31. Trhové štruktúry - konkurencia, model, podmienka ukončenia činnosti

# **konkurencia**

Trhovú štruktúru nazývame *konkurenčnou* ak spĺňa nasledujúce podmienky1:

* *existuje veľký počet firiem*, z ktorých každá má malý podiel na trhu a nemôže ovplyvniť cenu,
* *firmy vyrábajú homogénny produkt* pomocou identických výrobných procesov,
* *platí podmienka voľného vstupu (výstupu) na trh (z trhu).*

Uvedená situácia sa dá modelovať dopytovou krivkou po produkte každej firmy v dlhom období, ktorá má tvar vodorovnej priamky a dotýka sa krivky dlhodobých priemerných nákladov *(LAC)* v bode jej minima.

V odbornej literatúre z mikroekonómie sa používa termín „dokonalá konkurencia“ pričom autori zdôrazňujú hlavne disponovanie *dokonalou informáciou*. Účastníci trhu v „dokonale konkurenčnej ekonomike“ majú úplnú znalosť a dokonale predvídajú súčasné a budúce ceny v celom ich spektre, rovnako ako aj priestorové rozmiestnenie tovarov a služieb. Každé vybočenie z tohto stavu je možné považovať za známku nedokonalej informácie, čo je často uvádzaný zdroj nedokonalosti trhu.

Vo svete asymetrických informácii je táto hypotéza a z nej odvodené závery neplatná!

V konkurenčnom prostredí je potrebné aby manažment každej firmy hľadal konkurenčnú výhodu, ktorá diferencuje jeho produkty a služby pri rozhodovaní spotrebiteľov.

*Konkurenčná výhoda* vyrastá z hodnoty, ktorú je podnik schopný vytvoriť pre svojich zákazníkov.



*Obr. Dynamické faktory v konkurenčnom prostredí*

###### *Model konkurencie*

**Model konkurencie** predpokladá, že cieľom manažérov firmy je maximalizácia zisku. *Ekonomický zisk* je rozdiel medzi celkovými príjmami (výnosmi) a celkovými nákladmi - tak explicitnými ako aj implicitnými - všetkých zdrojov použitých vo výrobe.

Ekonomický zisk nemôžeme zamieňať s účtovným ziskom, ktorý je rozdielom medzi celkovými príjmami a explicitnými nákladmi použitých zdrojov.

*Model konkurencie predpokladá* štandardný produkt a akceptovanie ceny na strane firmy a mobilitu zdrojov na strane kupujúcich a firiem. Pravidlo maximalizácie zisku v krátkom období znamená produkovať úroveň výstupu, pri ktorej sa cena rovná krátkodobým hraničným nákladom *(P=MC)* v rastúcej časti krivky hraničných nákladov.

Predchádzajúcu situáciu môžeme ilustrovať modelom, ktorý je zostavený z celkových a hraničných veličín. Krivka na strednom obrázku ilustruje priebeh zisku vo vzťahu k výstupu.

**Podmienka ukončenia výroby:** Ak klesne cena pod minimálnu hodnotu priemerných variabilných nákladov, firma urobí najlepšie, keď nebude v krátkom období vyrábať nič. Individuálna ponuková krivka firmy je teda rastúca časť krivky krátkodobých hraničných nákladov, ktorá leží nad minimom jej krivky priemerných variabilných nákladov.

Krátkodobá ponuková krivka odvetvia je horizontálnym súčtom individuálnych ponukových kriviek firiem.

Klasické dielo k problematike konkurenčnej výhody podniku je PORTER, M.: Konkurenční výhoda, VICTORIA PUBLISHING, Praha 1995.

Zaujímavo je spracovaná problematika tiež v PETERS, T.: Hledáni dokonalosti, Svoboda, Praha 1992

Rôzne konkurenčné prostredie je veľmi dobre popísané v SCULLEY, J.: Odysea od Pepsy k Apple, Management Press, Praha 1994



*Obr. Model konkurencie*

*Dlhodobá adaptácia* nespočíva iba v zmenách rozsahu existujúceho kapitálu, ale aj v tom, že firmy do (z) odvetvia vstupujú (vystupujú). Tam, kde firmy majú totožné krivky LAC, bude rovnovážnou cenou minimálna hodnota tejto krivky a každá firma bude vyrábať príslušné množstvo výstupu. Ako dlhodobá, tak aj krátkodobá rovnováha je efektívna v tom zmysle, že hodnota zdrojov použitých k vyrobeniu poslednej jednotky výstupu je rovná hodnote, akú má tento výstup pre kupujúceho. Znamená to, že rovnovážny stav vyčerpá všetky možnosti obojstranne výhodnej zmeny.

Pri konkurencii s konštantnými cenami vstupov je dlhodobá ponuková krivka odvetvia vodorovná priamka. Ak sú ceny vstupov rastúcou funkciou výstupu odvetvia, ponuková krivka odvetvia bude mať v obidvoch prípadoch kladnú smernicu.

Dôsledkom konkurencie pre nákup mimoriadne kvalitných vstupov bude rast cien vstupov do tej doby, pokiaľ bude firma, ktorá ich používa, dosahovať kladný hospodársky výsledok. To je veľmi dôležitá časť dlhodobého adaptačného procesu a jej nerešpektovanie je príčinou toho, že viaceré dobre mienené ekonomické opatrenia sklamú.

Aj manažéri firiem, ktorí akceptujú trhovú cenu musia aktívne vyhľadávať spôsoby a cesty, ako znižovať svoje výrobné náklady. Tí, čo zavedú inovačné opatrenia, ktoré znižujú náklady, rýchlo dosahujú dostatočný hospodársky zisk, zatiaľ čo oneskorenci zažívajú obdobie strát.