

Kapitola 3. Tržní mechanismus, tržní ekonomika.

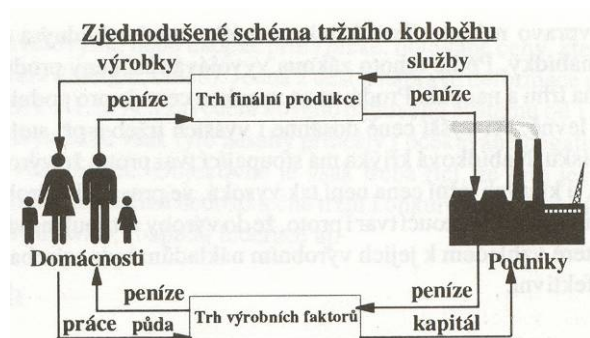
„Trh je místo, kde se setkává nabídka s poptávkou.“

Cíl: Naše národní hospodářství je založeno na fungování tržních sil. Vysvětlíme si zde, co je podstatou trhu, jakým způsobem funguje nabídka v interakci s poptávkou, které faktory ovlivňují trh a jakým způsobem posouvají křivky D a S. Tržní formy a úlohu státu v tržní ekonomice.

3.1. Podstata tržní ekonomiky.

Tržní ekonomika je systém, který jsme si zvolili po sametové revoluci. V tomto systému si firmy prakticky samy řeší základní ekonomický problém, tedy, co, jak a pro koho se bude vyrábět. Musí vycházet z dobré marketingové strategie, která je založena na existenci marketingového informačního systému ve firmě. O problematice marketingu si povíme v samostatné kapitole. Ale v tuto chvíli je marketing důležitý. Umožňuje firmám vytipovat si svůj cílový segment, tedy skupinu zákazníků, dále získat informace o skutečných potřebách trhu a pokud se správně připraví mix, může firma vyrábět to, co žádá trh. Samozřejmě, že v praxi to není až tak jednoduché.

Trh je místo ekonomické reality, kde probíhá směna, tedy nákup, či prodej. Na trhu se vytváří cena, která vzniká vzájemným působením prodávajícího a kupujícího. Lze tvrdit, že nejvyspělejší ekonomiky světa uplatňují tento systém, státy EU, USA, postkomunistické země.



Mezi základní tržní subjekty lze zařadit již zmiňované **domácnosti, firmy, banky, stát**. Každý tento subjekt samozřejmě nestojí na trhu ojedinele, ale vstupuje do vzájemných vztahů, tzv. **interakce**. S úlohou těchto subjektů jsme se seznámili v první kapitole.

Nelze o tomto systému tvrdit, že je dokonalý, ale i přes nedostatky patří k neefektivnějším. Častěji se mu říká **smíšená ekonomika**, protože vytvořit čistý trh je nemožné. Ve smíšené ekonomice se vyskytují některé prvky, které by tam být neměly, jako

například **monopoly**. Směnu na trhu uskutečňujeme pomocí **peněz**. Peníze směňujeme za výrobky, přesněji za zboží, protože jsme si již vysvětlili, že přechodem výrobků na trh, se stávají zbožím. Zboží je zapláceno penězi, může jít také o barterový obchod, tedy obchod bez účasti peněz.

Má-li fungovat tržní systém, musíme se naučit tržně se chovat. Je pravdou, že mnozí z nás jednotlivců, ale i firem mají s tímto postkomunistickým syndromem neustále potíže.

Trh jasně stanoví pravidla, jak se mají jednotlivé subjekty chovat. Je to dáno základními funkcemi, které splňuje. Patří sem :

1. **přenos informací**, tzn. že trh poskytuje tisíce informací všem subjektům, jen je musíme umět nalézt a být v tomto ohledu aktivní, určitě sem patří informace o cenách
2. **rozdělování důchodů**, tedy to, co se v zemi vyprodukuje se přerozděluje mezi jednotlivé subjekty, mimo jiné důchody jsou příjmy
3. **podpora a podněty výrobců a spotřebitelů**, zde je nám všem kladeno na srdce abychom optimálně využívali vzácné zdroje, abychom neplýtvali, vytvářeli nové šetrnější výrobní postupy a tím byli ohleduplnější k naší Zemi

Trh je velice citlivý na změny. Reaguje na změnu množství, ceny, na zájem, módnost, zvyšování či snížení platů a mezd, ale i na světové trhy, vývoj cen ropy, válku v Iráku atd.

Typy trhů :

1. **agregátní** – je trh celostátní, makroekonomický a většinou představuje nabídku a poptávku veškeré produkce v zemi za období jednoho roku.
2. **dílčí** – je to trh jednoho konkrétního zboží či služby
3. **individuální** – zde vystupuje jeden konkrétní subjekt, tedy trh domácností, firem
4. **místní** – jde o konkrétní místo, kde se setkává nabídka s poptávkou, kupující s prodávajícím

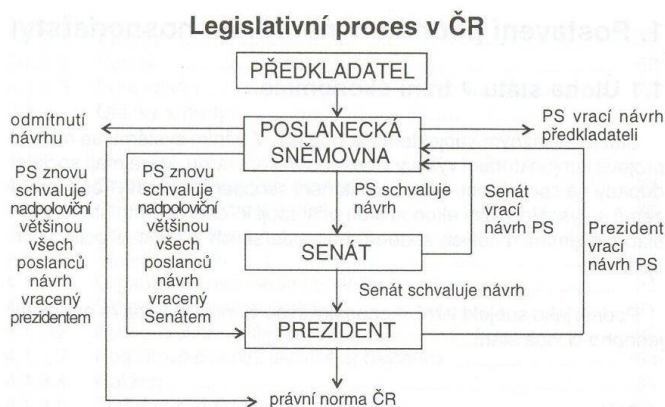
5. **funkční** – zde si lze představit trh s komoditami, se kterými se obchoduje na burzách s cennými papíry, ale zbožových, jako je například pšenice, ropa, kovy, nerostné bohatství
6. **spotřební** - zde se nabízí a poptává spotřební zboží, které využívá spotřebitel ke své spotřebě
7. **kapitálových statků** – tento trh je určen k prodeji surovin, strojů, používaných k podnikání, do výroby, také mu říkáme **průmyslový**
8. **národní, světový, globální**
9. **potencionální, použitelný, kvantifikovaný** – toto je již marketingový pohled
10. **finanční trh** – na něm vystupují jak domácnosti, jednotlivci, banky, firmy, ale i veřejný sektor, tedy vláda, správní orgány a zahraniční subjekty. Dělíme jej na peněžní a kapitálový.
11. **peněžní trh** – provádí výměnu krátkodobých peněžních přebytků formou vkladů, tedy depozit. Peněžní trh je krátkodobý a využívá řady krátkodobých nástrojů, jako jsou pokladniční poukázky, depozitní certifikáty, komerční cenné papíry, mezibankovní depozita – vklady.
12. **kapitálový trh** – je dlouhodobý. Týká se investice do dlouhodobých cenných papírů, jako jsou akcie a obligace- dluhopisy.

3.2. Úloha státu v tržní ekonomice a selhání trhu.

„ Stát je špatný hospodář,
je nutná existence trhu a
soukromého vlastnictví.“

V charakteristice trhů bychom mohli pokračovat. Chtěla bych se dále zmínit o úloze státu v tržní ekonomice. Mnozí si neumí pod státem představit něco konkrétního. Je samozřejmě představován vládou.

Hospodářskou politikou státu rozumíme souhrn nástrojů, vytýčených cílů a opatření, které stát dodržuje, kontroluje a ovlivňuje jimi ekonomický vývoj země. V tomto ekonomickém systému lze chápat stát jako partnera k uzavírání smluv, jako zákazníka, který provádí vládní nákupy, podílí se na tvorbě HDP. Stát ovšem hraje nezastupitelnou úlohu v národním hospodářství, která se liší od direktivního systému, který jsme opustili. Stát ponechává řadě sfér národního hospodářství svobodu, ale určitě se mnou budete souhlasit, že nelze ponechat na pospas školství, zdravotnictví, obranu země, ochranu občanů, policii, soudy ... V dnešní době neodmyslitelnou



součástí státu je dbát na ochranu životního prostředí a to důslednou legislativou, tedy zákony, které stanoví přesné přípustné normy, penále a pokuty za nedodržování těchto předpisů. Ano, důležitou roli stát plní v tvorbě zákonů. Kvalitní zákony jsou základem kvalitního národního hospodářství. Legislativa našeho státu má bezesporu řadu chybných zákonů, které je potřeba v co nejkratším časovém intervalu odstranit. Národní hospodářství je představováno makroekonomickými veličinami, ekonomickými agregáty, na

základě kterých se hodnotí úroveň, vyspělost daného státu. Patří se nezaměstnanost, HDP, inflace, zahraniční zadluženost, státní rozpočet. Souhrnně hovoříme o hospodářské politice země. Zde si vláda klade za cíl přivést ekonomiku do rovnováhy a snaží se ji stabilizovat. Tyto cíle mohou být krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé. Byla vytvořena celá řada koncepcí cílů, používáme pro tyto účely magické n-úhelníky, nejčastěji se jedná o pentagon cílů:

- **zaměstnanost**
- **stabilita cen**
- **rovnováha platební bilance**

- rozdělování důchodů
- ekonomický růst

Samozřejmě, že nestačí, aby vláda vytýčila tyto cíle. Nikdy se nic nevytvoří, nejsou-li připraveny **podmínky k dosažení těchto cílů**, mezi ně patří: kvalitní legislativa, mír, demokracie, názorová pluralita, blahobyt, svoboda, efektivnost, ekonomická nezávislost, vzdělanost obyvatelstva, rozvoj vědy, infrastruktury, ochrana trhu, spotřebitele atd. Stát vystupuje v roli prodejce i zákazníka. Prodejcem je v případě, nabízí-li výrobky vyrobené ve státních podnicích a zákazníkem je, provádí-li vládní nákupy. Tyto se nemalou měrou podílí na tvorbě HDP.



Stát je představován institucemi, zákonodárnými orgány, magistráty, ministerstvy. Úloha státu spočívá také v dohledu nad trhem, tedy jedná se o to, aby trh fungoval a nedošlo k jeho selhání. Trh selhává, pokud přestává plnit své funkce : informační, stimulační a rozdělování důchodů. Na trhu vystupují čtyři základní tržní formy, **konkurence, oligopol, monopolistická konkurence, monopol**. Budu jejich vysvětlení věnovat samostatnou kapitolu. Efektivní je trh,

kde samozřejmě zraje konkurenční prostředí a působí tržní síly. K selhání trhu dochází také v důsledku působení monopolů, které by se v tržní ekonomice neměly vyskytovat, už i proto, že existují antimonopolní zákony. Konkurenci a monopol považujeme za protipóly a krajní body trhu. Samozřejmě, že i tržní systém má svá úskalí, není dokonalý. Ale co je v dnešním světě dokonalé? Troufne si někdo z vás odpovědět? Mezi ještě nezmíněné nedostatky trhu samozřejmě patří existence **externalit a veřejných statků**.

Externality, lze je definovat jako vedlejší nechtěné efekty vznikající například při výrobě nebo spotřebě. Externality vyplývají z nedostatečně vyřešených vlastnických práv. Mohou být pozitivní a negativní. **Pozitivní externality** představují takovou situaci na trhu, kde se setkává kupující s prodávajícím a zároveň z této směny má efekt i někdo třetí, jiný další subjekt. Například zvyšování kvalifikace , je pozitivní externalita, která se odrazí v celém národním hospodářství. **Negativní externality** představují opačný jev, kdy dochází k poškozování subjektů a nikdo se nemá k úhradě vzniklé škody. Příkladem může sloužit poškození spodních vod v důsledku nešetrné chemické výroby, znečištění životního prostředí, záměrné zvyšování cen , které musí uhradit zákazníci. Určitě by stálo za to, abyste sami zapřemýšleli nad vhodnými příklady. Na tuto vzniklou

situaci musí zareagovat stát právními normami, pokutami, legislativou. Dalším vážným problémem jsou veřejné statky. Tyto slouží všem občanům, společnosti. Příkladem může posloužit policie, soudy, veřejná správa. Podobají se pozitivním externalitám. Nakupuje je stát – vláda z prostředků státního rozpočtu. Veřejný sektor tvoří orgány státní moci, státní podniky. Pokud trh upřednostní výrobu soukromých statků před veřejnými, může dojít k jeho selhání. Proto by vláda měla ve vztahu k trhu zajistit :

- snížení negativních externalit ve prospěch pozitivních
- snažit se o snížení monopolů a

Vláda České republiky k 1.4.2003

PhDr. Vladimír Špidla	ČSSD	předseda vlády
Mgr. Stanislav Gross	ČSSD	1. místopředseda vlády a ministr vnitra
JUDr. Cyril Svoboda	KDU-ČSL	místopředseda vlády a ministr zahraničních věcí
JUDr. Pavel Rychetský	ČSSD	místopředseda vlády a ministr spravedlnosti
PhDr. Petr Mareš, CSc.	US-DEU	místopředseda vlády pro výzkum a vývoj, lidská práva a lidské zdroje
Mgr. Bohuslav Sobotka	ČSSD	ministr financí
Ing. Jaroslav Tvrdík	ČSSD	ministr obrany
Ing. Milan Urban	ČSSD	ministr průmyslu a obchodu
Ing. Zdeněk Škromach	ČSSD	ministr práce a sociálních věcí
Ing. Milan Šimonovský	KDU-ČSL	ministr dopravy
Ing. Jaroslav Palas	ČSSD	ministr zemědělství
MUDr. Marie Součková	ČSSD	ministryně zdravotnictví
JUDr. Petra Buzková	ČSSD	ministryně školství, mládeže a tělovýchovy
Pavel Dostál	ČSSD	ministr kultury
RNDr. Libor Ambrozek	KDU-ČSL	ministr životního prostředí
Mgr. Pavel Němec	US-DEU	ministr pro místní rozvoj
Vladimír Mlynář	US-DEU	ministr informatiky

ne je podporovat, byť nepřímo

- vytvářet kvalitní a životaschopnou legislativu
- podporovat veřejné statky
- zajistit sociální politiku, pro občany, kteří uvízli v sociální síti, transferové platby
- zajistit rovnováhu vnitřní a zahraniční politiku
- starat se spolu s ČNB a.s. o zdravou měnovou politiku
- hospodářský růst
- stabilitu makroekonomických agregátů

3.3. Poptávka, nabídka a jejich vzájemná interakce.

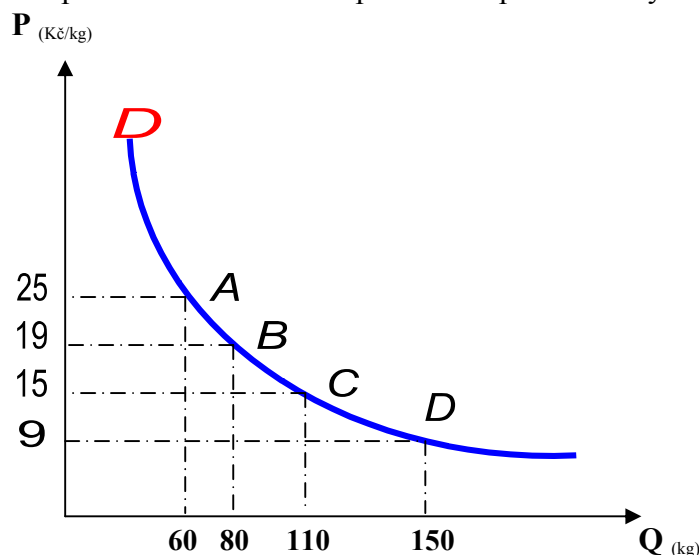
„Na trhu s radami převažuje nabídka nad poptávkou.“

Vycházíme-li ze základního pojetí trhu, je nutné vysvětlit si i pojmy poptávka a nabídka. Budeme si je přibližovat odděleně a v závěru této kapitoly je dáme do vzájemné interakce a ukážeme si na grafech, jak skutečně trh funguje.

Poptávka – Demand. Jak už jsem zmínila, budeme tyto parametry trhu posuzovat nejdříve odděleně, tedy hovoříme-li o poptávce, díváme se na trh z pozice zákazníka, kupujícího. Pro pochopení této kapitoly je to důležité a usnadní vám to další studium. Takže poptává zákazník. Zákazníkem může být domácnost, jednotlivce, firma, akciová společnost, stát, dále se může jednat o zahraniční partnery atd. každý z nás zákazníků máme snahu koupit co nejvíce zboží za co nejnižší cenu. A z toho spotřebitelského chování vyplývá i základní definice poptávky. **Poptávka je množství výrobků a služeb, které jsou ochotni zákazníci koupit za určitou cenu, za cenu, která jim vyhovuje.** Ano, můžeme si položit otázku: „Na čem záleží ochota nás zákazníku koupit nějaký výrobek či službu?“ Určitě je to mnoho faktorů, které na nás v procesu nákupu působí, například cena, kvalita, způsob prodeje, umístění prodejny, příjmy, životní úroveň. Pro nás ekonomy platí obecná zásada, na které se nyní dohodneme. **Cenu označujeme P (Kč), množství Q (v kg, l, m, jiných měrných jednotkách), poptávku budeme označovat D a nabídku, trochu předbímám, S z anglického Supply.** Sníží-li se ceny, zákazníci reagují zvýšením množství Q a v opačném případě, zvýší-li se ceny, snižují poptávku, tedy množství nakoupeného zboží. Proto říkáme, že poptávka má klesající charakter a zároveň lze vyjádřit zákon klesající poptávky, který zní: **Poptávané množství se mění v opačném směru než cena. Platí zde nepřímá úměra. Čím vyšší cena, tím méně zboží nakoupíme. Čím nižší cena, tím více zboží nakoupíme. Poptávka může být dílcí, jedná se o poptávku po určitém konkrétním zboží či službě, individuální, tady se jedná o poptávku určitého konkrétního subjektu, domácnosti, jednotlivce a agregátní poptávka, ta vyjadřuje součet všech poptávek všemi subjekty v daném státě za období jednoho roku.**

Poptávku lze znázornit na křivce poptávky, která vyjadřuje závislost Q na P. Poptávková křivka je grafické znázornění poptávaného množství na ceně. Není problém, abyste si sami sestavili jakoukoliv poptávkovou tabulku, nesmíte však zapomenout na dodržení pravidla nepřímé úměry.

<i>Poptávka po mouce</i>		
úroveň	Q-množství v kg	P-cena Kč/kg
A	60	25
B	80	19
C	110	15
D	150	9



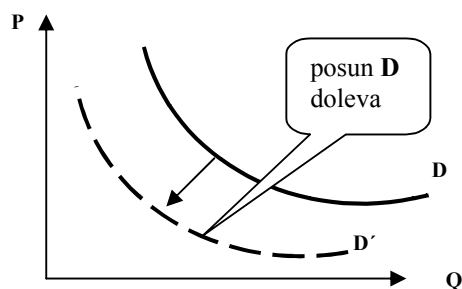
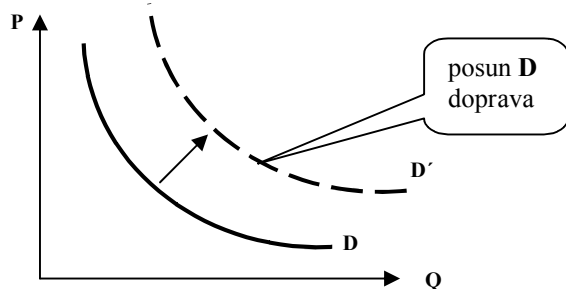
Z daného grafu plyne klesající charakter poptávky zleva doprava. Například při ceně P 25 Kč za kilogram mouky jsou zákazníci ochotni koupit jen 60 kg mouky, ovšem klesne-li tato cena na 9 Kč za kilogram, vzroste poptávka více než dvojnásobně. Jedná se o **dílčí** poptávkovou křivku, protože zkoumá poptávku po jednom zboží.

Poptávka je ovlivněna řadou faktorů, které se odráží ve změně poptávkové křivky. Jako příklad lze uvést: **důchodový efekt, substituční efekt, komplement, módnost, sezónnost, demografický vývoj, preference lidí apod.**

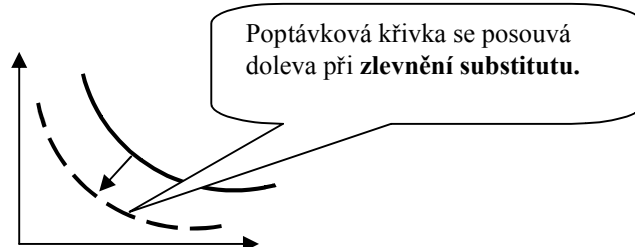
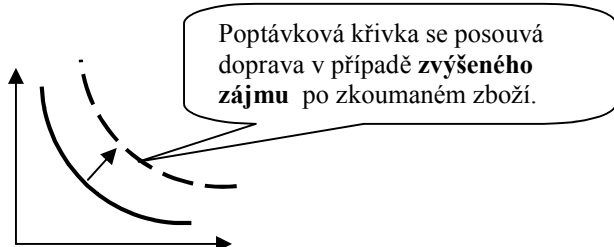
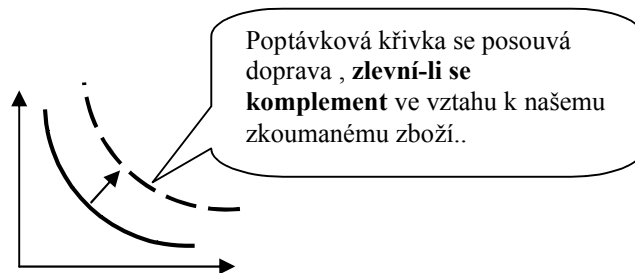
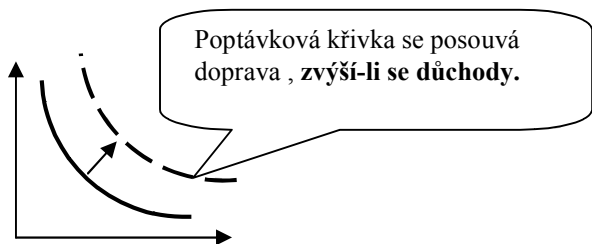
Faktory ovlivňující poptávku:

- a) **důchodový efekt** – jinými slovy příjmový efekt. Na poptávku působí výše našich příjmů, a je třeba si uvědomit, že důchody nás občanů se liší. Zvýšení, či snížení cen zboží a služeb ovlivňuje zákaznický segment. Při snížení ceny určitého zboží si může dovolit daný výrobek koupit i rodina s nižším příjmem. Určitě je to patrné například u PC. Zvýší-li se důchody, zvyšuje se kupní síla lidí, více se nakupuje a zvyšuje se poptávka. Sníží-li se příjmy, snižuje se kupní síla a lidé poptávají méně zboží, snižují poptávku.
- b) **substituční efekt** – z hodin matematiky jistě víte, že substituce je záměna a používali jste ji při řešení soustavy rovnic o několika neznámých. Pro poptávku znamená substituce také záměnu, změnu struktury kupovaného zboží či služby. Dojde-li ke zvýšení ceny určitého statku který jsme běžně kupovali, můžeme provést substituci, záměnu. Znamená to, že začínáme kupovat něco jiného, může to být podobný statek levnější nebo zcela něco odlišného. Například, zvýší-li se cena kávy, kterou ráda piji, mohu provést záměnu a začít pít čaj, který je levnější. Nebo zvýší-li se vstupné do kina, mohu provést substituci a vypůjčit si film ve videopůjčovně. Obecně to znamená, zdraží-li se určitý statek, kupující snižuje poptávku po tomto statku a začíná se všimnout a soustředit na něco jiného, provádí tedy substituci – záměnu.
- c) **komplement**- představuje zboží nebo službu, které doprovází spotřebu našeho zkoumaného zboží. Jinými slovy to znamená, že naše zkoumané zboží bez komplementu nemůže fungovat. Příkladem je auto benzín, voda pračka. Tedy zkoumáme-li poptávku po automobilech, je zcela jistě ovlivněna cenou benzínu. Zvýší-li se v cena benzínu, lze očekávat pokles poptávky po automobilech. Sníží-li se cena benzínu, poptávka po automobilech se určitě zvýší.
- d) **demografický vývoj** - jde o populační vývoj pro Českou republiku, jak jistě víte, je demografický vývoj nepříznivý. Naše populace stárne a bude se měnit i struktura poptávaného zboží. Dojde k poklesu po určitých statcích a službách, a naopak lze očekávat zvýšenou poptávku například po lécích, domovech důchodců.
- e) **změny v preferencích lidí** – na naše preference, módu, zájmy, životní styl, zdravé stravování má jistě vliv rodina, jako primární referenční skupina, ale i škola, přátelé, média, reklamy. Například, je-li v kurzu zdravá výživa, vzroste poptávka po zelenině a lze očekávat pokles poptávky po vepřovém masu. Nebo je-li zájem o CD s moderní hudbou, lze očekávat snížení zájem po „dechovce“.

Ve výčtu faktorů které působí na poptávku bychom mohli pokračovat. Určitě spolu s vyučujícím odhalíte další a budete je v hodinách diskutovat. Všechny tyto vlivy působí na křivku a v případě jakékoliv změny v působících faktorech, dochází ke změně původní poptávkové křivky, která zaniká a na jejím místě vzniká nová, posunutá doleva nebo doprava.



Posun poptávkové křivky



<i>Nabídka brambor</i>		
úroveň	Q-množství v kg	P-cena Kč/kg
A	50	5
B	130	8
C	145	11
D	200	15

