



pavel.tuleja@fvp.slu.cz



ÚVSSP



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

FAKULTA VEŘEJNÝCH
POLITIK V OPAVĚ

ZÁKLADY EKONOMIE

TRH A JEHO CHARAKTERISTIKA

TRH A JEHO CHARAKTERISTIKA

V rámci této přednášky se *dozvíte*:

- co je to *trh*,
- jaké má trh *funkce*,
- s jakými *typy trhů* se v reálně fungující ekonomice střetáváme,
- které *subjekty trhu* jsou předmětem studia mikroekonomie,
- jaké jsou *základní prvky* trhu
- a jaké jsou jejich *vzájemné interakce*.

Literatura:

- TULEJA, P., NEZVAL, P., MAJEROVÁ. *Základy mikroekonomie*. Praha: CP Books, 2011. ISBN 978-80-251-3577-8., ss. 30-46



TRH, SMĚNA A CENA

- *trh* je uspořádáním, v jehož rámci dochází ke směně statků a služeb, tj. k jejich nákupům a prodejům.
- jako *zboží* označujeme statky a služby, které jsou určeny ke směně.
- *směnu dělíme* na:
 - *naturální (barterový obchod)*
 - a *peněžní,*
- *peníze* jsou zvláštním druhem zboží, jež je označováno jako *všeobecný ekvivalent směny,*
- *cena* je směnou hodnotou vyjádřenou v penězích.



- *základní funkcí trhu* je optimální alokace zdrojů, přičemž tuto optimalizaci zpravidla umožňuje cena.
- trh odpovídá na *tři otázky*:
 - *co vyrábět,*
 - *jak vyrábět*
 - *a pro koho vyrábět,*
- z hlediska *územního* trhy dělíme na trh:
 - *místní (regionální, oblastní),*
 - *národní*
 - *a světový trh.*



TYPY TRHŮ

- z hlediska *předmětu koupě* trhy dělíme na trh:
 - *statků a služeb,*
 - *výrobních faktorů*
 - a *trh peněz,*
- z hlediska *množství a druhu sledovaného zboží* trhy dělíme na trh:
 - *dílčí,*
 - a *agregátní.*



SUBJEKTY TRHU

- *ekonomické subjekty* jsou účastníky daného trhu, tj. subjekty, které vstupují na trh s různými cíli, a to jak na straně nabídky, tak na straně poptávky.
- v mikroekonomii analyzujeme chování pouze *tří ekonomických subjektů*, a to:
 - *domácností,*
 - *firem*
 - a *státu.*



SUBJEKTY TRHU

- ekonomické subjekty vstupují na trhu do vzájemných interakcí, které mají podobu *hospodářského koloběhu*,
- *cena* je směnou hodnotou vyjádřenou v penězích.

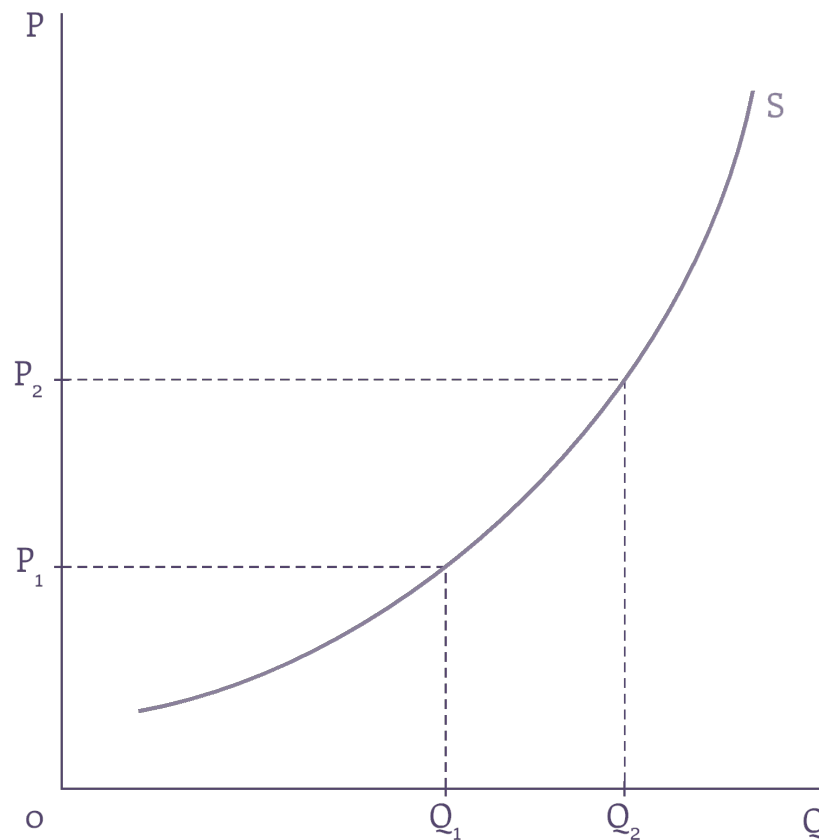


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - NABÍDKA

- *nabídka* je souhrnem všech zamýšlených prodejů s nimiž přicházejí prodávající na trhu.
- *nabídku dělíme* na:
 - *individuální (s)*,
 - *tržní (S)*
 - a *agregátní (AS)*.
- musíme *rozlišovat mezi nabídkou a nabízeným množstvím*.



2-1: KŘIVKA NABÍDKY

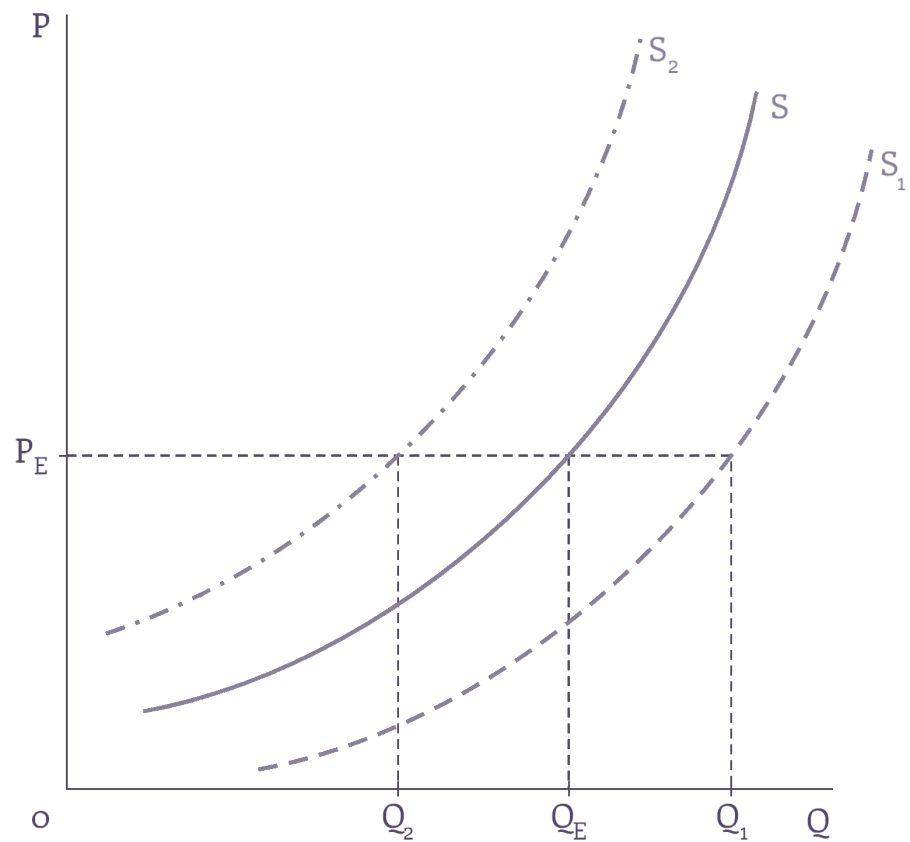


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - NABÍDKA

- pohyby ceny způsobují *posun po nabídkové křivce* → *zákon rostoucí nabídky*.
- *křivky nabídky* mění svou *polohu* v důsledku změny:
 - *technologie,*
 - *nákladů,*
 - *cen substitutů,*
 - *výše daní a dotací,*
 - *očekávání ekonomických subjektů*
 - a *změnou počtu prodávajících.*



2-2: POSUN KŘIVKY NABÍDKY

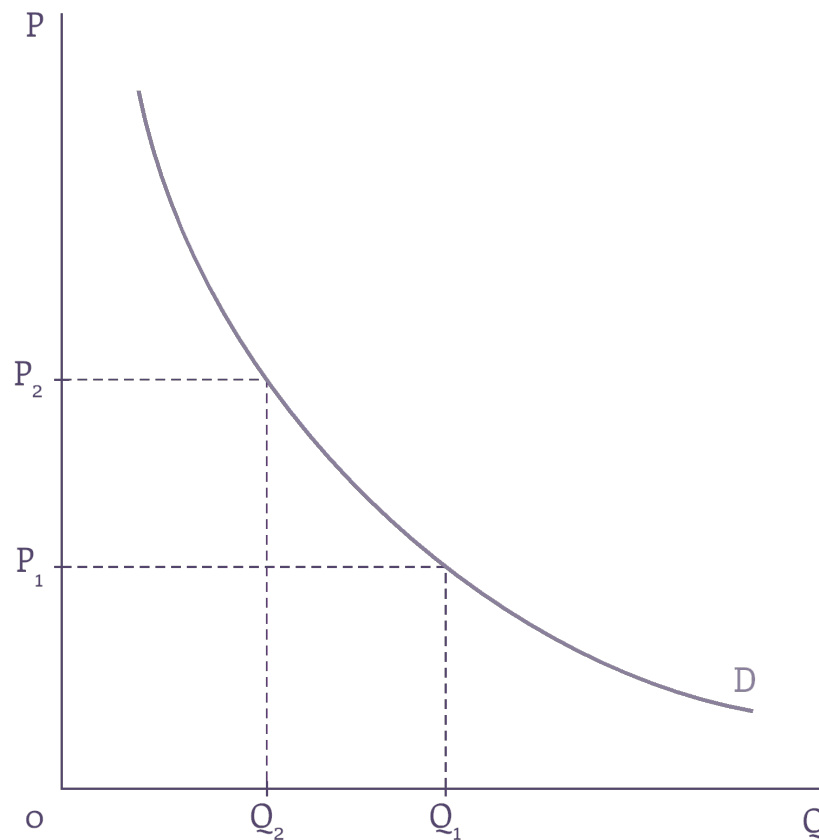


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - POPTÁVKA

- *poptávka* je souhrnem všech zamýšlených koupí s nimiž přichází kupující na trh.
- *poptávku dělíme* na:
 - *individuální (d)*,
 - *tržní (D)*
 - a *agregátní (AD)*.
- musíme *rozlišovat mezi poptávkou a poptávaným množstvím*.



2-3: KŘIVKA POPTÁVKY

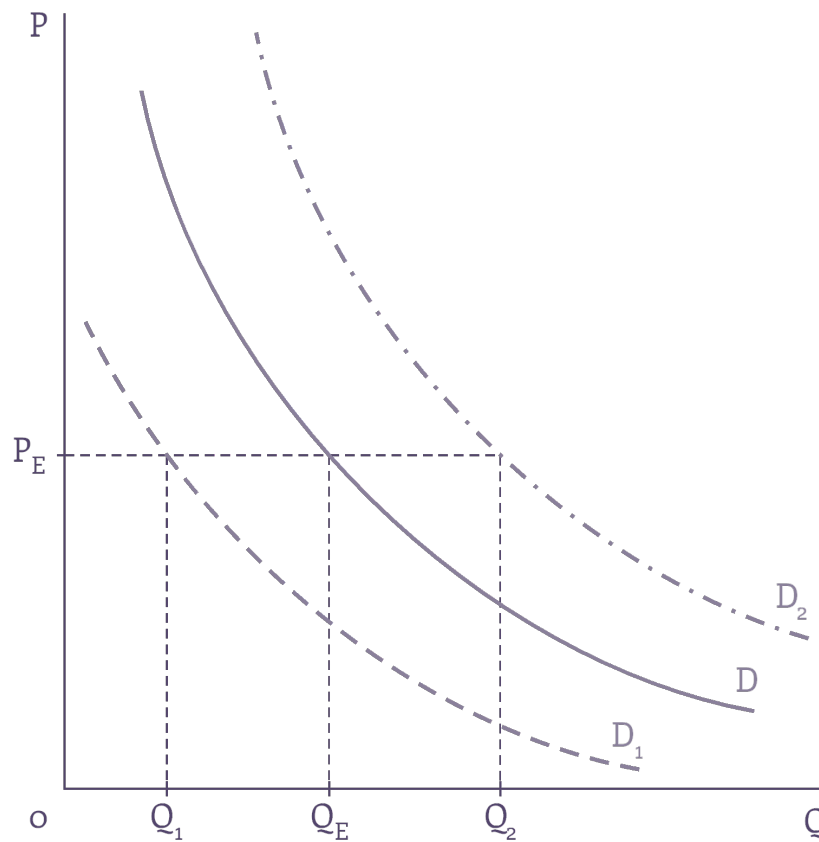


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - POPTÁVKA

- pohyby ceny způsobují *posun po poptávkové křivce* → *zákon klesající poptávky*.
- k posunu po křivce poptávky dochází *v důsledku působení:*
 - *substitučního efektu*
 - a v důsledku působení *důchodového efektu*,
- *křivka poptávky* mění svou *polohu* v důsledku změny:
 - *preferencí spotřebitele*,
 - *důchodu spotřebitele*,
 - *cen substitutů a komplementů*,
 - *očekávání domácností*
 - a *změnou počtu kupujících*.



2-4: POSUN KŘIVKY POPTÁVKY

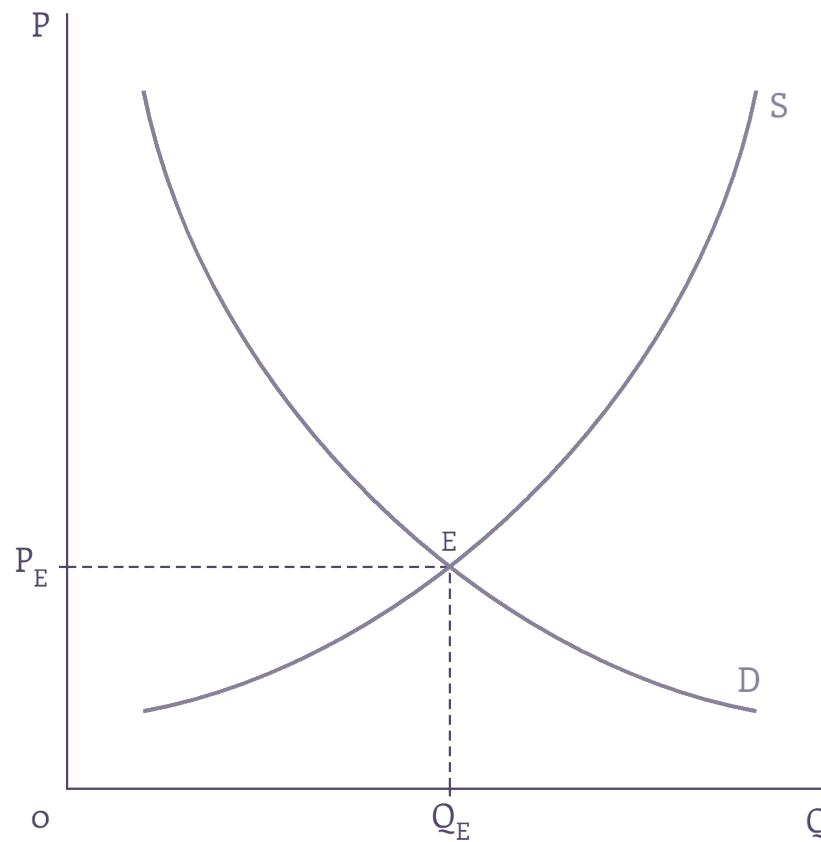


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - CENA

- *cena*, která vzniká na trhu, je výsledkem střetávání nabídky a poptávky po daném zboží.
- *bod rovnováhy (E)* je bodem v němž množství produkce, které odpovídá tomuto bodu, označujeme jako *rovnovážné množství (Q_E)* a cenu jako *rovnovážnou cenu (P_E)*.



2-5: ROVNOVÁHA NA TRHU

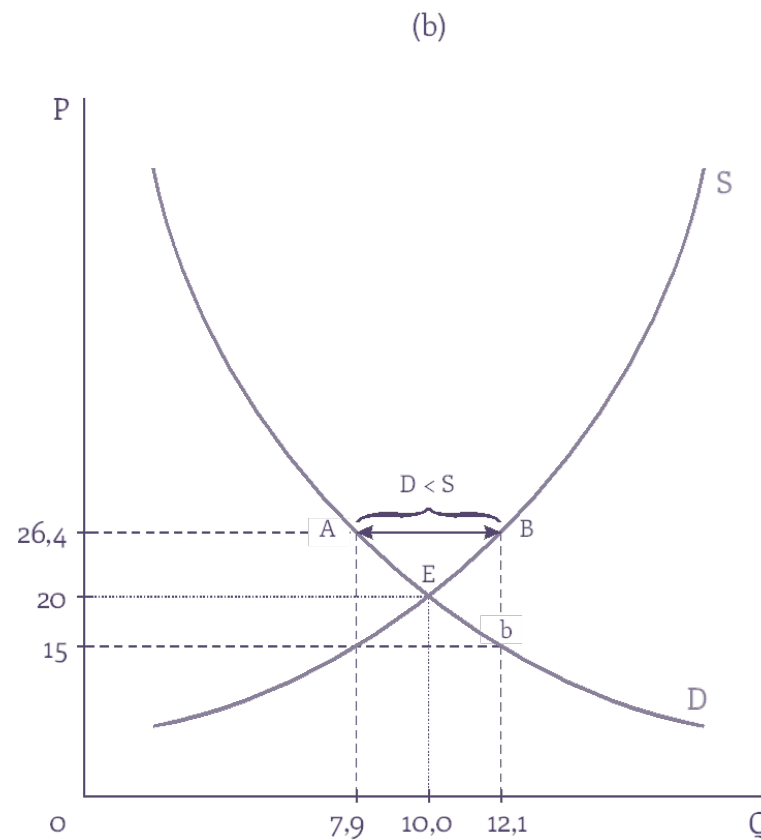
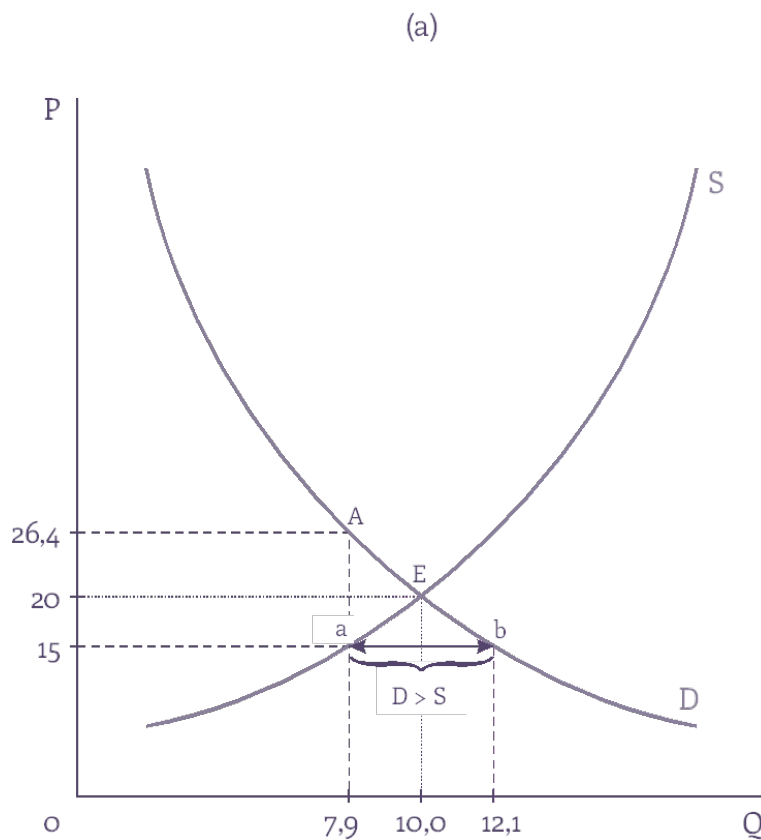


ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - CENA

- *rovnováha na trhu* je situací, kdy při dané ceně nabízející prodají přesně takové množství zboží, které chtějí při této ceně prodat a poptávající nakoupí přesně takové množství zboží, které chtějí při této ceně spotřebovat.
 - *tržní nedostatek* ($D > S$)
 - a *tržní nadbytek* ($D < S$).



2-6: PROCES UTVÁŘENÍ CENY V PŘÍPADĚ TRŽNÍHO NEDOSTATKU (A) A TRŽNÍHO NADBYTKU (B)



ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - CENA

- *rovnovážné ceny* je možné dosáhnout až za určitý časový úsek a působením celé řady souvislostí, ovlivněných vzájemnými vazbami nabídky, poptávky a ceny.



ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - KONKURENCE

- *konkurence* je procesem střetávání různých, většinou protichůdných, zájmů různých tržních subjektů.
- *konkurence napříč trhem* je situací kdy bude jeden subjekt chtít prodat příslušnou produkci za co možná nejvyšší cenu, kdežto druhý bude chtít tuto produkci koupit za cenu co možná nejnižší. Konkurence napříč trhem.



ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - KONKURENCE

- *konkurence na straně nabídky* se dělí na konkurenci:
 - *cenovou*
 - a *necenovou*.
- *konkurence na straně poptávky*.
- konkurence *podle charakteru tržního prostředí* se dělí na konkurenci:
 - *dokonalou*
 - a *nedokonalou*.



ZÁKLADNÍ PRVKY TRHU - KONKURENCE

- mezi *nedokonale konkurenční tržní prostředí* řadíme:
 - *monopol,*
 - *oligopol*
 - a *monopolní (monopolistickou) konkurenci.*
- *otázka: „Může všechny výše uvedené funkce plnit také jiný, tj. netržní systém?“*

