

Mikroekonomie I.

5. Chování firmy na dokonale konkurenčním trhu

Charakteristika dokonalé konkurence. Rovnováha firmy maximalizující zisk. Křivka nabídky a bod uzavření firmy. Rovnováha v dlouhém období. Cenová elasticita nabídky.

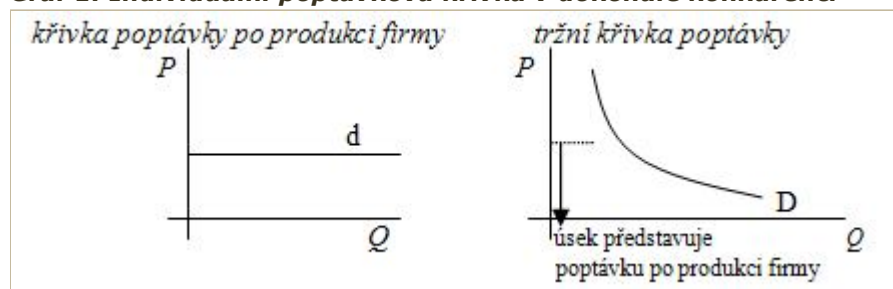
Charakteristika a specifika dokonalé konkurence

Dokonalá konkurence

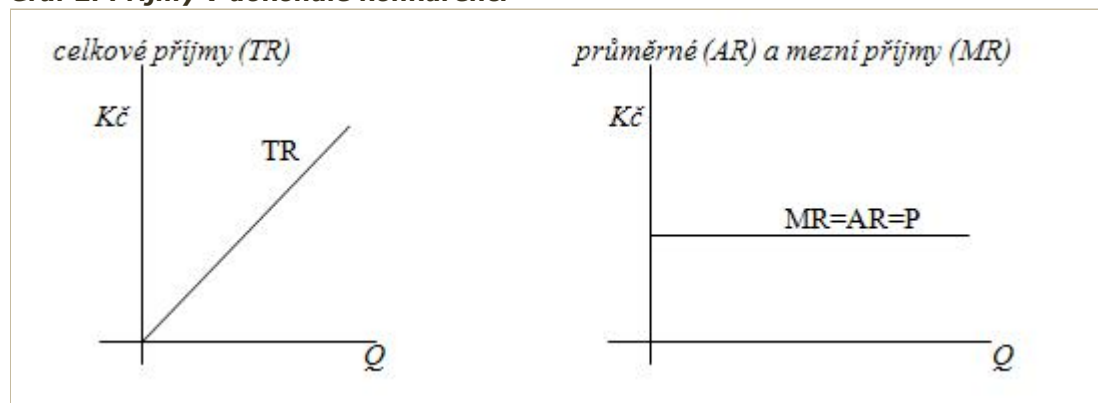
nastane tehdy, jestliže žádný výrobce nemůže ovlivnit tržní cenu. Při dokonalé konkurenci existuje mnoho firem, všechny vyrábějí stejný produkt a každá z nich je příliš malá na to, aby ovlivnila tržní cenu. Za takových podmínek má každý výrobce zcela horizontální poptávkovou křivku.

Hlavním specifíkem je **dokonale elastická poptávka po výrobcích**

Graf 1: Individuální poptávková křivka v dokonalé konkurenci

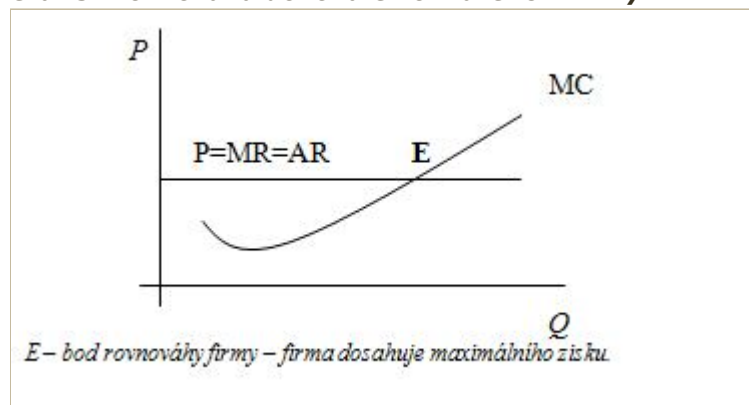


Graf 2: Příjmy v dokonalé konkurenci

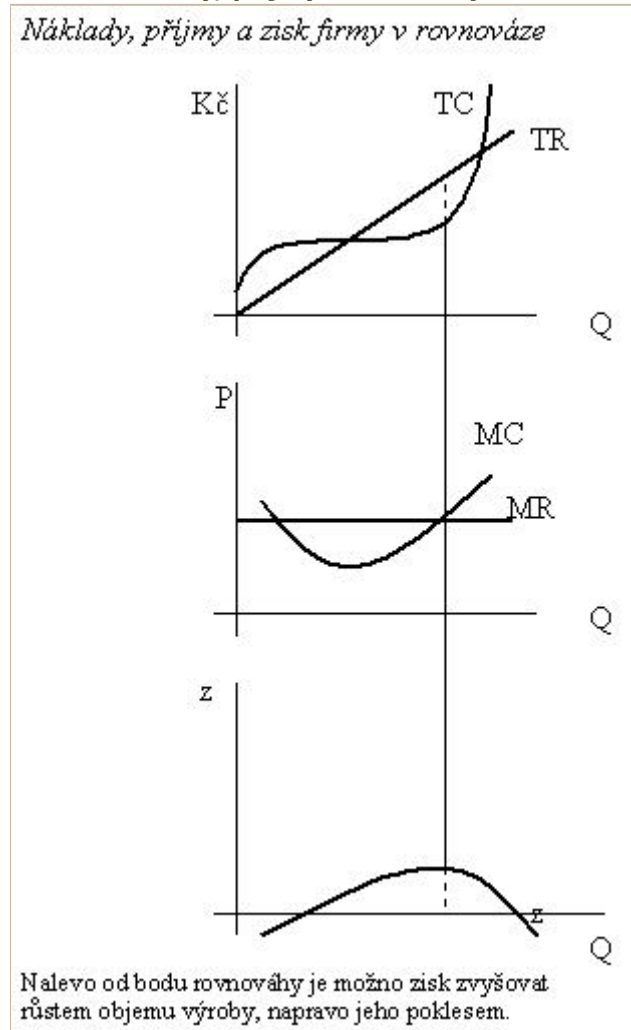


V podmínkách dokonalé konkurence je cena konstantní a celkové příjmy jsou tak závislé pouze na objemu vyrobené produkce a jsou mu přímo úměrné. Průměrné příjmy jsou konstantní a mezní příjmy se jim rovnají, a proto $MR=AR=P$. Podmínka rovnováhy firmy pro dokonalou konkurenci je $MC=P$

Graf 3: Rovnováha dokonale konkurenční firmy

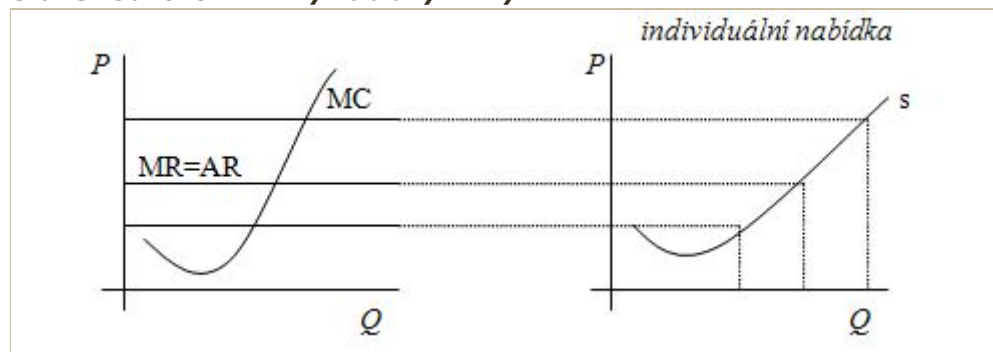


Graf 4: Náklady, příjmy a zisk firmy v rovnováze



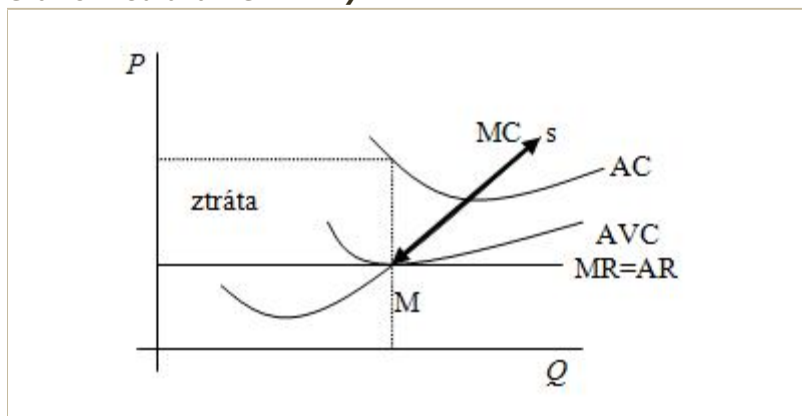
Křivka nabídky a bod uzavření firmy

Graf 5: Odvození křivky nabídky firmy



Pro každou úroveň ceny existuje rovnovážný objem produkce daný průsečíkem křivek MR a MC. **Křivka mezních nákladů je tedy současně křivkou nabídky firmy v podmínkách dokonalé konkurence.** Rostoucí křivka nabídky rovněž plyne ze zákona klesajících výnosů.

Když jsou celkové náklady vyšší než celkové příjmy, vykazuje firma ztrátu. Krátkodobě může pokračovat ve výrobě až do bodu **TR=VC**. To znamená, že firma zastaví výrobu v bodě, kdy se cena PM rovná průměrným variabilním nákladům. $TR/Q = VC/Q$, a tedy $P = AVC$

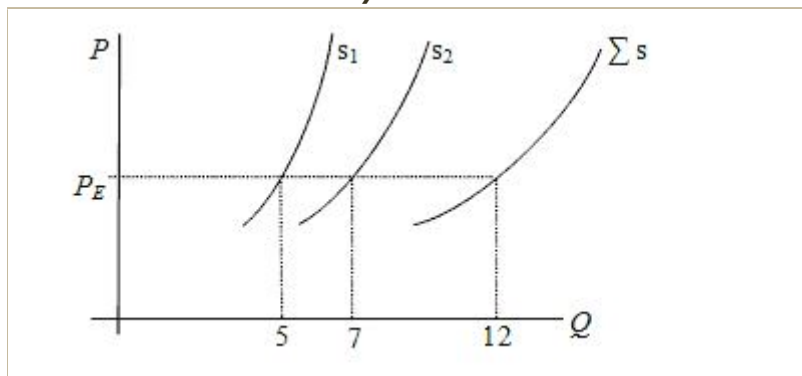
Graf 6: Bod uzavření firmy

Při nulovém objemu výroby je ztráta rovna fixním nákladům. Jsou-li $TR > VC$, je ztráta menší pokud firma vyrábí. Pokud $TR < VC$, je ztráta menší pokud firma zastaví výrobu. Tato podmínka je splněna pouze v bodě minima průměrných variabilních nákladů. Ze vztahu mezních a průměrných variabilních nákladů totiž plyne, že pouze v tomto bodě může platit $AVC = MC = P$. Bod, v němž je tato podmínka splněna, nazýváme **bodem uzavření firmy**.

Pro cenu nižší než průměrné variabilní náklady bude objem výroby nulový ($P < AVC$, pak $Q=0$). Pro cenu vyšší než průměrné variabilní náklady bude objem výroby takový, aby platila podmínka rovnosti mezních příjmů a mezních nákladů ($P > AVC$, pak $Q = MR = MC$). Křivka nabídky firmy je tedy totožná s křivkou mezních nákladů od bodu, kdy se mezní náklady (a tedy i cena) rovnají průměrným variabilním nákladům.

Křivka nabídky firmy a odvětví

K získání **křivky tržní nabídky** statku musíme vodorovně sečíst nabídkové křivky nezávislých výrobců tohoto statku. Křivka tržní nabídky je tak sumací individuálních nabídkových křivek firem v odvětví.

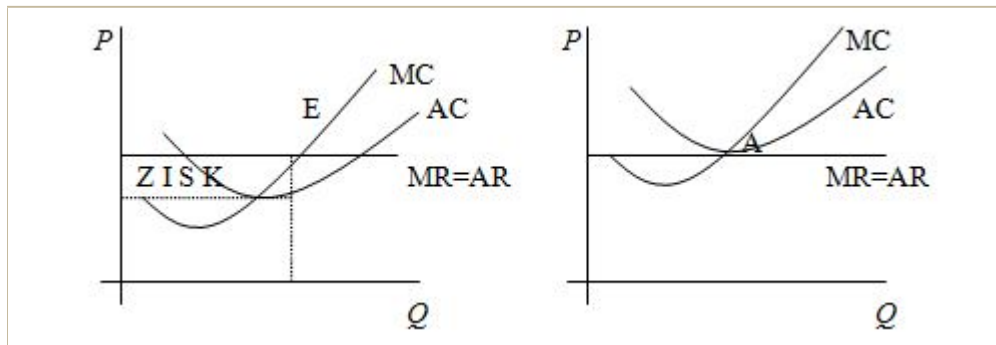
Graf 7: Křivka tržní nabídky

Bod zvratu

V dlouhém období je možný pohyb firem mezi odvětvími, a proto musíme uvažovat nejen rovnováhu firmy, ale i odvětví. Podmínka rovnováhy firmy i odvětví v podmínkách dokonalé konkurence je:

$$\mathbf{MR=MC=AC=AR} \text{ neboli } \mathbf{P=MC=AC}$$

Bod, který představuje rovnovážnou situaci, se nazývá bod zvratu (TP) - bod vyrovnání nákladů s výnosy

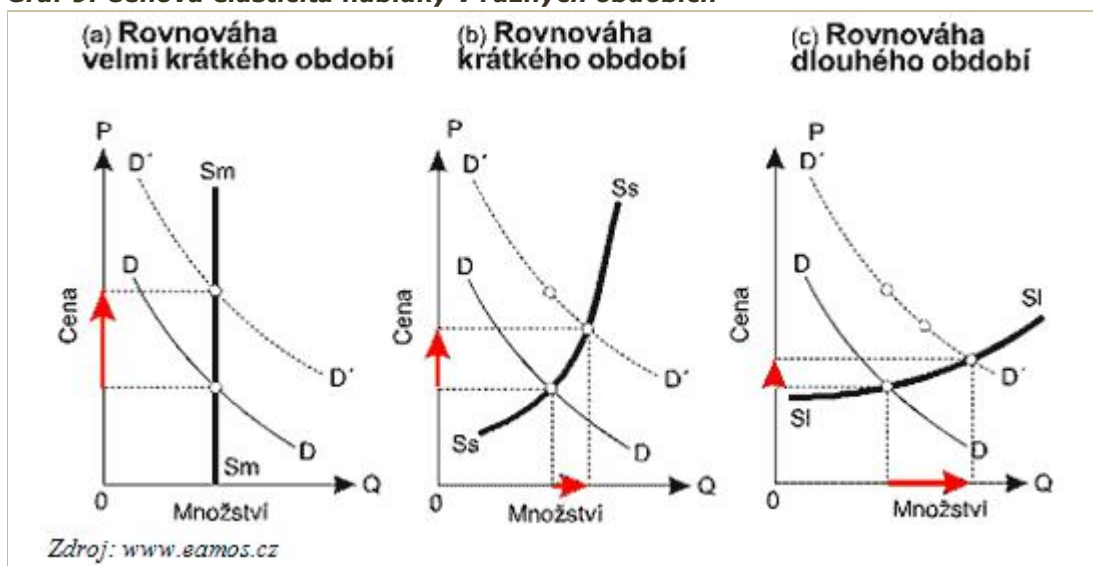
Graf 8: Bod zvratu

Situace, kdy v bodě rovnováhy firmy E je $P_1 > AC$, dosahuje firma čistého ekonomického zisku, což vyvolá vstup dalších firem do odvětví. Na druhém grafu je situace po vstupu dalších firem (bod A). Došlo k vyrovnání ceny s průměrnými náklady $P_E = AC$. V této situaci všechny firmy dosahují normálního zisku, takže čistý ekonomický zisk je nulový. V dokonalé konkurenci je tedy odchylka mimořádného zisku od zisku normálního možná pouze krátkodobě a je projevem tržní nerovnováhy.

Cenová elasticita nabídky

Citlivost nabídky určitého statku na jeho cenu, resp. procentuální změna nabízeného množství určitého statku při změně jeho ceny o 1 %.

Důležitý moment pro pochopení elasticity nabídky je časový faktor. Reakce nabídky je výrazně ovlivněna dobou, v níž nabídka reaguje na změnu ceny. Ve velmi krátkém období nelze kapacitu nabídky na trhu zvětšit. Elasticita nabídky je zde v podstatě nulová. V dlouhém období je již doba dostatečná pro získání nových výrobních a obchodních kapacit, které dostatečně uspokojí zvýšenou poptávku. Nabídková funkce je silně skloněna doprava a elasticita nabídky je již značná.

Graf 9: Cenová elasticita nabídky v různých obdobích

Zdroj: www.eamos.cz

Literatura:

Macáková, L.: *Mikroekonomie - základní kurz*. Melandrium, str. 96-102, 113-120
 Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D.: *Ekonomie*, str. 539-557
 a FSE-UJEP kol. a www.Miras.cz