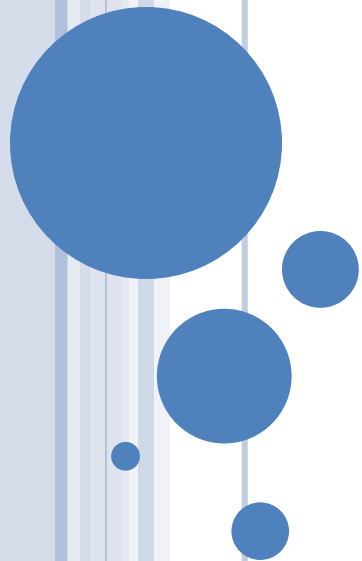


# **TYPY TRŽNÍCH STRUKTUR A DOKONALÁ KONKURENCE**



# 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.
<b>Počet firem</b>	Velký počet malých firem	jedna	Malý počet firem s výrazným tržním podílem	Velký počet malých firem
<b>Produkt</b>	Homogenní (stejnorodý)	Specifický (bez blízkých substitutů)	V různé míře diferencovaný	diferencovaný
<b>Vliv na cenu</b>	žádný	silný	částečný	částečný
<b>Bariéry vstupu</b>	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
- 



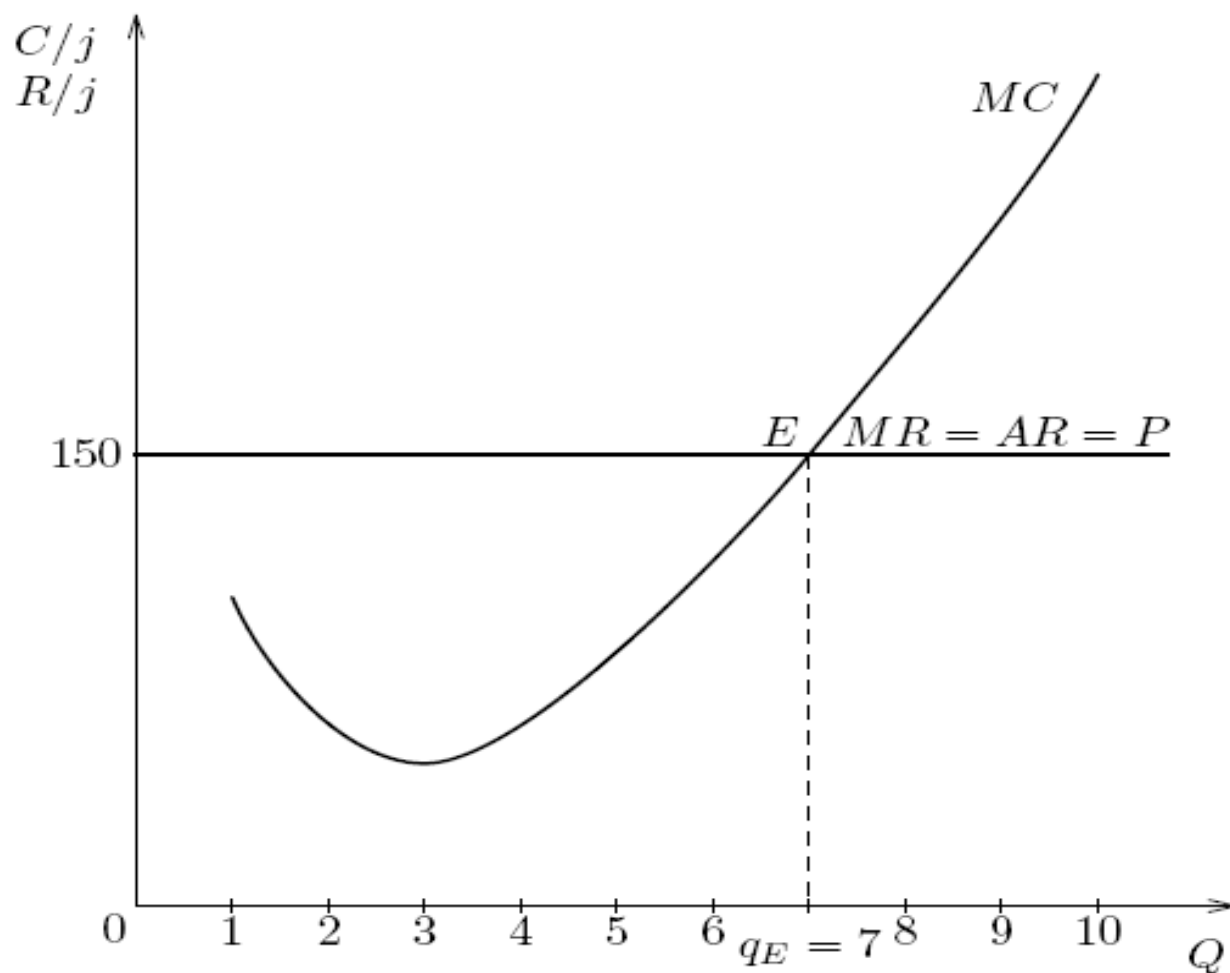
# DOKONALÁ KONKURENCE – AR, MR

- 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

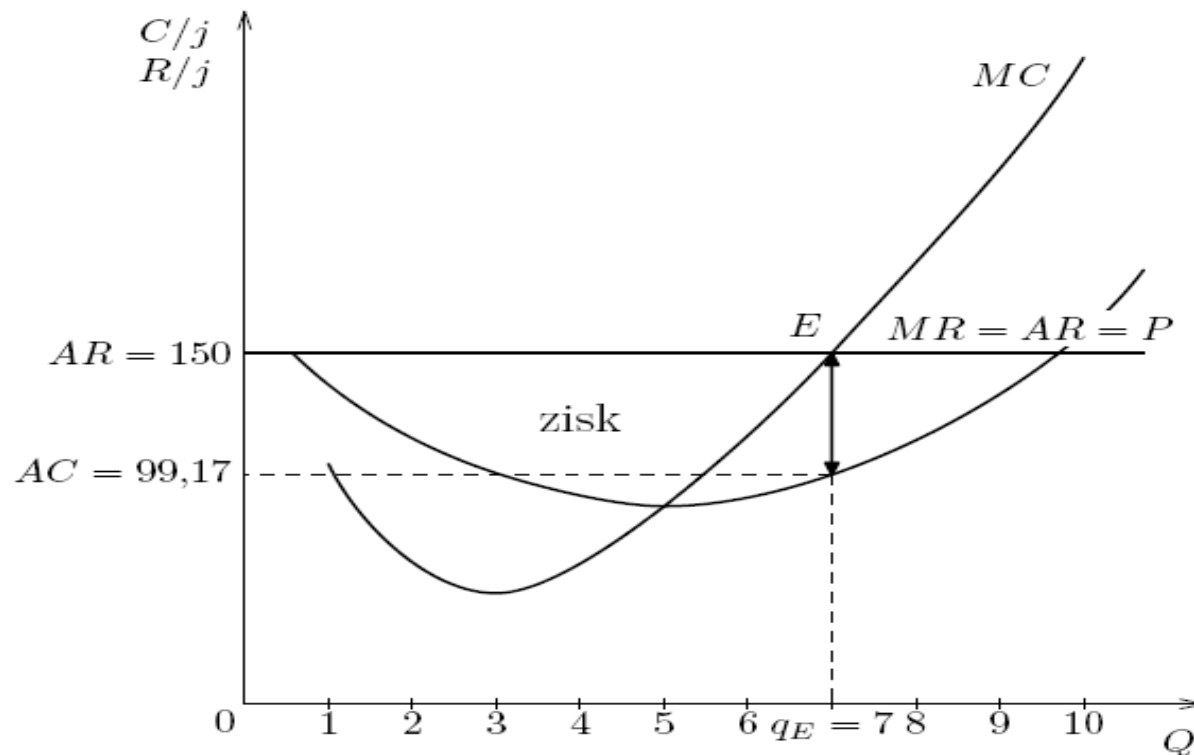
- Cílem firmy je maximalizace zisku
- Jediný způsob, jak ovlivnit celkové příjmy je objem produkce firmy při dané ceně
- Objem produkce závisí na vztahu mezi mezními náklady (MC) a mezními příjmy (MR)
- Platí „**zlaté pravidlo maximalizace zisku**“  $MR = MC$ 
  - Pokud je  $MR > MC$  firma nerealizuje 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



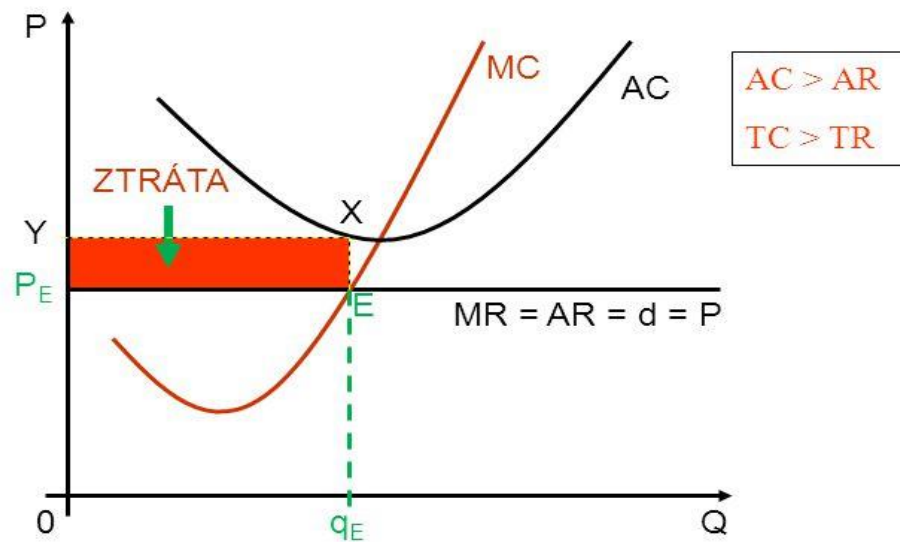
# DK FIRMA S EKONOMICKÝM ZISKEM

- 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

