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

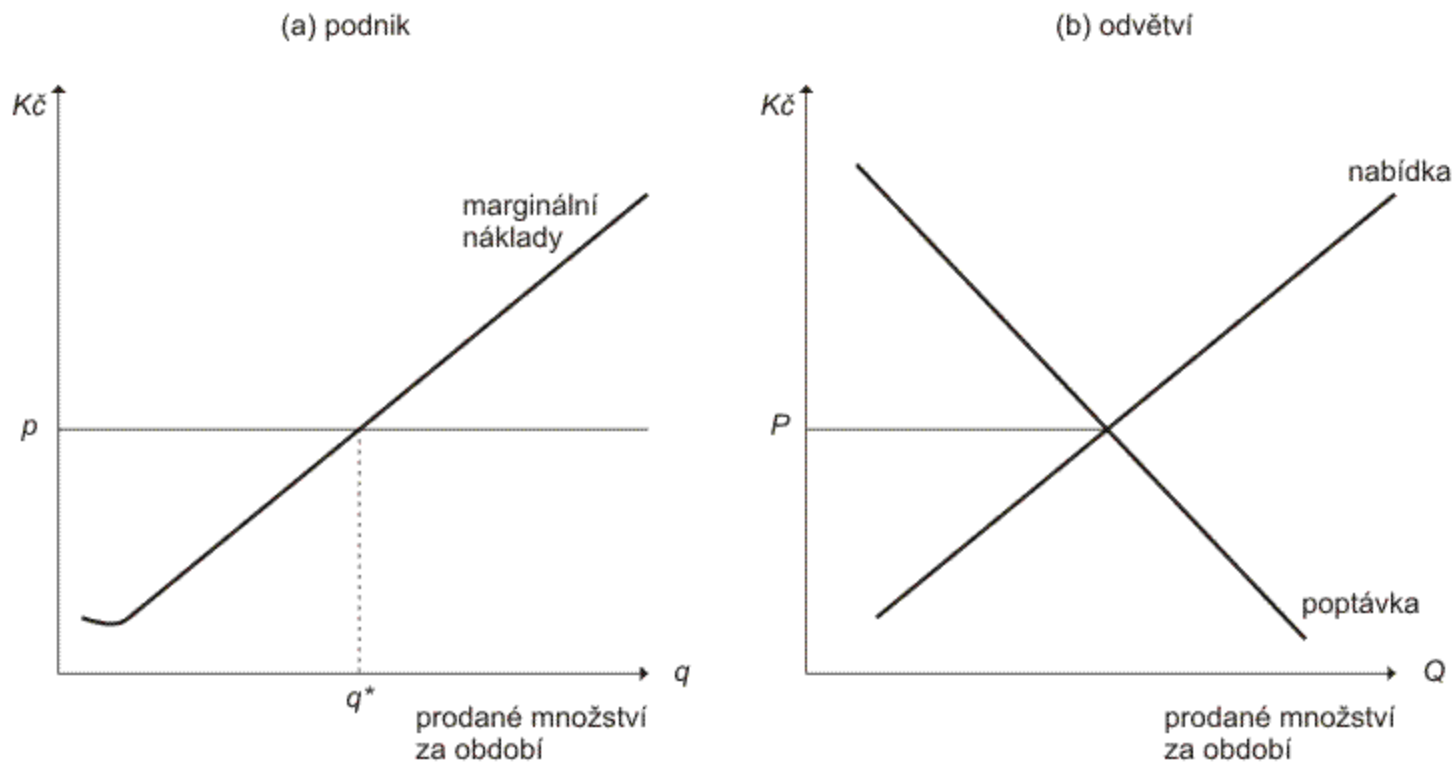
- **Základní ekonomická otázka**:
  - Jak efektivně alokovat zdroje?

- 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 – enertaintment industry

Firma a odvětví v prostředí dokonalé konkurence



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 ⟶ 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)

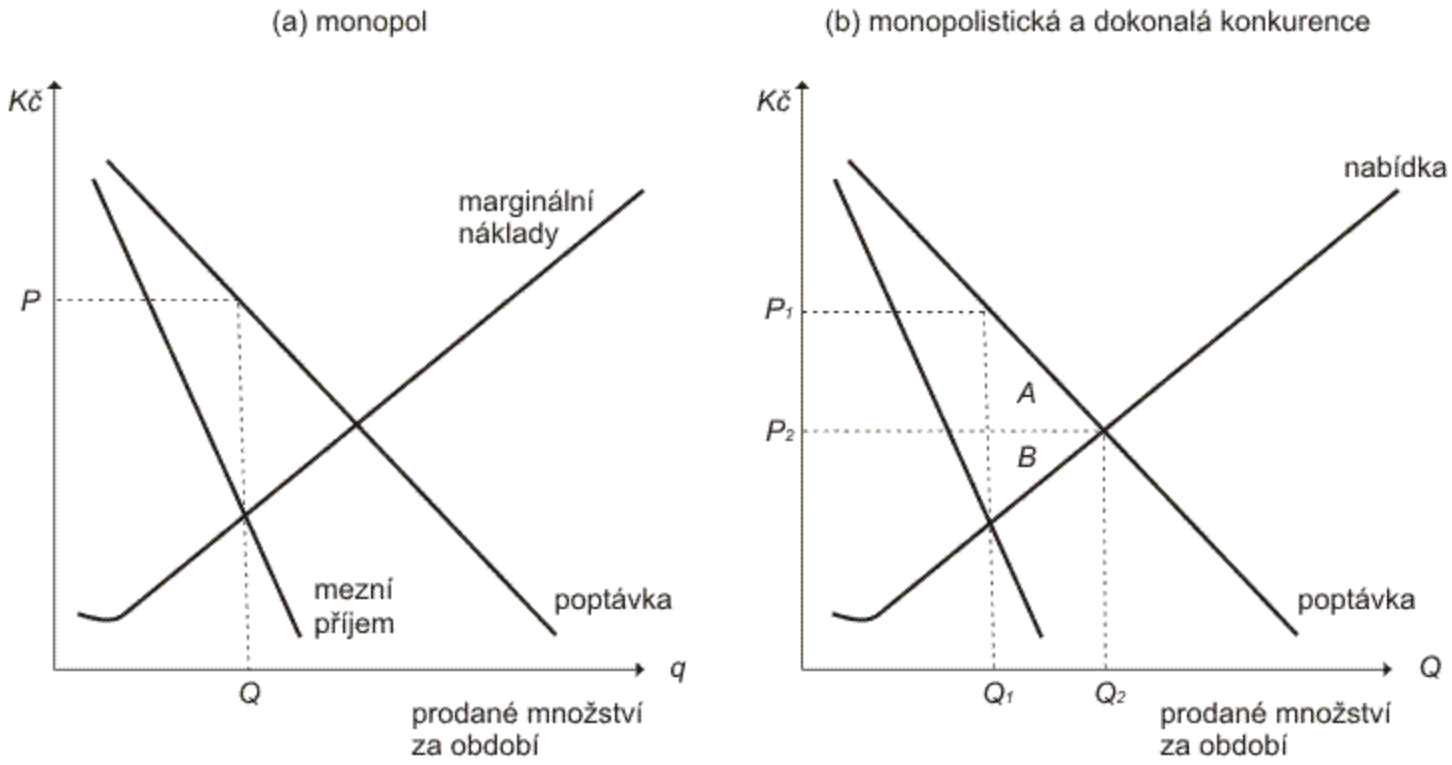
Typologie nedokonalé konkurence

- 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



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) Svébytnost 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 (competetive balance) ligy

$\frac{0,5}{\sqrt{g}}$

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?