

2005-12-08

Dokonale konkurenční prostředí:**Předpoklady modelu dokonalé konkurence:**

- Ü 1 – Na trhu je velký počet kupujících a prodávajících
- Ü 2 – Všechny subjekty na trhu jsou vzhledem k velikosti trhu malé
- Ü 3 a 2 => žádná firma není tak silná, aby mohla ovlivnit tržní cenu, firmy přebírají cenu z trhu
- Ü 3 – Všechny statky jsou homogenní
- Ü 4 – Všichni výrobci i spotřebitelé mají dokonalé informace
- Ü 5 – Na trh je volný vstup i výstup
- Ü 6 – Spotřebitelé usilují o maximalizaci užítka a výrobci o maximalizaci zisku
- Ü 5 a 6 => ekonomický zisk v dlouhém období je nulový

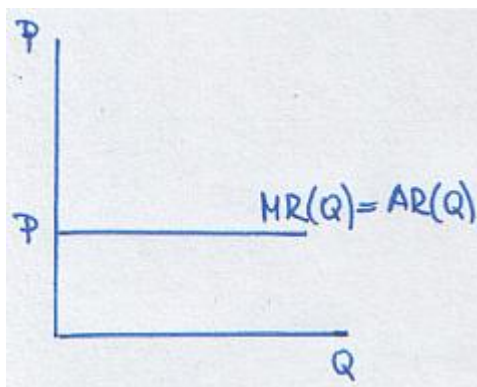
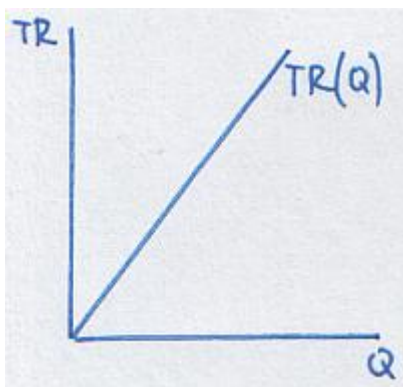
Obecně:

- Ü $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$
- Ü Hledám takové Q , při jehož produkci firma maximalizuje zisk. Předpokládáme, že funkce zisku má první derivaci v celém definičním oboru. Pak nutná podmínka pro extrém je nulovost první derivace.
- Ü $\pi'(Q) = 0$
- Ü $TR'(Q) - TC'(Q) = 0$
- Ü $MR(Q) - MC(Q) = 0$
- Ü $MR(Q) = MC(Q)$
- Ü Záporná hodnota druhé derivace je postačující podmínkou pro určení maxima funkce zisku.

Mezní příjem: $MR(Q) = TR'(Q) = (P \cdot Q)' = P$
 $dTR(Q)/dQ = P$

Průměrný příjem: $AR = TR(Q)/Q = P \cdot Q/Q = P$

Celkový příjem: $TR(Q) = P \cdot Q$

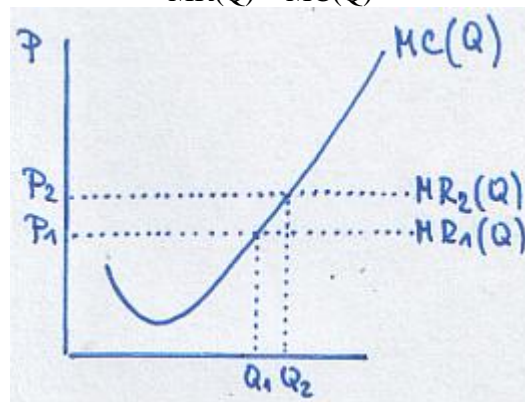


Poptávka po produkci jedné firmy je dokonale elastická a splývá s mezními příjmy.

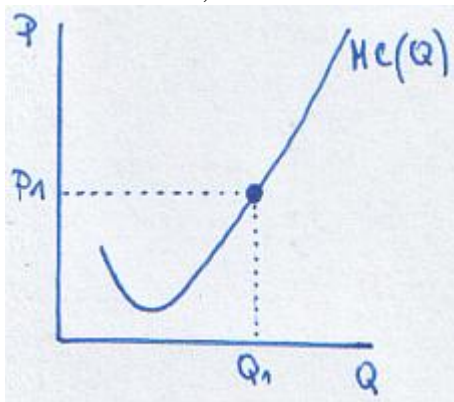
Nabídka v krátkém období:

- Ü Nabídka je funkce, která vyjadřuje závislost nabízeného množství statku na jeho ceně.
- Ü Krátké období – období, ve kterém firma neuvažuje odchodu z trhu a nové firmy na trh nepřicházejí. V krátkém období se nemění počet firem na trhu.

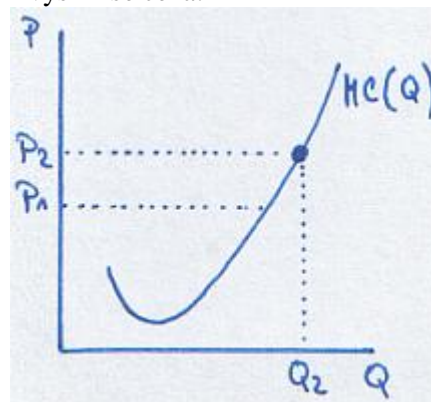
$$MR(Q) = MC(Q)$$



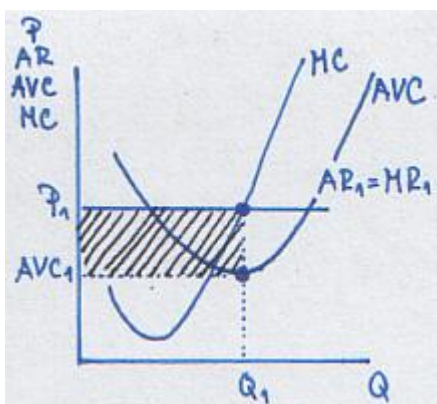
Firma maximalizuje zisk v bodě a odtud se odvodí množství, které bude nabízet:



Zvýší-li se cena:

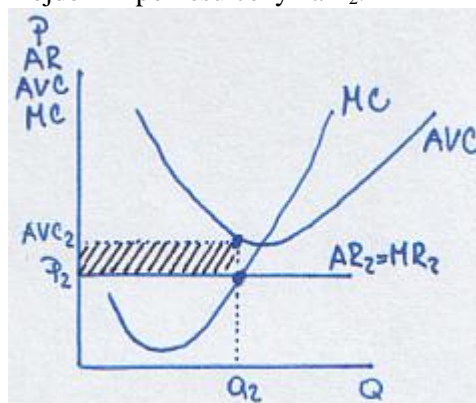


- $\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$
- $\pi(Q) = TR(Q) - VC(Q) - FC(Q)$
- Ztráta v případě, že **výrobce zastaví činnost**: $\pi(Q) = -FC(Q)$
- Zisk (ztráta) pokud **firma pokračuje** ve výrobě: $\pi(Q) = TR(Q) - VC(Q) - FC(Q)$
- Jestliže $TR(Q) - VC(Q) > 0$, pak je ztráta v krátkém období menší, když firma pokračuje ve výrobě. To znamená, že firma nemá důvod zastavovat výrobu.
- **Bod zastavení činnosti** firmy je tedy ten, ve kterém se $TR(Q) - VC(Q) = 0$. V tomto případě je firmě jedno, jestli bude pokračovat ve výrobě, nebo zastaví činnost.
- $TR(Q) - VC(Q) \geq 0$
- $TR(Q)/Q - VC(Q)/Q \geq 0$
- $AR(Q) - AVC(Q) \geq 0$
- Z toho plyne, že křivka nabídky firmy v krátkém období je totožná s částí křivky mezních nákladů firmy. Počátečním bodem nabídkové křivky je minimum křivky průměrných variabilních nákladů.



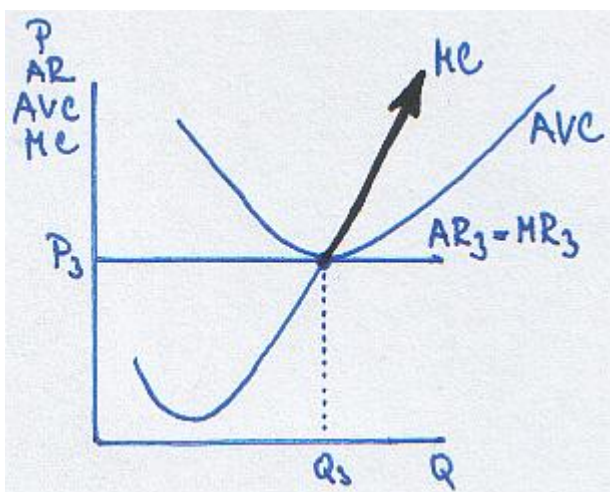
Q_1 bude firma nabízet.

Dojde-li k poklesu ceny na P_2 :



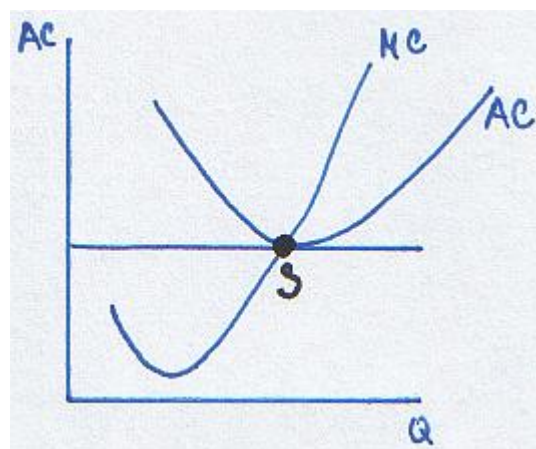
Firma by měla produkovat Q_2 , ale protože AVC je větší než AR a MR, nebude toto množství firma nabízet.

Funkce mezních nákladů od minima AVC splývá s nabídkou.



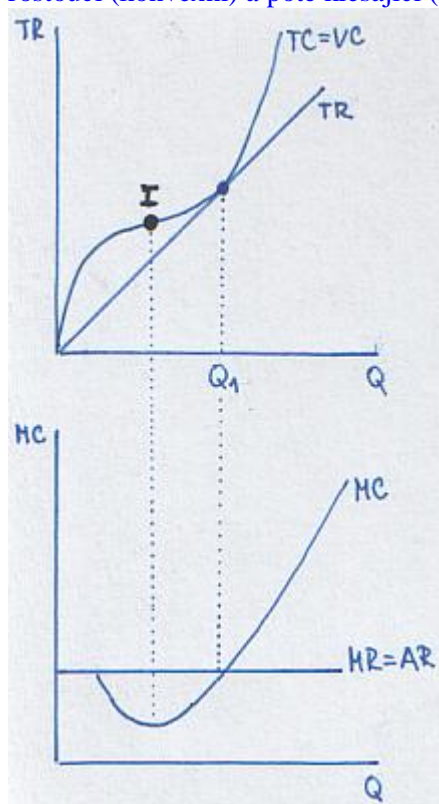
Nabídka v dlouhém období:

- Dlouhé období – období, ve kterém se mění počet firem na trhu.
- V dlouhém období je ekonomický zisk nulový.
- Křivka nabídky v dlouhém období se mění v jediný bod.
- V dlouhém období se nerealizuje zisk ani ztráta.
- Nabídka je pouze v jednom bodě – minimu AC.
- $P = AR = AC$
- $P = MR = MC$
- Je nulový ekonomický zisk a firma maximalizuje ztrátu
 $\Rightarrow P = AR = AC = MR = MC$



Grafy:

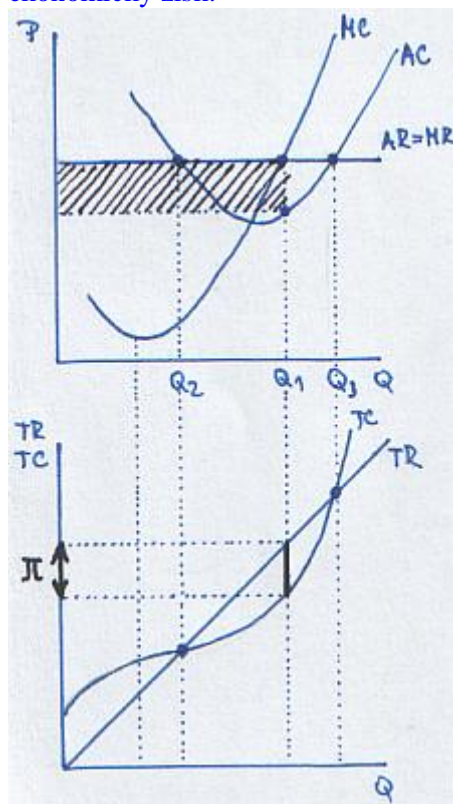
Dlouhé období – výnosy z rozsahu nejdříve rostoucí (konvexní) a poté klesající (konkávní):



- Q_1 – firma realizuje ekonomický zisk
- Kde je inflexní bod I, je minimum MC
- Neexistují FC $\Rightarrow AC = AVC$

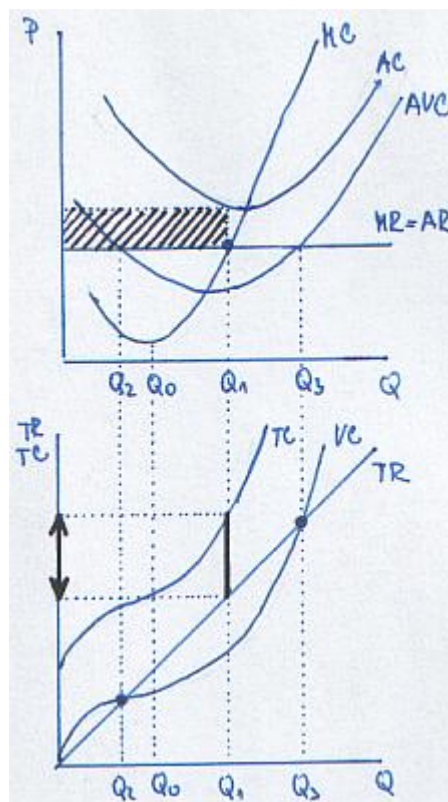
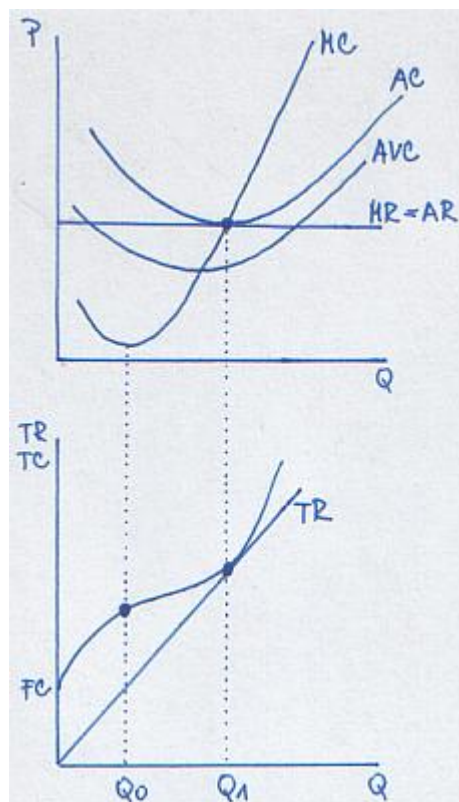
Krátké období, firma realizuje nulový ekonomický zisk:

Krátké období, firma realizuje kladný ekonomický zisk:



- AC musí být pod MC
- TC nemůže vycházet z nuly

Krátké období, firma realizuje ekonomickou ztrátu:



Krátké období, maximální možná ztráta v krátkém období = ztráta se rovná FC:

Domácí úkol.

Efektivnost dokonalé konkurence:

Výrobní efektivnost:

- Ü Firma je výrobně efektivní, jestliže je její výstup v dlouhém období vyráběn při minimálních průměrných nákladech.
- Ü Při rozhodování nakreslit graf v dlouhém období

Alokační efektivnost (Paretrova efektivnost):

- Ü Alokační efektivnosti je dosažena, jestliže žádné z možných přeskupení výroby nemůže znamenat, že na tom bude kdokoli lépe, aniž na tom bude někdo jiný hůře. V podmínkách alokační efektivnosti se tedy může zvýšit užitek jedné osoby pouze snížením užitku někoho jiného.
- Ü Není tedy možné přeskupit výrobu tak, aby došlo ke zvýšení užitku jednoho ani by došlo ke snížení užitku druhého.
- Ü Jinak řečeno, ekonomika je alokačně efektivní, jestliže při dané úrovni technologie využívá své zdroje maximálně efektivně. Firma je tedy alokačně efektivní, jestliže platí následující rovnost: $MU = MC$. Stejným způsobem zjišťujeme, jestli je trh alokačně efektivní.