**dokonalá konkurence**

**předpoklady modelu DK:**

* na trhu existuje velký počet kupujících a prodávajících, z nichž žádný není natolik silný, aby mohl ovlivnit tržní cenu nebo výstup odvětví,
* všechny statky jsou homogenní,
* všechny subjekty mají dokonalé informace,
* existuje zcela volný vstup do (a výstup z) odvětví,
* v dlouhém období jsou všechny výrobní faktory dokonale mobilní,
* všechny firmy maximalizují zisk, všichni spotřebitelé maximalizují užitek,
* dokonale konkurenční firmy jsou v pozici tzv. cenového příjemce (price takers), což znamená, že pro firmu je cena její produkce a ceny výrobních faktorů exogenní, firma tyto ceny nemůže ovlivnit.
* Je spíše teoretickým modelem, jsou ale odvětví a situace, které se jí velmi blíží (obilnářství, chov dobytka)

**Průběh poptávkové, příjmové a nákladové křivky:**

* Nemožnost jednotlivých subjektů ovlivnit tržní cenu produkce se projevuje dokonale elastickou individuální poptávkovou křivkou d – je rovnoběžná s osou x a splývá s křivkami AR a MR
* Na úrovni trhu však již má tržní křivka poptávky „tradiční tvar“ – je tedy klesající.



* Pokud jde o tvary příjmových křivek, jejich vývoj je ovlivněn pouze změnou množství, proto je TR rostoucí přímka procházející počátkem; AR = MR = P je horizontální přímka totožná s d
* Nákladové křivky mají „tradiční“ tvar a křivku nabídky firmy graficky určíme jako rostoucí část křivky mezních nákladů zespoda ohraničenou AVC



**DK je výrobně i alokačně efektivní**

**Výrobní efektivnost** = situace, kdy firmy produkují takový rozsah produkce, při kterém jsou minimalizovány dlouhodobé průměrné náklady

**Alokační efektivnost** = množství vyrobené produkce odpovídá množství, které je poptáváno

**Rovnováha dokonale konkurenční firmy**

* Firma je v rovnováze (maximalizuje zisk), pokud platí rovnost MR = MC (jedná se o tzv. zlaté pravidlo maximalizace zisku a toto pravidlo platí pro maximalizaci zisku firmy jak na dokonale konkurenčním, tak na nedokonale konkurenčním trhu)
* Pro firmu působící na dokonale konkurenčním trhu lze tuto podmínku rozšířit na rovnost MC = MR = AR = P;
* z hlediska dlouhého období navíc ještě na rovnost MC = MR = AR = P = AC (tento bod se označuje jako bod zvratu).

**Bod uzavření DK firmy (ukončení činnosti) v krátkém období**

* Firma v krátkém období vykazuje zisk nebo ztrátu
* Pokud vykáže ztrátu, pak v krátkém období nebude pokračovat ve výrobě v bodě, pokud se cena rovná průměrným variabilním nákladům: P = AVC = MC (na grafu níže je bod M bodem uzavření firmy!!!)
* Platí:
* TR > VC firma by měla ve výrobě pokračovat
* TR < TC firma vykazuje ztrátu
* P > AVC firma ve výrobě POKRAČUJE
* P < AVC firma ve výrobě NEPOKRAČUJE
* P = AVC BOD UZAVŘENÍ FIRMY



**Dlouhodobá rovnováha DK firmy → bod zvratu:**

* Bod zvratu = bod vyrovnání nákladů s výnosy. Bod představující situaci, kdy firma pokrývá všechny náklady, přičemž čistý ekonomický zisk je nulový: MR = MC = AC = AR = P.
* V dlouhém časovém horizontu se v této situaci firma nachází v rovnováze.
* P = AC BOD ZVRATU, firma realizuje nulový ekonomický zisk, firma se z dlouhodobého hlediska nachází v rovnováze



**Nedokonalá konkurence**

* Nedokonalou konkurenci je možno vymezit jako trh, na kterém existuje alespoň jeden prodávající - firma (nebo kupující), který může ovlivnit tržní cenu
* Rozlišujeme tři základní typy – monopol, oligopol, monopolistická konkurence

**Podstatné charakteristiky nedokonalé konkurence:**

* firmy vyrábí diferencovaný produkt,
* firmy jsou cenovými tvůrci
* klesající individuální poptávková křivka
* nedokonale konkurenční firmy rozhodují nejen o optimálním objemu produkce, ale také o stanovení výše ceny,
* významný podíl firmy na trhu,
* bariéry vstupu do odvětví.

**Příčiny nedokonalé konkurence:**

* nákladové podmínky – úspory z rozsahu;
* bariéry konkurence (např. právní restrikce, diferenciace produktu),
* nedokonalé (nedostatečné) informace,
* zásahy státu do tržního mechanismu,
* vlastnictví důležitého výrobního faktoru v rukou jediné firmy.

**Průběh poptávkové, příjmové a nákladové křivky:**

* Průběh křivek TR (celkového příjmu), MR (mezního příjmu) a AR (průměrného příjmu) je v nedokonalé konkurenci determinován zápornou směrnicí křivky individuální poptávky
* Křivka AR je totožná s poptávkovou křivkou, křivka MR klesá 2x rychleji než křivka AR



**MONOPOL**

* tržní struktura založená na existenci tržní síly, která umožňuje i v dlouhém období maximalizovat zisk
* činnost jediného výrobce v odvětví,
* existence silných překážek ve vstupu do odvětví,
* výroba diferencovaného produktu,
* totožnost individuální a tržní poptávkové křivky,
* ***Čistý monopol*** = jediný výrobce v daném odvětví, který produkuje výrobek nemající žádné blízké substituty.
* ***Přirozený monopol*** = případ, kdy tržní poptávka je uspokojována produkcí jedné firmy s nižšími průměrnými náklady, než kdyby bylo v odvětví více firem.
* ***Monopson*** = tržní struktura s monopolní silou na straně poptávky.
* např. Česká pošta – listovní zásilky, ČD Cargo – nákladní přeprava, Řízení letového provozu, Státní tiskárna cenin
* ***Rozhodování monopolu o výši výstupu a ceně:***
* Monopol dosahuje rovnovážné úrovně výstupu za podmínky rovnosti mezních příjmů a mezních nákladů, tedy MR = MC.
* Pro dosažení maximalizace zisku volí monopol takový objem produkce, kdy platí: P > MC = MR.
* Monopolní zisk (monopolní renta) je projevem tržní síly monopolu; jedná se o přebytek průměrných příjmů nad průměrnými náklady (AR – AC), monopol může vykázat také nulový zisk (a) nebo ztrátu (b)



* Monopol realizuje svou produkci za vyšší ceny než dokonale konkurenční firma a optimální objem produkce je menší než u dokonale konkurenční firmy, je tedy výrobně i alokačně neefektivní a z toho důvodu vznikají ***náklady mrtvé váhy (BCE) =*** vyjadřují produkci, která nebyla vzhledem k podmínkám nedokonalé konkurence vyrobena

***Efektivnost dokonalé konkurence a monopolu***



**Náklady mrtvé váhy**

**Oligopol**

* tržní struktura charakteristická relativně malým množstvím firem a jejich vzájemnou rozhodovací závislostí spojenou s nutností strategického rozhodování.
* ***Čistý oligopol*** = produkt je homogenní (např. ocelářský průmysl, ropa, obilí).
* ***Diferencovaný oligopol*** = produkt je diferencovaný (např. automobilový nebo tabákový průmysl).
* ***Duopol*** = pokud v odvětví vyrábějí jen dvě firmy.
* ***Oligopol s dominantní firmou*** – v odvětví existuje 1 dominantní firma, která pokrývá větší část trhu, určuje cenu a je doplněna tzv. konkurenčním lemem (menší firmy, které přebírajíc cenu dominantní firmy a svou produkcí pokrývají zbytek tržní poptávky)
* Smluvní (koluzivní) oligopol
* ***Kartel*** = smluvní oligopol, který vzniká na bázi tajných dohod. Příkladem kartelu může být Organizace zemí vyvážejících ropu (OPEC).
* Oligopol jako tržní struktura je efektivnější než monopol. Cena v odvětví je nižší než cena na monopolním trhu a vyrábí se i více produkce (avšak ve srovnání s dokonalou konkurencí se stále vyrábí méně produkce a za vyšší cenu).
* Např. obchodní řetězce typu Kaufland, Tesco, Albert nebo mobilní operátoři

**Monopolistická (monopolní) konkurence**

* představuje takovou tržní strukturu, ve které mnoho firem prodává podobné, ale nikoliv stejné výrobky
* Obsahuje jak prvky monopolu, tak prvky dokonalé konkurence.
* Charakteristické znaky monopolní konkurence:
* velký počet výrobců
* diferenciace produktu
* možnost vstupu do odvětví
* individuální poptávková křivka
* V krátkém období se firma v podmínkách monopolní konkurence chová stejně jako monopol → firma může realizovat monopolní zisk, který je však z dlouhodobého hlediska impulsem pro příchod dalších firem do odvětví, a tak firma v podmínkách monopolní konkurence dosahuje v dlouhém období nulového ekonomického zisku
* Např. malé provozovny typu prodejen pekařství, restaurace na náměstí v Karviné apod.

**Shrnutí**

pro všechy typy firem platí zlaté pravidlo maximalizace zisku  **MR = MC**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 |
| **Vztah P a MR** | P = MR | P ˃ MR | P ˃ MR | P ˃ MR |

\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PŘÍKLADY**

1. Poptávková křivka po měsíční produkci monopolního výrobce hodin je dána následující rovnicí: Q = 10 000 – 100 P. Jestliže MC výroby hodin jsou konstantní a rovny deseti korunám, kolik hodin vyrobí výrobce maximalizující zisk za měsíc a za jakou cenu je prodá? Jaká by byla produkce a cena hodin, kdyby byly prodávány na dokonale konkurenčním trhu?
2. Křivka tržní poptávky je dána vztahem P = -2Q + 40. Část tržní poptávky, která připadá dominantní firmě je dána funkcí p = -q + 20. Výše nákladů dominantní firmy je AC = MC = 4. Všechny firmy v odvětví maximalizují svůj zisk. Vypočtěte:
3. objem produkce nabízené dominantní firmou
4. cenu, za kterou prodává dominantní firma
5. objem produkce, který bude nabízet „konkurenční lem“
6. cenu, za kterou bude „konkurenční lem“ prodávat a proč?