

# Tržní struktura ve sportovních profi-ligách

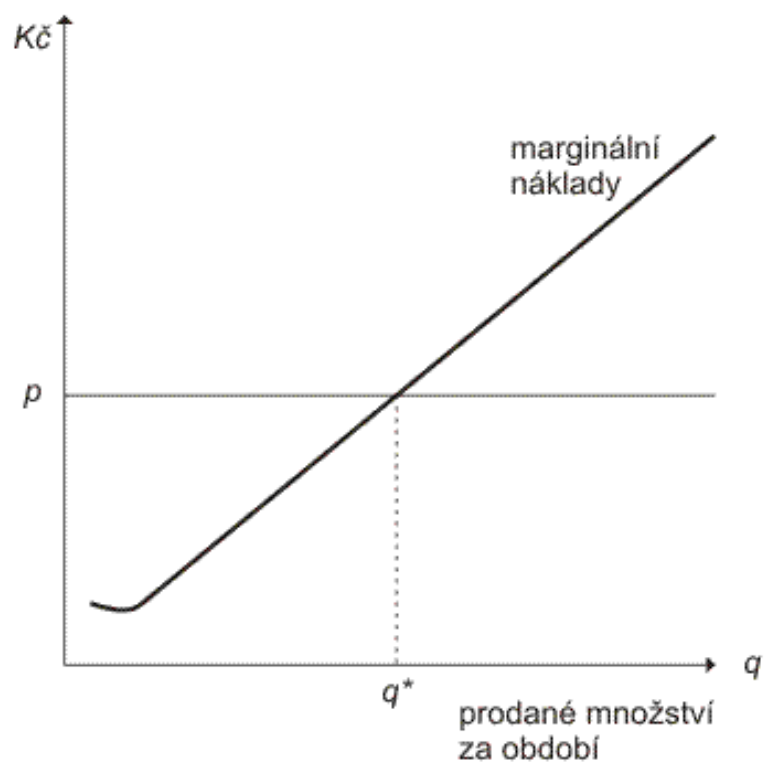
Jiří Novotný

# Stručný přehled

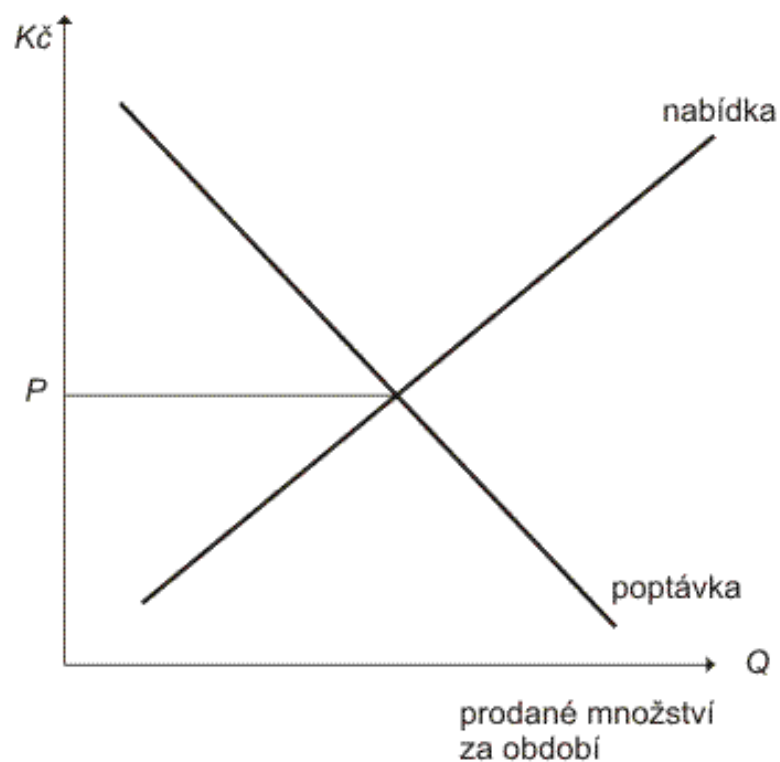
- **Základní ekonomická otázka:**
  - Jak efektivně alokovat zdroje?
- A. Smith r. 1776 předpokládal, že nejlepší alokaci zajistí trh.
- **Reflexe:**
  - Hlavní účel, který logicky předpokládá docílení efektivnosti.

## Firma a odvětví v prostředí dokonalé konkurence

(a) podnik



(b) odvětví



## **Dokonale konkurenční tržní model předpokládá, že:**

- Všechny firmy v odvětví maximalizují svůj zisk
- Prodávají dokonale homogenní produkt
- Spotřebitelé jsou dokonale informováni a mohou maximalizovat svůj užitek

# Odpovídající sportovní odvětví

- Ligy s kluby maximalizující svůj zisk
- Prodávají dokonale homogenní produkt – sportovní utkání
- Diváci – fanoušci maximalizují svoje užitky nebo potěšení
- Pravidelná sportovní událost – liga s hracími dny

# Nabídka na dokonale konkurenčním trhu

- Tvořená sumou mezních nákladů velkého množství malých firem
- Firmy zásobující trh jsou shodné
- Mezní náklady jsou dodatečné náklady vzniklé z dodatečné jednotky výroby (výstupu)

# Mezní náklady ve sportu

- Chápeme tím náklady vyvolané dalším –  
dodatečným - vítězstvím

# Odvětví

Marshall:

- Cena je závisle proměnná na trhu
- Produkce odvětví **Q**, víceméně, odpovídá sumě produkce jednotlivých malých firem

$$Q = \sum q_i$$



# Ve sportovní terminologii

- Produkce je zde vyjádřena počtem vítězství
- Bude konfrontován s převažující cenou k příslušnému hracímu dni ligy
- Jaké jsou dodatečné náklady, které klub vynaloží na jedno vítězství navíc?

# Ve sportovní terminologii

Náklady:

- Variabilní (mohou to být ceny na transfer listinách)
- Fixní (splácení dluhu za nový stadion)

# Variabilní náklady

Mezní náklady =  
= podíl mezd : mezní produkt práce

# Mezní náklady

Mezní náklady měřené peněžními náklady na dodatečného zaměstnance, nebo dodatečnou práci provedenou dodatečným zaměstnancem, děleno výrobou vytvořenou dodatečným dělníkem nebo prací.

# Monopoly

- Předpoklad ,monopol je jediným dodavatelem produktu na trh
- Profesionální sport nabízí na trh jednu jedinou soutěž – ligu je monopolem

# Monopol -předpoklady

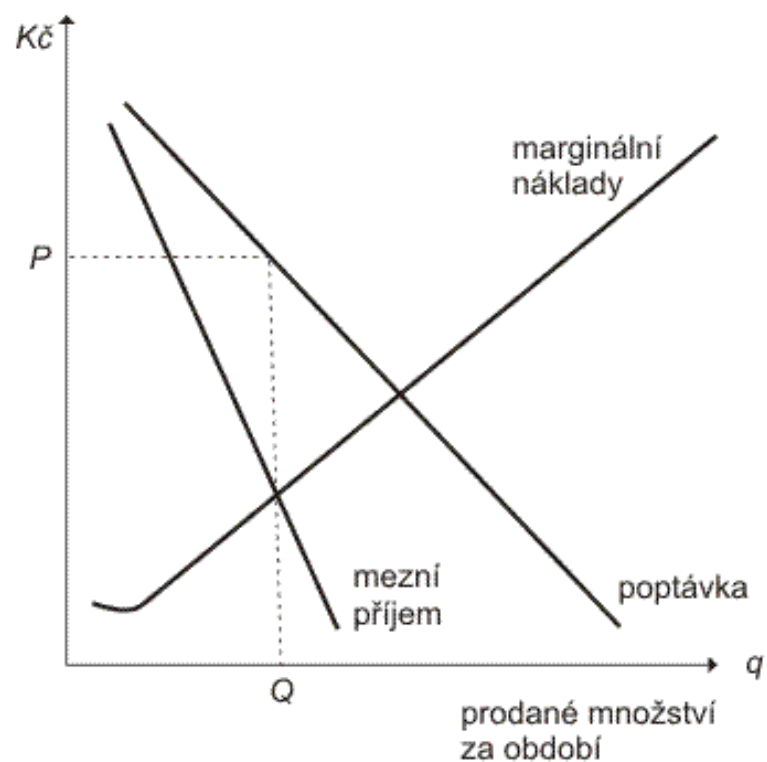
- Poptávková křivka stejná jako v konkurenčním prostředí
- Monopol je určovatel ceny (ceno-tvůrce)
- Poptávková křivka určuje cenu nebo průměrné příjmy utkání na trhu
- Mezní příjmy utkání představují cenu utkání prodanou posledního nebo okrajovému spotřebiteli

# Monopol neefektivnost

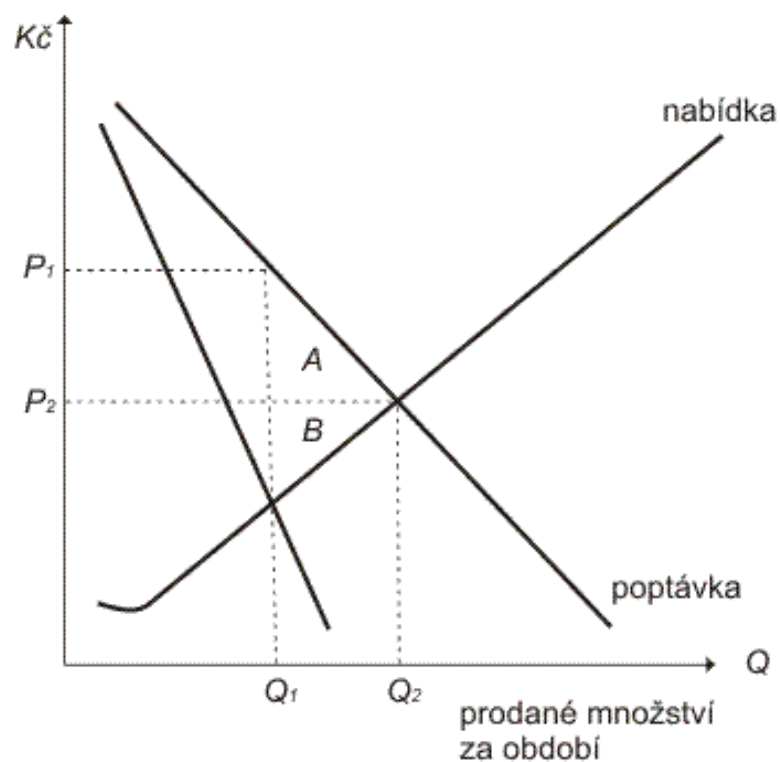
- Trojúhelníka **A** a **B** představují neefektivnosti v případě monopolu
- **A** představuje ztrátu spotřebitelova přebytku neboli přínosu jemu (plánované nákupy)
- **B** představuje ztrátu producentova přebytku

## Srovnání monopolu a dokonalé konkurence

(a) monopol



(b) monopolistická a dokonalá konkurence





# Externality ve sportu

- Jedna z příčin tržního selhání
- Přínosy nebo náklady vznikající na trhu při transakcích se přenášejí na třetí osoby
- Transakce s prodeji hráčů nebo zápasů, kdy se přínosy nebo náklady přenesou na další subjekt

# Svébytnost ekonomiky sportu

- Je založena na jednoduché skutečnosti:
- Žádný tým v profilize nemůže prodávat svůj produkt - utkání – pouze sám. Musí mít soupeře .
- Prodejnost je založena pouze na skutečnosti, že se zúčastňuje více aktérů.

# Nejistota výsledku jako organizační princip

- Je to asi nejdůležitější fenomén udržující při životě byznys s profi-ligami ve sportovních hrách
- V uzavřené soutěži z výsledku utkání mezi týmem A a B mají prospěch i další např. **C** a **D**

