

Jak se dívám na svět...

Základy mikroekonomie s humorem

Po - Cho - Pil !!!



Ing. Filip Ježek, Ph.D.

Prosinec 2016

DET-diskuse, eseje, teorie

Jak se dívám na svět...

Základy mikroekonomie s humorem

Po - Cho - Pil !!!

Ing. Filip Ježek, Ph.D.

Prosinec 2016

TZ-one

DET-diskuse, eseje, teorie

Jak se dívám na svět...

Informace pro čtenáře

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v žádné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Používání elektronické verze knihy je určeno jen osobě, která ji legálně nabyla, a to v rozsahu stanoveném autorským zákonem.

Jakékoliv neoprávněné užití jako např. kopírování, úpravy, konverze do jiných formátů, prodej, pronájem, půjčování, darování, umístění na servery, sdílení atp. je zakázáno!

Vydání první 2017

Autor:

Ing. Filip Ježek, Ph.D.

recenze: prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc.

obálka a foto © prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc.

© Mgr. Tomáš Zahradníček - TZ-one

ISBN: 978-80-7539-034-9 (ePub verze)

ISBN: 978-80-7539-035-6 (mobi verze)

Zprávy z medií

Firmám se daří, nabízejí zaměstnancům více benefitů než loni

České ekonomice i firmám se daří, a to se pozitivně odráží v nabídce zaměstnaneckých výhod – společnosti v Česku jich poskytují v průměru 12, tedy o dvě více než loni. Nejvíce nabízeným benefitem zůstává již potřetí mobilní telefon v nabídce 88 % firem a příspěvek na vzdělávání (83 %), který je dlouhodobě také nejdynamičtější benefitem. Největší meziroční nárůst zaznamenaly příspěvky na životní pojištění a na spoření na penzi (o 11 %, resp. 9 %), které tak dokazují rostoucí trend podpory dlouhodobých benefitů. Na jednoho řadového zaměstnance firmy v průměru vydají 10-15 tisíc korun.

•

Největším českým ICT firmám se daří

Sto nejúspěšnějších českých technologických firem zvýšilo své meziroční tržby v průměru o 13,3 %. Pro efektivitu českého technologického průmyslu hovoří i to, že uvedeného výsledku firmy dosáhly při nárůstu počtu zaměstnanců jen o 5,4 %.

•

Nebankovním firmám se daří, poskytly o desetinu více peněz

Členské společnosti České leasingové a finanční asociace (ČLFA) v prvním pololetí poskytly prostřednictvím leasingu, úvěrů a factoringu celkem 84 miliard korun, což je o desetinu více než před rokem. O více než 15 procent stoupl financování podnikatelských investic úvěry a leasingem, o šest procent vzrostlo financování spotřebitelskými úvěry či leasingem a o sedm procent financování factoringem.

•

Jde jen o tři náhodně vybrané zprávy, které stručně naznačují, v jaké době žijeme. Umíme najít odpovědi, proč tomu tak je? Autor knihy s humorem nabízí některé pohledy na mikroekonomii, které nabízejí teoretické odpovědi k výše uvedeným událostem.

Jak se dívám na svět...

Prolog

Vážená čtenářko, vážený čtenáři,

sedím v tělocvičně malé základní školy s mateřskou školkou. Všichni očekávají návštěvu vzácné trojice - Mikuláše s andělem a čertem. Čert nezlobí, anděl je laskavý a Mikuláš naděluje hodným dětem dárečky. To je běžná událost na vesnicích. Ale najednou je tu něco jiné ...

Rodiče a děti zvou Mikuláše se svými pomocníky do tříd. Maminky předvádějí cukroví a jiné dobroty, které připravily pro návštěvníky akce. Hned vedle však jsou prodejní stánky dětí, nejen ze základní školy, ale i ze školky, kde nabízejí své výrobky tu za korunku, dvě a někdy za více penízků.

Kroutím spokojeně hlavou nad tím, jak elegantně učitelský sbor učí děti počítat, nabízet výrobky, diskutovat, ocenit si svou práci, zkrátka prakticky se připravovat na život.

Bez rozpaků jsem si koupil dětské produkty u několika stánků.

Odcházím z mikulášského odpoledne a v uších mi zní slova ředitele školy "... škola musí být praktická, ... z "vydělaných" peněz (darů) koupíme dětem sazeničky stromečků, aby je zasadili, místo těch, které jsme koupili do tříd k vánoční výzdobě". Tak tomu říkám výchova mikroekonomie v praxi!

Budiž tedy tato kniha poděkováním moudrým učitelům a dětem s talentem žít prakticky a zodpovědně.

Zdeněk Mikoláš

Jak se dívám na svět...

Základy mikroekonomie s humorem

Filip Ježek



Po-Cho-Pil !!!

Obsah eseje

Úvodem.....	8
Principy ekonomie, směna, trh a jeho elementy	10
Spotřebitelovo chování.....	28
Chování výrobce, volba technologie	39
Dokonalá konkurence	56
Nedokonalá konkurence	66
Monopolistická konkurence	66
Oligopol s dominantní firmou.....	68
Koluzivní oligopol	71
Monopol	72
Trh výrobních faktorů	79
Trh práce	82
Trh půdy, pozemková renta, ekonomická renta a transferový výdělek.....	88
Trh kapitálu	90
Hledání efektivních investic.....	94
Tržní selhání	97
Vládní selhání a teorie veřejné volby.....	107
Seznam grafů	115
Seznam tabulek.....	116
Rejstřík.....	117

Jak se dívám na svět...

Úvodem

Ukazuje se, že dnešní uspěchaná doba vede k tomu, že většina lidí hledá úspěch s co nejmenší nutností vynaložit úsilí. To se týká pochopitelně i studentů, kteří hledají způsob, jak se co nejméně učit a přitom uspět při zkouškách. Je to sice naprosto logické a v souladu s ekonomickými principy, avšak vše má své hranice. Ve skutečnosti nejde pouze o to uspět při zkouškách, hlavním cílem každého studenta by mělo být, aby pochopil. Teprve pak může s nabytými vědomostmi dále pracovat. Tato doba však přinesla ještě jeden fenomén – vzhledem k tomu, že v současnosti je jisté jen to, že všechno je nejisté, většina lidí vyhledává zábavu, dokud je to možné. Pak to vypadá tak, že namísto toho, aby se student řádně připravoval a studoval, vyhledává jiné, zábavnější způsoby, jak strávit čas. Jenomže podat přihlášku na školu a pak se neučit je jako nasednout do automobilu, nastartovat, rozjet se, a pak nechtít ovládat volant - jak tohle může asi dopadnout, pokud právě nesedíme v autonomním automobilu?

Problém je v tom, že ne vždy platí předpoklad existence radosti bez bolesti. Někdy člověk zkrátka musí makat, aby později nemusel plakat. Studium v očích současného studenta je často považováno jako ne příliš příjemná aktivita. Takový student pak často nevidí smysl svého studia, a někdy má i negativní vztah k tomu, co studuje. Jestliže ale někdo nadává na to, co dělá, pak je to pravděpodobně důsledkem dvou věcí – buď to dělá špatně a nerozumí tomu, nebo tomu rozumí až příliš dobře. Platí to obecně, ale pokud hovoříme o studentech, je pravděpodobnější spíše první zmíněná možnost. Jinak řečeno, student by nikdy neměl nadávat na to, co studuje, protože tím většinou dokazuje, že se toho stále ještě moc nenaučil. Kdo ale nese vinu? Je to student, který se neučil a nenaučil, nebo pedagog, který neučil nebo nebyl schopen naučit? Odpověď je jednoduchá – mohou za to oba. Nepodařilo se jim totiž vzájemně naladit na tu správnou notu. Vztah učitel-žák přitom ze své podstaty nikdy nebyl, není a nebude nepřátelský! Moderní doba, časté hledání zábavy a vnímání studia jako nezábavné a nepříjemné aktivity však vede k celospolečenskému vnímání vztahu učitel-žák zcela opačně.

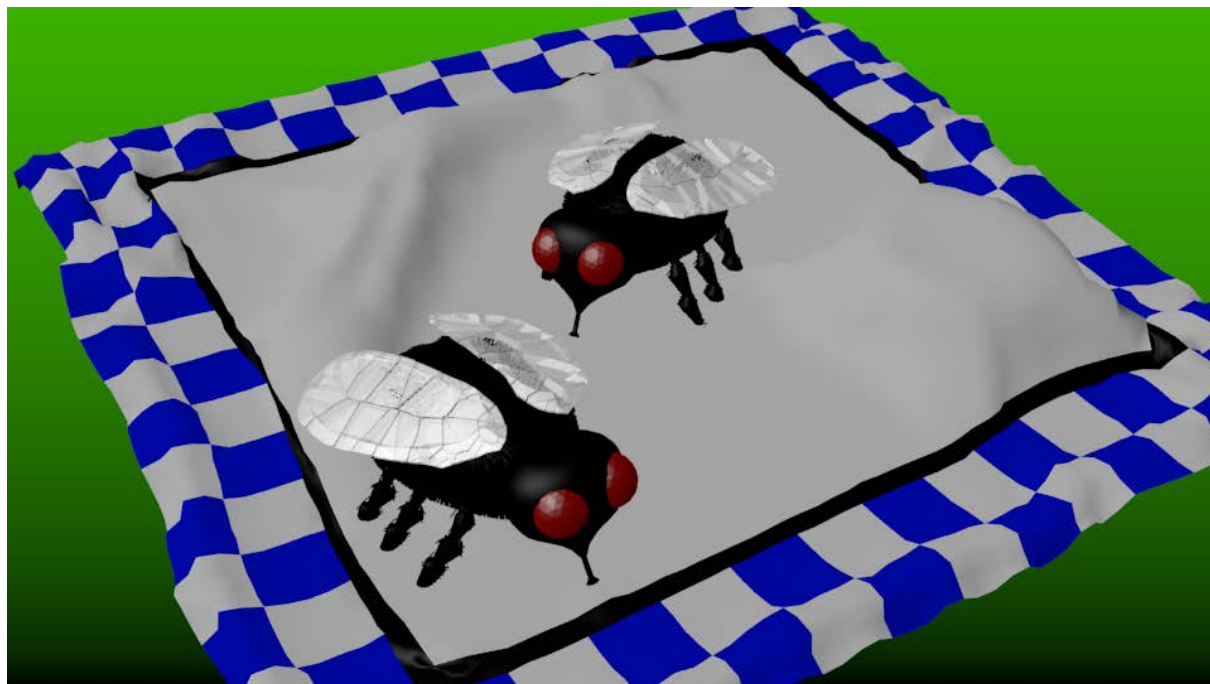
Lidé jsou však zkažení, hříšní a přirozeně dělají chyby. V poslední době společnost zaznamenala takový pokrok, že jsme spoustu věcí zapomněli a nechali vzadu za sebou. Některé špatné, ale i dobré. A tak jsme například zapomněli, že s poctivostí, ctí, vírou, pevnou vůlí, odhodláním, důstojností a grácií je možné v životě také dosáhnout skvělých výsledků. Stačí málo – nepřístupovat v životě ke všemu s leností, nechutí, odporem či dokonce zlobou, ale raději s láskou. A pokud zakopneme, nebuďme líní znovu vstát a hledejme v sobě sílu. Každý ji v sobě máme. Pouze takový přístup totiž může přivést člověka k dlouhodobému úspěchu.

Cílem této publikace není pouze nabídnout další z řady textů, které mají sloužit jako učební pomůcka začínajícím studentům ekonomie. Když jsem začínal svou pedagogickou praxi, byl jsem značně překvapen tím, do jaké míry jsou učební texty podobné. K čemu potřebujeme desítky knih, které navenek vypadají jinak, ale jejich obsah i forma výkladu je v podstatě stále stejná?

Účelem této publikace je proto ukázat, že existuje i jiná cesta. Ano, opravdu všechno jde dělat jinak - lépe. Všichni dobře víme, že nic není ideální. Pokud to bude tvrdit pesimista, snadno upadne do deprese. Optimista však dobře ví, že jestliže nic není ideální, existuje zde prostor

Jak se dívám na svět...

pro nápravu. Takže: pokud jste se dali na studium ekonomie, bude tato publikace jistě vhodným materiálem, od kterého se můžete „odrazit“. Publikace je však vhodná nejen pro studenty prvních ročníků ekonomických fakult. Může posloužit také pro pedagogy, kteří se zabývají výukou ekonomie a hledají alternativní způsob výkladu. Avšak publikace vhodně poslouží i pro pedagogy jakýchkoliv ostatních předmětů - budiž jim tento text příkladem či inspirací k tomu, jak se vypořádat s negativními fenomény moderní doby, o kterých byla zmínka výše. Text, který se Vám dostává do rukou je vhodný i pro ty, kteří hledají zábavu a přitom se rádi i něco naučí - jestliže je současná doba tolik uspěchaná, je zapotřebí hledat způsoby, jak zabít více much jednou ranou - a tím ušetřit trochu času...



Jak se dívám na svět...

Principy ekonomie, směna, trh a jeho elementy

Toto je příběh o udatném náčelníku kmene Pochopů, který na své životní cestě prožil spoustu dobrodružství. Při svém putování mnohé viděl, mnohé zažil a mnohé si uvědomil.

Tehdy, kdysi dávno, když byla Zem ještě mladá, bylo žilo humanoidní stvoření jménem Po-Cho-Pil. Byl to indiánský náčelník kmene Pochopů. Tito indiáni byli udatnými válečníky, ale velmi dobře si uvědomovali, že jejich život a síla závisí na jejich zkušenostech a především na moudrosti. (Nejvíce si to uvědomili v okamžiku, kdy jejich bratr Barvoslepý Medvěd, který měl nejvypracovanější muskulaturu ze všech, jednoho dne snědl muchomůrku červenou. Tehdy všichni Pochopové pochopili, že rozvaha je tou lepší stránkou odvahy, neboť jestliže Barvoslepý Medvěd nebyl schopen identifikovat barvu muchomůrky červené, měl se o této skutečnosti nejprve poradit s radou starších).



Po několikadenním truchlení se sešla rada starších, aby projednali otázku umístění tábora, protože se vlastně ukázalo, že se v okolí vyskytují muchomůrky červené, což je nebezpečné zejména pro malé a hravé děti, které ještě nemají ani rozum, ani mykologické znalosti. Rada starších zvolila moudře – nedaleko se vyskytovala úrodná nížinná oblast, kterou tvořily především louky, kde se žádné muchomůrky nevyskytovaly. Kmen pochopů se přestěhoval a prosperoval a řady bojovníků se rozrůstaly. Náčelník Po-Cho-Pil však jednoho dne pochopil, že pokud nedojde k nějaké změně, pak v budoucnu potřeby všech členů kmene Pochopů převýší možnosti, které nabízí tato úrodná nížinná oblast. Po-Cho-Pil totiž svým pozorováním zjistil, že na tomto území roste jen několik Phoenix dactylifera (datlových palm) a začal počítat. Zjistil, že počet pohlavně dospělých exemplářů je roven počtu prstů, které měl Po-Cho-Pil na obou rukou (pozn.: Po-Cho-Pil doposud nepřišel o žádný svůj úd ani v boji, ani při lovu piraňí, kterého se pravidelně účastnil). Jestliže jedna datlová palma rodila 100 000 datlí během sezóny a těchto stromů napočítal Po-Cho-Pil v oblasti 10, pak to činí 1 milión datlí za sezónu. Po-Cho-Pil také odpozoroval, že všichni členové kmene Pochopů během této sezóny zkonsumují cca 0,5 milionu datlí. Problém však byl v tom, že během další sezóny

Jak se dívám na svět...

všichni Pochopové zkonsumovali 0,6 milionu datlí a během ještě další sezóny to dělalo dokonce 0,9 milionu datlí. Po-Cho-Pil věděl, že další sezónu proto nastane problém. Během všech sledovaných sezón totiž bylo v oblasti, kde se Pochopové usídlili stále jen 10 datlových palem, které přinášely stále 1 milion datlí za sezónu, ale jak už jsme řekli, počet členů kmene neustále narůstal a s tím i potřeby kmene.



Příklad ukazuje na jeden ze základních principů, na kterých je postavena ekonomie. Jedná se o **princip vzácnosti zdrojů**. Je zřejmé, že primární zdroje poskytuje příroda obyvatelům planety, nicméně tyto zdroje jsou vzácné, vzhledem k tomu, že jejich množství je vždy v daném časovém okamžiku omezené. Jestliže je ale množství těchto zdrojů omezené, pak to znamená, že je zapotřebí hledat možnosti, jak tento problém řešit. K řešení tohoto problému do značné míry přispívá další princip ekonomie, který si vysvětlíme na dalším příkladu.

Kmen Pochopů nepatřil mezi vegetariány. Pochopové se neživili pouze datlemi, ale byli to masožravci (nikoliv kanibalové). Proto, když jednou za čas přes toto území procházelo stádo bizonů, vyráželi lovci na lov. Tento lov však probíhal organizovaně. Účelem nebylo povraždit co nejvíce bizonů, ale pouze takové množství, které bylo potřebné pro nasycení kmene. Lov bizonů však přinášel kmeni také kožešiny, které se používaly na výrobu šatů a teepee. Na druhou stranu během tohoto lovu vždy několik indiánů položilo svůj život, protože rozrušené stádo bizonů se pochopitelně útokům bránilo. Náčelník Po-Cho-Pil proto vždy zvažoval, jak celý lov zorganizovat, kolik indiánů na lov poslat a kolik mají ulovit bizonů.

Na příkladu vidíme druhý princip ekonomie – **princip porovnání užtku a nákladů**. Subjekt, který realizuje činnost, která přináší vyšší užitek než náklady, je racionální. Pokud někdo provádí činnost, která mu přináší malý užitek a velké náklady, pak se racionálně nechová.

Po-Cho-Pil tedy posílal na lov pouze omezené množství válečníků, aby ulovili pouze omezené množství bizonů. Totiž jedině v takovém případě byly ztráty na životech indiánů zanedbatelné a přitom prospěch z úlovku byl dostačující. Příklad nám ukazuje ještě jednu zajímavou

Jak se dívám na svět...

skutečnost. Jestliže by Pochopové lovíli bizony ve velkém, pak by to znamenalo, že stáda by byla čím dál méně početná. V následujících obdobích by tak zbývalo k lovu stále méně a méně bizonů, neboť jejich reprodukce by byla pomalejší než jejich živelný lov. Pochopové tak vlastně při každém lovu volí, zda danému bizonu ukrátit život, nebo zda jej nechat na živu. Pokud zvolí první možnost a bizona zabijí, je logické že tento zabitý bizon již na svět nepřivede žádné své další potomky. Tito potomci, kteří nikdy nespátří světlo světa, jsou pro kmen Pochopů alternativním nákladem, který nesou v případě, že zvolí zabití bizona. Alternativními názvy pro alternativní náklady jsou náklady obětované příležitosti, oportunitní náklady, implicitní náklady, nebo též náklady příležitosti realizované činnosti.



Problém vzácnosti zdrojů a nakládání s nimi je stále aktuální a proto studium a obohacování ekonomické teorie má svůj význam dodnes. Náčelník Po-Cho-Pil by k tomu dodal známé indiánské proroctví:

„Teprve poté, co bude sřat poslední strom, teprve poté, co bude otrávena poslední řeka, teprve poté, co bude ulovena poslední ryba, teprve tehdy si uvědomíte, že peněz se nenajíte.“

Poté, co lov bizonů proběhl úspěšně, se náčelník Po-Cho-Pil rozhodl, že opustí svůj kmen a vyrazí do světa, aby zde nabyl nové zkušenosti, které by se mohly jeho kmeni jednou hodit. Po-Cho-Pil pověřil vedením svého nástupce, který se jmenoval Cho-Pil. Cho-Pil se chopil vedení a vedl si lépe, než jeho bratr Po-Pil, který prý neustále pil. Po-Cho-Pil již opouštěl svou vesnici a tu se náhle ohlédnul a spatřil, jak si některé pubertální indiánské děti jeho kmene hrají na louce. Jednalo se o zápas, který spočíval v tom, že protivník měl soupeři do hrudi zabodnout dýku. Kdo to udělal jako první, byl vítěz. Sláva vítězi, čest poraženým, pomyslel si Po-Cho-Pil. Pak ale zaostřil svůj ostříž zrak a spatřil, že děti třímají v rukou skutečné dýky. V ten moment se k nim rozběhl, a než se děti stihly pozabíjet, vytrhl jim nebezpečnou zbraň z rukou (šťěstí, že Po-Cho-Pil uměl běhat jako blesk a že zrovna nezakopl). Namísto reálné ocelové zbraně jim dal dřevěné imitace nožů. Byla to kvalitní řezbářská práce - detailně propracovaný model.

Jak se dívám na svět...



Příklad ukazuje, že někdy je žádoucí, potřebné nebo minimálně užitečné využít **model**. Model obecně je něco, co zjednodušuje realitu, ale také něco, na základě čehož lze realitu ilustrovat a demonstrovat tak fungování skutečných procesů. Tvorba takového modelu je často náročná, a čím je model propracovanější, tím je náročnější i jeho tvorba a někdy je tím více náročnější i pochopení takového modelu. I ekonomie využívá řadu modelů, které byly v průběhu staletí vyvíjeny, kritizovány, upravovány a zdokonalovány. Takový ekonomický model je zobrazením ekonomické reality a usiluje o popis fungování ekonomického systému. Základním ekonomickým modelem je **model ekonomického koloběhu**, který znázorňuje organizaci národního hospodářství v rámci stacionární ekonomiky. V rámci takové ekonomiky se v nejjednodušším pojetí modelu vyskytují 2 typy ekonomických subjektů – domácnosti či jednotlivci (pronajímají firmám své výrobní faktory, např. práci) a firmy (pomocí výrobních faktorů produkují užitečné statky). Pak je zřejmé, že dochází k neustále se opakujícímu cyklu - obíhání peněz v rámci národního hospodářství – jednotlivci pracují pro firmy, které jim dávají mzdu. Následně jednotlivci tuto mzdu utratí za užitečné statky, což představuje příjem pro firemní sektor.

Poté co náčelník Po-Cho-Pil usměřnil podivnou hru dětí svého kmene, mohl se konečně vydat na cestu. Přišel na místo, kde se setkal s náčelníky dalších kmenů. Byl tam náčelník Hloupý Jelen z kmene Rváčů Paroháčů, náčelník Zkažený Zub z kmene Hladových Hlodavců a náčelník Hnědé Kalhoty z kmene Řídká Stolice. Po-Cho-Pil si své vrstevníky chvíli prohlížel a brzy poznal, že tito náčelníci spolu vyjednávají o vzájemné výměně statků (statek=produkt, nikoliv zemědělské hospodářství¹), které vyprodukoval jejich kmen. Tato vyjednávání byla bouřlivá, protože každý náčelník chtěl z obchodu vytěžit co nejvíce pro svůj kmen. Nebylo

¹ Ekonomická teorie rozlišuje statky podle různých kritérií. Nejčastěji se setkáváme s pojmy statek luxusní a podřadný. V případě luxusního statku s růstem důchodu roste poptávané množství tohoto statku, v případě podřadných statků je tomu naopak. Dále rozlišujeme statky substituční a komplementární. Substituty jsou statky, které jsou z pohledu spotřebitele vzájemně více či méně nahraditelné. V případě komplementů hovoříme o statcích, které se vzájemně doplňují. Komplement je tedy statek, který se spotřebovává společně s určitým statkem.

Jak se dívám na svět...

proto divu, že všichni náčelníci (Hloupý Jelen, Zkažený Zub a Hnědé Kalhoty) byli zamračení jako obloha nad nimi. Každý k tomu měl pochopitelně svůj důvod. Pouze Po-Cho-Pil přišel s úsměvem na tváři. Věděl, že existuje více způsobů, jak přimět druhého, aby konal v jeho prospěch - není to jen hrubá síla, ale také láska. Další (a zároveň poslední) možností je potom směna.



Uspořádání, kde dochází ke směně statků a služeb, tedy k nákupům a prodejům se v ekonomické teorii označuje pojmem **trh**. Trh je místo, kde se střetává nabídka a poptávka. Jinak řečeno, trh je oblast ekonomiky, ve které dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny výrobků.

Základní funkcí trhu je optimální alokace zdrojů, přičemž tuto optimalizaci umožňuje zpravidla cena. (Prodávající chce prodat za cenu co nejvyšší, kupující vyžaduje cenu co nejnižší. Prostřednictvím tržního mechanismu by mělo dojít k nalezení ceny optimální úrovně). Trh odpovídá na 3 otázky:

- 1) co vyrábět (o tom rozhodují spotřebitelé tím, zda koupí, nebo ne)
- 2) jak vyrábět (o tom rozhoduje konkurence mezi výrobci – za kolik se bude vyrábět a v jaké kvalitě)
- 3) pro koho vyrábět (to určují důchody, které se formují na trhu – tj. mzdy, úroky, renty)

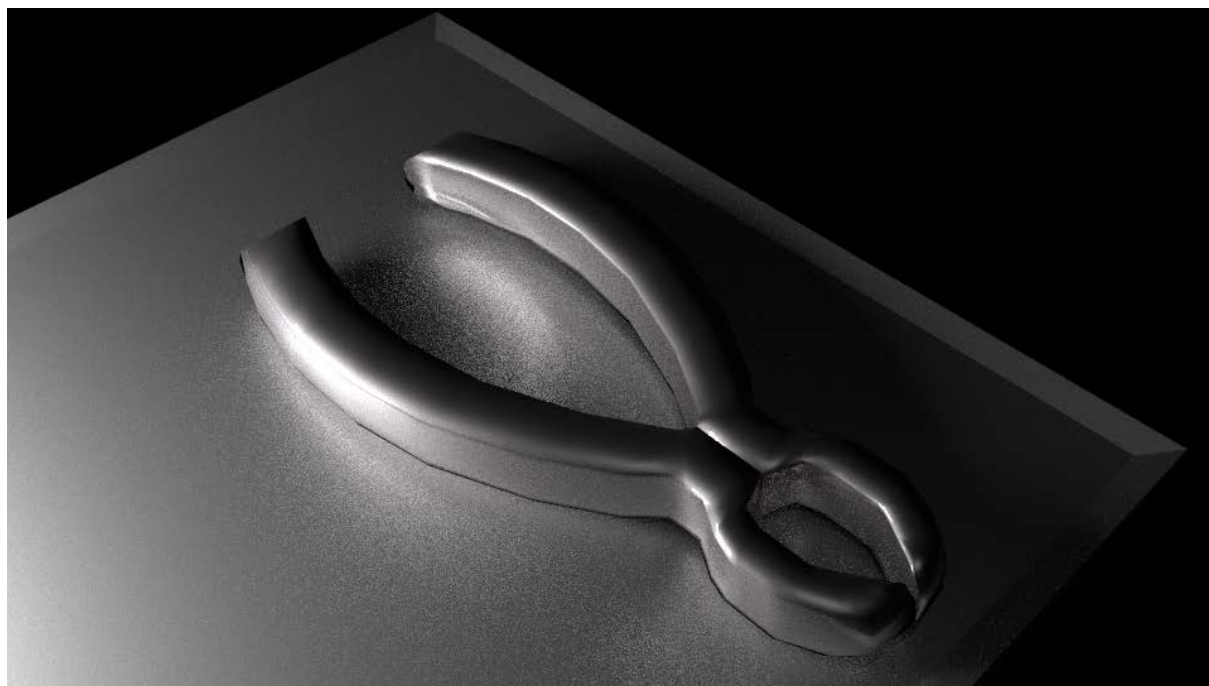
Ekonomická teorie dělí trhy podle předmětu prodeje a koupě na trh statků a služeb, trh výrobních faktorů (půda, práce, kapitál) a trh peněz. Podle územního hlediska jsou trhy členěny na trh místní, národní a světový. Podle množství a druhu sledovaného zboží se rozlišuje trh dílčí (trh, na kterém se prodává a kupuje jediný druh zboží) a agregátní (trh veškerého zboží a služeb.)

Jak se dívám na svět...

Na trhu působí ekonomické subjekty – domácnosti (či jednotlivci), firmy, stát a zahraniční subjekty. Tyto ekonomické subjekty vstupují na trh do vzájemných interakcí (tj. vztahů, vazeb), které mají podobu hospodářského koloběhu (viz výše).

Podívejme se zpět na trh, kde obchodují náčelníci. Náčelník Hloupý Jelen nabízí maso z právě uloveného jelena (50 kg). Náčelník Zkažený Zub nabízí kakaové boby (50 kg) a náčelník Hnědé Kalhoty nabízí mírně opotřebované kalhoty (50 ks). Hloupý Jelen však nepotřebuje ani kakaové boby ani opotřebované kalhoty. Chtěl by si pořídit dalekohled, aby mohl mít lepší přehled, co se děje v jeho okolí. Stejně tak Zkažený Zub – nepotřebuje maso ani kalhoty, ale přál by si stomatologické kleště. A náčelník Hnědé Kalhoty nechce ani maso, ani kakaové boby, potřebuje prášek na praní.

Jak je vidět, náčelníci se zřejmě zase nedohodnou. Je tady ale ještě Po-Cho-Pil, který své kamarády dobře zná a ví, co který náčelník shání. Proto, než se vydal na cestu, přibalil do svého vaku 1x dalekohled, 1x stomatologické kleště a 1x prášek na praní. V tom se však na obzoru objevila postava. Byl to překupník Labužník. Jelikož byl jeho krok rychlý, brzy se setkal se všemi náčelníky. Labužník také znal všechny náčelníky a dobře věděl, co kdo potřebuje. Přinesl s sebou, stejně jako náčelník Po-Cho-Pil 1x dalekohled, 1x stomatologické kleště a 1x prášek na praní. Začal tedy nabízet Hloupému Jelenu dalekohled a požadoval za něj 50 kg masa. Hloupý Jelen by s tím už už souhlasil, ale v tom jej zastavil Po-Cho-Pil a nabídnul mu výhodnější cenu – dalekohled za 40 kg masa.



Příklad nám ukazuje, že směna může mít naturální formu (výměna zboží za zboží, známá pod označením barter). Tato směna však představuje značné transakční náklady a tak je logické, že se z ní v průběhu času vyvinula směna peněžní. Dříve namísto peněz, jaké známe dnes, bylo používáno zboží, které bylo chápáno jako univerzální platidlo. Tím byly např. kožešiny, pušky nebo ohnivá voda. V jiných kulturách to byly drahé kameny, dobytek nebo třeba i ženy (otrokyně).

Jak se dívám na svět...

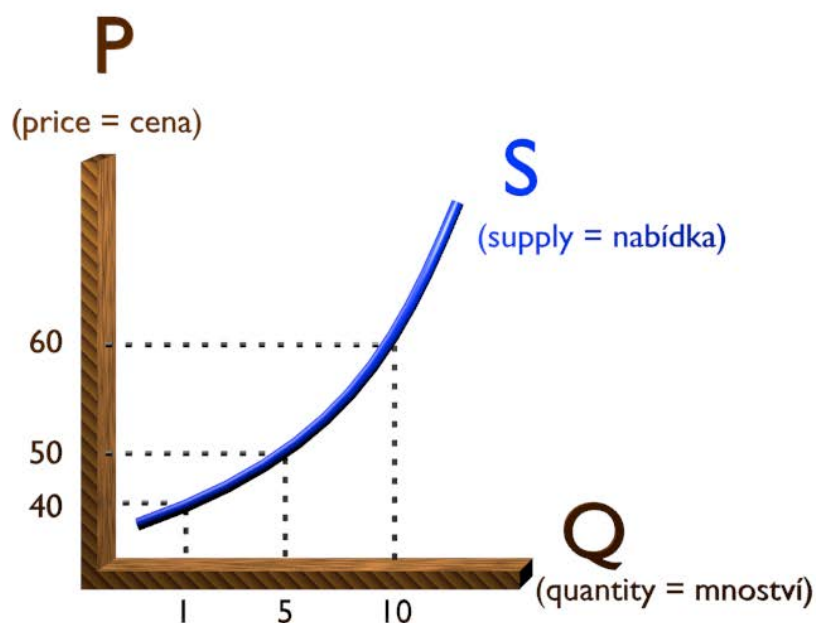
Příklad nám však také ukazuje, jaké prvky (elementy) se na trhu vyskytují. Je to nabídka, poptávka, konkurence a cena.

Nabídka je souhrn všech zamýšlených prodejů, se kterými přicházejí prodejci na trh. Rozlišujeme nabídku agregátní (souhrnou, celkovou), která představuje objem výroby všech výrobců (Nabídka všech produktů, které se na trhu vyskytují – tj. nabídka 50 kg jeleního masa, 50 kg kakaových bobů, 50 ks hnědých kalhot, 2x dalekohled, 2x stomatologické kleště a 2x prášek na praní). Nabídka tržní (díličí) je nabídka jediného výrobku všemi výrobci daného výrobku (např. 2x dalekohled – jediný statek, který nabízejí všichni výrobci na trhu, tj. v našem případě překupník Labužník a náčelník Po-Cho-Pil). Nabídka individuální je nabídka jediného výrobce (např. individuální nabídka překupníka Labužníka je 1x dalekohled, 1x stomatologické kleště a 1x prášek na praní, zatímco individuální nabídka Hloupého Jelena je 50 kg masa).

Ještě je zapotřebí rozlišit samotný pojem nabídka a nabízené množství. Nabízené množství je jedno konkrétní množství za konkrétní cenu. Může to být např. 1 dalekohled za 40 dukátů.

Pokud by výrobce dalekohledů zjistil, že na se trhu prodávají dalekohledy za 50 dukátů, vyšší cena by jej motivovala k výrobě nikoliv 1 dalekohledu, ale vyrobil by jich hned 5. A pokud by byla cena dalekohledu 60 dukátů, pak by byl ochoten vyrobit i 10 dalekohledů. Když nyní dáme naše poznatky dohromady, můžeme zkonstruovat nabídkovou křivku:

Graf č. 1 Křivka tržní nabídky



Jak tedy vidíme, nabízené množství dalekohledů je 1 ks, 5 ks nebo 10 ks (tedy body na horizontální ose, která je označena písmenem Q), zatímco nabídka je celá křivka (tedy množina bodů označená písmenem S které vzniknou různými kombinacemi nabízených množství a tomu odpovídajícím cenám).

Jak se dívám na svět...

Z grafu je patrné, že s rostoucí cenou roste nabízené množství produktu. Tato skutečnost je známa jako zákon rostoucí nabídky. (Růst ceny je pokynem pro výrobce ke zvyšování produkce, protože to pro něj znamená růst zisků).

Necenové faktory ovlivňují posun celé křivky nabídky (např. změna technologií, nákladů, změna cen substitutů, změny v počtu nabízejících). Cenové faktory představují posun po křivce (tj. změnu nabízeného množství). Jestliže tedy dojde např. k růstu mzdových nákladů, v grafu se posune celá křivka nabídky směrem doprava, zatímco pokud dojde k růstu ceny dalekohledů, pak se poloha nabídkové křivky nezmění, ale nabízené množství vzroste (na ose Q směrem doprava).

Při analýze nabídky můžeme zkoumat i její elasticitu, tedy změnu nabízeného množství vyvolanou změnou ceny statku, přičemž tyto změny zpravidla uvádíme v procentech. V takovém případě použijeme koeficient cenové elasticity nabídky:

$$EPS = (\Delta Q_x / Q_x) / (\Delta P_x / P_x)$$

kde:

$(\Delta Q_x / Q_x)$ = procentní změna nabízeného množství

$(\Delta P_x / P_x)$ = procentní změna ceny daného statku

Mezi hlavní faktory, které ovlivňují elasticitu nabídky, patří:

- náklady a možnosti skladování – čím více jsou náklady na skladování nižší, tím je nabídka více elastická
- technologie – čím více je možné danou technologii (výrobní zařízení) využít k výrobě jiných statků, tím více je nabídka elastičtější
- časový horizont – ve velmi krátkém období je nabídka dokonale neelastická. Čím delší je časový horizont, tím více je nabídka elastičtější, protože z hlediska výrobce existuje možnost zvyšovat objem vyráběné produkce

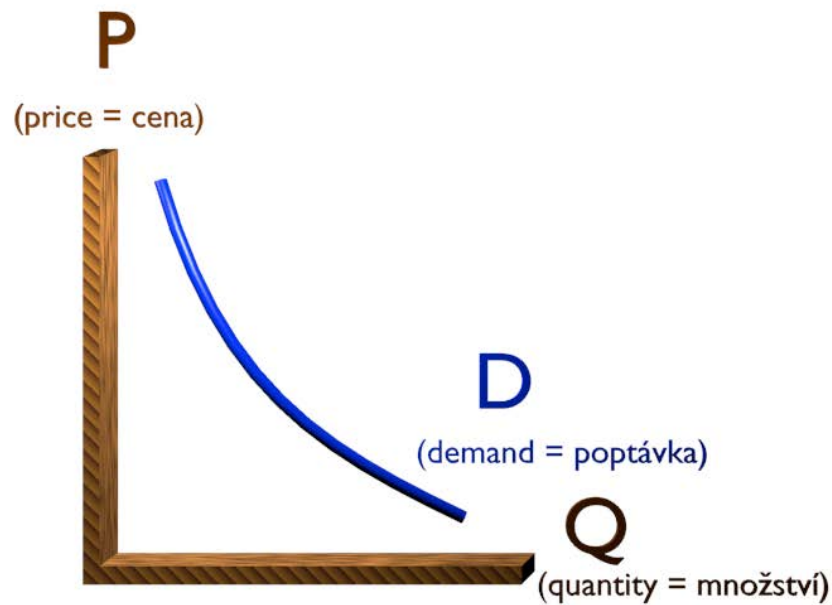
Poptávka je dalším elementem trhu. Pod pojmem poptávka chápeme souhrn všech zamýšlených nákupů, s nimiž přicházejí kupující na trh. Zákon klesající poptávky hovoří o tom, že s rostoucí cenou klesá poptávané množství produktu. Pro kupujícího představuje pokles ceny možnost nakupovat více zboží. Při poklesu ceny to znamená, že levnější zboží je pro kupujícího přijatelnější.

Rozlišujeme poptávku:

- agregátní (souhrnou, celkovou) = celkový objem produkce, který chtějí kupující nakoupit za ceny, které jsou ochotni akceptovat
- tržní (dílní) = poptávka po 1 výrobku, kterou představují zamýšlené výdaje různých kupujících
- individuální = poptávka jediného kupujícího

Jak se dívám na svět...

Graf č. 2 Křivka tržní poptávky



Také zde je zapotřebí rozlišovat pojmy poptávka a poptávané množství. Poptávané množství je jedno konkrétní množství za konkrétní cenu. Tak např. při ceně 40 dukátů si kupující pořídí 2 dalekohledy.

Pokud by ale kupující zjistil, že se na trhu prodávají dalekohledy za 50 dukátů, vyšší cena by jej odradila od koupě a při této ceně by si pořídil pouze jeden dalekohled. A pokud by byla cena dalekohledu 60 dukátů, pak by kupující žádný dalekohled ani nekoupil, neboť by tuto cenu považoval za příliš vysokou.



Necenové faktory ovlivňují posun celé poptávkové křivky (např. změna preferencí spotřebitele, změna důchodu spotřebitele, změna cen substitutů a komplementů, změna počtu kupujících).