



**Eva Tomášková**

[eva.tomaskova@law.muni.cz](mailto:eva.tomaskova@law.muni.cz)

Katedra finančního práva a národního  
hospodářství

EKONOMIE

**Nabídka**



# Funkce cen

- **Informační funkce**
  - Zprostředkovatel přenosu informací o potřebách, zálibách, zvyklostech spotřebitelů, výrobních možnostech, zdrojích
- **Alokační (regulační) funkce**
  - Odráží změny v preferencích
  - Převaha nabídky – cenový pokles
  - Převaha poptávky – cenový vzestup
- **Stimulační funkce**
  - Diferenciační dopad na výrobce
- **Omezovací funkce**
  - Pouze někteří spotřebitelé mohou spotřebovat
- **Funkce distribuční**
  - Cena je nástrojem distribuce důchodů při směnných transakcích.



# Nabídka

- souhrn všech zamýšlených prodejů zboží, s nimiž přicházejí výrobci na trh
- závislost množství nabízeného produktu na jeho ceně
- zákon rostoucí nabídky



# Křivka nabídky

cena

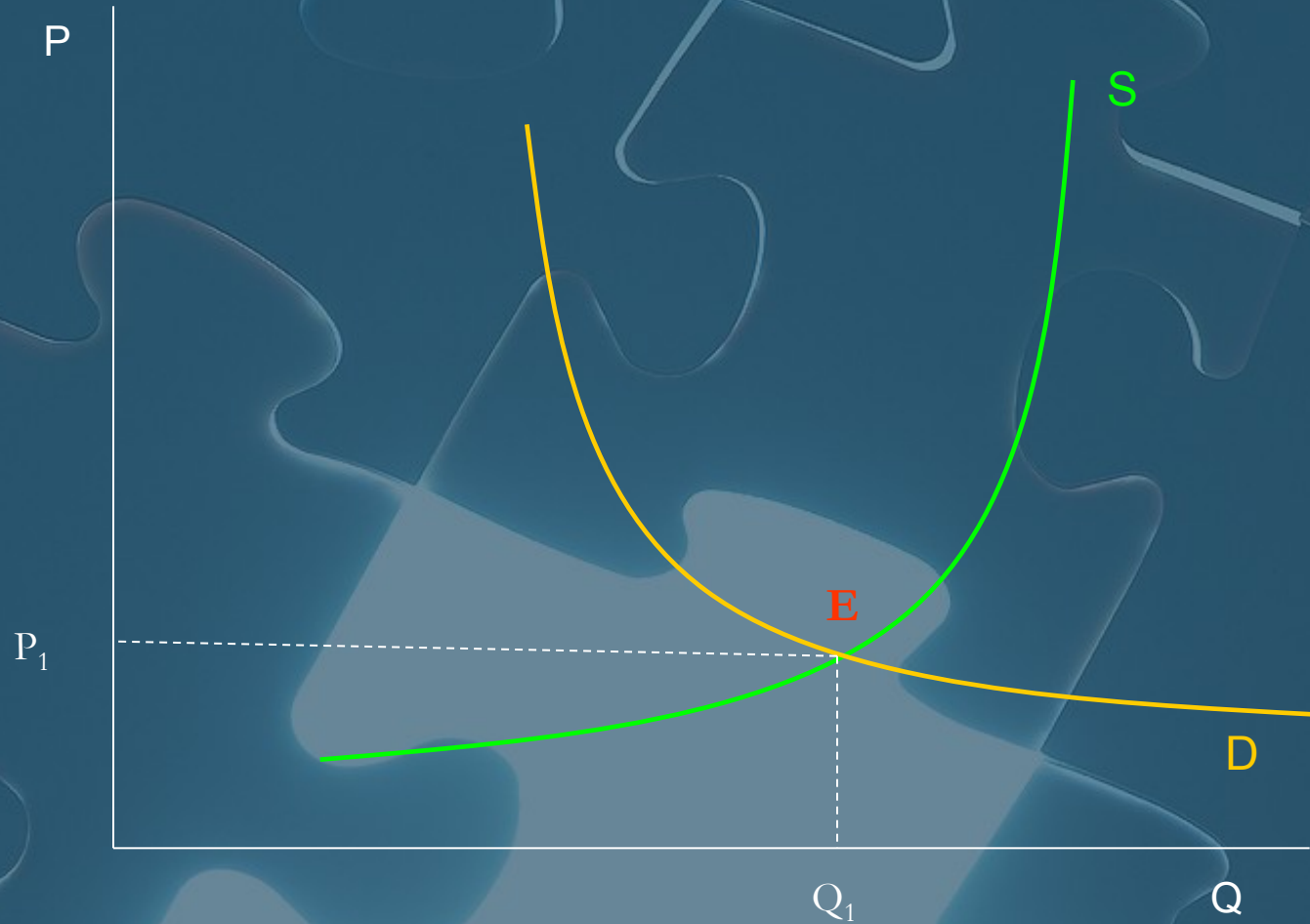


S

množství

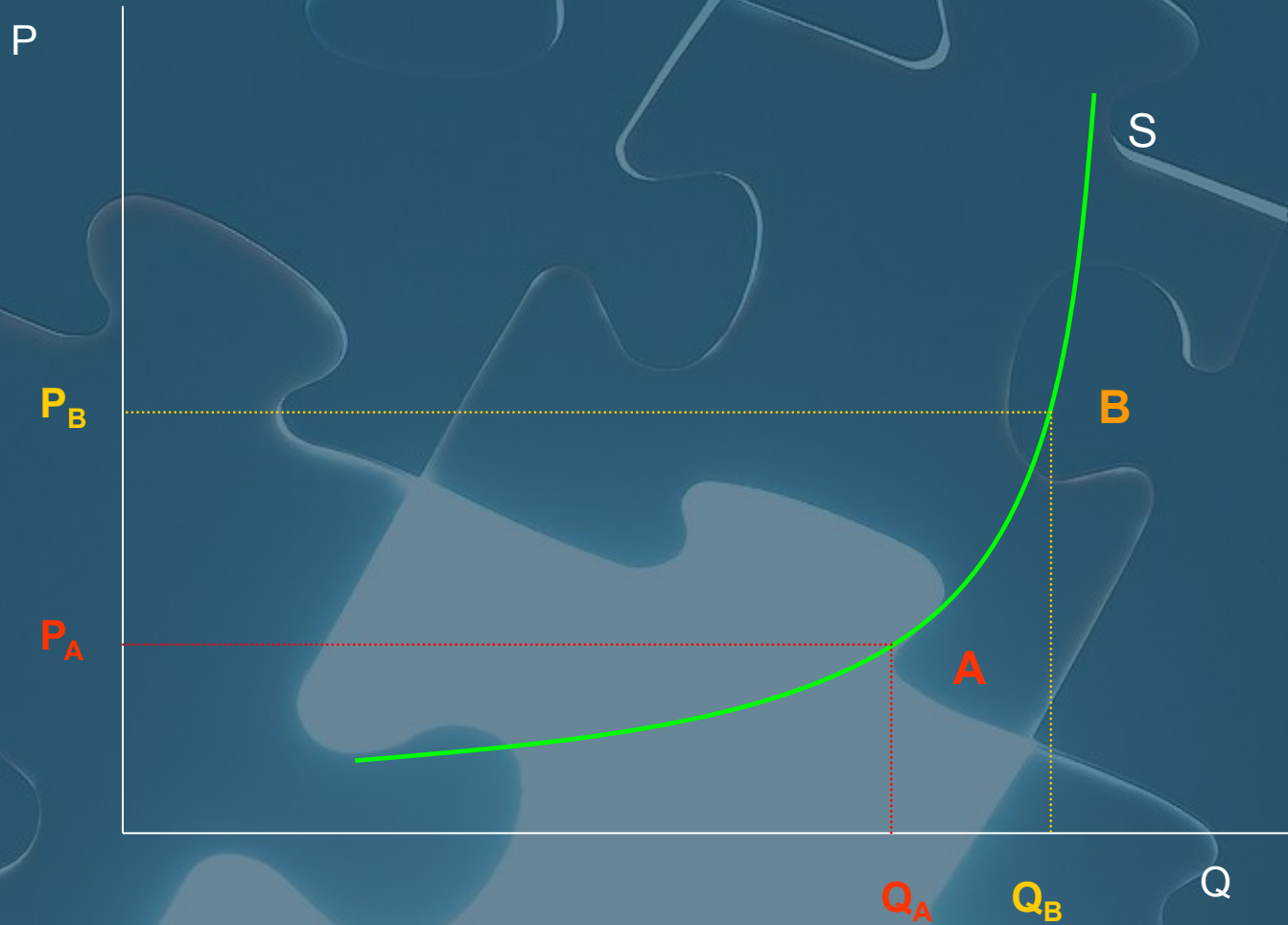


# Rovnovážná cena





# Posuny po křivce nabídky





# Příčiny „růstu“ nabídky (při vyšší ceně produktu)

- Ziskový motiv
- Poptávkový motiv







# Změna křivky nabídky





# Příčiny změny nabídky

- Změny výrobních podmínek
- Změny cen výrobních komponent (vstupů)
- Vliv technického pokroku
- Vliv počasí



# Posuny

- Posuny po křivce nabídky a poptávky
  - pouze cenové faktory!
- Posuny křivek nabídky a poptávky
  - pouze necenové faktory!





# Cenová pružnost nabídky

- cenová pružnost (elasticita) = poměr procentní změny množství k procentní změně ceny

$$E_S = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P)$$

$E_S > 1 \Rightarrow$  nabídka je pružná (elastická)

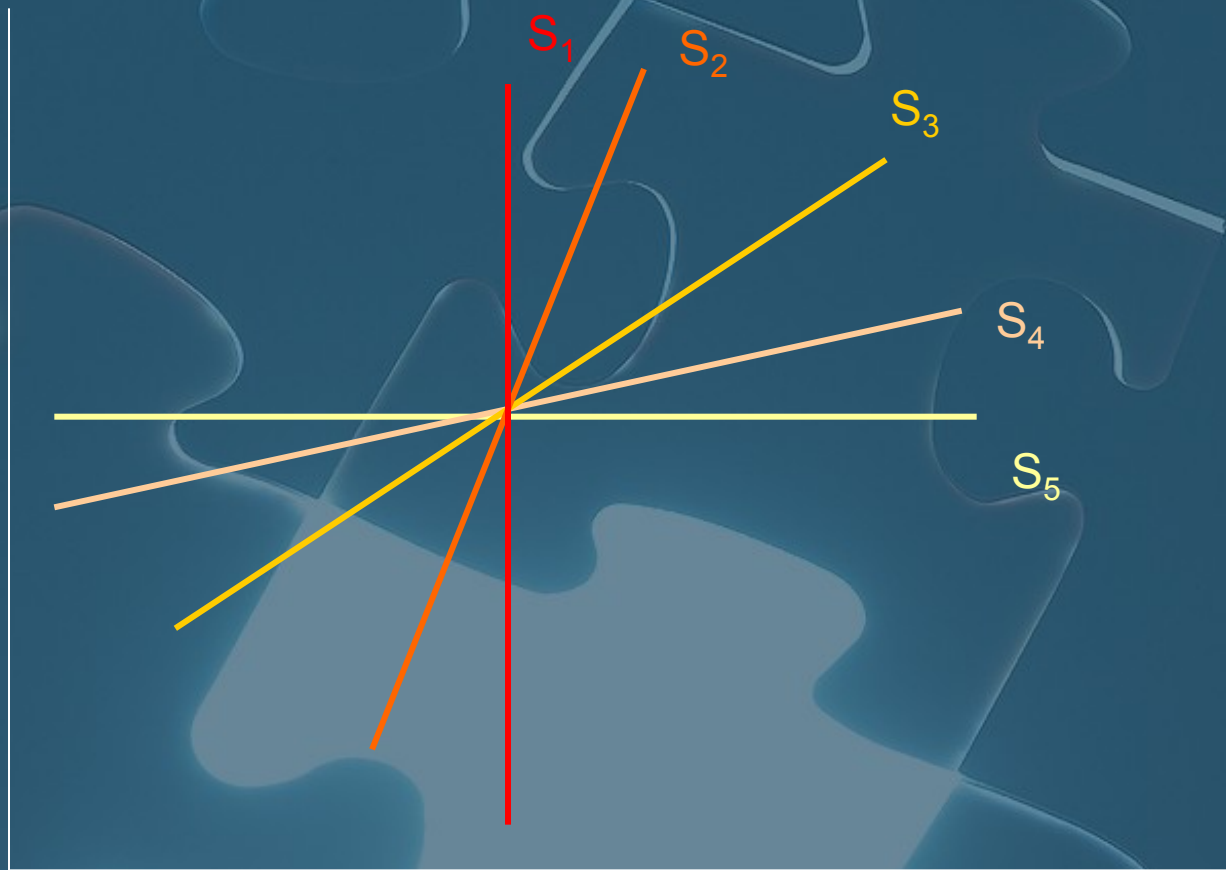
$E_S = 1 \Rightarrow$  nabídka je jednotkově pružná (elastická)

$E_S < 1 \Rightarrow$  nabídka je nepružná (neelastická)



# Cenová pružnost nabídky

P



Q



# Faktory ovlivňující pružnost nabídky

- rychlost obrátu zboží
- technologie výrobního procesu
- doprava a skladování zboží
- časové vlivy
- stav výrobních kapacit

# Cenová reakce podle délky období

C, R

$P_2$

$P_3$

$P_4$

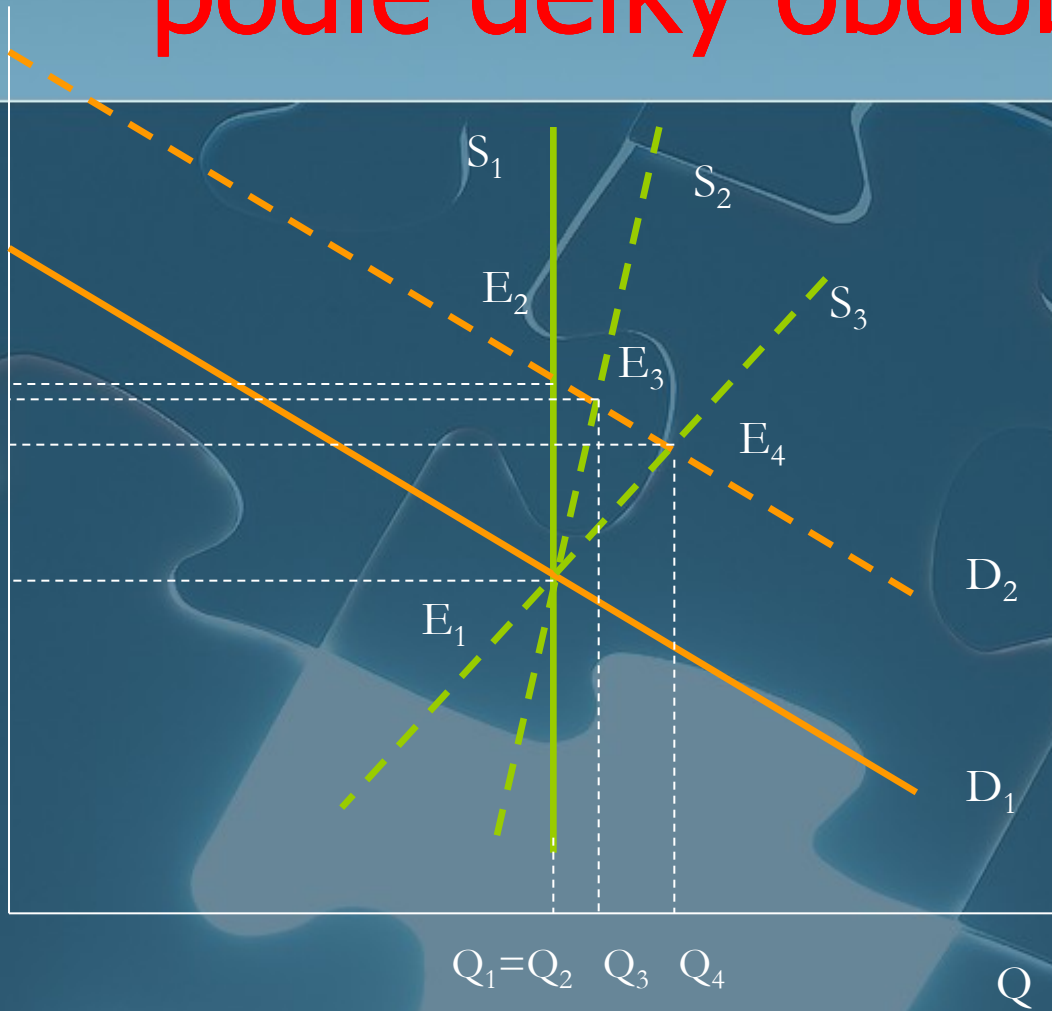
$P_1$

$Q_1=Q_2$

$Q_3$

$Q_4$

Q









# Způsoby konkurence na straně nabídky

- Cenová konkurence
- Necenová konkurence
  - Kvalita produkce
  - Propagace
  - Inovace produktu
  - Rychlá reakce na změny požadavků zákazníků
  - Četnost prodejen
  - Prodejní a poprodejní servis



# Formy konkurence

- Dokonalá konkurence
- Nedokonalá konkurence
  - Monopolistická konkurence
  - Oligopol
  - Monopol



# Dokonalá konkurence

## Podmínky:

- Velké množství subjektů
- Volný vstup do daného odvětví
- Stejná kvalita a stejná cena všech nabízených produktů

Jen málo produktů se přibližuje trhu dokonalé konkurence, např. rohlíky, mléko.



# Zisk na dokonale konkurenčním trhu

- Pouze krátkodobý jev způsobený:
  - výrobce snížil náklady
  - zvýší se tržní cena



# Efektivnost dokonale konkurenčního trhu

- Cena plní všechny funkce
- Firma (firmy v daném odvětví) vyrábí takové množství produkce, při kterém dosahuje optima
- Firma (firmy v daném odvětví) minimalizuje náklady na jednotku produkce
- Spotřebitelé realizují nejvyšší možnou kombinaci komodit při daných zdrojích a technologii
- Platí pravidlo Paretova optima





# Chování firem

- Firma usiluje o snížení nákladů, což ji přináší dodatečný zisk a zároveň ochranu před případným poklesem ceny
- Firma usiluje o zvýšení svého tržního podílu, což ji zároveň opětovně chrání před poklesem cen

Čím je intenzita konkurenčního prostředí silnější, tím je postavení firem méně stabilní.





# Nedokonalá konkurence

- Rozhodující část produkce nabízí několik málo velkých firem
- Ostatní firmy odvětví se podřizují tržní a zejména cenové politice dominantních firem
- Firmy usilují o vyčlenění specifické poptávky po vlastní produkci – diferenciaci produktu, snaha maximálně vyhovět zákazníkovi
- Na trhu není produkce volně zastupitelná substituty
- Spotřebitelé setrvávají u osvědčené značky – poptávka po produkci firem v daném odvětví není stejná
- Poptávka je pod každodenním tlakem reklamy



# Monopolistická konkurence

## Podmínky:

- velký počet podniků v odvětví
- diferencovaný produkt a diferencovaná cena
- neexistují bariéry vstupu podniků do odvětví

Řada ostatních firem prodává blízké substituty, např. koláče, zákusky.



# Oligopol

- Podmínky:
  - malý počet podniků v odvětví
  - diferencovaný produkt a diferencovaná cena
  - existují bariéry vstupu podniků do odvětví



RADEJI NA TO ŠLÁPNĚTE, AŽ JSME CO NEJDÁL, KOLEGO... OČEKÁVAT ZMĚNU JE JEDNA VĚC A DOMLUVIT SE NA TOM KTEROU, JE VĚC DRUHÁ...



# Monopol

- Podmínky:
  - jediný podnik v odvětví
  - diferencovaný produkt a diferencovaná cena
  - existují bariéry vstupu podniků do odvětví
- Vznik monopolu:
  - Koncentrací ekonomické síly
  - Přírodní monopol
  - Administrativní monopol

např. Správa železniční dopravní cesty,  
částečně Česká pošta



# Neefektivnost monopolu

- Monopol má tendenci omezovat rozsah nabízené produkce
- Rozsah produkce je menší než odpovídá maximalizaci užitku spotřebitelů
- Omezení výroby je „kompenzováno“ vyšší cenou
- Monopol vytváří bariéry vstupu do odvětví
- Monopol svou činností stimuluje stabilizaci tržních poměrů včetně cen



# Protimonopolní regulace

- Regulace monopolu:
  - antitrustové zákony
    - zakazují určité chování firem na trhu, omezují různými způsoby sílu monopolu
  - daňová politika
  - možnost převést monopol do státního vlastnictví
  - cenová regulace



# Cenová regulace

- Administrativní stanovení ceny ji zbavuje tržního charakteru
- Ztráta motivace
- Cena neplní své funkce
  
- Vstup do odvětví není omezen – cena by neměla být regulována (oslabuje zájem ostatních firem vstoupit do odvětví)
- Vstup do odvětví je omezen – je možné cenu regulovat, ale při regulaci je nutné přihlédnout ke všem okolnostem



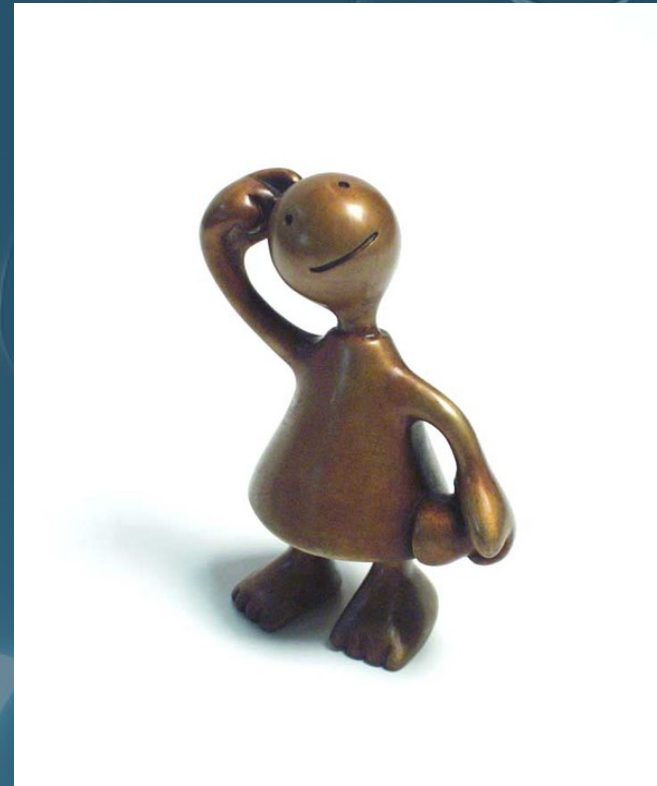
# Monopson

## Podmínky:

- existuje pouze jeden kupující
- umožňuje kupovat zboží za nižší cenu než v podmínkách dokonalé konkurence

např. stát je jediný kupující vojenské produkce

- Další formy nedokonalé konkurence na straně poptávky:
  - Oligopson
  - monopsonistická konkurence





Děkuji za Vaši pozornost. 😊

