

Na rozdiel od klasickej ekonómie orientujúcej sa na výrobcu, t. j. stranu ponuky, neoklasický prístup (paradigma) skúmania vychádza zo strany dopytu. Vedie to k odlišnosti chápania hodnoty, ktorá je v klasickej ekonómii, ako sme už skôr uviedli, objektívnou hodnotou. V tomto novom prístupe je **hodnota subjektívna kategória** odrážajúca individuálne hodnotenie na základe množstva, resp. vzácnosti, a užitočnosti, ktoré má statok pre spotrebiteľa.

Nová paradigma ekonómie, označovaná tiež ako **marginálna revolúcia**, vníma odlišne aj podstatu skúmania ekonómie. Klasická ekonómia vychádzajúca z makroekonomického hľadiska sa orientovala na skúmanie zdroja spoločenského bohatstva, t. j. bohatstva národa. Podľa novej paradigmy je ekonómia **vedou o rozhodovacích procesoch hospodárskych subjektov**.

V niektorých prvkoch nadväzuje marginálna ekonómia na klasickú ekonómiu. Aj podľa nej je totiž trhový systém najefektívnejším hospodárskym regulátorom, preto vyzdvihuje princíp **laissez faire** – slobodného trhu a tiež metodologický individualizmus ako východisko skúmania.

1.9 Tri zakladajúce školy marginálnej ekonómie

Všeobecné charakteristiky marginálnej ekonómie, uvedené v predchádzajúcej podkapitole 1.8, sa realizovali najskôr v podobe teórií troch predstaviteľov – zakladateľov a troch teoretických škôl, ktoré sa navzájom nezávisle a postupne rozvíjali od 70. rokov 19. storočia.

Prvého uvedieme **Carla Mengera**¹, ktorý sa stal zakladateľom **rakúskej**, tzv. subjektívno-psychologickej **školy**. Menger a jej ďalší predstavitelia popri vysvetľovaní podstaty marginálneho princípu, t. j. teórie hraničnej užitočnosti, analyzovali spolu súvisiace pojmy a kategórie: cena, kapitál, úrok, subjektívna teória hodnoty, teória imputácie a pod. Vychádzali pritom z metodologického individualizmu a metodologického subjektivismu, podľa ktorých sú ekonomické javy a procesy výsledkom interakcií medzi individuálnymi hospodárskymi subjektmi. Jednotlivec sa chápe ako **aktívna, kreatívna a cieľavedomá bytosť**, ktorej rozhodnutia vychádzajú zo subjektívnych preferencií a ktorých cieľom je dosiahnuť čo najväčšie uspokojenie vzhľadom na obmedzené zdroje. Nevyklučuje to však **omyly** ani **chybné rozhodnutia**.

¹ Carl Menger, rakúsky ekonóm, vydal svoje dielo *Základy národohospodárskej vedy* v roku 1871. Hraničnú užitočnosť v ňom ilustroval pomocou osobitného grafu známeho ako Mengerova škála.

3 TRHOVÝ MECHANIZMUS

„Zničiť konkurenciu znamená zabiť inteligenciu.“

F. Bastiat

Vo všetkých mestách alebo väčších dedinách existuje miesto, ktoré sa volá trh, resp. tržnica, na ktorom sa kupuje a predáva ovocie, zelenina, prípadne aj potraviny a oblečenie. V tom najbežnejšom zmysle slova je trh miestom stretávania predávajúcich a kupujúcich, ktorí si vymieňajú produkty za peniaze. Kupujúci a predávajúci sa však nestretávajú reálne na všetkých trhoch. V súčasnosti už vo väčšine obchodov nestretáme tých, ktorí vyrobili produkty, aké sme si tam prišli kúpiť. Ani na devízovom trhu, kde na seba pôsobia ponuka a dopyt po domácej mene a po mene iných krajín, sa kupujúci a predávajúci skutočne nestretnú. V niektorých prípadoch dochádza k stretu ponuky (výrobcov) a dopytu (kupujúcich) na konkrétnom geografickom mieste, v iných prípadoch nie je toto miesto lokalizované. Niekedy predstavuje trh pôsobenie ponuky a dopytu pre konkrétny výrobok v určitej geografickej zóne: hovoríme napríklad o francúzskom automobilovom trhu alebo o svetovom trhu zlata. Konceptia trhu je teda veľmi široká, ale jej podstata spočíva vždy v tom, že vyjadruje ponuku výrobcov a dopyt kupujúcich pre určitý predmet výmeny.

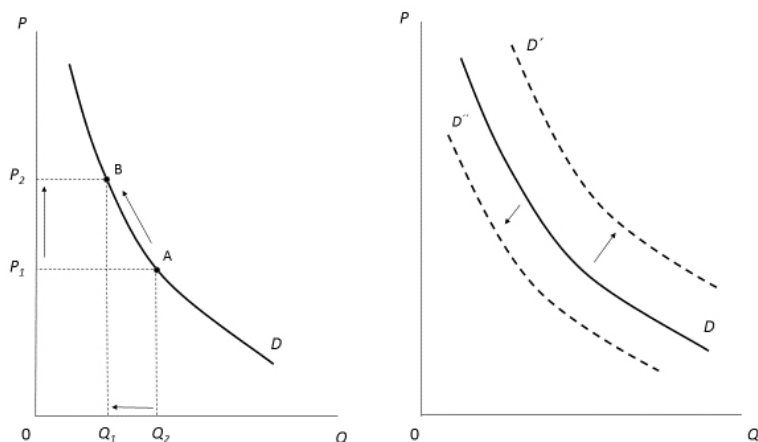
3.1 Charakteristika trhu

Konceptia trhu je jednou z najstarších ekonomických koncepcií. Opiera sa o kľúčové otázky každej spoločnosti, ktorými sú: čo, ako a pre koho vyrábať. Všetci členovia spoločnosti sú buď predávajúci, alebo kupujúci a trh im umožňuje uskutočňovať vzájomné transakcie prostredníctvom napĺňania individuálneho záujmu. **Trh** je efektívnejšia alternatíva ako centrálné riadenie ekonomického života, t. j. plánovaná ekonomika, ktorá predstavuje nákladnejší a ťažkopádnejší systém. Trhový mechanizmus zladuje na základe dobrovoľnej a slobodnej výmeny individuálne záujmy jednotlivcov a prispieva k realizácii spoločného záujmu. Z ekonomického hľadiska charakterizujeme trh ako mechanizmus vzťahov a procesov, prostredníctvom ktorých predávajúci a kupujúci vo vzájomnej interakcii určujú ceny a množstvá rea-

Dopyt môžeme rozčleniť na:

- **individuálny dopyt**, ktorý je dopytom jedného kupujúceho po určitom tovare;
- **čiastkový** alebo **trhový dopyt** predstavujúci dopyt všetkých spotrebiteľov po jednom druhu tovarov (napr. po čokoláde);
- **agregálny dopyt**, ktorým rozumieme súhrn všetkých požadovaných tovarov zo strany všetkých subjektov trhu. Analýza agregátneho dopytu je jednou z ústredných tém makroekonómie.

Početné analýzy dokazujú, že existuje úzky vzťah medzi požadovaným množstvom (Q) a cenou tovaru (P) za inak nezmenených podmienok. Tento vzťah vyjadruje **krivka individuálneho dopytu** na ľavom grafe obrázku 3.2. **Zákon klesajúceho dopytu** znamená, že so zvyšujúcou sa cenou racionálny spotrebiteľ kupuje menšie množstvo tovaru (za podmienky *ceteris paribus*). Túto skutočnosť vysvetľujú dva efekty: **substitučný efekt**, ktorý vyjadruje, že keď rastie cena určitého statku, spotrebiteľ ho nahrádza lacnejším substitútom, napríklad ak príliš zdražie hovädzie mäso, bude kupovať viac bravčového mäsa, a **dôchodkový efekt** spočívajúci v tom, že spotreba drahého statku znižuje reálny dôchodok, a preto ju spotrebiteľ musí obmedziť. Ak totiž rastie cena nejakého statku, spotrebiteľ s tým istým dôchodkom si z neho môže dovoliť menej a naopak. **Cena** je tak prvým a základným faktorom ovplyvňujú-



Obrázok 3.2 Pohyb po krivke dopytu a posun krivky dopytu

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Výsledok tohto výpočtu, okrem zistenia samotného koeficientu pružnosti dopytu, tiež ukáže, aký je vzťah medzi danými výrobkami, keď ho porovnáme s nulou. Ak:

- $E_{DC} > 0$, výrobky sú **substitúty**, to znamená, že spotrebiteľ ich môže pri uspokojovaní svojej potreby navzájom zamieňať (rastlinné a živočíšne maslo, mandarínky a pomaranče atď.);
- $E_{DC} < 0$, ide o **komplementárne výrobky**, ktoré sa pri uspokojovaní určitej potreby navzájom dopĺňajú (naš prípad lyží a lyžiarskych viazaní);
- $E_{DC} = 0$, ide o navzájom **nezávislé výrobky**.

Dopyt a ponuka sa môžu meniť aj vplyvom iných faktorov, ako je cena, a tými sú napríklad dôchodky obyvateľstva na strane dopytu alebo zmena výšky výrobných nákladov na strane ponuky. Na skúmanie a vyjadrenie toho, ako zmena dôchodkov spotrebiteľov ovplyvní ich dopyt po určitom statku, sa počíta koeficient **dôchodkovej elasticity dopytu** (E_{Dm}) takto:

$$E_{Dm} = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1) / 2}}{\frac{m_2 - m_1}{(m_2 + m_1) / 2}}$$

Kladná hodnota koeficientu ($E_{Dm} > 0$) znamená, že keď vzrástol dôchodok spotrebiteľov, zvýšil sa aj ich dopyt po určitom statku. V ekonomickej teórii sa takýto statok označuje ako **normálny**. Záporný výsledok ($E_{Dm} < 0$) je znakom, že ide o **inferiórny** (podradný) statok, pretože pri raste dôchodkov dopyt po ňom klesá. Je to spôsobené tým, že vyšší dôchodok umožňuje spotrebiteľom nahradiť tento statok iným – drahším a kvalitnejším statkom. V kategórii inferiórnych statkov sa vyskytujú aj tzv. **Giffenove statky**²¹, ktoré sú charakteristické rastúcou krivkou dopytu, čo znamená, že koeficient ich priamej cenovej pružnosti dopytu je kladný ($E_{DP} > 0$) bez toho, aby sme výsledok upravovali absolútnou hodnotou.

Zhrnutie

Trh je (geografickým alebo fiktívnym) miestom stretu ponuky výrobcov a dopytu kupujúcich, ktorého zmyslom je realizovať výmenu tovarov. Trhový

²¹ Tieto statky skúmal škótsky ekonóm Robert Giffen (1837 – 1910).

s postupným uspokojovaním danej potreby klesá úžitok z každej ďalšej spotrebovanej jednotky (prvý Gossenov zákon).

Pri nákupe viacerých druhov tovarov spotrebiteľ maximalizuje užitočnosť vtedy, keď sú hraničné užitočnosti nakupovaných tovarov v prepočte na peňažnú jednotku rovnaké (druhý Gossenov zákon).

Ordinalistická teória je tiež založená na funkcii užitočnosti, avšak ide o funkciu dvoch premenných, ktorá dáva možnosť vyjadriť preferencie spotrebiteľa. Grafickým vyjadrením takejto funkcie užitočnosti je tzv. **indiferenčná krivka**. Jej sklon vyjadruje substitučný pomer daných tovarov a v ekonomickej teórii ho nazývame **hraničnou mierou substitúcie (MRS) v spotrebe**. Tento pomer matematicky vyjadruje podiel hraničných užitočností daných statkov.

Pre vyjadrenie podmienky maximalizácie úžitku používa ordinalistická teória hraničnú mieru substitúcie v spotrebe a tiež **hraničnú mieru substitúcie vo výmene**, čo je pomer cien, za ktoré sa statky na trhu predávajú. Spotrebiteľ maximalizuje svoj úžitok zo spotreby statkov vtedy, keď sa podiel hraničných užitočností daných statkov rovná pomeru ich cien (druhý Gossenov zákon).

Zmena ceny tovaru na trhu vyvoláva dva efekty, ktoré sa prejavujú v rozhodovaní spotrebiteľa pri nákupe. **Substitučný efekt** vyjadruje skutočnosť, že ak cena jedného tovaru na trhu vzrastie, spotrebiteľ má tendenciu nahraďovať ho iným, lacnejším tovarom. **Dôchodkový efekt** odzrkadľuje dôsledok zmeny ceny statku na reálny príjem spotrebiteľa. Ak cena statku vzrastie, reálny dôchodok spotrebiteľa klesne, keďže si za daný dôchodok kúpi menej tohto drahšieho tovaru.

☞ **Kľúčové slová:** užitočnosť, hraničná užitočnosť, dôchodok, indiferenčná krivka, hraničná miera substitúcie, substitučný efekt, dôchodkový efekt, optimum spotrebiteľa

Úlohy na riešenie a diskusiu

1. Vysvetlite, prečo bod, v ktorom dôchodková priamka pretína indiferenčnú krivku, nie je bodom spotrebiteľského optima.
2. Vysvetlite, prečo sa indiferenčné krivky nemôžu pretínať.
3. Priemerná európska domácnosť má k dispozícii 400 € mesačne na nákup syra a mäsa. Vyjadrite a graficky znázornite dôchodkovú funkciu domác-

Fixné náklady (Fixed Costs – FC) nezávisia od objemu vyrábanej produkcie a vznikajú aj v období, keď podnik nevyrába. Ako príklad môžeme uviesť výdavky na poistenie, platby za prenájom, energie, mzdy administratívnych zamestnancov alebo splácanie úverov. Podnik ich musí uhrádzať bez ohľadu na to, či a koľko vyrába. Znamená to, že fixné náklady zostávajú z krátkodobého hľadiska konštantné bez ohľadu na objem produkcie. Jedinou možnosťou podniku, ako eliminovať svoje fixné náklady, je odísť z trhu.

Variabilné náklady (Variable Costs – VC) sú náklady, ktoré sa s rastúcim objemom produkcie zvyšujú. Sú to výdavky na nákup materiálov, surovín, mzdové náklady výrobných zamestnancov a pod. Ak je produkcia nulová, variabilné náklady sú tiež nulové, avšak s každou vyprodukovanou jednotkou sa ich výška mení.

Fixný alebo variabilný charakter určitého nákladu závisí od časového obdobia, ktoré berieme do úvahy. Už v podkapitole 5.1 sme sa dotkli skutočnosti, že ekonomická teória rozlišuje tri časové obdobia. **Veľmi krátko obdobia** je také, keď sa nedajú uskutočňovať zmeny žiadneho výrobného faktora, z čoho vyplýva, že všetky existujúce náklady sú fixné. **Krátko časové obdobia** predstavuje taký časový úsek, v ktorom niektoré faktory, a tým aj náklady, nemožno meniť (fixné náklady), ale viaceré možno prispôbiť novým podmienkam (variabilné náklady). Podnik má možnosť zvyšovať objem produkcie tým, že nakúpi viac materiálu, zamestná vyšší počet ľudí, nemôže však realizovať investičné rozhodnutia, ako je napríklad výstavba novej výrobnej jednotky. V **dlhom časovom období** sa všetky výrobné faktory, a tým aj s nimi spojené náklady, stávajú variabilné. Pre analýzu nákladov je dôležité uvažovať predovšetkým o krátkom a dlhom období.

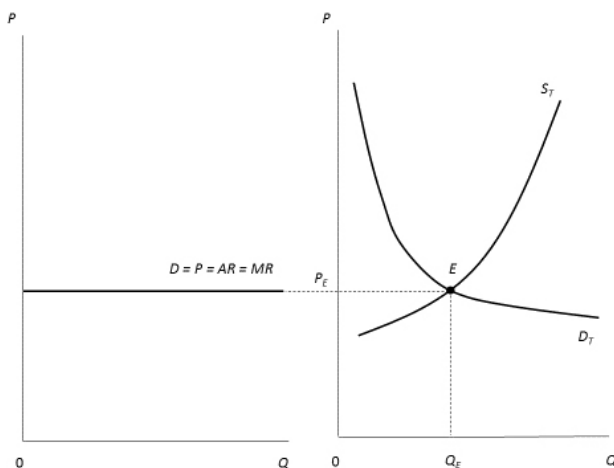
6.2 Náklady v krátkom období

V krátkom časovom období platí, že celkové náklady (*TC*) pozostávajú z fixných nákladov (*FC*) a variabilných nákladov (*VC*) tak, ako sme to uviedli v predchádzajúcej podkapitole. Tí, ktorí riadia podnik, musia vedieť, ktoré jeho náklady majú fixný a ktoré variabilný charakter a ako sa tieto náklady menia, ak by sa zvýšil alebo znížil objem produkcie podniku. Keby sa napríklad vedenie železničnej spoločnosti rozhodlo obmedziť počet jazd vlakov na určitých dráhach o 10 % a odhadnúť, ako by to ovplyvnilo náklady spoločnosti, výsledky odhadu by záviseli od časového úseku, o ktorom by sa uvažovalo. V krátkom období, napríklad v rozpätí niekoľkých nasledujúcich mesiacov, musí železničná spoločnosť jednak rešpektovať platný grafi-

dokonalou mobilitou zdrojov. Všetky podniky sú o situácii na trhu a jej neustálych modifikáciách rovnako dobre informované, čo znamená, že neexistuje žiadna asymetria informácií.

7.1 Maximalizácia zisku podniku

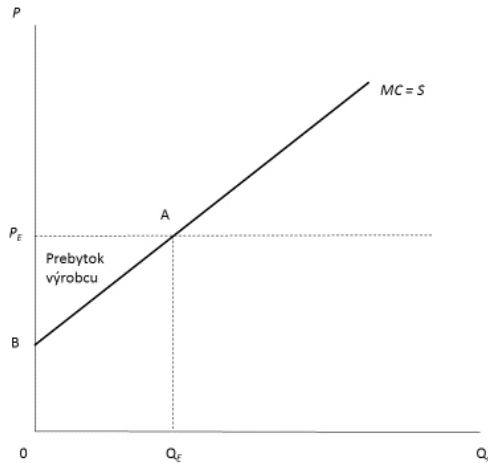
Cieľom podniku je v akomkoľvek konkurenčnom prostredí dosiahovanie čo najvyššieho zisku, a preto aj model dokonalej konkurencie vychádza z tohto predpokladu. Najdôležitejšou skutočnosťou, ktorá podmieňuje rozhodovanie v podmienkach dokonalej konkurencie je, že podnik nemôže ovplyvniť trhovú cenu. Tento predpoklad vychádza z charakteristiky dokonale konkurenčného prostredia, najmä z toho, že na trhu sa nachádza veľké množstvo výrobcov homogénneho produktu a objem produkcie každého z nich tvorí iba nepatrnú časť trhovej ponuky. V dôsledku toho jeden podnik nemôže zmeniť svojimi rozhodnutiami trhovú cenu, resp. ju ovplyvniť. Cena daného produktu je určená dopytom a ponukou na trhu a jednotliví výrobcovia musia túto cenu iba akceptovať. Preto v podmienkach dokonalej konkurencie označujeme výrobcu ako *cenového príjemcu*. Graficky túto situáciu ilustruje obrázok 7.1.



Obrázok 7.1 Individuálna a trhovú krivku dopytu

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Okrem výrobnjej neefektívnosti hovoríme v súvislosti s monopolným výrobcom aj o **alokačnej neefektívnosti**, ktorú môžeme merať pomocou prebytku spotrebiteľa a prebytku výrobcu. Prebytok spotrebiteľa sme vysvetlili v súvislosti s kardinalistickým prístupom k teórii spotrebiteľa (podkapitola 4.1). Podobným spôsobom, ako sme zobrazili prebytok (rentu) spotrebiteľa, môžeme graficky vyjadriť aj **prebytok (rentu) výrobcu**. Ak je výrobca ochotný produkovať určité množstvo daného statku aj za cenu nižšiu, ako je trhová cena P_E , potom každé takéto množstvo predstavuje časť prebytku výrobcu. Keď tieto množstvá vyjadríme v peňažných jednotkách pomocou im zodpovedajúcich cien, dostaneme prebytok výrobcu, ktorý je na obrázku 8.2 vyjadrený plochou trojuholníka P_EAB .



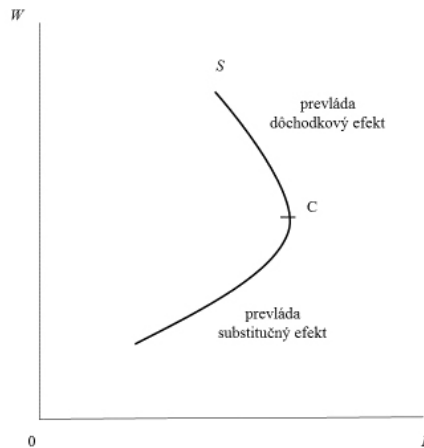
Obrázok 8.2 **Prebytok výrobcu**

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Spojením konceptov prebytku spotrebiteľa a prebytku výrobcu možno vyjadriť spoločenskú stratu vyplývajúcu z neefektívnej monopolnej výroby, čo ukazuje obrázok 8.3.

Monopolista limituje objem svojej produkcie vo výške Q_M a predáva ju za cenu P_M , čím maximalizuje svoj zisk. Keby to bol podnik v dokonalej konkurencii, rovnováha by nastala v bode C, pretože ten predstavuje rovnosť spoločenských hraničných nákladov (MC) a spoločenskej hraničnej užitočnosti (MU) vyjadrenej krivkou dopytu. V tomto bode by bol blaho-

Krivka individuálnej ponuky práce je teda pri rastúcej mzde spätne sa ohýbajúca, ako to vidíme na obrázku 10.1. V spodnej časti krivky najskôr ponuka práce rastie pod vplyvom substitučného efektu. Od bodu C vo vrchnej časti krivky ponuka práce klesá v dôsledku dôchodkového efektu. Treba zdôrazniť, že ide o individuálnu ponuku práce a to, pri akej výške mzdy vystrieda dôchodkový efekt substitučný, závisí od každého jednotlivca, resp. domácnosti. Pre úplnosť pripomíname, že výška mzdy nemusí byť jediným kritériom pri rozhodovaní jednotlivca o množstve ponúkanej práce. Veľmi dôležité sú aj iné nepeňažné faktory, ako napríklad nepracovný príjem, osobná satisfakcia z výkonu určitej profesie, spoločenský status daného povolania, pracovné podmienky, možnosti zvyšovania kvalifikácie alebo ďalšieho postupu atď.⁴⁰

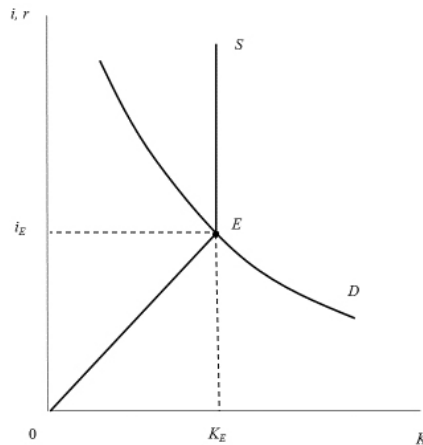


Obrázok 10.1 **Individuálna krivka ponuky práce**

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Kým krivka individuálnej ponuky práce je spätne sa otáčajúca, trhová krivka rastie podľa zákona rastúcej ponuky. Vo všeobecnosti platí, že so zvyšujúcou sa mzdou v danom odvetví bude počet jednotlivcov ponúkajúcich prácu rásť. Preto možno skonštatovať, že trhová krivka ponuky práce vzniká horizontálnym súčtom tých častí individuálnych kriviek ponuky práce, ktoré sú rastúce.

⁴⁰ Soukupová, J. a kol. 2007, s. 414.



Obrázok 11.1 **Krátkodobá rovnováha na trhu peňažného kapitálu**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Samuelson, P. – Nordhaus, W., 2013. *Ekonomie*, s. 293.

V dlhom období je situácia iná. Objem peňazí v ekonomike z roka na rok narastá a rastú aj investície podnikov. Krivka ponuky peňazí (obrázok 11.2) sa teda posúva doprava do polohy S_1 , S_2 a ďalej, čo vyjadruje skutočnosť, že v dôsledku rastu čistých investícií sa zvyšuje zásoba kapitálu. Krivka zároveň nadobúda rastúci tvar, pretože v dlhom časovom období rastie dôchodok aj bohatstvo spoločnosti a domácnosti sú ochotné ponúknuť za vyššiu úrokovú mieru väčší objem úspor. S posunom krivky ponuky teda úroková miera klesá.

Dlhodobá rovnováha na trhu peňažného kapitálu (obrázok 11.2) v priesečníku krivky dopytu a ponuky (E_L) znamená, že čisté úspory zanikli a akumulácia kapitálu je maximálna. Hodnota finančných aktív, ktoré si domácnosti v dlhom období chcú ponechať, sa presne rovná celkovému objemu kapitálu, ktorý si podniky želajú požičať. Inými slovami, v bode dlhodobej rovnováhy je zásoba kapitálu v podnikoch rovnaká ako bohatstvo, ktoré ponúkajú domácnosti.

V tejto podkapitole sme analyzovali trh peňažného kapitálu, resp. peňazí podľa mikroekonomickej teórie. Z makroekonomického hľadiska je ponuka peňazí v ekonomike ovplyvňovaná centrálnou bankou a jej menovou politikou.