

## Tržní hospodářství – seminární práce

Co to tržní hospodářství je? .....	2
Zvykový systém .....	3
Plánované ekonomiky sovětského typu .....	3
Tržní systém.....	3
Základní pojmy .....	4
Hospodářský proces .....	6
Nabídka a poptávka .....	8
Konkurence .....	12
Selhání trhu .....	13
Ekonomická rovnováha .....	14
Zákon jedné ceny.....	15
Praktická část.....	15

# Úvod

Naše země, Česká republika, se již před 16 lety začlenila mezi státy, které nejsou řízeny jedním člověkem ani menší skupinou lidí, nýbrž zástupci nás všech, zástupci, které si my sami volíme. S demokracií k nám přišel i nový ekonomický systém. Je to tržní hospodářství, které by v člověku mělo probouzet snahu se sám, vlastním zapříčiněním, dostat co nejdále a zařídit si vlastní život takový, jaký si jej představuje. Budmě rádi, že naše kroky nejsou ovládány těmi „výš“ a že si většinou můžeme říci, že každý svého štěstí strůjcem. Trh České republiky je však podle mě příliš přiškrcován státní regulací a tak doufám, že po červnových volbách se vše obrátí a česká tržní ekonomika se bude rozvíjet přirozeněji.

# Co je to tržní hospodářství?

K přežití a dalšímu rozvoji lidé potřebovali a potřebují nalézt systém, který dokáže spojit jejich síly a efektivně využívat dostupné zdroje. Hovoříme o ekonomickém systému.

Dosud poznané ekonomické systémy:

- zvykový systém
- plánované ekonomiky
- tržní systém

Do těchto kategorií zařazujeme podle odpovědí na otázky: *Co vyrábět, jak vyrábět a pro koho vyrábět?*

## ***Zvykový systém***

je historicky nejstarší, byl založen na kmenových vztazích a dělbě práce uvnitř této relativně malé uzavřené skupiny lidí. Co a kolik se bude vyrábět, rozhodoval náčelník a rada starších na základě zkušeností přenášených generacemi. Členové kmene pracovali podle svých schopností ve prospěch všech. Tento „přepych“ si už nemohl dovolit žádný z historicky novějších systémů, protože díky vzrůstající produktivitě práce začal vznikat i nadprodukt, který nemusel být ihned spotřebován, a o ten už se vedly těžké boje.

Ovšem ani ve zvykovém systému nebylo rozdělování podle potřeb ideální – vždy se našli silnější jedinci, kteří si přivlastnili větší podíl, a slabší získali pouze minimum k přežití.

## ***Plánované ekonomiky sovětského typu***

existovaly v zemích střední a východní Evropy i v některých asijských zemích a na Kubě. Řešení ekonomických problémů vycházelo z plánu sestaveného centrálními orgány. Ačkoliv se zdá, že by tento systém mohl být velice úspěšný, historie ukázala, že životní úroveň v tomto případě roste mnohem pomaleji než v případě tržního systému.

## ***Tržní systém***

výrobci a spotřebitelé jsou propojeni výhradně trhem a tržními zákony. Výhodou tohoto systému je fungování zákonů trhu bez ohledu na subjektivní lidská rozhodnutí (hovoříme o neviditelné ruce trhu<sup>1</sup>). Nevýhodou je, že tímto způsobem nejsme schopni řešit procesy přerozdělování ani případy

---

<sup>1</sup> Neviditelná ruka trhu – pomáháme ostatním, aniž bychom chtěli. Například pekař peče rohlíky ne proto, abychom měli co jíst, ale aby dostal plat. My máme co jíst, on dostane plat.

selhání trhu. Ani tržní systém není úplně spravedlivý a humánní. Pokud nemůžete pracovat a mít podíl na vyprodukovaných hodnotách, trh se k vám obrací zády – nedáš, nedostneš a živ se jak umíš. Tato charakteristika se však týká spíše ekonomiky Anglie 19. st.

Dnes už takto čistý systém nenajdeme, jedná se většinou o určitou míru státního vlivu a státní regulace, které tržní systému činí sociálně únosnější.

## **Základní pojmy**

### **Statky**

jsou zpravidla produkty lidské práce, kterými lze uspokojit lidské potřeby (výjimkou jsou tzv. statky volné – vzduch, pramenitá voda...). Statky dělíme na hmotné a nehmotné.

- hmotné – každá věc, kterou lze uspokojit lidské potřeby (oblečení, jídlo, byt...)
- nehmotné – všechny duševní výtvořiny člověka, jeho znalosti, dovednosti a vlastnosti, kterými lze uspokojit lidské potřeby.

### **Služby**

jsou cizí činnosti, které nás uspokojují (kadeřnictví...)

### **Zboží**

Hospodářství je založené na principu vytváření nabídky zboží. Každý výrobek a každá činnost však zbožím nejsou, takže ne každý statek je určen ke směně na trhu. Vedle tržní produkce statků a služeb existuje i produkce netržní (školství, bezpečnost, naturální výroba, matka ušije své dceři šaty a daruje jí je...)

Vlastnosti zboží:

- užitečnost: spočívá ve schopnosti zboží uspokojovat lidské potřeby. Jako užitečné věci se jednotlivé druhy zboží nedají srovnávat. Proto různé užitečné věci se na trhu směňují obvykle prostřednictvím peněz. Mají tedy směnnou hodnotu. Směnná hodnota je poměr, ve kterém se směňuje jedno zboží za druhé. Vyjádřením směnné hodnoty v penězích vzniká cena.
- cena: ceny zboží se od své hodnoty výrazně liší na základě nabídky a poptávky (například cena vody na Sahaře a u nás je značně rozdílná a to z důvodu poptávky). Pro tržní ekonomiku jsou běžné ceny smluvní (volné), které vznikají dohodou mezi dodavatelem a odběratelem.

### **Peníze**

Peníze chápeme jako speciální druh zboží, za peníze si něco kupujeme, neboli je za něco vyměňujeme.

Funkce peněz:

- prostředek směny – peníze zprostředkovávají výměnu zboží za zboží

- míra hodnot – pomocí peněz měříme hodnotu jinak nepoměřitelných věcí – zkuste porovnat bez využití peněz hodnotu židle a svačiny)
- prostředek akumulace – peníze se dají hromadit, schraňovat, akumulovat. Této funkci se také říká funkce pokladu.

### **Kapitál**

Kapitál jsou peníze, které přinášejí další peníze. Rozumíme jím vše, co vkládáme do výroby proto, aby vznikly větší hodnoty. Základním rozlišovacím znakem kapitálu od všeho ostatního je účelovost vložených prostředků, snaha dosáhnout zisku.

### **Cena**

Cena má v tržním mechanismu klíčovou funkci. Každý statek a služba má na trhu určitou cenu. Prostřednictvím tržního mechanismu na základě aktů směny se vytvářejí rovnovážné soustavy cen, které regulují výrobu a spotřebu. K tomu dochází pomocí změn cen, které vedou ke vzniku tržní rovnováhy. Je to stav, kdy je dosaženo rovnovážné ceny, při které jsou prodávající ochotni nabídnout stejné množství statku, jako jsou schopni nakupující koupit.

Cenový systém plní tři hlavní funkce:

- přenáší informace (o koupěschopné poptávce a potřebách, o zálibách, o výrobních možnostech, o disponibilních<sup>2</sup> zdrojích)
- vytváří podněty pro výrobce a spotřebitele (aby optimálně využívali vzácné ekonomické zdroje, aby používali co nejlepší výrobní metody, aby využívali disponibilní zdroje pro nejvýše oceňovaná užití)
- rozděluje důchody

### **Inflace**

Inflace je zvyšování cen statků i služeb v celé ekonomice za nějaké období. Růst inflace způsobí, že stejné množství (všech, ale také možno jen některých) věcí stojí více. Inflace se měří jako průměr cen mnoha statků a ekonomové ji označují jako cenovou hladinu. Opačným procesem, při němž celková hladina klesá, je deflace. Ta se vyskytuje zřídka.

Vývoj inflace se měří **cenovými indexy**. Nejčastěji se využívá indexu spotřebitelských cen, který funguje takto: statistikové porovnávají cenu tzv. spotřebního koše a její změnu nazývají mírou inflace. Spotřební koš si lze představit jako nákupní koš. Obsahuje stovky položek, které běžně kupujeme. Pokud lze v roce 2001 onen koš koupit za 1000 Kč a v roce 2002 za 1100 Kč, inflace za rok 2002 činí 10%.

Míra inflace patří mezi základní ekonomické indikátory, které vypovídají o tom, je-li ekonomika „zdravá“ nebo ne.

---

<sup>2</sup> disponibilní – je k dispozici, můžeme s ním nakládat

Důsledky vysoké inflace:

- znehodnocování úspor
- zvyšování míry nejistoty v rozhodovacích procesech (rozhoduje-li člověk o investici v hodnotě miliard korun, neví, jaká bude inflace o několik let později, což ztěžuje rozhodování)

*Příklad:*

V roce 1994 stál jeden den dovolené v Itálii 1000 Kč a pan Novák si jich koupil 6. O rok později stál den dovolené 1100 Kč a pan Novák si koupil opět 6 dní. Jak je to možné? Copak jeho poptávka nemá klesající průběh s rostoucí cenou? Má, ale během roku byla roční inflace asi 10%, tedy nejen cena dovolené v Itálii ale i cena ostatních statků a služeb se zvýšila o 10%. O 10% se zvýšily i ceny restauračních služeb, a tudíž tedy tržby Novákovy restaurace. Vydělal si tedy o 10% více než v předchozím roce. Nepocítuje žádné změny.

Nedošlo totiž ke skutečnému zdražení dovolené. Zvýšila se jen její peněžní cena, protože peníze se inflací znehodnotily o 10%.

V současných ekonomikách působí faktory, které vytváří velmi silné inflační tlaky. Zvláště nebezpečná je inflace v ekonomikách, které přecházejí z centrálně plánované ekonomiky k tržní (VIZ praktická část). Inflace se stala v průběhu 70. a počátkem 80. let minulého století makroekonomickým problémem číslo jedna také v převážné většině vyspělých tržních ekonomik. Zdroje inflačních tlaků – vládní peněžní, rozpočtová a úvěrová politika, strukturální nerovnováha, oligopolní struktura trhu a monopolní postavení odborů.

## Hospodářský proces

Sledujeme jej v makroekonomické<sup>3</sup> rovině. Má po sobě jdoucí fáze:

- výroba
- rozdělování a přerozdělování
- směna
- spotřeba

### Výroba

K výrobě potřebujeme výrobní faktory – práce (cenou je mzda), přírodní zdroje, kapitál. Všechny uvedené zdroje jsou vzácné<sup>4</sup> – je jich omezený počet.

---

<sup>3</sup> Na ekonomiku pohlížíme buď z makroekonomického nebo mikroekonomického hlediska. Mikroekonomie je zaměřena na chování jednotlivých ekonomických subjektů, není schopná ohodnotit ekonomku jako celek, u makroekonomie je tomu naopak. Sleduje chování národního hospodářství jako celku.

<sup>4</sup> vzácný zdroj – vzácný znamená, že je ho nedostatek a člověka něco stojí ho získat. Musí s ním tedy nakládat efektivně.

### Rozdělování

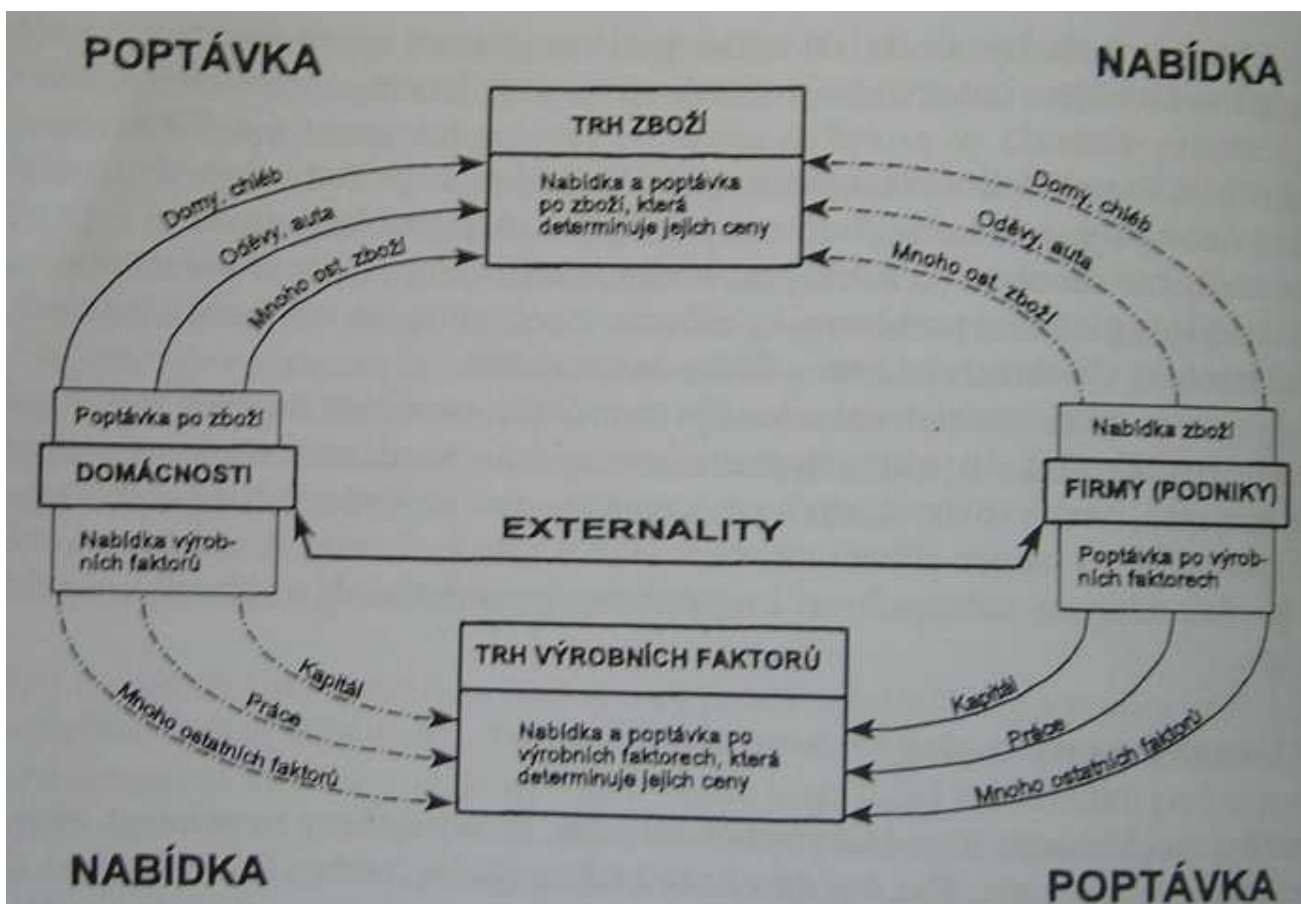
Rozdělováním získávají podíl na výrobě její účastníci (zaměstnanci, podnikatelé). Tuto část svého podílu odvádějí do veřejných rozpočtů, kde dojde k přerozdělení i ostatním členům společnosti, kteří se na výrobě nepodíleli (děti, důchodci, nemocní apod.)

### Směna

je proces, ve kterém nabízející (výrobci, obchodníci) hledají kupce (poptávající) na své zboží a služby, aby realizovali svůj zisk. V tomto okamžiku se ukáže, zda výsledky výroby rozdělené ve fázi rozdělování (mzdy, zisky) byly oprávněné. Může se stát, že výrobek svého kupce nenajde. Podnikatel nedosáhne zisku, ale prodělá.

### Spotřeba

je procesem uspokojení potřeb. Spotřeba může být konečná (uspokojení potřeb jednotlivých osob) a výrobní (uspokojení potřeb firem, aby mohly dále vyrábět, podnikat).



V tržním systému se ekonomické subjekty rozhodují v zásadě samy. Firmy si stanovují, co budou vyrábět a jaké technologie při tom budou používat. Domácnosti se rozhodují, co za své příjmy nakoupí. Jejich rozhodnutí ovšem není zcela nezávislé, všechny ekonomické subjekty musí brát v úvahu podmínky a omezení vytvářené trhem. Trh vytváří podmínky, na jejichž základě jsou miliony rozhodnutí jednotlivých subjektů zkoordinovány tak, že to umožňuje úspěšně odpovědět na otázky co, jak a pro koho vyrábět.

Trh je společenská instituce založená na směně zboží.

## Nabídka a poptávka

Nabídka a poptávka jsou dva zákony trhu

Ekonomické subjekty:

- **domácnosti:** jednotliví členové domácnosti, disponují důchodem<sup>5</sup>, který vydávají na vlastní potřeby
- **podniky:** továrny, firmy – organizují podnikání za cílem zisku, přičemž podnikání zahrnuje výrobu, služby a prodej
- **vláda:** bezprostředně zasahuje do ekonomiky státu, vydává pravidla – zákony, vyhlášky

V tržním systému o sobě tržní subjekty rozhodují v zásadě samy. Jejich chování je však ovlivněno zákony trhu (někdy se hovoří o neviditelné ruce trhu). Ekonomické zákony se ale prosazují jako tendence, dlouhodobé průměry za větší statistické celky.

**zákon nabídky:** s rostoucí cenou roste i nabídka zboží

**zákon poptávky:** s rostoucí cenou klesá poptávka po zboží

-- Budeme uvažovat za těchto podmínek:

- Jsme v prostředí dokonalé konkurence, tzn. na trhu nejsou monopoly a jediný námi zohledňovaný parametr ovlivňující rozhodování o koupi zboží je *cena*<sup>6</sup>.
- Jsme na makroekonomické úrovni, sledujeme tedy trh určitého zboží za celé národní hospodářství.

Nabídka je pro nás *množství* zboží **Q** (quantity) nabízeného všemi prodávajícími při určité *ceně* **P** (price). *Nabídku* označíme **S** (supply).

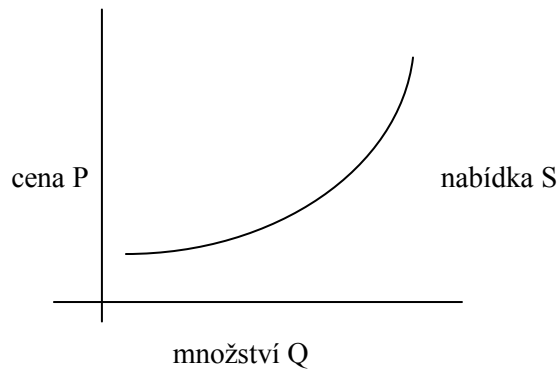
---

<sup>5</sup> důchod – určité množství peněz

<sup>6</sup> tak to je sice v teorii, ale v praxi cena rozhodně není tím jediným faktorem ovlivňujícím poptávku. To znamená, že teorie se může výrazně lišit od praxe.

Kupující si na trhu mezi sebou konkurují, což tlačí cenu vzhůru. Prodávající si mezi sebou na trhu také konkurují, což tlačí cenu dolů. Cena, kterou jsou kupující maximálně ochotni platit, je dána mezním užitekem. Cena, na které budou prodávající minimálně trvat, je dána mezními náklady.

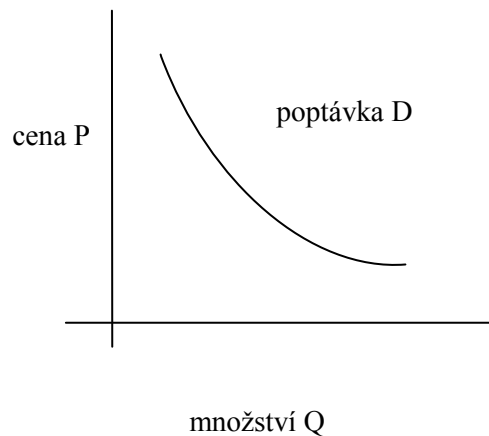
Obr. : Zákon nabídky



*Poptávka* je pro nás *množství* zboží **Q**, které jsou kupující ochotni koupit při určité *ceně* **P**. Poptávku označíme **D** (demand).

Průběh statistické závislosti množství nakoupených automobilů na jejich ceně:

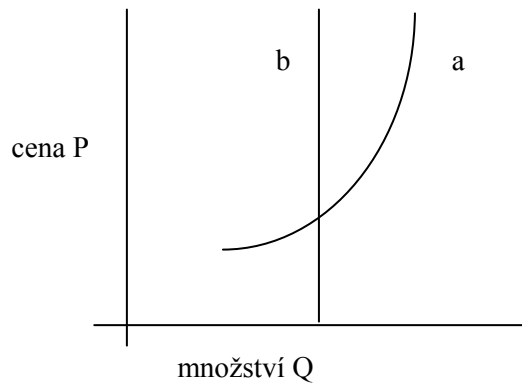
Obr: Zákon poptávky



Nabídka se také mění podle toho, jestli na ni nahlížíme z *krátkodobého* nebo *dlouhodobého* hlediska. V krátkém období bude nabídka reagovat na vzestup cenové hladiny pozitivně a na gáfu bude stoupat zleva doprava (a). A to z důvodu, že některé náklady firem jsou v peněžním vyjádření fixní (mzdy, nájemné, ceny surovin založené na dlouhodobějších dohodách), a pokud roste cenová hladina, je pro firmy výhodné zvyšovat svou nabídku, protože dosahují vyšších zisků. V dlouhodobém období se však všechny náklady časem přizpůsobí vývoji cenové hladiny (např. při růstu inflace se pracovníci

dožadují vyšších mezd). Proto se křivka nabídky postupně stává téměř vertikální (b), což znamená, že nabídka v dlouhodobém období vlastně na změny cenové hladiny nereaguje.

Obr.: Nabídková křivka v dlouhém (b) a krátkém (a) období.



Vliv ceny na velikost poptávky a nabídky je veliký, není však jediný.

Faktory ovlivňující poptávku:

- cena
- demografické změny (mzdy, úroky, zisky vlastníků kapitálu...)
- změny v preferencích (zvyky, móda, změny potřeb atd...)
- změny cen jiných zboží

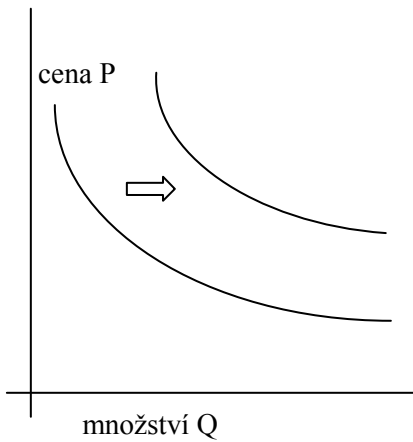
Faktory ovlivňující nabídku:

- cena
- náklady výroby a obchodu
- změny vnějších podmínek podnikání (počasí pro zemědělce, daně...)
- změny v kapitálové výnosnosti

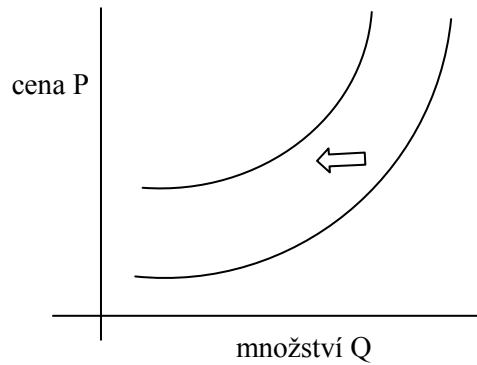
Díky uvedeným faktorům dochází k posouvání křivky:

Příklad 1: Zvýšení příjmů domácnosti (změna poptávky),

Příklad 2: Neúrodný rok (změna nabídky)



Obr.: trh s automobily – vliv faktorů na poptávku

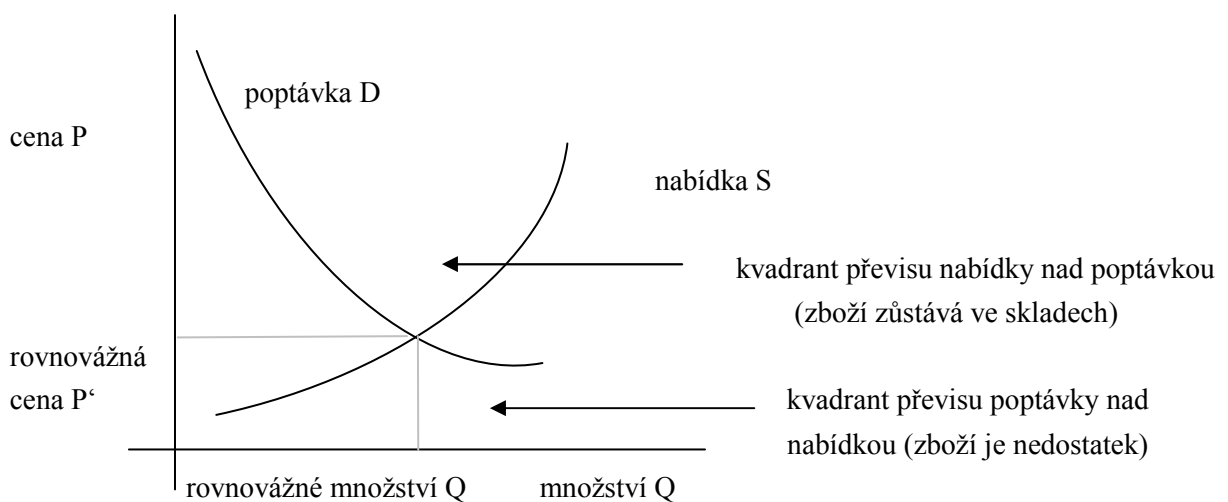


Obr.: trh s bramborami – vliv faktorů na nabídku

Samotná nabídka bez poptávky a poptávka bez nabídky však nemají smysl. Podstatou trhu je vzájemná interakce (střet) nabídky a poptávky. Výrobci tuší, v jakých relacích se mají pohybovat, aby měli vůbec nějakou poptávku po svém zboží a nakupující tuší, že nový automobil za stovku asi nepořídí.

Kde hledat nějaké zákonitosti tvorby ceny na trhu? Vyhodnocujeme průměrné chování všech výrobců a všech nakupujících .

Obr.: Křivka nabídky a poptávky na našem trhu:



Obě křivky se protly v bodě, který nazýváme *rovnovážná cena*. Jde o stav na trhu, kdy vše, co se vyrobí, se také prodá. Jde pouze o stav ideální. Výrobci dopředu neznají rovnovážnou cenu a jí odpovídající ideální množství vyrobeného zboží pro trh.

Vyhodnocení reakce strany poptávky:

- Výrobci měli dobrý odhad a štěstí a trefili se do rovnovážné ceny. Strana nabídky i strana poptávky jsou spokojené.
- Výrobci dali příliš nízkou cenu. Zákazníci stojí ve frontách, shánějí kontakty, koupili by ještě více. Výrobci jsou velice spokojeni, zvyšují ceny. Tento stav označujeme jako převis poptávky. Není ideální z toho důvodu, že nedostatečné uspokojení poptávky vždy vede ke snaze uspokojovat potřeby za každou cenu a to je ideální podhoubí ke vzniku korupce a ztv. šedé a černé ekonomiky.
- Výrobci dali příliš vysokou cenu. Zákazníci kupují méně, zboží zůstává na skladech. Výrobci ve ztrátě. Tento stav = převis nabídky.

Toto je princip tvorby ceny na dokonale konkurenčním trhu – *metodou pokusu a omylu* jsou nabízející zákonitě tlačeni k tomu, aby se se svými cenami dostali na rovnovážná stav ceny.

## Konkurence

V zásadě mohou nastat **dvě mezní situace**:

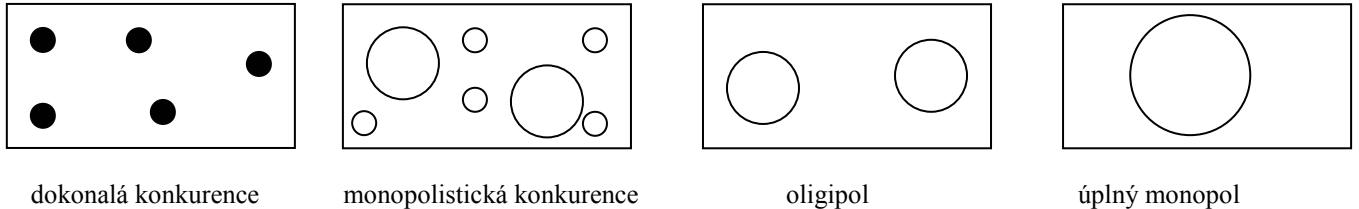
- Všichni, kdo nabízejí své zboží na trhu, mají rovné podmínky přístupu na trh, nikdo z nich nemá židné výsadní postavení vůči ostatním a všichni kupující mají na trh stejný přístup a v zásadě nerozlišují u značky zboží, nejsou přitahováni reklamou, přibalenými propiskami či lákavými soutěžemi. Jediným kritériem je cena. jde o trh ideální, se kterým se však dnes jen sotva můžeme setkat.
- Mezi potencionálními prodávajícími existuje jeden, který má výsadní postavení na trhu (například má jediný povolení od státu určitý výrobek prodávat – tomu říkáme *administrativní monopol*, nebo jako jediný zná recept na výrobu určitého výrobku – to je *absolutní monopol* Výhradní postavení u poptávky – *monopsony* – u některého speciálního zboží je výhradním kupujícím stát (zbraně...)

Trh, kde existují monopoly nebo monopsony, není dokonalý, nazýváme ho *nedokonalá konkurence*. Monopoly si mohou diktovat podmínky, hlavně cenové – narušení fungování zákonů trhu a vzniku nerovnováhy v ekonomice.

*Oligopol* – stav, kdy na straně nabídky existují dva nebo několik málo velkých subjektů s rozhodujícím vlivem.

V praxi se málokdy setkáme s mezním stavem. Obvykle jde o *monopolistickou konkurenci*, kdy na trhu fungují firmy s dominantním postavením, ale zároveň i řada menších firem.

Obr.: Schéma trhů podle míry konkurence.



Z jiného hlediska můžeme vznikající monopoly členit takto:

- **kartel** – dohoda mezi samostatnými konkurenty o cenách, dělení působnosti teritorií apod.
- **syndikát** – dohoda o společném nákupu či prodeji. Konkurenti zůstávají právně samostatní, ale k získání lepších vyjednávacích podmínek s dodavateli či odbrateli vystupují jako jeden celek. Například spolupráce samostatných obchodních firem sdružených do dobrovolných nákupních či prodejních řetězců jako jsou SVOP, JARS apod. Firmy mohou ze sdružení vystoupit, nejedná se tedy o vznik nového právního subjektu.
- **trust** [trast] – vyšší forma propojení konkurentů. Zde již dochází k propojování i v oblasti výrobní kooperace a bývalé konkurenční firmy jsou na sobě již velmi závislé. Přesto si ještě zachovávají právní subjektivitu.
- **koncern** – nejvyšší forma existence monopolu. Firmy se propojují v celém rozsahu činnosti, ztrácejí právní subjektivitu. Většinou hovoříme o fúzích (spojení dvou rovnocenných partnerů) nebo akvizicích (větší koupí menší).

V praxi je těžké zjistit, k jak silné spolupráci mezi firmami dochází. Firmy se snaží na venek působit zcela nezávisle. V každé vyspělé zemi existují protimonopolní zákony.

## Selhání trhu

- **vznik monopolu** – stát hraje úlohu hlídače, monopol nesmí svého postavení zneužít například zvyšováním cen. U nás jsou monopolními podniky například Becherovka, ČEZ, Český Telekom).
- **existence tzv. veřejných statků**, tedy statků, u kterých není žádoucí, aby jejich pořízení a správu zajišťoval soukromý sektor na základě zákonů trhu. např. obrana státu, zdravotnictví, školství... Je důležité, aby tyto statky zůstaly v co největší míře neovlivněny trhem.

- **externality trhu** = vedlejší účinky trhu na subjekty, které se daného tržního vztahu neúčastní. Účinky mohou být jak pozitivní, tak negativní. Například ničení životního prostředí určitou firmou.

## Ekonomická rovnováha

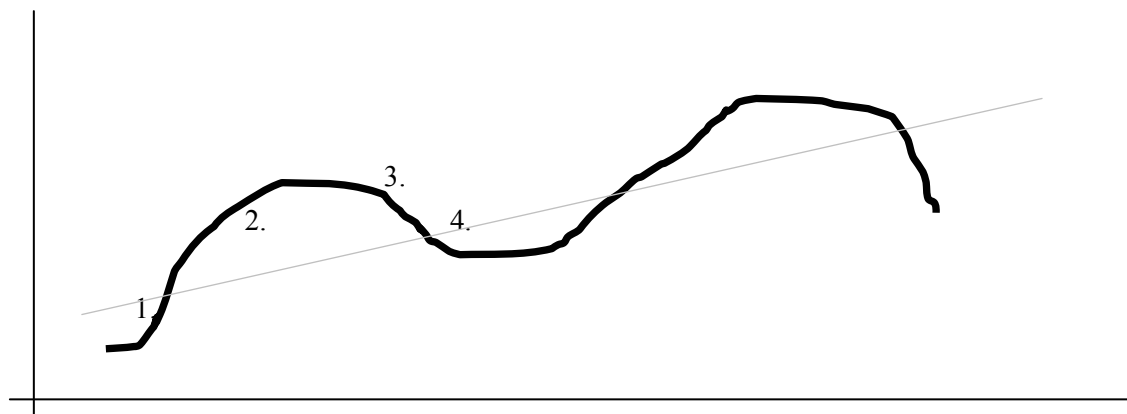
Největší vliv v tržním hospodářství má agregátní (celostátní) nabídka a agregátní poptávka. Pokud může a dovede národní ekonomika vyrobit tolik, kolik sama spotřebuje, je v ekonomické rovnováze. Je zákonité, že ekonomika se snaží dostat do rovnovážného stavu, protože je pro ni nejefektivnější. Většinou ale nestačí pouhé působení této tendence a je potřeba aktivní hospodářské politiky státu, aby tato rovnováha byla nastolna.

Ekonomické dění ve společnosti je trvalým pohybem, trvalou změnou, stálým kolísáním. Základní tendence dosažení ekonomické rovnováhy jako nejefektivnějšího stavu je tak dosahována posloupností dílčích rovnováh. Ta nachází svůj obraz v tzv. *cyklickém vývoji hospodářství*. Tato cykličnost se nedotýká jen národních ekonomik, ale často zasahuje celosvětovou ekonomiku jako celek.

Teoreticky lze hospodářský cyklus popsat jako posloupnost čtyř fází:

- expanze (rozvoj, konjunktura) 1
- vrchol (převis nabídky nad poptávkou) 2
- krize (recese, pokles nabídky i poptávky) 3
- sedlo (dno, vyrovnaní a oživení nabídky i poptávky) 4

celý cyklus se může opakovat



Skutečný vývoj hospodářství není takto rovnoměrný a jednoznačný. **Tendence k cyklickému vývoji je však zákonitá.**

**Zákonitá je i tendence růstu ekonomiky** – pokud by tomu tak nebylo, měli bychom nyní hospodářství na úrovni počátku kapitalistické éry novodobých dějin, kdy můžeme první cyklické projevy vývoje ekonomiky pozorovat.

*Pozn.: K tomuto odstavci se zajisté hodí jedna má myšlenka. Nelíbí se mi, jak se současná vláda honosí růstem ekonomiky a hospodářství a připisuje si tento fakt jako svůj veliký úspěch. Bohužel jako obvykle ne každý ví, že ekonomika v tržním hospodářství roste zákonitě, a tak se ČSSD může těšit uznání mnoha lidí.*

## Zákon jedné ceny

Vtěšina zboží a služeb se prodává na územně rozptýleném trhu. Jak dospěje takový územně rozptýlený celek k rovnováze?

*Příklad:* V Praze se prodávají vejce. Na holešovické tržnici za 2 Kč (velká nabídka, malá poptávka) a na vinohradské tržnici za 3 Kč (velká poptávka a malá nabídka). Není možné, aby rozdílná cena na dvou tržistiích přetrvávala delší dobu. Když se prodávající v holešovické tržnici dozví, že na Vinohradech se vejce prodávají za 3 koruny, budou přecházet. Takže na holešovické tržnici klesne nabídka a cena poroste. Zatímco na vinohradské tržnici bude nabídka růst a cena klesat. Až se ceny protnou v rovnovážném bodu, tedy v bodu, kde bude cena vajec přibližně stejná.

Z toho vyplývá, že cena statku směřuje ke stejné výši na všech trzích. Pokud existují nějaké rozdíly v ceně, je to kvůli přirozeným překážkám obchodu (doprava), politickými překážkami (dovozní cla), případně rozdílnými výrobními daněmi.

Jsou-li trhy více vzdálené, takže je pro kupující a prodávající obtížné a nákladné přecházet z jednoho trhu k druhému, objeví se obchodníci, kteří nakupují zboží na levnějším trhu a prodávají na dražším. Této činnosti se říká *arbitráž*.

Statky, u nichž jsou příliš vysoké náklady na arbitráž nebo na cestování, se nazývají neobchodovatelné statky (kadeřnoctví, oprava aut, lékařské služby...). Takové trhy zůstávají roztržštěny do menších lokálních trhů s rozdílnými cenami. Zákon jedné ceny se neprosazuje nebo se prosazuje jen velice nedokonale.

## Praktická část

CENA VÝROBKŮ V RŮZNÝCH OBCHODECH S POTRAVINAMI V SOKOLOVĚ (V KČ)									
	Rohlík	Houska	Kysaná smetana	Hořčice	Tatranka oříšková	Rama	Coca Cola	Mléko polotučné	Zvýkačky Orbit
Miro	1,5	1,4	12,5	3,9	4,9	29,9	29,9 Kč	13,9 Kč	10,5 Kč
Plus	1,5	1,5	10,9	4,5*	4,9	29,9	30,9	13,5	9,9
Delvita	1,5	1,5	9*	3,5	5,5	**	30,9	13,5	9,9
Sadona	1,6	1,6	8,5*	3,6	5,9	33,9	33,9	13,9	10
Ural	1,5	1,4	10,5	3,9	6,2	**	33,5	13,5	10,4
Kauflad	1,5	1,5	10,9	2,9	5,5	29,9	30,9	10,9	9,9
Lidl	1,5	1,5	**	7*	5,5	29,9	**	10,9	9,9
Penny Market		1,5	8,5*	4,5*	5,5	29,9	30,9	13,5	7,9

\* v obchodě nebyl přímo tento výrobek. Je uvedená cena, kterou jsme musely zaplatit, abychom si koupily výrobek podobný.

\*\* v obchodě nebyl žádný výrobek tohoto druhu.

Kysaná smetana: Kunín Klasik  
 Hořčice: plnotučná 200 ml  
 Rama: Classic 1 l  
 Coca Cola: 2 l  
 Mléko polotučné: různé, když byl výběr, to nejlevnější  
 Žvýkačky Orbit: modré

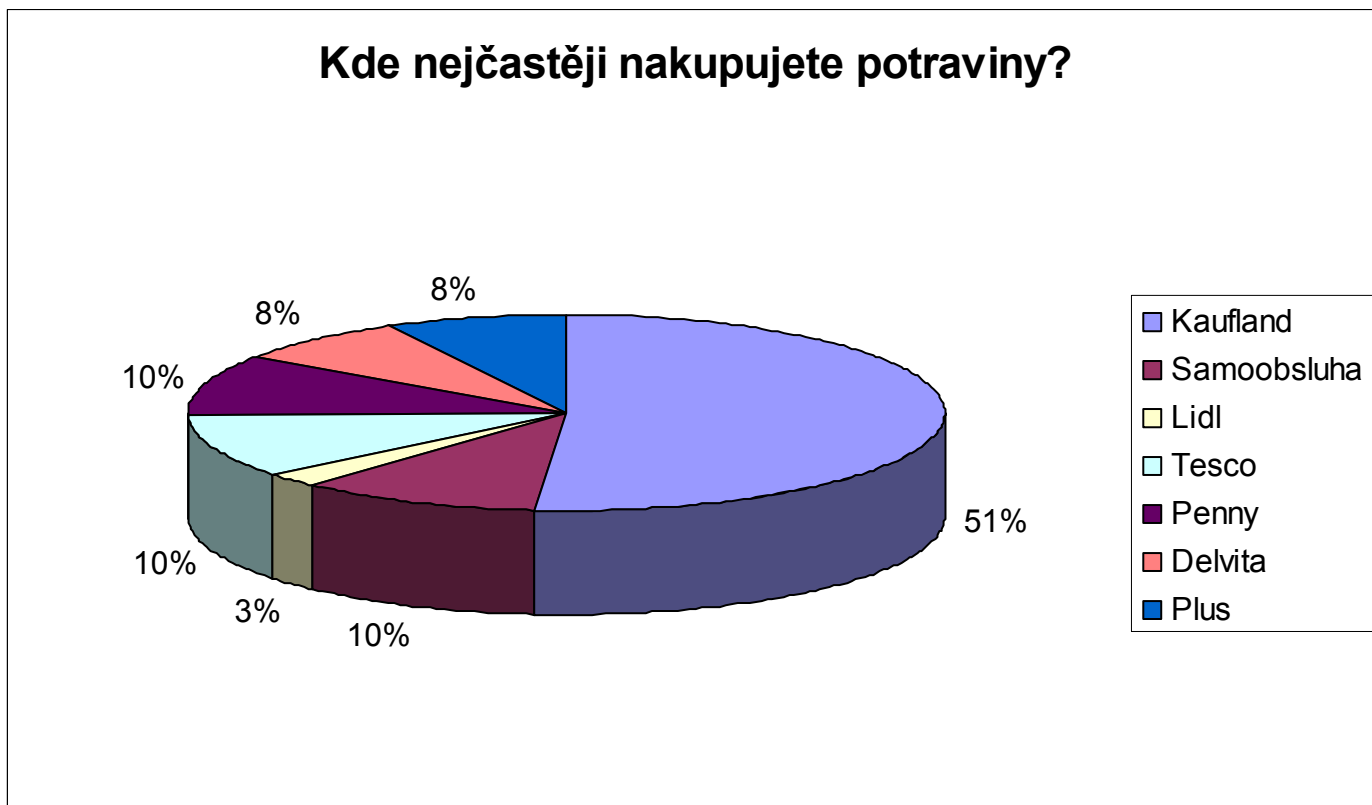
<i>nejdražší výrobky</i>		
<i>zboží</i>	<i>obchod</i>	<i>cena (Kč)</i>
rohlík	Sadona	1,6
houska	Sadona	1,6
kysaná smetana	Miro	12,5
hořčice	Lidl	7
Tatranka	Ural	6,2
Rama	Sadona	33,9
Coca Cola	Sadona	33,9
mléko	Miro	13,9
žvýkačky	Miro	10,5

Průměrně nejvyšší ceny: Sadona (na Novém náměstí)

Průměrně nejnižší ceny: Kaufland, Penny market

Nejmenší výběr: Lidl, Ural

## **Anketa**



Dotazováno 39 lidí ze Sokolovska

Jako důvody nakupování v Kauflandu uvedeny hlavně: Všechno pohromadě, levné, dobré parkování, čerstvá zelenina, široký sortiment, příjemné, rychlé, praktické nakupování.

Jako důvody nakupování v Penny uvedeny hlavně: blízko domů, levné

Jako důvody nakupování v Delvitě uvedeny hlavně: blízko domů

Jako důvody nakupování v Plusu uvedeny hlavně: blízko domů

Závěry:

Ceny nemohou být příliš rozdílné na malém území, uplatňuje se zákon jedné ceny.

Platí, že roste-li cena, klesá poptávka po zboží (například v Sadoně a Uralu nenakupuje tolik lidí jako v Kauflandu). Zároveň ale v Penny marketu nenakupuje tolik lidí, přestože má podobně nízké ceny jako Kaufland. takže je jasné, že na poptávku nemá vliv pouze cena, ale i vedlejší faktory, jako jsou reklama, prostředí, podmínky pro nákup (lidé často zmiňují, že v Kauflandu nakupují kvůli dobrému parkování a dostatečné nabídce zboží, díky čerstvé zelenině...). Možná si to každý neuvědomuje, ale lidé nakupují v tom obchodě, kde je to nejen levné, ale také příjemné, rychlé, nenáročné na orientaci. I z vlastní zkušenosti mohu říci, že v těchto „obchodních tricích“ je nejlepší Kaufland.

Čím je člověk bohatší, tím méně se rozhoduje podle ceny potravin. A tak nenakupuje v levném Lidlu, protože tam nemají přesně to, co by chtěl. Nakupuje v Delvitě, protože tam mají dobré víno nebo v Uralu, kde mají dobré pečivo.

## ***Vývoj inflace*** od roku 1994 do roku 2005

rok	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Míra inflace (%)	10	9,1	8,8	8,5	10,7	2,1	3,9	4,7	1,8	0,1	2,8	1,9

Vysoká inflace v letech 1994-1998 je spojená s přechodem od komunistického režimu k demokracii – tržnímu hospodářství.

## ***Závěr***

Seminární práci na téma Tržní hospodářství jsme si sice nevybraly proto, že bychom měly o tento „obor“ veliký zájem, ale přesto musíme říci, že rozhodně nešlo o nudné téma. A to hlavně proto, že s většinou jevů se setkáváme v běžné praxi, pouze je neumíme po ekonomicku pojmenovat a uvést do souvislostí. Správně jsem měla říci – neuměly jsme – protože tato seminární práce nás samozřejmě obohatila o nové informace, což je jejím cílem, a přeci jen teď budeme při nákupech občas myslet na nabídku a poptávku.

## ***Prameny***

Sojka, Milan; Konečný, Bronislav: Malá encyklopedie moderní ekonomie; Nakladatelství Libri; 2001; ISBN 80-7277-032-2

Holman, Robert: Ekonomie; C. H. Beck; 2005; ISBN 80-7179-891-6

Švarcová, Jana: Ekonomie, stručný přehled; CEED; 1999; ISBN 80-9025-52-2-1