

Soukromá střední průmyslová škola elektrotechnická
spol. s r.o.

TRH

www.euroekcepm.sk

Žatec
1999

E.4A

Bílek Viktor

Trh

Počátky rozvoje trhu spadají až k samým počátkům vývoje lidského společenství.

Již s první dělbou práce lidé potřebovali vyměňovat (a později prodávat a nakupovat) výrobky, které vyrobili, za ty, jež sami nevyráběli či vyrobit neuměli.

Příkladem historického rozvoje trhu byl i tradiční jarmark či tržička. Nabízelo se zde různé zboží, ale i výrobky stejné povahy (např. boty). Jarmark byl místem, kde každý výrobce mohl zjistit, co vyrábí sused a s jakými náklady, a tudíž za jakou cenu nabízí své zboží. Vznikaly tak první reálné konkurenční vztahy.

Rovněž se zde všichni, kdo nabízeli zboží (nabídka), přesvědčovali, jaký je o jejich zboží zájem (poptávka), a podle toho zvyšovali či snižovali ceny svého zboží. Tržní vztahy tak dostávaly všeobecný charakter.

S rozvojem dělby práce, s vývojem výrobních sil, s výstavbou cest apod. překonávaly trhy svoji územní odloučenost, docházelo k jejich vzájemnému propojování a prolínání. Vznikal tak postupně trh národní a mezinárodní.

Se vznikem národního trhu také rostl ekonomický význam státu. Stát se uplatňoval například jako ochránce národního trhu. Prostřednictvím cla většinou chránil slabé domácí výrobce apod.

Obecně je tedy trh taková oblast ekonomiky, kde mezi sebou jednotlivé ekonomické subjekty směňují zboží a služby.

Tržní subjekty

Tržní subjekty jsou :

1. Domácnosti

Vystupují na trhu především jako kupující, kteří chtějí uspokojit některou svoji potřebu. Protože jsou domácnosti rovněž vlastníky výrobních faktorů (vlastní půdu, práci, kapitál, ...) vystupují zároveň jako prodávající. Tyto výrobní faktory prodávají firmám.

2. Firmy (podniky)

Vystupují na trhu zboží a služeb jako kupující - nakupující od domácností výrobní faktory (kapitál, práci a půdu) nutné k výrobě, aby mohly vzápětí prodávat vyrobené zboží nebo poskytovat služby. Cílem jejich účasti na trhu není uspokojování firemních potřeb, ale maximalizace zisku.

3. Stát

Je specifickým subjektem trhu, který vystupuje na trh od počátku své existence. Na trhu vystupuje jako prodávající faktor (prostřednictvím státních firem) i jako kupující faktor (prostřednictvím státních zakázek - např. obrana, budování dopravních komunikací atd.). Specifická úloha státu v tržní ekonomice se uplatňuje především prostřednictvím

zásahů státu do ekonomiky, jejichž cílem je ovlivnit průběh reprodukčního procesu.

Tržní mechanismus

Co se má vyrábět (kolik výrobků vyrobit, kde je vyrobit, vyrábět pouze drahé nebo jenom levné výrobky, ...).

Jak budou výrobky vyrobeny (z jakých zdrojů, kdo je vyrobí, ...).

Pro koho jsou výrobky určeny.

Stručně řečeno : **CO, JAK a PRO KOHO VYRÁBĚT.**

Tržní mechanismus tvoří tři prvky - Poptávka, nabídka a cena.

Typy trhů

Trh rozlišujeme na dílčí a agrární trh.

Dílčí trh - je, trh na kterém se prodává a kupuje jediné zboží (oděvy, ropa, automobily, ...). Toto členění například umožní lépe sledovat, jak změna v poptávce po určitém zboží ovlivní jeho cenu.

Agrární trh - je trh veškerého zboží. Trh můžeme dělit podle prodávaného a nebo kupovaného předmětu na :

- trh výrobků a služeb (trh zboží)
- trh peněz (finanční trh)
- trh práce
- trh cenných papírů

Trh výrobků a služeb

Poptávka na trhu výrobků a služeb

Na trhu výrobků a služeb vystupují především dva základní subjekty :

- výrobci (firmy)
- spotřebitelé (domácnosti)

Hlavní postavení na tomto trhu mají spotřebitelé. Jejich zájem koupit či naopak nekoupit konkrétní zboží (nebo službu) vlastně rozhoduje o tom, co se bude vyrábět. Proto Základem analýzy trhu výrobků a služeb je chování spotřebitele.

Spotřebitel kupuje na trhu výrobky a služby s cílem maximalizovat užitek, který mu spotřeba přináší. Při svém rozhodování o koupi je spotřebitel ovlivňován dvěma veličinami:

- mírou uspokojení svých potřeb (užitek, který spotřeba přináší)
- náklady, které je nutno vynaložit na koupi. Velikost těchto nákladů je vyjadřována v peněžních jednotkách.

-
-
-

Nabídka na trhu výrobků a služeb

Firmy, které prodávají zboží a služby, představují v tržní ekonomice nabídku.

Každá firma vystupující na trh musí řešit dva základní problémy:

- jaké zboží vyrábět a kolik ho vyrobit
- Jaké výrobní faktory při výrobě použít

Chce-li firma v tržní ekonomice obstát, musí docílit toho, aby vstupy byly menší než výstupy. Pouze tehdy firma funguje efektivně a dosahuje zisku, který je cílem každého tržního výrobce.

Trh peněz

Peníze jsou jakákoliv věc, která slouží ke směně či k placení.

Poptávka peněz

Dělí se do dvou kategorií :

Transakční poptávka - domácnosti potřebují kupovat potraviny, platit nájem, elektřinu, plyn, atd. Podniky potřebují peníze k platbám za suroviny, materiál, na mzdy, atd. Tyto potřeby vytvářejí transakční poptávku po penězích. Tato poptávka je závislá na výši důchodů a úrovni cenové hladiny na trzích zboží a služeb.

Nabídka peněz

Nabídka peněz je tvořena jednak hotovostními penězi, jednak bankovními depozity s různou mírou likvidity. V podmínkách existence oběhu papírových peněz a depozitních peněz (peníze v podobě vkladů u nějaké peněžní instituci) je významnou měrou nabídka peněz z velké míry ovlivněna úvěrovou činností obchodních bank. Z těchto důvodů je nabídka peněz velmi těsně svázána s vývojem úrokové míry.

Trh práce

Práce je specifický výrobní faktor. Jeho specifičnost je dána tím, že je určen mimoekonomickými faktory (biologickými, demografickými atd.).

Cena tohoto faktoru je mzda, je na dokonale konkurenčním trhu ovlivňována stejně jako v případě ostatních výrobních faktorů nabídkou a poptávkou.

Poptávka po práci je není chápána jako zájem pracovníků pracovat, ale jako zájem zaměstnavatelů zaměstnat.

Nabídka nepředstavuje nabídku pracovních míst ze strany zaměstnavatelů, ale nabídka práce ze strany domácností či jednotlivců, ochotných pracovat.

Trh cenných papírů

Trh s cennými papíry je významnou oblastí kapitálových trhů. Obchod s cennými papíry má své specifické zákonitosti. Základem tohoto trhu jsou především široce používané cenné papíry.

Trh cenných papírů se rozděluje na :

- primární
- sekundární.

Na primárním trhu jsou cenné papíry emitovány. Emitent cenného papíru (banky, firmy, obce, stát, ...) umísťuje na trhu právo, které je s cenným papírem spojeno. Kupující je investor, který chce své peníze uložit do cenných papírů. Primární trh se někdy nazývá trhem nových cenných papírů.

Sekundární obchod se realizuje jako burzovní a mimoburzovní obchod.

Selhání trhu

Selhání trhu práce - nezaměstnanost

Poruch na trhu práce se projevují tím, že část práce schopného obyvatelstva nenachází zaměstnání. Rozsah nezaměstnanosti vyjadřujeme prostřednictvím míry nezaměstnanosti.

Selhání trhu zboží a služeb

Porucha na trhu zboží a služeb se projevuje tím, že když je rozsah produkce vyšší než celková produkce, jsou náklady vyšší než příjem z realizace této produkce. To představuje pro firmu ztráty.

Selhání trhu s cennými papíry

Porucha na trhu zboží a služeb se projevuje tím, že ceny cenných papírů budou klesat. Neboli cenné papíry ztrácí svou hodnotu a stávají se prodělečnými. Toto však neplatí pro všechny cenné papíry, jen například pro akcie.

Seznam použité literatury

1. Viktor BÍLEK; sešit na Ekonomiku; vydal V.BÍLEK; 1998.
2. Autorský kolektiv Obchodní akademie; EKONOMIE; vydalo nakladatelství ORFEUS; 1992.
3. David GOWLAND; MAKROEKONOMIE; vydalo nakladatelství VICTORIA PUBLISHING; 1995.
4. Jiří BLAŽEK; ZÁKLADY EKONOMIE; vydalo nakladatelství DOPLNĚK; 1996.
5. Kolektiv autorů z Vysoké školy ekonomické v Praze; EKONOMICKÁ ENCYKLOPEDIE /1/; vydalo nakladatelství SVOBODA; 1972.
6. Kolektiv autorů z Vysoké školy ekonomické v Praze; EKONOMICKÁ ENCYKLOPEDIE /2/; vydalo nakladatelství SVOBODA; 1972.