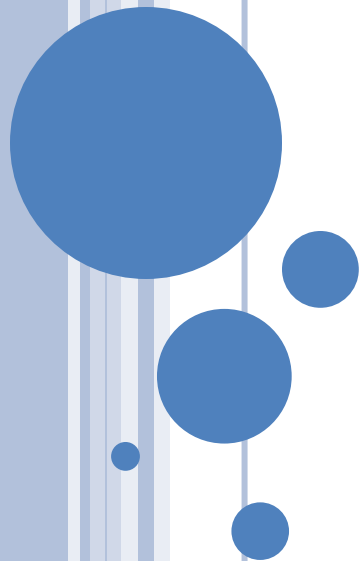


TYPY TRŽNÍCH STRUKTUR A DOKONALÁ KONKURENCE



TYPY TRŽNÍCH STRUKTUR

- Chování firmy je ovlivněno typem tržní konkurence, ve které se nachází
- Rozlišujeme čtyři základní typy tržní struktury:
 - Dokonalá konkurence
 - Monopol
 - Oligopol
 - Monopolistická konkurence
- Při určování typu tržní struktury není rozhodující velikost podniků, ale počet subjektů na příslušném trhu



TYPY TRŽNÍCH STRUKTUR NA STRANĚ NABÍDKY

Typ struktury/ kritérium	Dokonalá konkurence	Nedokonalá konkurence		
		Monopol	Oligopol	Monopolistická k.
Počet firem	Velký počet malých firem	jedna	Malý počet firem s výrazným tržním podílem	Velký počet malých firem
Produkt	Homogenní (stejnorodý)	Specifický (bez blízkých substitutů)	V různé míře diferencovaný	diferencovaný
Vliv na cenu	žádný	silný	částečný	částečný
Bariéry vstupu	žádné (volný vstup)	Výrazné (v podstatě uzavřený vstup)	Částečné bariéry vstupu	Volný vstup do odvětví



TYPY TRŽNÍCH STRUKTUR NA STRANĚ POPTÁVKY

- Na straně poptávky rozlišujeme tyto typy tržní struktury:
 - Dokonalá konkurence
 - Monopson (síla monopsonu je schopnost kupujícího ovlivnit cenu ve svůj prospěch)
 - Oligopson
 - Monopolistická konkurence
- **Ekonomická realita není černobílá a málokdy má čistou podobu odpovídající modelu !!!**



VÝROBNÍ A ALOKAČNÍ EFEKTIVNOST

- Každý typ konkurence vykazuje určitý stupeň výrobní a alokační efektivity

- **Výrobní efektivnost**

- ❖ Firma vyrábí s minimálními průměrnými náklady

- **Alokační efektivnost**

- ❖ Firma vyrábí takový objem produkce, který je poptáván



CO JE VLASTNĚ KONKURENCE?

- Konkurencí rozumíme proces střetávání protikladných zájmů ekonomických subjektů, které vystupují na trhu

- ***Tržní konkurence***

- ❖ Konkurence cenová
- ❖ Konkurence necenová

- ***Mimotržní konkurence*** – zahrnuje vedle legálních metod (lobbing) i nelegální postupy (korupce), dále sem patří nástroje typu ekologických, hygienických, bezpečnostních předpisů, které omezují přístup konkurentů na trhu určitých výrobků a služeb)




DOKONALÁ KONKURENCE

„Dokonalý trh je oblast..., kde je mnoho kupujících a prodávajících, kteří jsou všichni ve střehu a všichni mají dokonalé informace o záležitostech ostatních, takže cena komodity je v celé oblasti prakticky vždy stejná“

(Alfred Marshall, Principy ekonomie)



DK - PŘEDPOKLADY

- V odvětví působí velký počet prodávajících a kupujících, kdy žádný z nich není schopen ovlivnit cenu = firmy jsou cenovými příjemci (price takers)
 - Volný vstup do odvětví ani neexistují žádné překážky pro odchod z odvětví
 - Všechny výrobní faktory jsou dokonale mobilní
 - Homogenní produkt
 - Všichni výrobci i spotřebitelé mají dokonalé informace o produktech i jejich ceně
 - Firmy usilují o maximalizaci zisku, spotřebitelé o maximalizaci užítku
- 

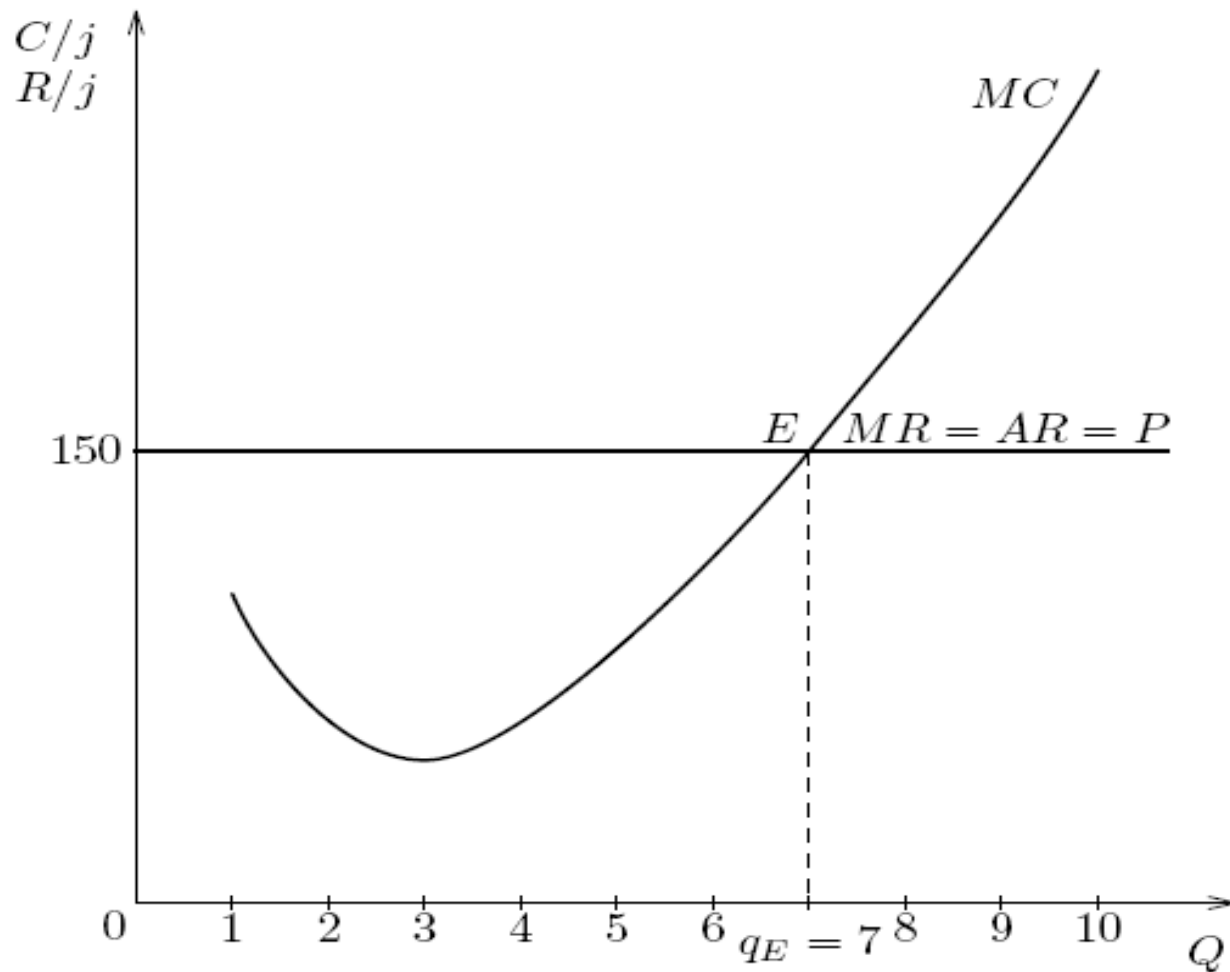
DOKONALÁ KONKURENCE – AR, MR

- Pokud firmy nemají vliv na cenu, potom bude poptávková křivka po určitém statku horizontální = poptávka po produkci dané firmy je dokonale elastická
- **!!!** Pozor, poptávka po produkci jedné firmy je vodorovná, ale tržní poptávková křivka (poptávka po produkci celého odvětví) je klesající **!!!**
- Horizontální křivka „d“ je zároveň i křivkou průměrného a mezního příjmu (jsou totožné)
- Cena a poptávková křivka, které čelí jednotlivé firmy v DK se může v závislosti na vývoji trhu statku měnit

DK – ROZHODNUTÍ FIRMY O ROZSAHU PRODUKCE

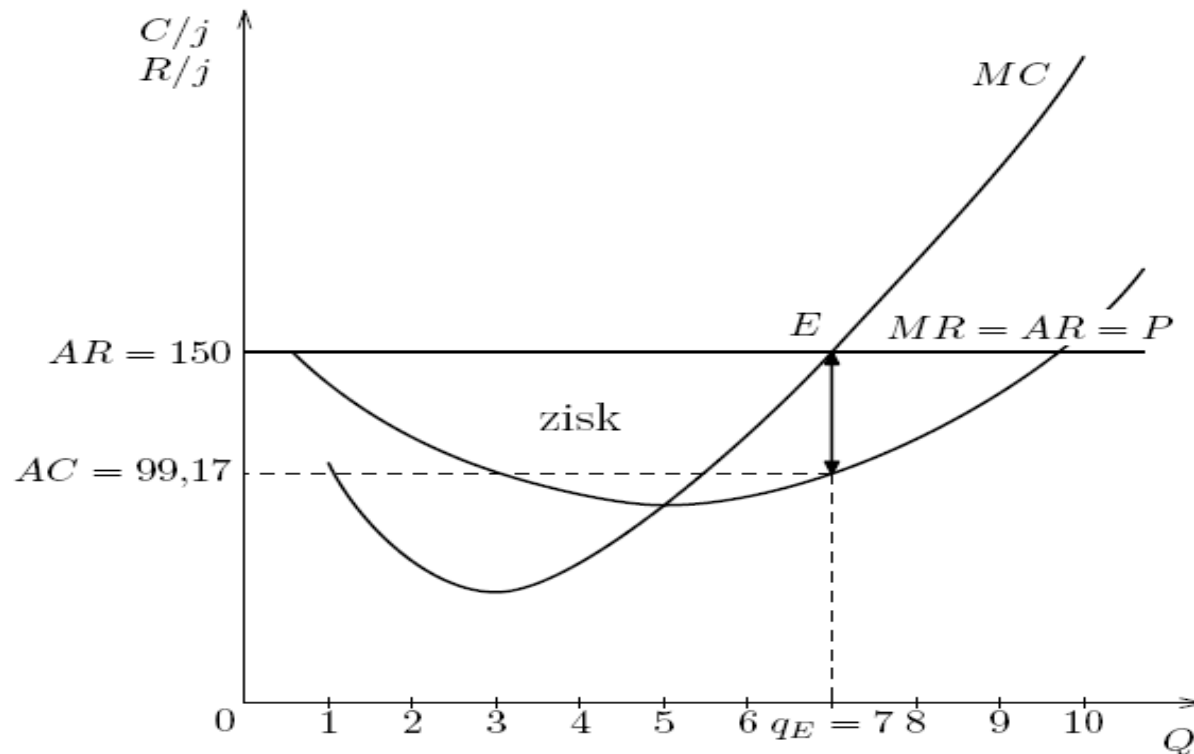
- Cílem firmy je maximalizace zisku
- Jediný způsob, jak ovlivnit celkové příjmy je objem produkce firmy při dané ceně
- Objem produkce závisí na vztahu mezi mezními náklady (MC) a mezními příjmy (MR)
- Platí „**zlaté pravidlo maximalizace zisku**“ $MR = MC$
 - Pokud je $MR > MC$ firma nerealizuje zisk, který by mohla, protože vyrábí málo, je zde prostor pro zvýšení výroby
 - Pokud je $MR < MC$ vyrábí víc než je optimum a realizuje ztrátu (za VF zaplatí víc než jí přinese poslední prodaná jednotka produkce)
- Křivka nabídky firmy je dána rostoucí částí MC, zesponu ohraničená minimem průměrných variabilních nákladů (AVC)
- DK firma je výrobně i alokačně efektivní

DK – ROZHODNUTÍ FIRMY O ROZSAHU PRODUKCE



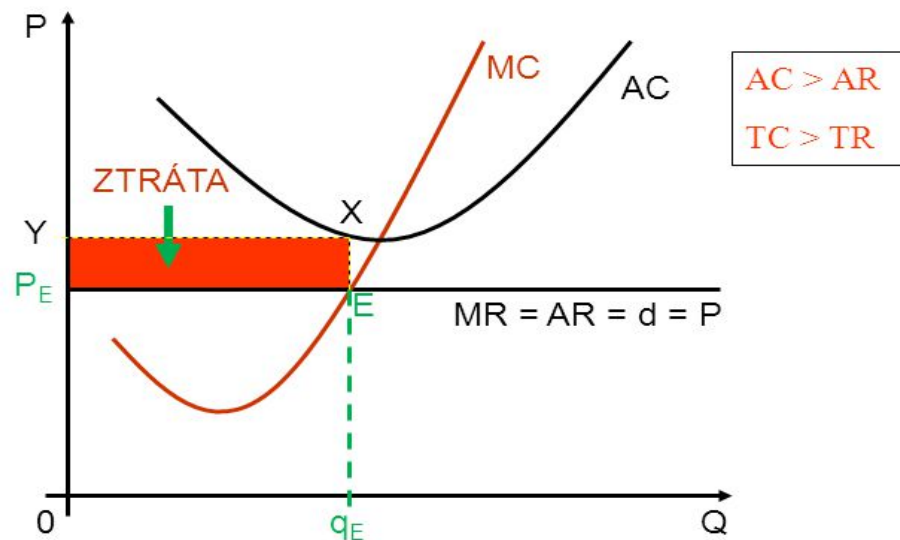
DK FIRMA S EKONOMICKÝM ZISKEM

- Uvažujeme ekonomický zisk
- Ke grafickému určení budeme potřebovat křivku průměrných nákladů



DK FIRMA S EKONOMICKOU ZTRÁTOU

- Pokud je cena (průměrný příjem) nižší než průměrné náklady, DK firma dosahuje ekonomické ztráty



DK BOD UZAVŘENÍ FIRMY

- Pokud firma v krátkém období dosahuje ztráty musí se rozhodnout, zda bude ve výrobě pokračovat a tuto ztrátu minimalizovat nebo svou činnost ukončí
- K tomuto rozhodnutí jí slouží kritéria ceny a průměrných variabilních nákladů (AVC)
- $P = AVC$ - **bod uzavření firmy** – v tomto bodě firma ukončí výrobu, protože není schopna pokrýt ani část fixních nákladů a pokračováním ve výrobě by se ztráta zvyšovala neboť nedochází ani k pokrytí nákladů variabilních
- pokud firma dosahuje ztráty, ale $P > AVC$, firma bude pokračovat ve výrobě a očekávat zlepšení



Děkuji za pozornost a
přeji hezký den

