

Ekonomika III. ročník

009_ Interakce nabídky a poptávky + Konkurence a
hospodářská soutěž + Selhání trhu

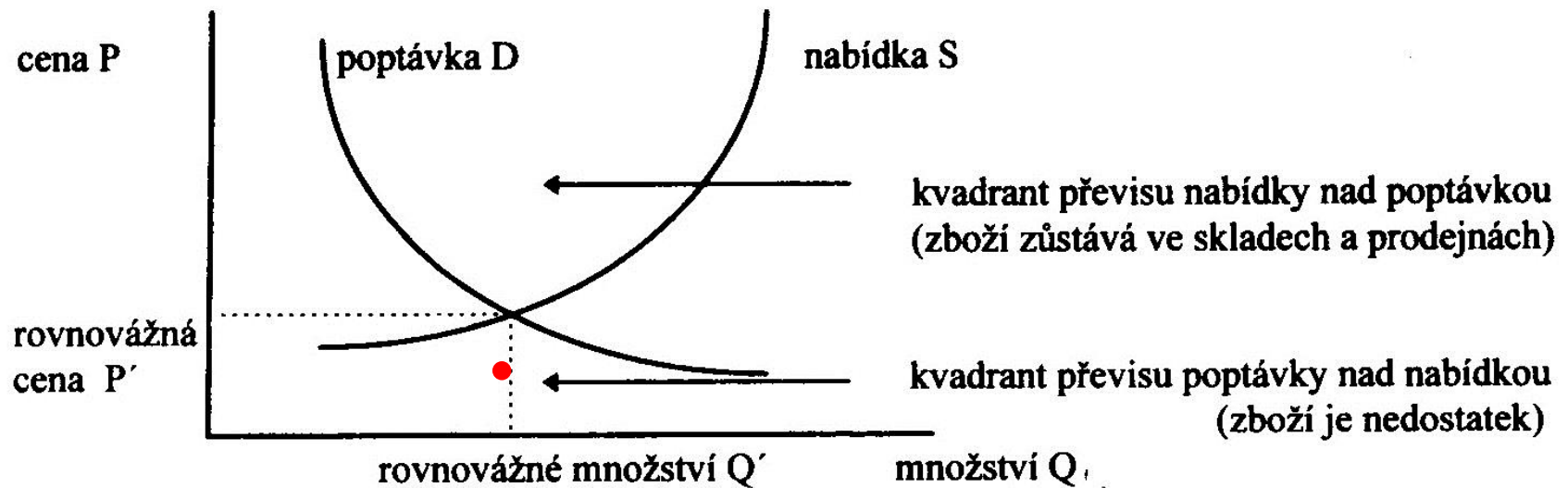
Interakce nabídky a poptávky

- Nabídka ani poptávka **sama o sobě nemá** pro ekonomické uvažování **význam**.
- **Podstatou trhu je vzájemná interakce (střet) nabídky a poptávky.**
- Na základě zákona nabídky a poptávky **se tvoří nejen cena zboží, ale i cena výrobních faktorů:**
 - cena **práce** = mzda,
 - cena **přírodních zdrojů**,
 - cena **kapitálu** = zisk, úrok.

- **Vždy pokud dojde k obchodu, je mezi kupujícím a prodávajícím sjednána individuální cena.**
- **Individuální cena určitého obchodu může být velmi rozdílná od obdobného obchodu uzavřeného mezi jiným prodávajícím a kupujícím = různí zákazníci jsou schopni přistoupit na různé ceny.**

Rovnovážná cena

- **Rovnovážným bodem** tržní rovnováhy je ideální stav na trhu, kdy se při rovnovážné ceně prodá vše, co se vyrobí.
- Na trhu proto neexistuje **ani přebytek ani nedostatek** zboží (služeb).



Obr. 8 Interakce nabídky a poptávky

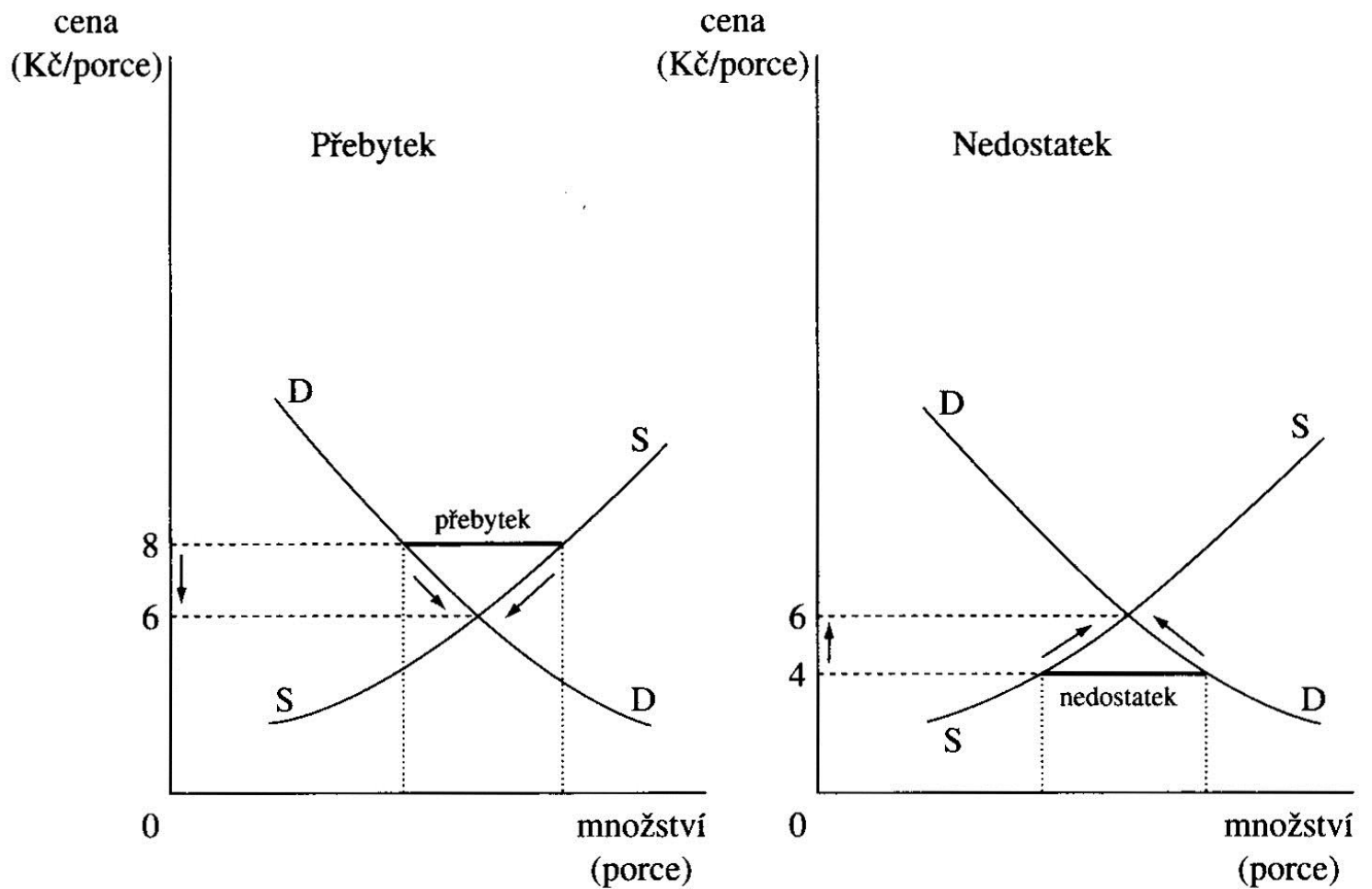
- **Zásadním úskalím hledání rovnovážného bodu je skutečnost, že výrobci dopředu neznají rovnovážnou cenu a jí odpovídající množství vyrobeného zboží pro trh.**

- **Při vyhodnocení reakce strany poptávky na nabídku můžeme dojít ke 3 závěrům:**

- a) výrobci měli **velmi dobrý odhad** a podařilo se jim trefit **přímo do rovnovážné ceny**.
- **Vysoké zisky výrobce proto doprovází spokojenost na straně poptávky**.

- b) výrobci dali **příliš nízkou cenu** v porovnání s cenou rovnovážnou.
- Spotřebitelé nakoupí více zboží (služeb), než jsou výrobci schopni vyrobit = nastane nedostatek zboží (**převis poptávky**).
- **Řešení situace : výrobci zvýší výrobu a zároveň cenu zboží =** spotřebitelé postupně snižují poptávku až do bodu rovnovážné ceny.

- c) výrobci zvolili **cenu vyšší, než je rovnovážná cena.**
- **Poptávající kupují méně zboží (je pro ně drahé), než se vyrobí = přebytek zboží (převis nabídky).**
- Řešení situace: **výrobci snižují výrobu nebo cenu → spotřebitelé zvyšují nákup zboží tak dlouho, dokud nedojde k bodu rovnovážné ceny.**



Obrázek 6 – 3 Dosahování rovnováhy na trhu zmrzliny

- Výrobci **jsou tlačeni**, aby se svými cenami dostali do stavu rovnováhy na trhu.
- **Trh sám obnovuje svou rovnováhu, a to pohybem ceny.**
- Tento **mechanismus působí automaticky**, bez vnějších zásahů (regulace trhu) – proto **je obhájci tržního hospodářství považován za jediný objektivní a spravedlivý** způsob tvorby ceny = dobrý obchod je ten, kdy jsou obě strany spokojeny.

- **Stav ekonomické rovnováhy je z makroekonomického hlediska nejefektivnější:**
 - **zboží není příliš mnoho** (nekazí se, není likvidováno, nedochází ke zbytečnému plýtvání výrobními faktory)
 - **zboží není ani příliš málo** (nenastává snaha uspokojit poptávku za každou cenu tj. podhoubí pro korupci a obecně pro tzv. šedou a černou ekonomiku)

- **Výše uvedený princip** dosahování tržní rovnováhy – tedy v podstatě metoda pokusu a omylu – **funguje v podmínkách dokonale konkurenčního trhu.**
- **To ovšem není zdaleka samozřejmá situace!**

Konkurence, hospodářská soutěž

- **V podmínkách, ve kterých probíhá obchod mohou nastat dvě mezní situace:**
 - **1. Trh ideální s tzv. dokonalou konkurencí** = všichni, kdo nabízejí své zboží na trhu, mají **rovné podmínky přístupu na trh** (žádný prodávající **nemá výsadní postavení** vůči ostatním, **kupující** v podstatě nerozlišují značku zboží, nejsou přetahováni reklamou, lákavými soutěžemi, věcnými dárky u zboží a řídí se **jen cenou**), **v praxi téměř neexistuje.**
 - **2. Trh s nedokonalou konkurencí** = mezi prodávajícími existuje jeden, který má **na trhu výsadní postavení**. Zde existuje několik variant:
 - **absolutní monopol**
 - **administrativní monopol**
 - **monopson**
 - **oligopol**
 - **monopolistická konkurence**

- **Absolutní monopol** – jediný výrobce umí vyrobit konkrétní zboží (např. Becherovka).
- **Administrativní monopol** – jediný prodávající má od státu povolení prodávat určité zboží.
- **Monopson** – výsadní postavení nakupujícího např. u zbraní hromadného ničení je výhradním nakupujícím stát.
- **Oligopol** – na straně nabídky jen několik málo velkých firem s dominantním postavením.
- **Monopolistická konkurence** – v praxi nejčastější podoba trhu = trh se nachází **mezi dokonalou konkurencí a monopolem**, na trhu jsou firmy s dominantním postavením, ale současně i řada menších konkurenčních firem).

- **Nevýhody monopolu:**

- Monopol **prodává** své zboží za ceny vyšší, než v případě konkurenčního prostředí.
- **Nevyrábí s nejnižšími možnými náklady** - nemusí si lámat hlavu s cenou
- **Nevyrábí takové množství produkce, které žádá poptávka.**

- **Jiné členění monopolů:**

- **1. kartel** – **dohoda** mezi samostatnými konkurenty **o cenách, dělení území působnosti ...**
- **2. syndikát** – **dohoda o společném nákupu, prodeji** – volné sdružení samostatných firem tak získá výhodnější vyjednávací podmínky např. COOP (sdružení spotřebních družstev Jednota).
- **3. trust** – **propojování firem nejen v oblasti nákupu a prodeje, ale už i ve výrobě.** Stále ještě je zachována právní subjektivita firem.
- **4. koncern** – nejvyšší forma monopolu, **firmy se propojí v celém rozsahu svých činností, ztrácí právní subjektivitu.** Pokud se spojují rovnocenné firmy jedná se o **tzv. fúzi**, pokud větší firma kupuje menší, hovoří se o **tzv. akvizici**.

- V praxi je často **obtížné zjistit, jak úzká spolupráce mezi firmami skutečně existuje.**
- Firmy se mohou **navenek tvářit jako vzájemní konkurenti**, ale ve skutečnosti jen udržují **iluzi vůči zákazníkům.**
- Ve vyspělých zemích proto existují prostředky boje proti monopolům - protimonopolní zákony – u nás **zákon o ochraně hospodářské soutěže**, který je hlavním nástrojem **Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.**
- **V rámci EU je ochraně hospodářské soutěže věnována mimořádná pozornost – jeden z komisařů [Evropské komise](#)** (tedy v podstatě ministr „evropské vlády“) má tuto agendu na starosti.

- **Selhání trhu:**

- **1. vznikem monopolu** – stát hlídá (u nás Úřad pro ochranu hospodářské soutěže), **zdali monopol nezneužívá svého postavení** (výrobce Becherovky má monopol, ale nezneužívá ho). Monopol jako takový trestný není.
- **2. existence veřejných statků** (obrana státu, školství, zdravotnictví a státní správa). U nich **není žádoucí, aby jejich pořizování a správu zařizoval soukromý sektor** – dominují totiž jiná než čistě ekonomická hlediska = **není žádoucí jen zisk** (např. **široká dostupnost** vzdělání či zdravotní péče nebo **požadavek maximálního bezpečí** pro každého občana), **hrozí však neefektivita a korupce** = zde je na místě **důvěřovat státu či obci, ale důkladně prověřovat práci konkrétních lidí**, kteří stát či obec v těchto oblastech zastupují. V současné době existuje **tlak na zpoplatňování mnoha veřejných statků** – úbytek veřejných financí.
- **3. externality trhu** (vedlejší účinky trhu na subjekty, které se tržního vztahu neúčastní)
 - **negativní externality** – škodlivé vlivy na ŽP či zdraví lidí či stav prostředí se nepromítají do cen výrobků – část nákladů je přenášena na jiné subjekty
 - **pozitivní externality** – dálnice, elektrifikace, plynofikace zvedají vlastníkům ceny pozemků ve své blízkosti. Zemědělec neplatí včelaři za to, že jeho včely opylují jeho pole či sady ... část výnosů si takto přivlastňují jiní

- *... je na místě důvěřovat státu (veřejnému sektoru), ale důkladně prověřovat práci konkrétních lidí, kteří ho v těchto oblastech zastupují ...*
- iDNES. Cz - 25. dubna 2010
- **Za nábytek zaplatili i desetinásobek. Policie vyšetřuje královéhradecký úřad**



Otázky:

1. Podstatou trhu je
2. Na základě zákona nabídky a poptávky se tvoří
3. Co je to rovnovážný bod
4. Výrobce zvolil nižší než rovnovážnou cenu – popište situaci na trhu:
5. Popište situaci na trhu pokud výrobce zvolil vyšší než rovnovážnou cenu:
6. Z jakých důvodů je stav ekonomické rovnováhy považován z makroekonomického hlediska za nejefektivnější?
7. Trh ideální s tzv. dokonalou konkurencí – charakterizujte.
8. Absolutní monopol / Administrativní monopol
9. Monopson / Oligopol
10. Monopolistická konkurence
11. Co považujeme za nevýhody monopolu?
12. Kartel
13. Syndikát
14. Trust
15. Koncern
16. Jaké prostředky využívají vyspělé státy v boji proti monopolům?
17. Co jsou to externality trhu?
18. Uveďte příklad negativních externalit trhu.
19. Uveďte příklad pozitivních externalit trhu.
20. Proč se k zajišťování veřejných statků tak často váže neefektivnost a korupce?
21. Z jakých důvodů není žádoucí, aby veřejné statky zajišťoval a spravoval soukromý sektor?
22. Jak jsou financovány veřejné statky?

Zdroje:

- Švarcová, J. a kol. Ekonomie – stručný přehled, 2012/2013. Zlín, CEED 2011
- Holman R., Pospíchalová D., Úvod do ekonomie pro střední školy. Praha, C. H. Beck 2012