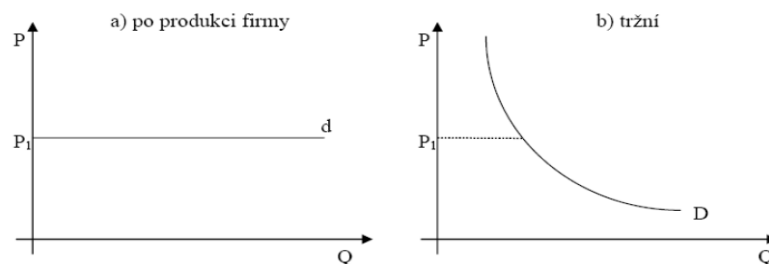


DOKONALÁ KONKURENCE**PŘEDPOKLADY MODELU DK:**

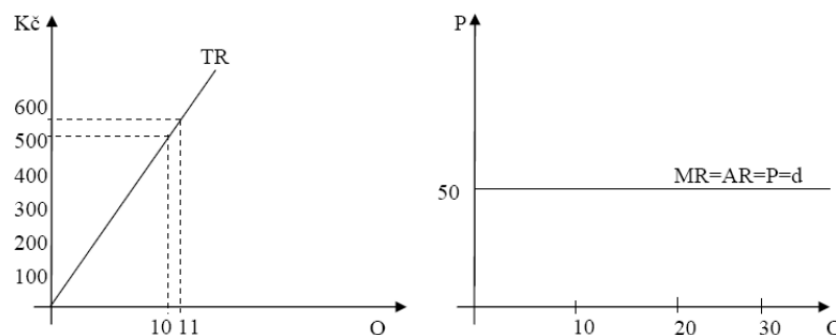
- na trhu existuje velký počet kupujících a prodávajících, z nichž žádný není natolik silný, aby mohl ovlivnit tržní cenu nebo výstup odvětví,
- všechny statky jsou homogenní,
- všechny subjekty mají dokonalé informace,
- existuje zcela volný vstup do (a výstup z) odvětví,
- v dlouhém období jsou všechny 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 zespona ohraničenou AVC

**DK je výrobně i alokačně efektivní**

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

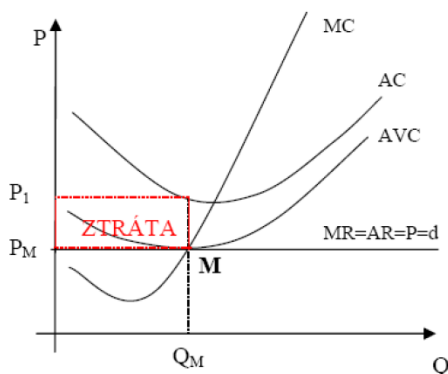
Alokační efektivnost = množství vyrobené produkce odpovídá množství, které je poptáváno

Rovnováha dokonale konkurenční firmy

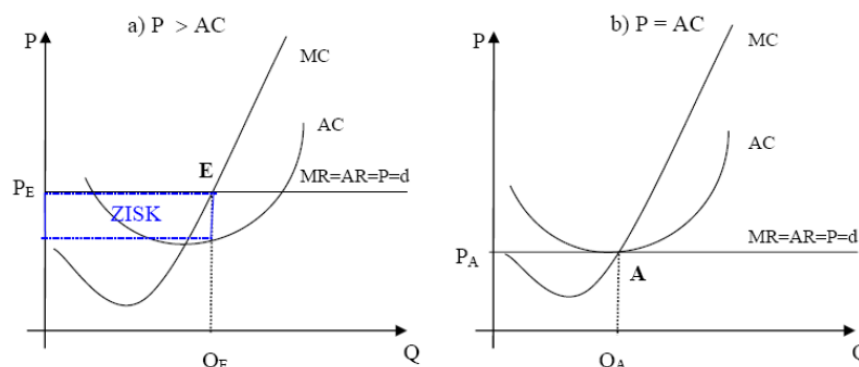
- Firma je v rovnováze (maximalizuje zisk), pokud platí rovnost $MR = MC$ (jedná se o tzv. zlaté pravidlo maximalizace zisku a toto pravidlo platí pro maximalizaci zisku firmy jak na dokonale konkurenčním, tak na nedokonalé konkurenčním trhu)
- Pro firmu působící na dokonale konkurenčním trhu lze tuto 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 vyrovnaní 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:

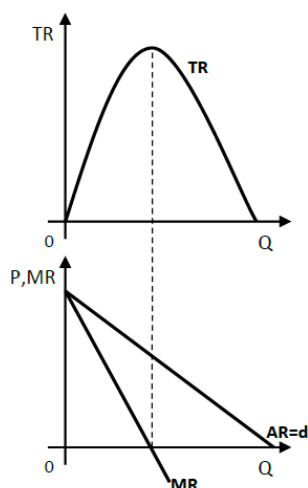
- firmy vyrábí diferencovaný produkt,
- firmy jsou cenovými tvůrci
- klesající individuální poptávková křivka
- nedokonale konkurenční firmy rozhodují nejen o optimálním objemu produkce, ale také o stanovení výše ceny,
- významný podíl firmy na trhu,
- bariéry vstupu do odvětví.

Příčiny nedokonalé konkurence:

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

Průběh poptávkové, příjmové a nákladové křivky:

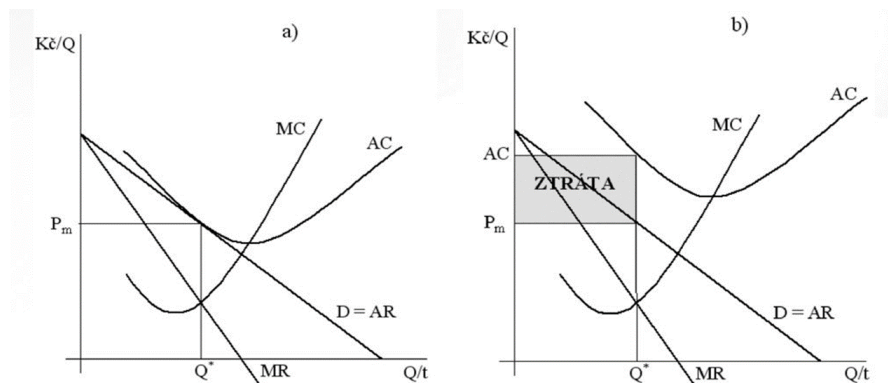
- Průběh křivek TR (celkového příjmu), MR (mezního příjmu) a AR (průměrného příjmu) je v nedokonalé konkurenci determinován zápornou směrnici křivky individuální poptávky
- Křivka AR je totožná s poptávkovou křivkou, křivka MR klesá 2x rychleji než křivka AR



MONOPOL

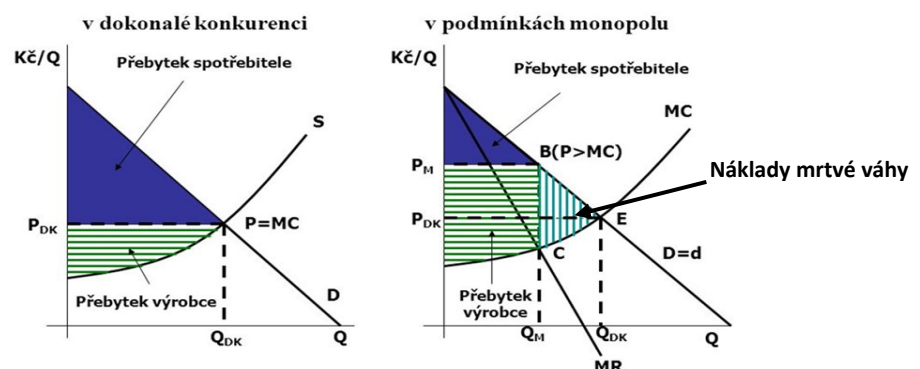
- tržní struktura založená na existenci tržní síly, která umožňuje i v dlouhém období maximalizovat zisk
- činnost jediného výrobce v odvětví,

- 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



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 přebírají 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
 - diferenciací 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 prodejny pekařství, restaurace na náměstí v Karviné apod.

SHRNUTÍ

pro všechny 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

- Poptávková křivka po měsíční produkci monopolního výrobce hodin je dána následující rovnicí: $Q = 10\,000 - 100P$. 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?
- 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. Vypočtete:
 - objem produkce nabízené dominantní firmou
 - cenu, za kterou prodává dominantní firma
 - objem produkce, který bude nabízet „konkurenční lem“
 - cenu, za kterou bude „konkurenční lem“ prodávat a proč?