeho novou knihu. Ale jakmile stanovená doba vyprší, mělo by být zajisté toto výhradní právo zrušeno...“ (Smith, 2001, s. 670).

Smith byl ochoten připustit pouze dočasný institucionální monopol a zdůvodnil škodlivost monopolu argumenty dodnes platnými: „Trvalý monopol postihuje všechny ostatní poddané státu dvojím naprosto nesmyslným zdaněním. Předně vysokou cenou zboží, které by při svobodném obchodu mohli kupovat mnohem laciněji; za druhé tím, že jsou úplně vyloučeni z odvětví obchodu, pro které by se mnozí z nich jednak třeba hodili a jednak by z něho mohli mít prospěch. A tuto dvojí daň platí na účel, který si toto naprosto nezaslouží. Prostě proto, aby společnost mohla podporovat nedbalost, rozhazovačnost a zpronevěry svých vlastních úředníků, jejichž ničemné hospodaření málokdy dovoluje, aby dividendy společnosti překročily míru zisku obvyklou v odvětvích obchodu zcela svobodných, a velmi často je srážejí dokonce hodně hluboko pod tuto míru.“ (Smith, 2001, s. 670–671).

2. Alfred Marshall a duální model konkurenční stav trhu/monopol

O monopolních výsadách v různých souvislostech se zmiňovali D. Ricardo, J. S. Mill i další ekonomové, ale do konceptu ekonomické teorie jej zařadil až představitel Cambridgeské neoklasické školy, Angličan Alfred Marshall (1842–1924). Jeho *Principles of Economics* z roku 1890 se staly základem výuky ekonomie ve Velké Británii a jednou z nejvlivnějších anglickojazyčných ekonomických publikací na několik dekad. Byl to právě A. Marshall, kdo začal požívat výraz *economics* ve smyslu čisté, ryzí („pure“) vědy s definovanými nástroji pro teoretickou analýzu. Nezkoumal jako klasičtí ekonomové bohatství národů, nýbrž chování jednotlivých, rozumně jednajících ekonomických subjektů v tržním prostředí, kde „*lze sílu hlavních motivů jednání vyjádřit peněžní cenou*“ (Marshall, 1920, s. 27). Člověk se na trhu rozhoduje a poměřuje užitečnost zboží kardinalisticky, byť nepřímo prostřednictvím užitečnosti peněz (peněžního důchodu). Marshall zároveň kladl důraz na stavy tržní rovnováhy při nezpochybnitelném předpokladu plného využívání zdrojů a jeho analýza je primárně mikroekonomická: zabývá se stavy dílčí rovnováhy na jednotlivých trzích, nikoliv celkovou národohospodářskou rovnováhou systému nebo s přihlédnutím k ní, přičemž tento postup zůstal v rámci mikroekonomie zachován až dodnes. Marshall nově zavedl systémové užívání grafů pro vyjádření myšlenek a konstrukci modelových situací a nebránil se přebírání a používání matematických nástrojů.⁴ Marshallovy modely dílčí tržní rovnováhy byly záměrně jednoduché a vztah nabídky a poptávky na dílčím trhu popisoval za předpokladu *ceteris paribus*. Aby „obešel“ statiku svých tržních modelů, pro poptávku spotřebitele a pro nabídku firmy včetně jejích nákladů odlišoval různě dlouhá časová období (dlouhá, krátká a velmi krátká) daná schopností jejich reakce.

Ve svém výkladu dílčích trhů rozlišil dvě modelové situace tržní rovnováhy – „stav konkurence“ a „stav monopolu“, přičemž stav konkurence je podle něj standardní situací. Tvorbu cen v těchto dvou modelech nazývá „konkurenční rovnovážná cena“ a „monopolní cena“ (Marshall, 1920, s. 400 a násl.), přičemž model tvorby cen zformuloval jak verbálně, tak graficky.

4 Marshall, původně vystudovaný matematik, se v Předmluvě k prvnímu vydání svých *Principles of Economics* výslovně hlásí k vlivu francouzského matematika a ekonoma Antoina A. Cournota (1801–1877) a jeho [*Recherches sur les*] *Principes Mathematiques de la Théorie des Richesses*. Cournot do ekonomie aplikoval matematické nástroje a zabýval se mj. otázkami monopolu a tvorbou cen v duopolním uspořádání.

2.1 Konkurenční stav a rovnovážná cena

Konkurenční stav je v Marshallově koncepci charakterizován tím, že výsledná rovnovážná tržní cena je výsledkem střetu nabídky a poptávky,⁵ přičemž se jedná o velmi malé trhy a každý z tržních aktérů má pouze zanedbatelný vliv na úroveň tržní ceny a odchylky od tohoto stavu dílčí tržní rovnováhy mají pouze dočasný charakter, přičemž jsou ceny záhy zpět v bodě rovnováhy: „*Když jsou poptávka a nabídka ve stabilní rovnováze a nastane událost, která vychýlí rozsah výroby z jeho rovnovážné polohy, objeví se okamžitě síly, které ji začnou tlačit zpět do původní polohy; stejně jako se kámen visící na struně bude mít tendenci vracet v případě vychýlení do rovnovážné polohy pomocí síly gravitace.*“ (Marshall, 1920, s. 288). Vznik rovnovážné tržní ceny⁶ vysvětlil pomocí vztahu nabídky, založené na principu výrobních mezních nákladů producenta, a poptávky, založené na principu mezního užítu spotřebitele. Rovnovážná tržní cena vznikne protnutím křivek nabídky a poptávky a tento originální graf, nazvaný *Marshallovy nůžky* (Marshall, 1920, s. 288), je doposud základem ekonomického výkladu ve všech učebnicích, stejně jako přebytek spotřebitele, který Marshall popsal jako rozdíl mezi tím, co je spotřebitel ochoten a schopen zaplatit, a dosaženou rovnovážnou tržní cenou.

Klíčovým bodem celé Marshallovy koncepce stavu konkurence je předpoklad nulového vlivu jednotlivého účastníka trhu na úroveň rovnovážné ceny. Tržní cena v tomto modelu představuje objektivně dané kritérium, kterému se tržní aktéři přizpůsobují, a současně model vede k rovnovážné situaci, která maximalizuje celkový užitek všech: „*Předpokládáme tudíž, že síly nabídky a poptávky mají volné pole působnosti; že neexistuje žádné spojení mezi aktéry na obou stranách, nýbrž že každý jedná sám za sebe a existuje svobodná konkurence; tj. kupující všeobecně svobodně soutěží mezi sebou a stejně tak prodávající. Ačkoliv však jedná každý za sebe, jeho vědomosti o tom, co dělají ostatní, se považují za všeobecně dostačující k tomu, aby mu zabránily v přijetí nižší nebo zaplacení vyšší ceny, než jakou berou ostatní [...]* předpokládáme, že na trhu existuje v daný okamžik pouze jediná cena.“ (Marshall, 1920, s. 284). Rovnovážná cena „čistí“ trh: tlak konkurence nutí výrobce plně využívat zdroje a minimalizovat náklady. Konkurenční tržní stav neznamena, že podnikatelé nedosahují zisku. Dosahují tzv. normálního zisku, který je součástí reálných nákladů firmy jako odměny za výrobní faktor „podnikavost“, jenž je odměňován spolu s výrobním faktorem lidské práce. Pokud

5 Na rovnovážnou tržní cenu má poptávka největší vliv ve velmi krátkém a krátkém období, nejmenší v dlouhém období.

6 Místo Smithova pojmu „přírozená cena“ zavedl Marshall pojem „rovnovážná cena“ a hodnotu ztotožnil s rovnovážnou cenou.

nějaká firma díky kvalitnějším výrobním faktorům dosáhne mimořádného zisku (kvazirentu), je to možné pouze ve velmi krátkém období, v dlouhém období kvazirenta zmizí a zisk klesne na průměrně stejnou tržní „normální“ úroveň.

2.2 Stav monopolu a monopolní cena

Situace monopolu vychází z předpokladu schopnosti jednotlivého tržního aktéra, stojícího na straně nabídky, určit tržní cenu, bez ohledu na to, zda se jedná právně a funkčně o jeden subjekt, nebo o jejich sdružení. Možnost určit tržní cenu získává monopolista díky schopnosti ovlivnit celkové nabízené množství, když z důvodu absence konkurence při poklesu nabízeného množství nedoplňuje nově chybějící poptávané množství jiný výrobce. Nižší nabízené množství tak vede k nárůstu ceny a k vyššímu čistému zisku monopolisty (míra tohoto nárůstu je pak v konkrétních případech určena cenovou elasticitou poptávky po konkrétním produktu). Ve výsledku dochází k tomu, že konečný výstup nedosahuje úrovně, jaké by bylo dosaženo za stavu konkurence, nýbrž výrobce nastavuje výstup, a tím potažmo cenu tak, aby maximalizoval svůj zisk nad úroveň normálního zisku, což vede z hlediska celkového užitku k suboptimálnímu výsledku: „V bezprostředním zájmu monopolisty je nastavit produkci a prodej svého zboží tak, aby pro sebe získal maximální čistý zisk, a cesta, kterou k tomu zvolí, povede jen nepravděpodobně k výsledku, jenž zároveň nabízí nejvyšší agregátní uspokojení.“ (Marshall, 1920, s. 416). Nicméně Marshall připouštěl, že v některých případech může monopolizace vést i ke zvýšenému výstupu a nižší ceně, když umožňuje ušetřit náklady, které by bylo jinak nutné vynaložit na reklamu, a také umožňuje dosáhnout úspor z rozsahu. V dlouhém období bude sice firma využívat vlastní vnitřní úspory z rozsahu a bude mít tendenci k monopolizaci, ale v rámci svého životního cyklu bude firma „stárnout“ a ztrácet svou dynamiku růstu a nikdy neovládne celý dílčí trh a její monopol se rozplyne.

Marshallova analýza pracuje pouze s dvěma modelovými situacemi: „konkurence“ a „monopol“. Nezabývá se případnými přechodnými stavy; nelze tak u něj nalézt pojem oligopol nebo pojem nedokonalé konkurence. Zároveň podle Marshalla je monopolní situace výjimečná, která vzniká působením nepříznivých vlivů (bariéry vstupu na trh a nemožnost substituce produktu), a standardní ekonomická situace je stav konkurence. Konkurenci Marshall ponechává bez přídomku dokonalá, nicméně její stručný popis odpovídá obsahu pozdějšího precizovaného pojmu dokonalé konkurence.

2.3 První modifikace a kritiky Marshallova binárního modelu

V kontinentálním diskurzu se lze s některými modifikacemi Marshallova binárního modelu konkurence/monopol a s kritikou předpokládané „standardnosti“ modelu

konkurence setkat už v díle švédského neoklasického ekonoma a peněžního teoretika Johanna G. Knuta Wicksella (1851–1926). V současnosti jsou spíše připomínány jeho přínosy k teorii peněz a k úroku a k teorii mezní produktivity (Sojka, 2010, s. 166–167). V roce 1901 a 1906 vyšly ve švédštině dva díly jeho Přednášek z politické ekonomie, v němčině vyšly již roku 1913 pod názvem *Vorlesungen über Nationalökonomie, auf Grundlage des Marginalprinzipes*. Pro kontinentální, německy mluvící ekonomy tak jeho myšlenky byly dostupné o více než 20 let dříve než pro ty pouze anglicky mluvící – anglický překlad vyšel pod názvem *Lectures on Political Economy* poprvé až roku 1934, tedy dlouho po Wicksellově smrti a již po vydání zásadních děl J. Robinsonové a E. Chamberlina.

K. Wicksell, obdobně jako později J. Robinsonová, akceptoval některé základní principy modelu monopolu tak, jak je formuloval A. Marshall. Wicksell používá v souladu s tehdejší terminologií pojem svobodná konkurence, jeho obsah je však prakticky shodný s pojmem dokonalá konkurence tak, jak jej později vymezuje J. Robinsonová. Z hlediska aplikace modelu na realie skutečného světa ale Wicksell poukázal na komplexní a smíšenou povahu skutečného trhu, který nesplňuje kritéria modelu svobodné (tj. dokonalé) konkurence: „*Nejdůležitější námitkou proti teorii, kterou jsme doposud rozvinuli, je však skutečnost, že náš předpoklad svobodné konkurence je a může být realizován ve skutečném životě pouze nedokonale.*“ (Wicksell, 1936, s. 71–72). Nejenže přísné rozlišování mezi rovnovážnou konkurenční cenou a monopolní cenou není v podmínkách reálného světa zpravidla možné, ale ve své teorii Wicksell došel k závěru, že na trhu může existovat více než jen jedna rovnovážná cena. Taktéž poukázal na možnost dominantního postavení i na straně poptávky: „*Konečně je možno poukázat, že ostré rozlišení mezi monopolními a konkurenčními cenami, které jsme (společně s ostatními ekonomy) zde načrtli, zřídka kdy existuje ve skutečnosti. Není neobvyklé, že si dva nebo více monopolistů ve stejném odvětví produkce, nebo odvětvích blízkce příbuzných (např. vlastníci různých patentů v téměř průmyslu) navzájem konkurují. Již jsme poukázali na to, že na běžném konkurenčním trhu existují svého druhu monopoly každého jednotlivého výrobce, a dokonce i každého spotřebitele – v závislosti na jejich různých geografických umístěních relativně vůči sobě a centrům obchodní aktivity, což následně vede k odlišným transportním nákladům. Tomuto problému cen však věnovala ekonomická teorie jen velmi malou pozornost.*“ (Wicksell, 1936, s. 96). Tyto Wicksellovy závěry ohledně tržního mechanismu a konkurence měly značný vliv na kontinentální autory, zejména náležející k Rakouské ekonomické škole, která má na regulaci hospodářské soutěže jako takové skeptický pohled (viz např. Bažantová, Horych, 2017, s. 148–153; Horych, 2021, s. 78–134).

Cambridgeský neoklasický ekonom a Marshallův žák a jeho nástupce Arthur Cecil Pigou (1877–1959) ve své knize z roku 1920 *The Economics of Welfare* normativně začlenil společenské blaho do ekonomické analýzy a upozornil, že tržní monopol snižuje ekonomický (individuální) blahobyt oproti konkurenčnímu prostředí. Blahobyt podle Pigoua je dán součtem přebytku spotřebitele a přebytku výrobce a je maximalizován v konkurenčním prostředí při rovnovážné ceně (Pigou, 1932, s. 172–212); v nerovnovážném stavu na trhu, což byl případ monopolu, dochází ke zmenšení blahobytu tzv. náklady mrtvé váhy, tedy něčím, co mohlo být využito, ale v podmínkách monopolu nebylo. Tento zásadní poznatek ale nepromítl do svébytného modelu hospodářské soutěže a věnoval se jen rozlišení společenských a soukromých (firemních) mezních nákladů a užitku. Ani ve své teorii externalit jako formy selhání trhu nevyčlenil „selhávající konkurenci“ jako samostatný model; konkurenční prostředí a monopoly vykládal v duchu Marshallova modelu (Pigou, 1932, s. 250–274). Selhání trhu chtěl řešit intervencí státu prostřednictvím soustavy daní (u negativních externalit) a subvencí (u pozitivních externalit) a veřejnou kontrolou monopolů (Pigou, 1932, s. 329–380).

Jako první v rámci Cambridgeské školy⁷ výslovně upozornil na nesoulad Marshallovy teorie firmy a ekonomické reality Piero Sraffa (1898–1983) v článku *Laws of Return under Competitive Conditions* uveřejněném v časopise *Economic Journal* v roce 1926. V průmyslových odvětvích podle něj velice často dochází k rostoucím výnosům z rozsahu a úsporám nákladů a reálné tržní prostředí se silně monopolizuje, přičemž neoklasická ekonomická teorie nemá na tuto běžnou tržní situaci odpovídající model (Sojka, 2010, s. 149–150).

3. Joan V. Robinsonová a pojem nedokonalé konkurence

S nesouladem neoklasické ekonomické teorie a hospodářské reality se teoreticky vypořádala ve své dizertační práci asistentka Cambridgeské univerzity Joan Violet Robinsonová (1903–1983). Práci napsala mezi březnem 1931 a říjnem 1932 a vyšla v roce 1933 pod názvem *The Economics of Imperfect Competition*. Ačkoliv se o něco málo později Robinsonová přiklonila ke keynesiánství, je toto dílo⁸ napsané plně v duchu neoklasického učení A. Marshalla a A. Pigoua a používá neoklasické analytické nástroje.

7 Ve 20. a 30. letech 20. století se rozvinula diskuse o neoklasické teorii ceny (hodnoty) i vně Cambridgeské školy. Dizertační práce budoucího zakladatele Chicagské školy Franka H. Knighta (1885–1972) *Risk, Uncertainty and Profit* z roku 1921 upozorňovala, že nejistota v podnikání znevýhodňuje marshallovský model konkurence, protože vede k mimořádným podnikatelským ziskům i ve stavu konkurenční rovnováhy (Knight, 1935, s. 174–194).

8 Ke knize je možno ještě přiřadit dva články J. Robinsonové (1932) a (1934), které tematicky patří k její vydané dizertaci.

Její klíčový přínos spočívá v tom, že pod vlivem učitele Piera Sraffy a jeho přednášek *Advanced Theory of Value* svou pozornost zaměřila na nedostatky Marshallova binárního modelového dělení tržního stavu na čistě konkurenční a monopolní (Yueh, 2019, s. 197–198). S odkazem na P. Sraffu obrátila směr výkladu problematiky a začala modelem monopolu, resp. monopolní rovnováhou, namísto rovnováhy v podmínkách konkurence (Robinson, 1933, s. 4). Tato na první pohled pouze malá koncepční změna nicméně reflektuje hlubší změnu vnímání problematiky. Nově Marshallovu konkurenční rovnováhu, kterou J. Robinsonová označila termínem „dokonalá konkurence“, chápala jako hraniční model, ryzí stav, kterého bude dosaženo pouze velice výjimečně na specifických trzích. Výchozím bodem zkoumání se jí stal model monopolní rovnováhy, který předpokládá schopnost monopolisty znatelně působit na úroveň tržní ceny, ale na rozdíl od Marshalla nově označila „celý široký prostor“, kde není dokonalá konkurence, jako opak, tedy jednoduchým pojmem „nedokonalá konkurence“. Nedokonalou konkurenci (včetně monopolu jako její součásti) označila jako standardní, odpovídající stavu reálné ekonomiky. K tomu přenesla neoklasickou teorii ceny (v dokonalé i nedokonalé konkurenčním modelu) z úrovně (díličního) trhu na úroveň jednotlivé firmy.

Tyto dva modely, model dokonalé konkurence a model nedokonalé konkurence, vyjádřila také graficky, když využila a dopracovala Marshallův analytický aparát zaměřený na studium statických stavů dílčí rovnováhy. Marshall používal křivky průměrných nákladů a průměrného příjmu; s mezními náklady pracoval jen jako s verbální a matematickou veličinou. Robinsonová znovu objevila Cournotův mezní příjem (Sojka, 2010, s. 150) a křivku mezního příjmu použila do svých grafických modelů. Použila veličiny a křivky průměrných příjmů (AR), průměrných nákladů (AC), mezních příjmů (MR) a mezních nákladů (MC), přičemž dlouhodobá rovnováha firmy maximalizující zisk je daná v bodě průsečíku mezních nákladů a mezních příjmů ($MC = MR$). Grafické modely firmy v dokonalé a nedokonalé konkurenci se však liší tvarem křivek průměrných a mezních příjmů: v dokonalé konkurenčním modelu jsou rovnoběžné a totožné s cenou ($AR = MR = p$), v nedokonalé konkurenčním modelu průměrný a mezní příjem již totožný není a křivky mají klesající trend, přičemž MR klesá rychleji. V grafických modelech J. Robinsonové je vidět, že v nedokonalé konkurenci (oproti dokonalé) je tržní rovnováha spojená s nižším rozsahem produkce a s vyšší cenou. Modely jsou názorné a jednoduché na pochopení a doposud jsou součástí každé učebnice mikroekonomie (Holman, 1999, s. 237; Sojka, 2010, s. 150–151).

Robinsonová je autorkou všeobecně akceptované definice předpokladů dokonalé konkurence, jakožto stavu, kdy se na trhu pohybuje tak vysoký počet prodávajících, že změna výstupu jednoho z nich má jen zanedbatelný vliv na úroveň celkového výstupu a zároveň je homogenita statku natolik vysoká, že je poptávka po statku

z hlediska jednotlivého prodávajícího dokonale elastická (Robinson, 1933, s. 51).⁹ Je však nutno zdůraznit, že J. Robinsonová výslovně uvádí, že se jedná pouze o modelovou situaci, které se bude skutečnost blížit jen výjimečně a v ryzi podobě nebude existovat nikdy, protože výchozí předpoklady jsou nedosažitelné: *„Dokonalá konkurence pravděpodobně nenastane nikdy u produkce jakéhokoliv skutečného statku, poskytuje však hraniční případ pro nedokonalou konkurenci, což má podstatný analytický význam. Podmínky blíží se dokonalé konkurenci se pravděpodobně objeví například na organizovaném trhu zemědělské produkce, jako je například trh s obilím ve velkém obchodním městě.“* (Robinson, 1933, s. 51).

Robinsonová taktéž do teorie zavedla nový pojem „monopson“ a vytvořila jeho model. Tehdejší běžný termín pro jednoho kupujícího byl „monopol kupujícího“, což podle J. Robinsonové byl nelogický termín v doslovném významu „jediný prodávající-kupující“ (Thorton, 2004, s. 258–259). Poprvé pojem monopson použila v roce 1932 při diskusích o trhu práce: v relativně izolovaném městě, např. z důvodu cestovních nákladů, které zabrání jiným společnostem soutěžit o pracovníky, může být zaměstnavatel poptávající práci dostatečně velký, aby zásadně ovlivnil tržní mzdu v tomto městě, tedy je v pozici monopsonu, jediného kupujícího (Thorton, 2004).

Druhým významným přínosem J. Robinsonové je rozpracování Pigouovy cenové diskriminace jakožto jevu, který může doprovázet monopol, resp. může se objevit u firem v nedokonalé konkurenci. Cenovou diskriminací se rozumí stav, kdy prodávající vzhledem ke své schopnosti určovat tržní cenu (vzhledem ke své tržní síle) rozdělí kupující do několika skupin, kterým pak účtuje různé ceny. Cílem diskriminace je minimalizovat nebo eliminovat tzv. spotřebitelský přebytek, tedy rozdíl mezi tržní cenou a cenou, kterou je jednotlivý kupující maximálně ochoten zaplatit. Kromě pojmu spotřebitelova přebytku převzala Robinsonová od Marshalla ještě cenovou elasticitu poptávky, ale zakomponovala tento koncept do své nedokonalé konkurence, když schopnost cenové diskriminovat vyplývá právě z neexistence dokonalé konkurence, protože v modelu dokonalé konkurence není definičně možná. Klíčovým předpokladem cenové diskriminace je existence různých skupin kupujících, kteří mají odlišnou cenovou elasticitu poptávky. *„Jak jsme viděli, závisí existence cenové diskriminace na odlišnosti elasticit poptávek na trzích, kde je možné prodávat.“* (Robinson, 1933, s. 185). Různá cenová

9 Postupem času se k definičním znakům dokonalé konkurence J. Robinsonové přidaly i další znaky, jako jsou dokonalá informovanost všech účastníků trhu, nulové náklady na změnu dodavatele a absence bariér pro vstup na trh a výstup z něj. V této podobě se tento pojem používá jak v obecném ekonomickém, tak soutěžně-právním diskurzu dodnes.

elasticita jednotlivých poptávek je pro možnou cenovou diskriminaci stěžejní,¹⁰ ale není to jediný faktor. Robinsonová zároveň upozornila na možnost diskriminace jak prostřednictvím bariér vstupu na trh, kdy rozlišila bariéry geografické a celní, tak na záměrnou (povrchovou) diferenciaci téhož produktu pomocí zvláštních značek nebo označení: „Navíc když monopolista rozdělí svůj trh zavedením různých ‚značek‘ téhož artiklu, pokusí se rozdělít kupující mezi sebou tak, aby byl schopen účtovat vyšší cenu za ‚značky‘ vyšší třídy artiklu.“ (Robinson, 1933, s. 186). Důležitým poznatkem, který byl taktéž převzat společně se základní neklasickou koncepcí, je skutečnost, že z hlediska úrovně celkového společenského blahobytu nemá cenová diskriminace vždy jednoznačný negativní vliv (Robinson, 1933, s. 206), protože sice může být jejím důsledkem neefektivní distribuce zdrojů, zároveň však ve srovnání se situací monopolu s jedinou cenou může nabízet vyšší výstup, a tedy uspokojit vyšší počet kupujících: „Výše uvedená analýza naznačuje, že z celkového pohledu je pravděpodobnější, že cenová diskriminace výstup zvýší, než že ho sníží.“ (Robinson, 1933, s. 201).

Z hlediska rozvoje soutěžně-právní teorie je největší přínos J. Robinsonové v základní „filozofii“ referenčního přístupu: model dokonalé konkurence je ideálem a firma v nedokonalé konkurenčním postavení je hodnocena podle toho, jak se v jednotlivých definičních znacích odklonila od onoho ideálu a jaká je její možnost působit na tržní cenu. V roce 1948 byla Robinsonová jmenována do britské *Monopolies and Mergers Commission* (Wilks, 2000, s. 93). Přínosem bylo upozornění na cenovou diskriminaci skupin spotřebitelů. Další ovlivnění soutěžního práva neoklasickou ekonomikou je aktuální až v několika posledních desetiletích: současný převažující cíl soutěžního práva je dosažení a ochrana spotřebitelského blahobytu (Kindl *et al.*, 2021, s. 32–50), při jehož definování se používají pojmy mezní užitek a přebytek spotřebitele, blahobyt, náklady mrtvé váhy monopolu atd., které jako jedni z prvních do ekonomické teorie včlenili právě A. Marshall, A. Pigou a J. Robinsonová.

4. Edward H. Chamberlin a pojem monopolistické konkurence

Ve stejnou dobu jako Joan Robinsonová ve Velké Británii, ale nezávisle na ní, dospěl ke kritickému zhodnocení tehdejší neoklasické koncepce monopolu a čisté konkurence i americký ekonom Edward H. Chamberlin (1899–1967). Obsah své kritiky shrnul v dizertační práci, již obhájil na Harvardské univerzitě roku 1927 a která vyšla

10 V právu hospodářské soutěže se k definici produktového i geografického relevantního trhu mj. používá tzv. SSNIP test (*Small but Significant Non-transitory Increase in Price*), který je založen na postupném testování cenové elasticity poptávky po daném produktu (Nejezchleb, Hajná, Bejček, 2014, s. 47; Kindl *et al.*, 2021, s. 128–129).

roku 1933 knižně pod názvem *The Theory of Monopolistic Competition* s podtitulem *A Re-orientation of the Theory of Value*. Toto pojednání se zejména v USA stalo jednou z klíčových publikací v oblasti konkurence a monopolu a dodnes se těší značné popularitě u harvardské ekonomické školy odvětvové organizace (workable competition).

Z koncepčního hlediska E. H. Chamberlin obdobně jako J. Robinsonová upozornil na nedostatky tehdejší neoklasické teorie binárního modelu konkurence/monopolu: „*Ryzí konkurence a ryzí monopol jsou dva extrémy [...] Skutečné ceny nesměřují ani k jednomu z nich, nýbrž ke středové poloze, která je určena relativní silou těchto dvou sil v individuálním případě. Ryze konkurenční cena není cenou normální; a s výjimkou těch několika málo případů v rámci cenového systému, kde je konkurence doopravdy ryzí, neexistuje žádná tendence k jejímu dosažení.*“ (Chamberlin, 1962, s. 64). Podobně jako J. Robinsonová považuje v případě teorie monopolu defekty tehdejší ekonomické teorie za méně závažné, a proto některé prvky tehdejší neoklasické teorie monopolu přejímá.

Klíčovým stavebním kamenem Chamberlinovy teorie je akceptace postulátu, že „*podstatou monopolu je kontrola nabídky statku.*“ (Chamberlin, 1962, s. 65). Toto východisko je odrazem neoklasické teorie a bylo široce akceptováno již před Chamberlinovou teorií. Evoluce přístupu, kterou jeho teorie představuje, spočívá nicméně v doplnění tohoto postulátu o další prvky – problematiku definice produktu a jeho substitutu, tendenci producentů k diferenciaci svého produktu a možnost ovlivnění poptávky pomocí reklamy. Tyto prvky dohromady tvoří jádro Chamberlinovy teorie monopolistické konkurence.

V jádru teorie osvětlil problematiku konkurence a monopolu tak, že každý z producentů má tendenci odlišovat svůj produkt od produktů jiných a obdobných. Tato diferenciacie může nabývat různých podob, ať již označení produktu, ochranné známky, dílčí změny ve složení produktu atp. Tímto procesem dochází k tomu, že u velkého množství produktů neexistuje pluralita producentů nabízejících jeden identický produkt, nýbrž pluralita producentů, kteří nabízejí produkt obdobný. V případě obdobnosti produktu však ekonomická teorie hovoří zpravidla o tzv. substitutech, nikoliv o různých variantách téhož produktu. Při aplikaci tohoto přísného dělení na homogenní produkty a substituty je pak výsledkem stav, kdy je každý z jednotlivých producentů monopolistou (protože má výsadní kontrolu nad nabídkou vlastního produktu, a může tím ovlivňovat poptávku po vlastním produktu – viz dále) a zároveň tento monopolista konkuruje jiným monopolistům, kteří nabízejí substituty jeho produktu, přičemž je možný konkurenční vstup do odvětví. Chamberlin nezkoumal tržní rovnováhu obecně, ale rovnováhu a tvorbu cen velké skupiny firem s podobným, ale diferencovaným produktem působících na stejném trhu. Tento jev pojmenoval právě pojmem „monopolistická konkurence“ (Chamberlin, 1962, s. 9), protože v sobě z pohledu tradiční neoklasické teorie zahrnuje jak prvky

monopolu, tak ryzí¹¹ konkurence. Oligopolní strukturu s menším počtem firem nazval malou skupinou.

Druhým aspektem, kterým Chamberlinova teorie monopolistické konkurence rozvinula tehdejší neoklasickou koncepci konkurence, je problematika poptávkové křivky, resp. vlivu prodávajícího na poptávkovou křivku. S tím následně souvisí otázka povahy nákladů prodávajícího. Chamberlin viděl, že tehdejší ekonomická teorie při rozboru hodnoty statku a nákladech na jeho realizaci pomíjela některé složky, které v reálném světě existují a mají zásadní vliv na poptávku po daném statku. Tehdejší neoklasická ekonomická teorie pracovala s předpokladem, že křivka poptávky je daná a prodávající své nabízené množství přizpůsobuje situaci tak, aby maximalizoval vlastní zisk. Ačkoliv se mohla poptávka spotřebitelů v čase měnit, tato změna vyplývala ze změny jejich preferencí, ke které ekonomická teorie neměla co říci. Chamberlin si nicméně povšiml, že tehdejší neoklasika přehlédla zásadní skutečnost, že změna preferencí spotřebitele může být též způsobena jednáním prodávajících, a tento vliv je ve skutečném světě velmi běžný a zásadní. V ekonomickém, ale i obecném pojmosloví se taková činnost obvykle nazývá reklamou nebo marketingem a ignorování jejího vlivu bylo chybným předpokladem. Jednání reálných prodávajících prakticky nikdy nevykazuje teorii (implicitně) předpokládanou pasivitu, a naopak téměř každý prodávající vynakládá prostředky k takovému působení na spotřebitele, které povede ke změně preferencí příznivých pro daného prodávajícího. Jinými slovy, prodávající (výrobce) se standardně snaží působit tak, aby došlo ke zvýšení poptávky po jeho produktu. Pakliže se tento prvek nevezme v potaz, bude výsledná teorie konkurence a tvorby tržní hodnoty (ceny) statku defektní ve dvou směrech. Především v takovém případě dojde při posuzování vlivu nákladů na cenu statku k vyloučení části nákladů, které jsou z hlediska prodávajícího zásadní. Chamberlin proto nově zavedl ve své teorii dělení nákladů na *costs of production* („výrobní náklady“) a *costs of selling* („náklady prodeje“), přičemž tyto náklady se liší svou povahou a vztahem k poptávce. Výrobní náklady jsou zdroje, které musí prodávající (výrobce) vynaložit na samotnou tvorbu zboží nebo služby. Tyto náklady byly ekonomické teorii dobře známy a obvykle se dělily na náklady spojené s využíváním jednotlivých výrobních faktorů. Pro výrobce jsou „objektivně“ určeny

11 Z hlediska terminologie Chamberlin preferoval pro stav „mnoho nabízejících se zcela homogenním statkem“ pojem ryzí („pure“) konkurence, protože pojem dokonalá („perfect“) konkurence lze vykládat tak, že zahrnuje dokonalost i v mnoha jiných směrech než jen v absenci monopolu, což podle něj neplatí (1962, s. 6). Zatímco přídavné jméno „perfect/imperfect“ se používalo jako běžné slovo a „pojem“ z nich vytvořila až J. Robinsonová, tak oxymóronové sousloví „monopolistická konkurence“ vytvořil Chamberlin. Z jeho nového pojmosloví se ještě ujalý pojmy „velká skupina“ právě pro monopolistickou konkurenci a „malá skupina“ pro oligopol (Sojka, 2010, s. 151).

na základě tržních cen dílčích složek výrobních faktorů a z hlediska výrobce je třeba, aby svou výrobu přizpůsobil těmto nákladům ve spojení s poptávkou po daném statku. Naproti těmto výrobním nákladům stojí náklady prodeje, tedy zdroje, které jsou vynaloženy za účelem změny poptávky po daném statku a jejich výši si stanoví právě prodávající (výrobce) podle míry svého úsilí změnit poptávkovou křivku (Chamberlin, 1962, s. 125).

Celkové náklady prodávajícího (výrobce) jsou pak součtem nákladů výrobních a nákladů prodeje tohoto výrobce. Náklady prodeje diferencovaného produktu pomocí reklamy se samozřejmě určitým způsobem odrazí ve zvýšené ceně nabízeného produktu, ale podle Chamberlina toto není plýtvání, ale prospěšná služba spotřebitelům, kteří ve skutečnosti žádají rozmanité zboží. V Chamberlinově monopolistické konkurenci firma už není pasivním příjemcem ceny (*price-taker*), ale stává spoluvůrcem ceny (*price-maker*).

Chamberlin výše uvedeným poukázal na významný nedostatek dosavadní ekonomické teorie. Vysvětlení skutečných tržních situací pomocí pojmu „náklady“, které definičně pomíjí významnou část nákladů prakticky každého výrobce nebo prodávajícího, muselo vyústit pouze v nepřesný a zavádějící model neschopný popsat ekonomickou realitu: „*Teorie ryzí konkurence tacitně předpokládá, že veškeré náklady vznikají v souvislosti se zvýšením nabídky zboží a že je toto zboží prodáváno bez úsilí a výdajů. Při vysvětlování skutečností ekonomického života pak selhává nejjasněji právě proto, že nebere v potaz náklady prodeje.*“ (Chamberlin, 1962, s. 127).

Podle Marshalla byly funkce nabídky a poptávky navzájem nezávislé a posun jedné neovlivnil druhou, zrovna tak jsou na sobě nezávislé náklady a poptávka. Chamberlin ale ukázal, že změna nabídky zvýšením prodejních nákladů změní i poptávku, a to ve všech případech, kde mají znatelný vliv monopolní prvky, což jsou až na výjimky (např. vysoce standardizované stejnorodé statky – energie, komodity atp.) všechny statky a služby. Podle Chamberlina se přímo „*nabízí otázka, zda by se měla [Marshallova] teorie konkurence vůbec aplikovat na případy, kde jsou přítomny monopolní prvky [...] Problém ceny diferencovaného produktu nelze vyjádřit křivkami konkurenčních nákladů a poptávky, aniž bychom do závěrů vložili jisté chyby...*“ (Chamberlin, 1962, s. 116).

Dílo E. H. Chamberlina a pojem monopolistické konkurence představovaly značný milník ve vývoji ekonomie hlavního proudu. Z pohledu dnešní ekonomie se taktéž jedná o součást syllabu standardního kurzu mikroekonomie, protože nedošlo (u něj či jeho soupeřů) k zásadnímu přepracování teorie hodnoty, které si Chamberlin přál, a jeho teorie se obecně stále akceptuje jako korektiv standardní (marshallovské) teorie konkurence, nikoliv jako koncepčně zcela odlišné pojetí konkurence a monopolu.

Z hlediska soutěžně-právní teorie je Chamberlinovo dílo významné nejen zavedením pojmu monopolistické konkurence, ale také bližším rozbořem odlišného jednání tržních aktérů ve velké či malé skupině, kdy „velká skupina“ je až na výjimky mimo optiku práva hospodářské soutěže a její regulace. Zásadní význam má Chamberlinův objev diferenciacie produktu při vymezení relevantního trhu z hlediska produktového. Při ochraně konkurenčního prostředí lze využít jeho zdůvodnění, že soutěžitel (výrobce či prodejce) nemusí trpně čekat na zákazníka, ale může použít aktivně reklamu, která je ku prospěchu a informovanosti zákazníka, samozřejmě pokud se nejedná o nekalou soutěžní reklamu či marketing jdoucí proti dobrým mravům. Analýza nákladů (nákladové testy) je zásadní důkazní prostředek v soutěžním právu při dokazování zakázaných cenových praktik cenové diskriminace, predátorských cen a dalšího zneužití dominantního postavení. Chamberlin tím, že bral do úvahy vzájemné reakce firem v nedokonalé konkurenčním prostředí, se stal předchůdcem aplikace teorie her (Sojka, 2010, s. 152).

5. Nedokonalá konkurence a monopolistická konkurence – rozdíly a společné znaky

Nejprve se pozastavíme u společných rysů obou teorií. Obě spojuje kritické zhodnocení tehdejší neoklasické koncepce konkurence, kdy oba autoři měli její aparát i závěry za nedostačující. V obou případech se jejich kritika zaměřila především na předpoklady čisté konkurenční situace, které jsou nastaveny tak, že se samotná teorie konkurence nehodí pro popis jevů, jež se odehrávají v ekonomické realitě. Obě teorie také chápou tehdejší marshallovský model monopolu jako příhodnější výchozí bod pro svou další konstrukci aparátu pro teorii, která již bude v souladu s ekonomickou realitou. Obě vycházejí z dílčí rovnováhy a přenášejí teorii ceny, resp. hodnoty, z úrovně trhu na úroveň firmy, resp. skupiny firem. Model dokonalé, resp. ryzí, konkurence již není ani jediný, ani dominantní model; naopak u obou autorů je to výjimečná, netypická či jen teoretická situace. Nakonec i přes ambice Chamberlina obě teorie byly a jsou chápány ekonomickou obcí jako vylepšení neoklasického statického modelu a byly převzaty do ekonomie hlavního proudu i do soutěžního práva.

Obě teorie nicméně vykazují řadu odlišností, a to nikoliv pouze kosmetického charakteru, nýbrž se odlišují i v základních předpokladech. V první řadě je třeba upozornit na odlišnou koncepci a původní záměr každé teorie. J. Robinsonová zde normativně ekonomické závěry neposkytuje, a to zcela záměrně a otevřeně. Naopak Chamberlin se ve svém díle nevyhýbá ani některým normativně ekonomickým závěrům, když výslovně kritizuje přijetí modelu ryzí (dokonalé) konkurence jako ideálu, o který by měla regulace usilovat: „*Výslovné uznání diferenciacie produktu plně odhaluje problém rozmanitosti*

a vyjasňuje, že ryzí konkurenci nelze dále pro účely ekonomie blahobytu považovat za „ideální“ v jakémkoli ohledu.“ (Chamberlin, 1962, s. 214). Podle něj svobodné podnikání vede ekonomiku k monopolistické konkurenci,¹² což je zjevné a je to nanejvýš v pořádku: „Stěžejní součástí svobodného podnikání je snaha každého obchodníka vybudovat svůj vlastní monopol, rozšiřovat jej, kdykoliv je to možné, a chránit jej před snahou ostatních rozšiřovat monopoly vlastní.“ (Chamberlin, 1962, s. 213–214). Zjednodušeně lze říci, že Robinsonová ve svém díle chtěla vylepšit a doplnit aparát marshallovské teorie, zatímco Chamberlin zavrhl některé klíčové předpoklady tehdy dominantní marshallovské teorie konkurence a chtěl je nahradit svým alternativním přístupem, novou teorií hodnoty, jak ostatně zněl podtitul jeho knihy.

Rozdíly obou autorů jsou nejvýraznější v případě problematiky reklamy. Robinsonová její vliv (plně v duchu Marshalla) záměrně vyloučila za účelem zjednodušení v rámci výkladu předpokladů své teorie: „Existence reklamy přivádí do problému individuální poptávkové křivky komplikace, tyto však nebudou brány v potaz. Lze předpokládat, že výdaje firmy lze z pohledu podnikatele považovat za ekvivalentní redukci ceny s tím, že mají stejný efekt na její prodeje.“ (Robinson, 1933, s. 21).

Chamberlin chápal reklamu jako kritický prvek ekonomické reality, který vede ke komplexnímu, a především obousměrnému chápání vztahu poptávky a prodávajícího. Jeho teorie monopolistické konkurence, na rozdíl od teorie nedokonalé konkurence J. Robinsonové, tak bere prodávajícího jako aktivní prvek, který se snaží aktivně měnit realitu tržní poptávky po svém produktu namísto toho, aby ji pasivně akceptoval. Takový konceptní rozdíl ve volním jednání je zásadní i v soutěžním právu.

Druhým rozdílem je pak náhled na problematiku diferenciací produktu. Z dosavadního výkladu je zřejmé, že pro Chamberlinovu teorii monopolistické konkurence se jedná o zásadní prvek a všudypřítomný jev. O diferenciaci produktu usiluje každý prodávající (výrobce), protože tímto dochází k posílení postavení jeho produktu v rámci konkurence mezi ním a jeho substituty. Vyloučena je pouze tam, kde diferenciací nepříchází v úvahu, protože ji znemožňuje samotná povaha statku (tj. „standardizace“ statku je jednou z jeho klíčových vlastností). V rámci teorie nedokonalé konkurence J. Robinsonová však tento prvek nebere v potaz a na konkurenci nahlíží výlučně z hlediska ceny, ačkoliv je nutno uvést, že na toto omezení své teorie výslovně upozorňuje, a dokonce souhrnně necenovou konkurenci a reklamu spojuje s problematikou nákladů prodávajícího (výrobce): „Skutečnost, že ve skutečném světě poptávková křivka a křivky nákladů

12 Tato idea dravosti podnikatele se nikoli náhodou podobá úvahám J. A. Schumpetera, který působil na Harvardu od roku 1927 jako hostující profesor a od roku 1932 jako řádný profesor až do své smrti, stejně jako Chamberlin, který roku 1927 obhájil na Harvardské univerzitě doktorát a v roce 1933 byl tamtéž jmenován řádným profesorem (Yueh, 2019, s. 152–153).

individuálních firem nejsou nezávislé, představuje pro ekonomickou analýzu velmi imponantní problém a na tomto místě nebudou provedeny žádné pokusy o jeho vyřešení.“ (Robinson, 1933, s. 90).

Další významný rozdíl mezi přístupem Robinsonové a Chamberlina je v chápání necenové konkurence. Pojem necenová konkurence se obvykle rozumí soubor metod, kterými konkurenti zvyšují poptávku po svém produktu, aniž by přímo měnili jeho nabídkovou cenu. Typicky se tedy jedná o poskytnutí dodatečných služeb při koupi produktu, marketing, věrnostní programy atp. Robinsonová tento pojem ve svém díle nepoužívá a soustředí se primárně na vztah nabízeného množství a ceny produktu. Chamberlin s touto metodou konkurence ve svém díle naopak výslovně počítá a do své teorie ji inkorporuje, protože existují případy, kdy je cena statku nebo služby zafixovaná (např. zvykem, profesní etikou atd.), a subjekty si proto budou konkurovat právě necenovými způsoby (Chamberlin, 1962, s. 106).

Jen pro úplnost dodejme, že dále se obě teorie liší v některých jevech souvisejících s problematikou nabídky a poptávky po práci, kterým se J. Robinsonová vcelku obsáhle věnuje v oddílech („books“) VI. až IX. své knihy (1933).

Závěr

V poslední třetině 18. století Adam Smith podal vizi efektivní tržní konkurence, kterou zdůvodnil tezí o neviditelné ruce trhu a jako určité výjimky či excesy popsal, a to celkem rozsáhle, různé dobové typy monopolů a upozornil na jejich ekonomickou škodlivost. Trvalo více než sto let, než v roce 1890 představitel neoklasické Cambridgeské školy Alfred Marshall využil Cournotův matematický aparát, marginální a nákladovou analýzu a nově zavedl systémové užívání grafů pro konstrukci modelových situací dílčí tržní rovnováhy a tvorby rovnovážné ceny s podmínkou *ceteris paribus*. Rozlišil dvě modelové situace tržní rovnováhy – „stav konkurence“ a „stav monopolu“, přičemž stav konkurence byl podle něj normální situací a výjimečná byla monopolní situace. Marshallův binární statický model dílčí tržní rovnováhy byl postupně kritizován, protože nenabízel možnosti pro uplatnění v reálné ekonomické situaci 20. let 20. století.

Snaha po odstranění nedostatků marshallovské neoklasiky vyústila v roce 1933 ve vydání – nezávisle na sobě – dvou přelomových publikací J. Robinsonové a E. Chamberlina, kde oba dokonalou, resp. ryzí konkurenci označili za výjimečný, teoretický stav trhu. Za standardní tržní model označila J. Robinsonová svou nedokonalou konkurenci a E. Chamberlin svou monopolistickou konkurenci. Robinsonová ve svém díle chtěla vylepšit a doplnit aparát marshallovské teorie, zatímco Chamberlin zavrhl některé klíčové předpoklady tehdy dominantní marshallovské teorie konkurence a chtěl

je nahradit svým alternativním přístupem, novou teorií hodnoty. Z normativních pozic kritizoval, že by dokonalá či ryzí konkurence měla být tržním ideálem, ke kterému by měla směřovat regulace hospodářské soutěže. Chamberlin doplnil charakteristiku podstaty monopolu a jeho chování o další prvky – o problematiku definice produktu a jeho substitutu a upozornil na tendenci producentů k diferenciaci svého produktu. Současně zdůraznil možnost producentů ovlivňovat poptávku pomocí reklamy.

Oproti Chamberlinovi je Robinsonová autorkou všeobecně akceptované definice předpokladů dokonalé konkurence, taktéž do teorie zavedla nový pojem „monopson“ a vytvořila jeho model. Dalším jejím přínosem je rozpracování cenové diskriminace jakožto jevu, který může doprovázet monopol, resp. může se objevit u firem v nedokonalé konkurenci.

Poté, co se Joan Robinsonová ve druhé polovině 30. let 20. století přiklonila ke Keynesovu učení, neoklasickou teorii záhy opustila a některé prvky přímo popřela (Sojka, 2010, s. 151; podrobněji Sirůček, 2019, s. 104–107). Naopak Chamberlin až do konce života svou teorii obhajoval, především před kritikou Chicagské školy, vysvětloval její odlišnosti (1937) a precizoval ji (např. 1951). Přesto jejich modely prokázaly dostatečnou erudici a zobecnění (i přes pozdější kritiku) tím, že jsou do současnosti součástí ekonomie hlavního proudu, ale také i tím, že umožnily debatu o možné regulační reakci a mohly být uplatněny jako nástroje pro soutěžně-právní analýzu.

Literatura

- Aristoteles (2009). *Politika*. Praha: Rezek. ISBN 80-86027-30-9.
- Bažantová, I., Horych, J. (2017). Ekonomická analýza práva Rakouské školy s přihlédnutím k právu hospodářské soutěže. In: Gábriš, T. et al. *Nedogmatická právní věda. Od marxismu po behaviorální ekonomii*. Praha: Wolters Kluwer, s. 145–158. ISBN 978-80-7552-950-3.
- Bishop, S., Walker, M. (2010). *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Applications and Measurement*. 3. vyd. Mytholmroyd: Sweet & Maxwell. ISBN 978-04-2193-190-9.
- Coke, E. (2003). *The Selected Writings and Speeches of Sir Edward Coke*. Indianapolis: Liberty Fund, vol. 1. ISBN 978-0865973152.
- English Parliament (1623). *Statute of Monopolies*. Acts of the English Parliament. The National Archives. Dostupné z: <https://www.legislation.gov.uk/aep/Ja1/21/3/contents>
- Geradin, D., Layne-Farrar, A., Petit, N. (2012). *EU Competition Law and Economics*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-956656-3.
- Holman, R. et al. (1999). *Dějiny ekonomického myšlení*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-238-1.

- Horych, J. (2021). *Liberální teorie a praxe soutěžního práva*. Praha. Dizertační práce. Univerzita Karlova, Právnická fakulta. Vedoucí Ilona Bažantová. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/148279>
- Chafuen, A. A. (2011). *Víra a svoboda. Ekonomické myšlení pozdních scholastiků*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7357-656-1.
- Chamberlin, E. H. (1937). Monopolistic or Imperfect Competition? *The Quarterly Journal of Economics*, 51(4), 557–580.
- Chamberlin, E. H. (1951). The Impact of Recent Monopoly Theory on the Schumpeterian system. *The Review of Economics and Statistics*, 33(2), 133–138, <https://doi.org/10.2307/1925875>
- Chamberlin, E. H. (1962). *The Theory of Monopolistic Competition*. 8. vyd. Cambridge: Harvard University Press.
- Kindl, J. et al. (2021). *Soutěžní právo*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-806-1.
- Knight, F. H. (1935). *Risk, Uncertainty and Profit*. 2. vyd. London: LSE.
- Krabec, T. (2006). *Teoretická východiska soutěžní politiky*. Praha: Národohospodářský ústav Josefa Hlávky. ISBN 80-86729-23-0.
- Letwin, W. L. (1954). The English Common Law Concerning Monopolies. *The University of Chicago Law Review*, 21(3), 355–385, <https://doi.org/10.2307/1597844>
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. 8. vyd. London: Macmillan.
- Nejezchleb, K., Hajná, Z., Bejček, J. (2014). *Ekonomické metody v soutěžním právu*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-7701-0.
- Niels, G., Jenkins, H., Kavanagh, J. (2016). *Economics for Competition Lawyers*. 2. vyd. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-871765-2.
- Pigou, A. C. (1932). *The Economics of Welfare*. 4. vyd. London: Macmillan.
- Raphael, D. D. (1995). *Adam Smith*. Praha: Argo. ISBN 80-85794-59-4.
- Robinson, J. V. (1932). Imperfect Competition and Falling Supply Price. *Economic Journal*, 42(168), s. 544–554, <https://doi.org/10.2307/2223779>
- Robinson, J. V. (1933). *The Economics of Imperfect Competition*. London: Macmillan.
- Robinson, J. V. (1934). What is Perfect Competition? *Quarterly Journal of Economics*, 49(1), 104–120.
- Sirůček, P. (2019). *J. V. Robinsonová a R. Luxemburgová – dvě největší ženské osobnosti teoretické ekonomie*. 2. doplněné vyd. Praha: Fórum společenských věd Klubu společenských věd. ISSN 2336-7679.
- Smith, A. (2001). *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Praha: Liberální institut. ISBN 80-86389-15-4.
- Smith, A. (2005). *Teorie mravních citů*. Praha: Liberální institut. ISBN 80-86389-38-3.
- Sojka, M. (2010). *Dějiny ekonomických teorií*. Praha: Havlíček Brain Team. ISBN 978-80-87109-21-2.

- Thornton, R. J. (2004). How Joan Robinson and B. L. Hallward Named Monopsony. *Journal of Economic Perspectives*, 18(2), 257–261, <https://doi.org/10.1257/0895330041371240>
- Urfus, V. (1975). Ekonomická a právní kategorie monopolu a její vývojové proměny. Nárys základní problematiky. In: *Collectanea opusculorum ad iuris historiam spectantium Venceslao Vaněček septuagenario ab amicis discipulisque oblata*. Praha: Univerzita Karlova, s. 369–386.
- Urfus, V. (2001). *Historické základy novodobého práva soukromého*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-504-6.
- Wicksell, K. (1934). *Lectures on Political Economy*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Wilks, S. (2000). *In the Public Interest: Competition Policy and the Monopolies and Mergers Commission*. Manchester: Manchester University Press. ISBN 978-0-719-05574-4.
- Wood, D. (2002). *Medieval Economic Thought*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-45893-1.
- Yueh, L. (2019). *The Great Economists. How Their Ideas Can Help Us Today*. London: Penguin Random House. ISBN 978-0-241-97447-6.