

# Trh a tržní mechanismus

Materiál byl vytvořen v rámci projektu  
**Nové výzvy, nové příležitosti, nová škola**

*Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním  
fondem a státním rozpočtem České republiky*



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Trh

**Trh** je oblast (místo), kde se střetává nabídka (prodávající) a poptávka (kupující) a utvářejí se ceny. Na trhu dochází k výměně statků a služeb či výrobních faktorů mezi subjekty ekonomiky.

## Subjekty ekonomiky

- **Domácnosti** - spotřebitelé; jejich cílem je co nejvíce uspokojit své potřeby. Vlastní výrobní faktory, které poskytují podnikům za odměnu (důchod). Tento důchod pak směřují za statky a služby, pomocí nichž uspokojují své potřeby.
- **Podniky** - zabývají se výrobou, obchodem, poskytováním služeb. Ve většině případů se snaží maximalizovat zisk. Výsledky své činnosti prodávají domácnostem, odměnou je pro ně zisk.
- **Stát** - specifický subjekt trhu, který vstupuje do ekonomiky s cílem ovlivnit ji pro veřejný prospěch. Stát vystupuje na trhu jednak jako domácnost (nakupuje pro svou a veřejnou potřebu), jednak jako podnik (vyrábí a prodává).
- **Zahraníční subjekty** - domácnosti, podniky a vlády, které vstupují do národní ekonomiky zvenčí. Ve svých vztazích překračují státní hranici.

## Druhy trhů

Existuje velké množství trhů, které lze dělit podle různých hledisek.

### 1. Podle velikosti trhu

- **trh místní (regionální)** - trh malé geografické oblasti, např. města nebo okresu
- **trh národní** - trh na úrovni jednoho státního celku
- **trh světový (globální)** - vzniká propojením národních trhů

### 2. Podle množství směňovaného zboží

- **trh dílčí** - obchoduje se na něm pouze s jedním druhem zboží
- **trh agregátní** - je trhem veškerého zboží

### 3. Podle předmětu směny

- **trh výrobků a služeb** - trh spotřebních statků a trh kapitálových statků
- **trh výrobních faktorů** - trh práce, půdy, kapitálu
- **trh finanční** - trh peněžní, trh kapitálový, trh devizový; trh bankovní, trh cenných papírů

*Poznámka.*

**Trh peněžní** - obchoduje se na něm s peněžními prostředky se splatností do 1 roku (hotovost, krátkodobé úvěry, vklady na účtech, vklady na vkladních knížkách, krátkodobé cenné papíry)

**Trh kapitálový** - soustřeďuje se na peněžní prostředky se splatností nad 1 rok (termínované vklady, dlouhodobé bankovní úvěry, dlouhodobé cenné papíry)

**Trh devizový** - se soustřeďuje na valuty (bankovky a mince jiných států), devizy (pohledávky znející na cizí měnu), zlato



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Struktura trhu

Jednotlivé trhy se od sebe mohou lišit díky různým podmínkám → počet a velikost firem, druh nabízeného zboží, počet kupujících, snadný či nesnadný vstup na trh.

Důležitou roli na jednotlivých trzích hraje **konkurence**. Konkurence představuje boj subjektů, které přicházejí na trh o míru splnění vlastních cílů.

Subjekty přicházejí na trh s různými cíli. Plnění cíle jednoho subjektu obvykle omezuje ostatní subjekty nebo sťažuje plnění jejich cílů.

### Formy konkurence

- **konkurence napříč trhem** - konkurenční boj mezi prodávajícími a kupujícími. První chtějí prodat za co nejvyšší cenu, druzí naopak usilují o dosažení co nejnižší ceny
- **konkurence na straně poptávky** - vzájemné soupeření kupujících o co nejlevnější nákup. Sílí v okamžiku nedostatku zboží, což vede k růstu ceny.
- **Konkurence na straně nabídky** - nejsilnější forma konkurence; podniky usilují o maximalizaci svého zisku, ale také o snížení vlivu jiných podniků, popřípadě se snaží jeden druhého vytlačit z trhu. Většina trhů je dnes přebytkových, což zostřuje konkurenci mezi nabízejícími.

### Dělení konkurence

#### 1. Podle metody konkurenčního boje

- **cenová** - nástrojem konkurenčního boje je snižování prodejní ceny
- **necenová** - využívá jiných nástrojů konkurenčního boje, než je snižování ceny. Např. zvyšování kvality produkce, poskytování doprovodných služeb a výhod, reklama apod.

#### 2. Podle podmínek na trhu

- **dokonalá** - na trhu je mnoho výrobců, kteří nabízejí stejný výrobek. Je zcela volný vstup a výstup podniků z odvětví. Výrobci nemohou ovlivnit cenu produkce, zisk realizují prostřednictvím snižování výrobních nákladů. V praxi se nevyskytuje.
- **Nedokonalá** - která se dále člení podle počtu nabízejících na:
  - monopolní konkurence - velká skupina výrobců nabízí výrobky, které se od sebe vzájemně odlišují a mohou se tedy lišit i cenově. Zákazníci si vybírají, srovnávají kvalitu s cenou. Cenové rozdíly nejsou příliš velké, protože je volný vstup do odvětví a zákazník má možnost změnit prodávajícího.
  - oligopol - malý počet firem v odvětví, každá disponuje určitou silou. Podniky společně brání vstupu dalších firem do odvětví a uměle udržují nedostatek zboží, čímž jsou schopny prodávat za vyšší ceny.
  - monopol – jediný podnik v odvětví, který má plnou kontrolu nad prodejní cenou. Při rozhodování je omezen pouze poptávkou. V této situaci tržní mechanismy zcela selhávají, proto jsou monopolní trhy regulovány státem.



## Tržní selhání

Tržní selhání nastává, pokud trh neplní všechny své funkce, není schopen vyřešit tři základní otázky (co, jak, pro koho).

### Příčiny tržního selhání:

1. všechny formy nedokonalé konkurence
2. veřejné statky a služby
3. externality
4. nedokonalé informace - jedna strana ví více než druhá, je zvýhodněna

### Veřejné statky a služby

- spotřeba statku někým, nemá vliv na to, jaké množství tohoto statku mohou spotřebovávat ostatní
- není možné (nebo extrémně nákladné) neplaticího spotřebitele vyloučit ze spotřeby statku

**Externality** - vedlejší účinky trhu na subjekty, které se daného tržního vztahu neúčastní, výroba nebo spotřeba jednoho subjektu způsobuje nezamýšlené náklady nebo přínosy jiným subjektům

- a) pozitivní externality - činnost jednoho subjektu přináší prospěch jinému subjektu a ten náklady s ním spojené nemusí hradit (např. přivedení infrastruktury, včely chované pro med opylují ovocné sady zemědělců apod.)
- b) negativní externality - činnost jednoho subjektu přináší náklady jinému subjektu, které mu nejsou hrazeny a přitom z nich současně nezískává žádnou výhodu (např. poškozování životního prostředí podnikatelskou činností)

## Tržní mechanismus

Vzájemný vztah mezi domácnostmi a firmami můžeme podrobněji objasnit na *schématu tržního mechanismu*:

