

# Tržní struktura ve sportovních profi-ligách

Jiří Novotný

# Obsah

1. Stručný přehled z mikroekonomie:
  - Dokonalá konkurence
  - Monopolní prostředí
2. Svébytnost ekonomiky profesionálních kolektivních sportovních odvětví

# Stručný přehled z mikroekonomie

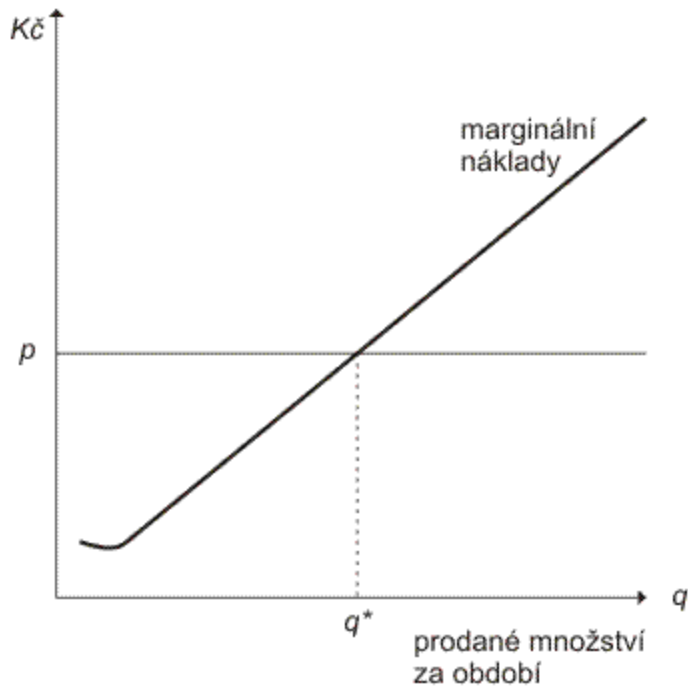
- **Základní ekonomická otázka:**
  - Jak efektivně alokovat zdroje?
- A. Smith r. 1776 předpokládal, že optimální alokaci zajistí trh, ale ne ve všech případech.
- **Reflexe:**
  - Hlavní účel, který logicky předpokládá = docílení efektivnosti.

# Sportovní klub jako firma

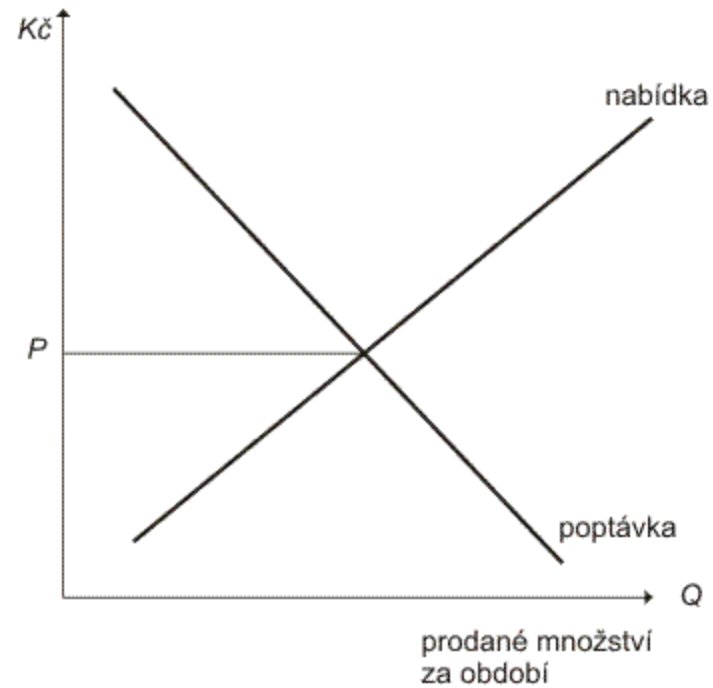
- Všechny profesionální sportovní kluby fungují jako obchodní společnosti
- Mají všechny znaky typické pro podnikatelské prostředí
- Oproti amatérským klubům, kde je cílem tělesný a duševní rozvoj všech členů, je zde orientace na zábavu pro diváky
- Proto v USA je profesionální sport řazen do odvětví zábavy – entertainment industry

## Firma a odvětví v prostředí dokonalé konkurence

(a) podnik



(b) odvětví



# 5 charakteristik dokonale konkurenčního trhu

- **Velký počet prodávajících a kupujících**
- **Homogenní (stejný produkt)**
- **Dokonalá informovanost subjektů na trhu**
- **Volný vstup a výstup z odvětví**
- **Existují nulové náklady na změnu dodavatele**

## 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
- **Firma v dokonalé konkurenci je příjemcem ceny**

# Jak se dokonale konkurenční firma rozhoduje o výši výstupu, který bude nabízet?

- Firma maximalizující zisk stanoví svou produkci na takové úrovni, při které se mezní náklady rovnají ceně
- dodatečný příjem vydělaný z poslední prodané jednotky (mezní příjem –  $MR$ ) je rovný ceně.

- $P = AR = MR$

- Firma může vždy dosáhnout dodatečného zisku, pokud je cena (která je stejná jako mezní příjem) vyšší než dodatečné neboli mezní náklady ( $MC$ ), které si tato poslední jednotka vyžádala

- $P = MC = MR$

- Firma maximalizující zisk stanoví svůj výstup na úrovni, při které se **mezní náklady rovnají ceně**



# 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 vítězných utkání
- Bude konfrontován s převažující cenou k příslušnému hracímu dni ligy
- Jaké jsou dodatečné náklady, které klub vynaloží na jedno vítězství navíc?

# Maximalizace zisku

- Max. zisku  $\longrightarrow$  rovnost mezních **N** tzn. **ceně mezních příjmů** Viz obr. A
- Jestliže firma zvýší množství produktu za **q\*** zvýší se i dodatečné N, jak ukazuje křivka mezních N a to již převyšuje dodatečný příjem z prodeje za tržní cenu **p**

# 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 (hráče), nebo dodatečnou práci provedenou dodatečným Zaměstnancem (hráčem), děleno výrobou (utkáním) vytvořenou dodatečným dělníkem (hráčem) nebo prací (hrou).

# 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 z utkání na trhu
- Mezní příjmy z utkání představují cenu utkání prodanou poslednímu nebo okrajovému spotřebiteli

# Monopol -předpoklady

- Firmy v nedokonalé konkurenci tak stojí před klesající křivkou poptávky po své produkci
- dodatečný příjem ( $MR$ ) je nižší než by byl při původní ceně, právě o tuto ztrátu vyplývající z poklesu ceny všech předchozích jednotek.
- $P > MR$
- Nedokonale konkurenční firma pak stanoví optimální množství a cenu produktu na úrovni kde se
- $MC = MR$
- Firmy v nedokonalé konkurenci disponují monopolní silou a vytlačují cenu nad úroveň mezních nákladů (cena odvozena od poptávky)

# Typologie nedokonalé konkurence

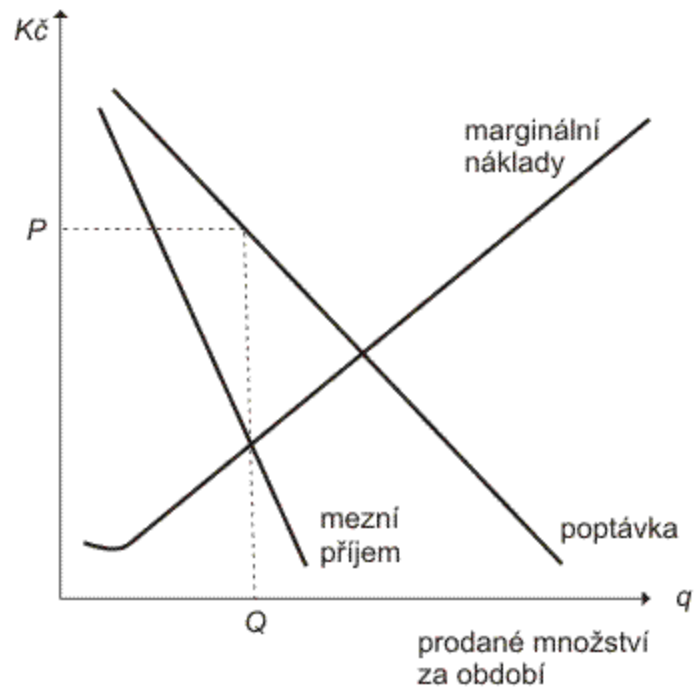
- Monopol
- Monopson
- Oligopol
- Kartel

# Monopol, neefektivnost

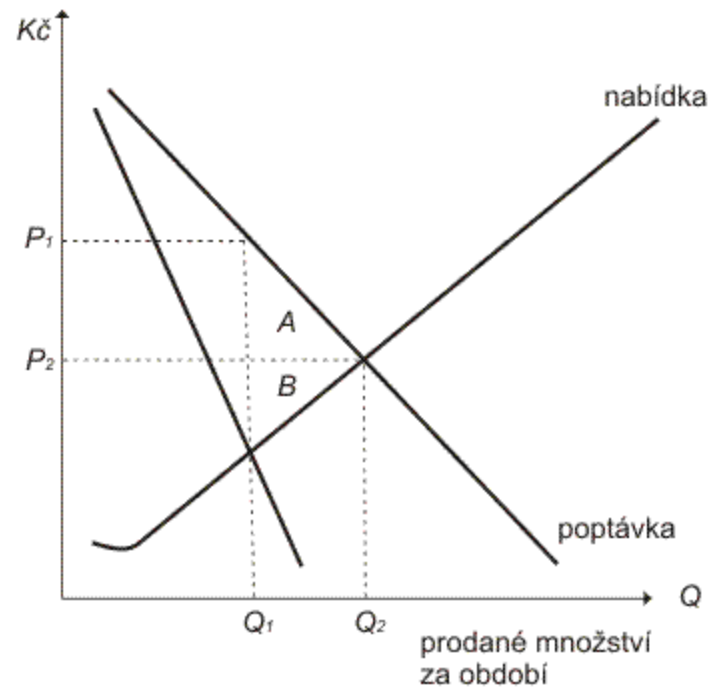
- Trojúhelníka **A** a **B** představují neefektivnosti v případě monopolu
- **A** představuje ztrátu spotřebitelova přebytku neboli přínosu jemu (plánované nákupy)
- **B** představuje ztrátu producentova přebytku

## 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 (předlužený klub a jeho oddlužení dotací z městského rozpočtu)



# Ad 2) Svěbytnost ekonomiky profesionálních kolektivních sportovních odvětvích

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.
- Profiliga nabízí homogenní produkt

# 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**

# Výsledek a měření kvality produktu klubu

- diváka přitahuje na zápasy sport. klubů nejistota výsledku
- dosaženo pravděpodobnosti vítězství 0,5 pro každý zúčastněný tým
- v kolektivních sportovních hrách tento stav nikdy nemůže nastat
- musí existovat poměrně výkonnostně vyrovnané týmy
- tržní výstup ligy = soutěžní vyrovnanost (competitive balance) ligy

## Ukazatel pro vyrovnanost soutěže

- kluby mají rovnocennou sílu, pak je pravděpodobnost vítězství 0,5
- vyrovnanost se posuzuje za pomoci směrodatné odchylky
- teoretická směrodatná odchylka je  
 $0,5 / g^{1/2}$
- baseballu 0,039, basketbalu a hokeje 0,055 a u fotbalu 0,125. Čím je odchylka větší tím je soutěž vyrovnanější.

# Otázky

1. Jaké předpoklady musí být splněny pro dokonale konkurenční model?
2. Graficky znázorněte a vysvětlete model dokonalé konkurence.
3. Jaké předpoklady musí být splněny pro model monopolu?
4. Graficky znázorněte a vysvětlete model monopolu.
5. Charakterizujte na jakých principech je založena ekonomika profesionálních kolektivních sportovních odvětví.
6. Jak měříme tržní výstup profiligy?