

6

CHOVÁNÍ FIREM A TRŽNÍ STRUKTURA

1. Dokonalá konkurence

- Na trhu mnoho prodávajících a kupujících
 - zanedbatelný dopad na tržní cenu
 - = cena je pro prodávající i kupující daná
- Produkce je identická
- Volný vstup a výstup do odvětví

Ukončení činnosti

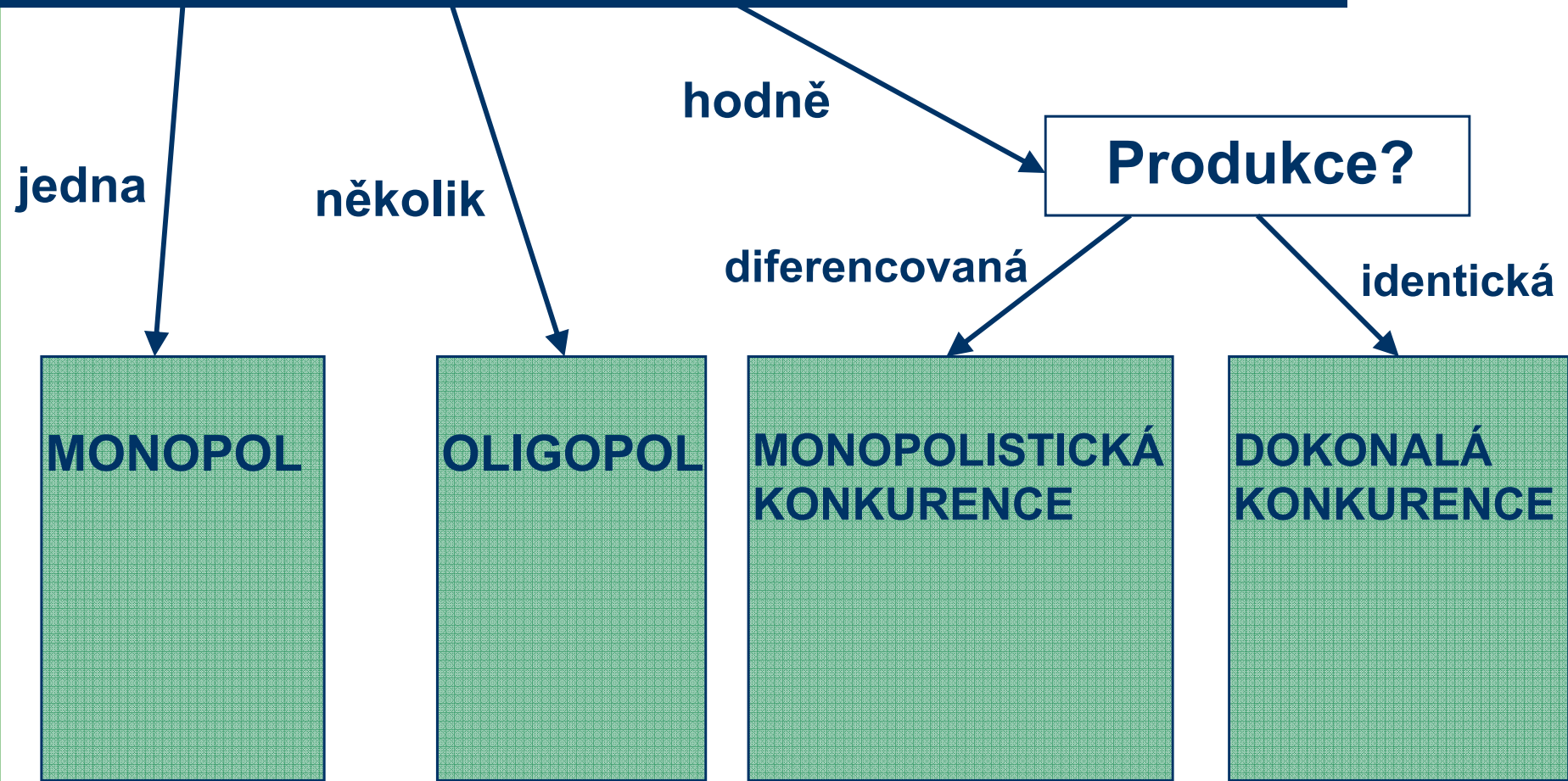
Téměř prázdné restaurace a minigolf mimo sezonu

Už jste někdy šli do restaurace na oběd a zjistili, že je úplně prázdná? Možná se divíte, proč se ptáme. Obtěžuje snad někoho restaurace, která je otevřená? Může se zdát, že příjem z několika málo zákazníků nemůže nikdy pokrýt náklady provozu restaurace.

Příčiny nedokonalosti trhů

- 1) Nedokonalá informovanost prodávajících a kupujících (rozptýlené trhy)
- 2) Náklady na změnu dodavatele
- 3) Nehomogenní produkt
- 4) Malý počet prodávajících

Počet firem?



2. Monopol

- Jediný prodejce na trhu
- Jeho produkce nemá blízké substituty na trhu
 - cenový tvůrce (cena je vyšší než v DOKO)
- Existují bariéry vstupu do odvětví
 - vlastnictví přírodního zdroje (zřídka)
 - státem udělená licence
 - firma má nižší výrobní náklady
- Produkuje menší množství než by bylo společensky žádoucí (= ztráty mrtvé váhy)

Státní řešení monopolů

1. Zavedení konkurence do monopolních odvětví
2. Regulace chování monopolů
3. Převedení soukromých monopolů na státní podniky
4. Žádný zásah

Antidumpingové zákonodárství

- Zabránit spojení firem
- Rozdělit firmy
- Bránit firmám v nekonkurenčních aktivitách



Regulace

- Regulace cen monopolu = stanovení maximální ceny státem (co nejbliž DOKO)
- **Problém:** Jak pozná stát náklady monopolu?

Knihy bojují o zavedení pevných cen

24. února 2005 1:00

Uvedení pátého Harryho Pottera rozpoutalo na českém knižním trhu "cenovou válku". Někteří prodejci ve snaze udat co nejvíce žádaného titulu snížili až o 70 korun doporučenou cenu hned po vydání knihy. To posílilo diskusi o pevných cenách knih. Znamenalo by to, že by se po určitou dobu knižní novinky prodávaly v knihkupectvích, megastorech i obchodních řetězcích za jednotnou cenu.

Cenová diskriminace

= prodej určitého produktu různým zákazníkům za různé ceny

Příklady:

- Ceny vstupenek do kina
- Ceny letenek
- Množstevní slevy ...

Jak časté jsou problémy s monopoly?

- Monopol je běžný
- Většina firem má nějakou kontrolu nad cenou své produkce (je diferencovaná)
- Firem se značnou monopolní silou je málo
- Velmi málo produktů je jedinečných

3. Oligopol

- Několik prodávajících
 - možnost spolupráce X vlastní zájmy firmy
 - kartel
- Produkce identická nebo podobná
- Duopol = oligopol se 2 firmami
- Cena je vyšší než by byla v DOKO, ale nižší než u monopolu
- Produkce je menší než by byla v DOKO, ale větší než u monopolu

Teorie her

- Jak se lidé chovají ve strategických situacích (při rozhodování musí uvažovat rozhodnutí jiného subjektu)
- **Oligopolní trh** je malý = nutnost zohlednit chování ostatních = zisk firmy závisí nejen na tom, kolik sama vyprodukuje, ale i na tom kolik ostatní firmy

Vězňovo dilema

- Proč je těžké spolupracovat

Vězeň Petr

PŘIZNÁ SE

NEPŘIZNÁ SE

PŘIZNÁ SE
Vězeň
Karel

NEPŘIZNÁ SE

	8 let	20 let
8 let	8 let	svoboda
svoboda	svoboda	1 rok
20 let	1 rok	

Protikartelové zákonodárství

- Udržování maloobchodních cen
- Cenové predátorství
- Vázané obchody

ALE: to může být přínosné ?!

Monopolistická konkurence

- Mnoho firem na trhu
 - Produkce je diferencovaná
 - Volný vstup a výstup z odvětví
- = Něco z monopolu + něco z DOKO

Příklady:

CD, filmy, nábytek ...

= významná role reklamy

Reklama

- Manipulace se zákazníkem
- Omezuje konkurenci zvýrazňováním rozdílů mezi produkcí

X

- Zdroj informací pro zákazníka
- Podporuje konkurenci nabízením větší množství variant produktu a cen
- Známká kvality