

MVŠO

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC 

Mikroekonomie

2. Tržní mechanismus

Omar Ameir

Cíle prezentace:

- **definovat trh jako základní mechanismus tržního hospodářství pramenící z dělby práce**
- **vymezit základní elementy trhu**
- **popsat typy trhů**

Osnova prezentace

1. Trh a jeho význam
2. Základní tržní elementy
3. Typy trhů

1. Trh a jeho význam

- **Vznik trhu:**
 - problém omezených zdrojů (VF) a neomezených ekonomických potřeb;
 - nutnost efektivního rozdělení a využití zdrojů ➔ možností, jak efektivně rozdělit a využít zdroje je mnoho;
 - vznik základních ekonomických otázek:
 - Co?
 - Jak?
 - Pro koho?

1. Trh a jeho význam

- **Vznik trhu:**
 - v tržním hospodářství na tyto otázky odpovídá trh;
 - díky trhu se střetávají prodávající a kupující (aby určili množství a cenu zboží);
 - trh vznikal postupně, nevědomě a spontánně jako „vedlejší produkt“ činnosti lidí;
 - podstatným impulsem utváření trhu byla dělba práce;
 - s ohledem na vyspělost lidské společnosti je trh nezbytný (dosud nejdokonalejší poznáný mechanismus, který může regulovat a stimulovat ekonomický i společenský rozvoj).


1. Trh a jeho význam

- **Dělbá práce:**
 - **postupný přirozený posun k formování tržních principů a vztahů (přirozený důsledek historického vývoje procesu výroby – každý se postupně specializoval);**
 - **rozčlenění výrobního procesu na jednotlivé etapy, pracovní činnosti nebo pracovní operace;**
 - **s dělbou práce (specializací) se stále více objevoval problém výměny (směny) výrobků a činností mezi jednotlivými výrobci;**

1. Trh a jeho význam

- **Dělba práce:**
 - specializace ve výrobě a tvorba produkčních přebytků tak nutně vedla k potřebě směny ➡ vznik trhu.
 - dělba práce představuje specializaci různých lidí na výrobu různých statků;
 - tím, že se každý výrobce specializuje v souladu se svými individuálními schopnostmi, dochází k růstu efektivity výroby (produkce).

1. Trh a jeho význam

- **Dělbba práce:**
 - význam dělby práce:
 - specializace účastníků výroby (produkce);
 - efektivnější využívání zdrojů (VF) ➔ úspora zdrojů;
- 
- zvyšování účinnosti práce ➔ zvyšování efektivity výroby (produkce):
 - mj. jednodušším přenosem zkušeností (snižováním tzv. nákladů na učení);
 - úspory z rozsahu, protože vyrobím více.

1. Trh a jeho význam

- **Dělba práce:**
 - **Adam Smith považoval dělbu práce a specializaci za hlavní zdroj ekonomického růstu (růstu bohatství).**
 - **Ale pozor!!! Extrémní specializace vyžadující příliš jednostrannou a monotónní aktivitu člověka, snižuje pracovní motivaci a zvyšuje psychickou a fyzickou deformaci.**

1. Trh a jeho význam

- **Trh:**
 - mnoho definic;
 - prostor střetu nabídky s poptávkou;
 - mechanismus uspořádání tržních aktivit;
 - proces směny.
- **Tržní subjekty:**
 - nabízející a kupující (účastníci trhu – domácnosti, firmy a stát);
 - účastníci trhu vstupují na trh s různými cíli a vystupují jak na straně nabídky, tak na straně poptávky.

2. Základní tržní elementy

- **Stěžejní tržní elementy jsou nabídka a poptávka.**
- **Tyto dva elementy mají protichůdné zájmy, tzn., nabízející chtějí co nejvíce prodat za co nejvyšší cenu a prodávající zase koupit co nejvíce zboží co nejlevněji.**



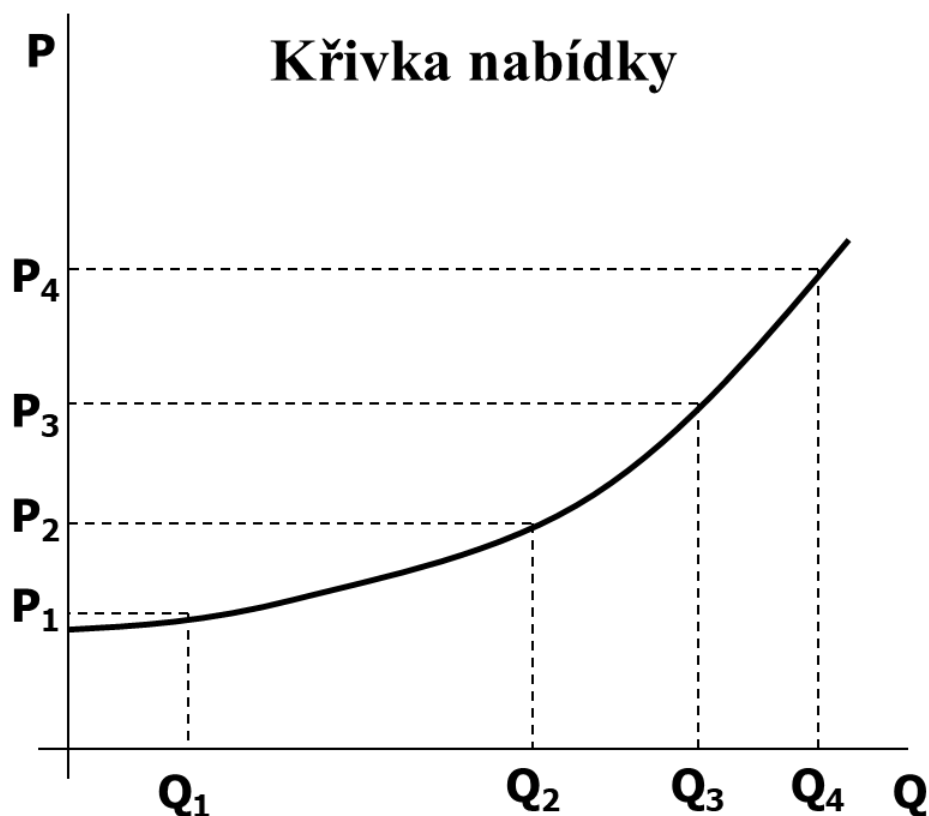
- **Lze sledovat další důležitý prvek, se kterým se na trhu běžně setkáváme, a tím je konkurence.**

2. Základní tržní elementy

- **Nabídka.**
 - značíme S (angl. supply);
 - vyjadřuje přímou závislost ceny a množství zboží ➔ rostoucí funkce;
 - souhrn všech zamýšlených prodejů, se kterými ekonomické subjekty vstupují na trh;
 - **Tři typy:**
 - individuální,
 - tržní;
 - agregátní.

2. Základní tržní elementy

- Nabídka.



- Objem nabídky (nabízené množství zboží) (Q) je závislý na ceně (P).
- Cena = nezávislá proměnná.
- Objem nabídky = závislá proměnná.
- Vztah mezi těmito dvěma proměnnými vyjadřuje křivka nabídky.

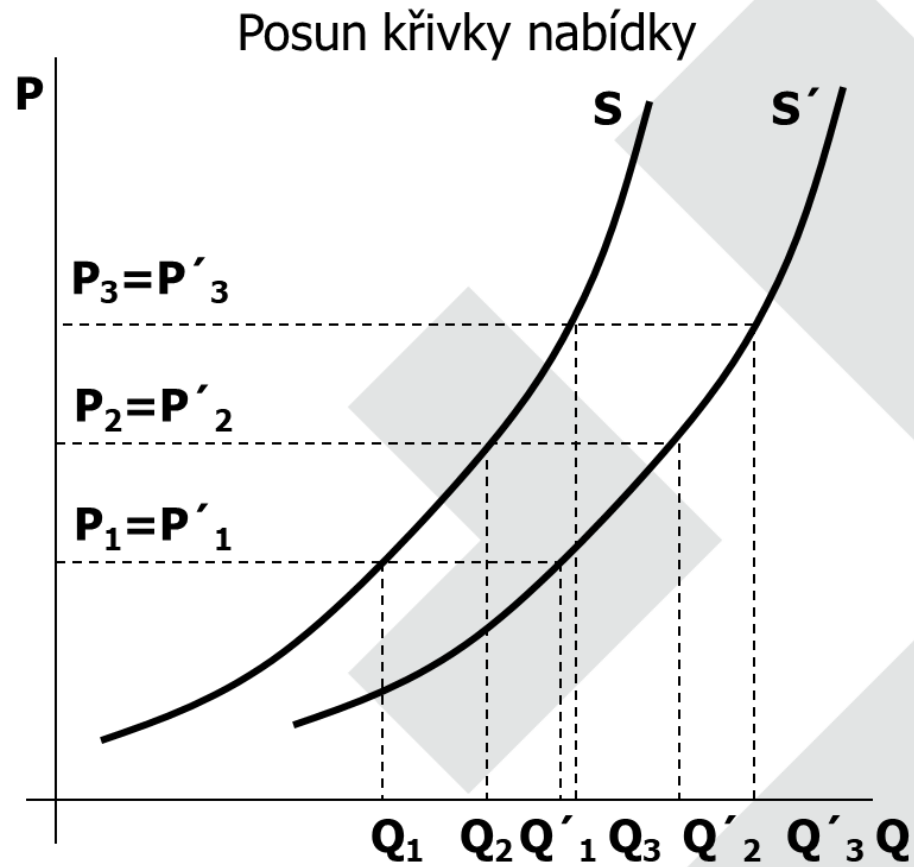
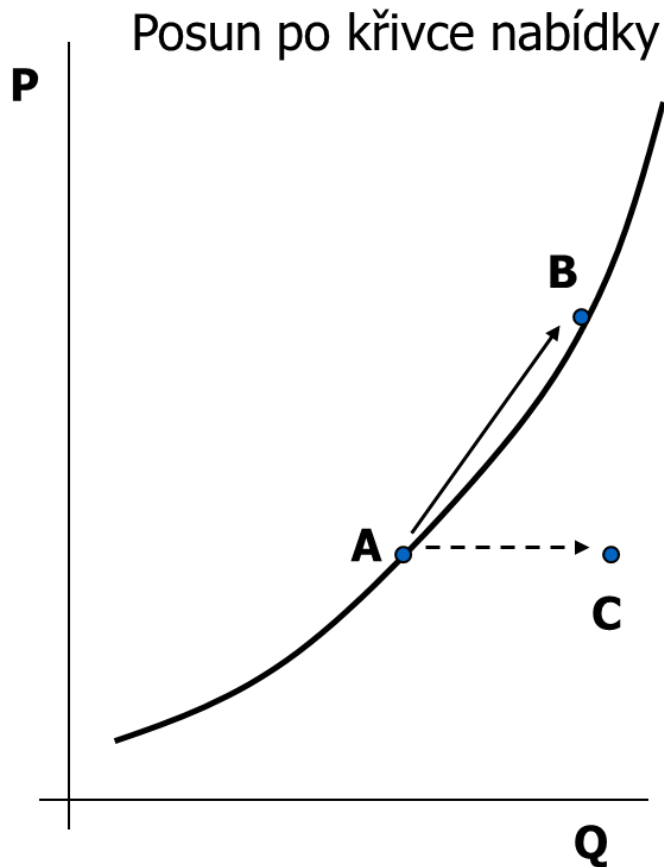
2. Základní tržní elementy

- **Nabídka versus nabízené množství:**
 - **nabízené množství:**
 - část nabídky, určující její objem či velikost při konkrétní výši ceny;
 - graficky představuje bod na křivce;
 - **nabídka:**
 - dána vztahem ceny a množství;
 - graficky představuje celá křivka.

2. Základní tržní elementy

- **Nabídka:**
 - Platí zákon rostoucí nabídky, který říká, že růst ceny vyvolává růst nabízeného množství a naopak, pokles ceny znamená pokles nabízeného množství, protože:
 - růst cen vyvolá zvýšený zájem o výrobu, přiláká další výrobce, vyvolá zájem o růst výroby u těch, kteří dříve vyráběli méně (ne ale do nekonečna, viz motivační funkce ceny);
 - růst cen = vyšší ceny = vyšší příjmy = možnost nakoupit větší množství dodatečných výrobních faktorů = rozšíření výroby.
 - Změna nabízeného množství: cena je faktorem, který v grafickém vyjádření způsobuje posuny po křivce, posuny z jednoho bodu ležícího na křivce nabídky do bodu druhého.
 - Změna nabídky: jiné vlivy než cenové způsobují posuny celé nabídky, posuny křivky doleva nebo doprava (výrobní náklady, ceny substitutů, přírodní vlivy, tržní změny či jiné podmínky).


2. Základní tržní elementy



2. Základní tržní elementy

- **Typy nabídky:**
 1. **Individuální nabídka** - nabídka jednoho výrobce, určená objemem výroby tohoto výrobce a zamýšlenými cenami jeho výrobků.
 2. **Tržní (dílčí) nabídka** (market supply, S – o té jsme doposud hovořili) – nabídka jediného výrobku od různých výrobců, souhrn nabídek na trhu jednoho výrobku.
 3. **Agregátní nabídka** (aggregate supply, AS) – souhrn všech zamýšlených prodejů, se kterými přicházejí výrobci na trh (určená objemem výroby všech výrobců a cenami, za které chtějí své výrobky prodat).

2. Základní tržní elementy

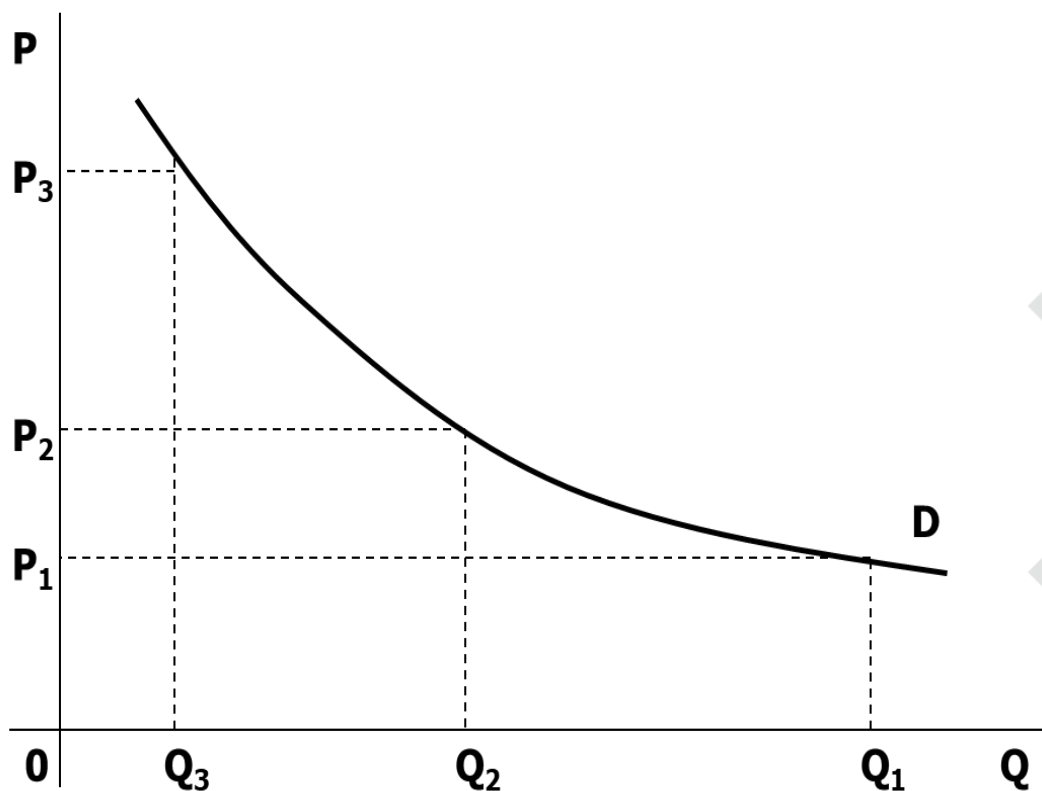
- **Poptávka:**
 - značíme D (angl. demand);
 - čím je cena produktu (statku) nižší, tím je pro kupujícího (spotřebitel/zákazník) tento produkt lákavější (až na drobné výjimky);
- 
- vyjadřuje nepřímou závislost ceny a množství zboží ➔ klesající funkce;
 - zákon klesající poptávky: při vyšší ceně produktu klesá jeho poptávané množství;

2. Základní tržní elementy

- **Poptávka:**
 - **Dva efekty (dvě příčiny) zákona klesající poptávky:**
 - **Důchodový efekt:** spotřebitel v důsledku zdražení produktu nakupuje méně, protože se mu snížil reálný důchod;
 - **Substituční efekt:** roste pravděpodobnost nákupu jiného produktu, kterým lze zdražený produkt nahradit;

2. Základní tržní elementy

- Křivka poptávky:



- Objem poptávky (poptávané množství zboží) (Q) je závislý na ceně (P).
- Cena = nezávislá proměnná.
- Objem poptávky = závislá proměnná.
- Vztah mezi těmito dvěma proměnnými vyjadřuje křivka poptávky.

2. Základní tržní elementy

- **Poptávka:**
 - **Velikost poptávaného množství: je dána konkrétní výší ceny.**
 - **Změna velikosti poptávaného zboží: změny ceny způsobují posuny po křivce poptávky.**
 - **Změna poptávky (celé křivky): jinými než cenovými vlivy je způsoben posun celé poptávkové křivky vpravo či vlevo (např. změnou nominální výše důchodu, změnami v cenách jiných statků, které jsou substituty či komplementy, vkus, móda, sezónnost aj.).**

2. Základní tržní elementy

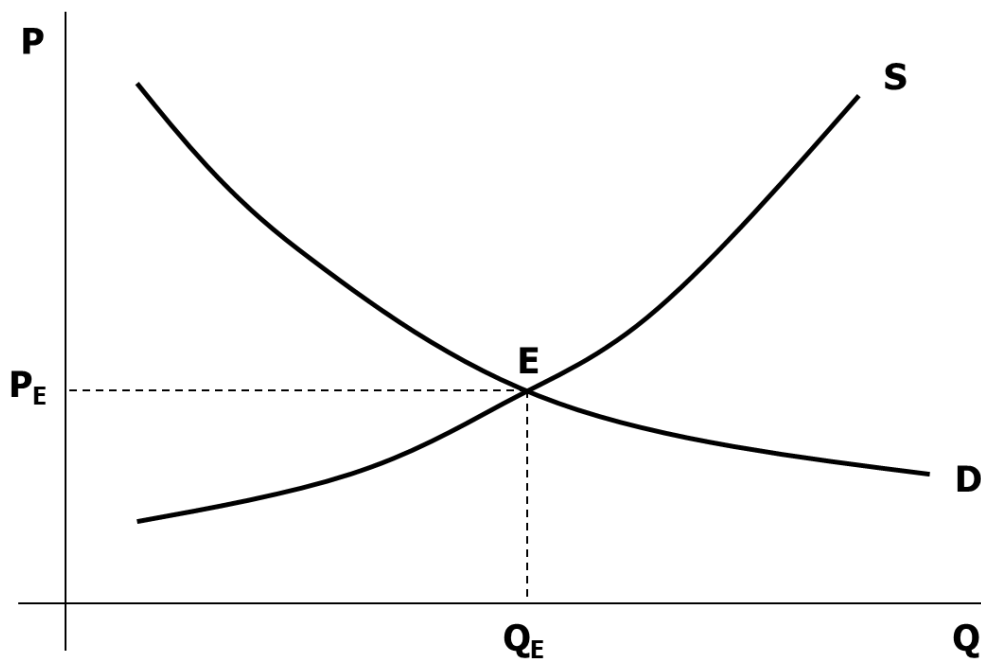
- **Typy poptávky:**
 1. **Individuální poptávka** - poptávka jednoho spotřebitele nebo poptávka po zboží jednoho výrobce.
 2. **Tržní (dílčí) poptávka (market demand, D)** – poptávka po jediném výrobku od různých výrobců, souhrn poptávek na trhu jednoho výrobku.
 3. **Agregátní poptávka (aggregate demand, AD)** – souhrn všech zamýšlených nákupů, se kterými přicházejí kupující na trh.

2. Základní tržní elementy

- **Tržní rovnováha (formování ceny):**
 - **anglicky equilibrium (E);**
 - **rovnováha mezi poptávající (kupující) a nabízející (prodávající) stranou trhu;**
 - **na tržní rovnováhu a fungování tržního mechanismu lze také nahlížet jako na schopnost vyřešit tři základní ekonomické problémy (Co? Jak? Pro koho?), jejichž prostřednictvím dochází k racionální alokaci vzácných zdrojů.**

2. Základní tržní elementy

- Tržní rovnováha (formování ceny):
 - rovnováhu vyjadřuje vztah: $S = D$



- E: tržní rovnováha (splňuje podmínku rovnosti nabídky a poptávky, tedy nabízeného a poptávaného množství).
- P_E : rovnovážná cena (cena, která odpovídá tržní rovnováze).
- Q_E : rovnovážné množství zboží (poptávané a nabízené množství zboží se shoduje).
- P_E , tedy rovnovážná cena, má „čistící“ funkci (vyčišťující cena, trh čistící cena), neboť vyčišťuje trh od přebytečných nabídek a poptávek.

2. Základní tržní elementy

- Směna a funkce ceny:

- S rozvojem dělby práce a specializace (viz výše) se objevuje problém výměny činností (statků/zboží/produktů) mezi jednotlivými specializovanými výrobci.



- Produktem dělby práce je proto směna.




- Ekonomický systém se stává složitějším, vzájemně provázanějším a citlivějším na poruchy v souhře jednotlivých prvků systému.

2. Základní tržní elementy

- Směna a funkce ceny:
 - Rozvoj směny zároveň **zpětně vytváří nové podněty pro další rozvoj dělby práce** (s prohlubováním dělby práce a specializace výrobců se opět posiluje tržní mechanismus).
 - V dávných dobách docházelo k **vyměňování produktů bez použití peněz** (naturální směna – bezprostřední, přímá směna jednoho výrobku za výrobek jiný, tzv. barter)
 - **musí existovat významnější shoda potřeb zúčastněných ekonomických subjektů** než v případě směny při použití peněz (nalezení dohody o směňovaných množstvích statků a na směnných poměrech).

2. Základní tržní elementy

- Směna a funkce ceny:
 - S rostoucím množstvím statků, které je nutno v celé ekonomice směňovat, je pro každého prodávajícího mnohem **obtížnější nelézt partnera ke směně** (který chce ve stejném okamžiku koupit přesně stejný druh, stejné množství nabízeného zboží a za shodný výměnný poměr).
- 
- Přejít na směnu pomocí platidel (peněz).

2. Základní tržní elementy

- **Směna a funkce ceny:**
 - **Směnná hodnota:** kvantitativní poměr, ve kterém se určité zboží směňuje na trhu s ostatními.
 - **Cena:** směnná hodnota vyjádřená v penězích (specifická forma směnné hodnoty).
 - **Cena poskytuje reálnou informaci pouze tehdy, porovnáváme-li různé ceny různého zboží navzájem.**
 - **V této souvislosti hovoříme o relativních cenách. Výraz „relativní cena“ zdůrazňuje tu skutečnost, že cena porovnává hodnotu různých zboží navzájem.**

2. Základní tržní elementy

- **Směna a funkce ceny:**
 - Ekonomická teorie dodnes nedokázala jednoznačně vyřešit otázku, co určuje velikost směnné hodnoty, respektive výši ceny.
 - Nicméně záhadnost mechanismů, které utvářejí velikost směnné hodnoty a výši ceny nebrání tržnímu mechanismu, aby správně fungoval a plnil své funkce.
 - Cena a její výše plní řadu funkcí, např.:
 - vyjadřuje hodnotu zboží a výrobních zdrojů;
 - stanovuje tržní rovnováhu;
 - signalizuje, které produkty a výrobní faktory jsou na trhu ceněné a které nikoliv.

2. Základní tržní elementy

- **Směna a funkce ceny:**
 - **Dvě základní funkce ceny:**
 - a) **informační;**
 - b) **motivační.**

2. Základní tržní elementy

- **Směna a funkce ceny:**

Ad a) Informační funkce ceny:

- informace o relativní výhodnosti (dostupnosti) jednoho produktu ve vztahu k relativní vzácnosti jiného produktu (zdražený produkt);
- koordinace chování a rozhodování ekonomických subjektů na trhu.

Ad b) Motivační (alokační) funkce ceny:

- motivuje producenty ke zvýšení produkce výhodnějších produktů na úkor vzácných produktů.

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**
 - Souboj, rivalita, střet.
 - V ekonomické rovině se jedná o střet (většinou) protichůdných zájmů různých subjektů na trhu.
 - Oblast tohoto střetu = konkurenční prostředí.
 - Aktéři (konkurenti) sledují vlastní zájmy a cíle bez ohledu na cíle ostatních (většinou dokonce na jejich úkor).
 - Konkurenční prostředí: nutná podmínka pro zdravé fungování trhu.

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**
 - **Tři typy konkurenčního boje (konkurenčního prostředí):**
 1. **konkurence na straně nabídky;**
 2. **konkurence na straně poptávky;**
 3. **konkurence napříč trhem.**

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**

Ad 1. Konkurence na straně nabídky:

- střet producentů ➡ snaha prodat na trhu co největší množství zboží za co nejvýhodnějších podmínek (nejznámější forma konkurence);
- **Cíle producentů:**
 - maximalizace zisku (nejčastější cíl);
 - oslabení pozice svých konkurentů;
 - zesílení bariér vstupu;
 - dosažení většího podílu na trhu apod.

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**

- Ad 1. Konkurence na straně nabídky:**

- **formy:**

- **cenová** – snižování ceny zboží výrobcem s cílem zničit konkurenty (zdánlivě nesmyslné, dlouhodobě neudržitelné);
 - **necenová** – různé postupy, např. přístup k zákazníkovi, kvalita, reklama, obalová politika, servis a služby navíc;

- **součástí je i dělení na konkurenci dokonalou a nedokonalou (speciální kapitola).**

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**

Ad 2. Konkurence na straně poptávky:

- **střet poptávajících na trhu (méně známá forma konkurence);**
- **každý spotřebitel chce nakoupit co nejvíce zboží co nejlevněji, aby dosáhl svého primárního cíle, maximalizace užitku;**
- **tato forma konkurence se vyskytuje zejména při nedostatku zboží (existuje-li převis poptávky nad nabídkou, tzn. poptávka je vyšší než nabídka).**

2. Základní tržní elementy

- **Konkurence:**

Ad 3. Konkurence napříč trhem:

- strana nabídky a poptávky se spolu střetávají se svými protichůdnými zájmy (nejméně známá forma konkurence);
- jedná se o logickou skutečnost – spotřebitel chce koupit co nejvíce co nejlevněji, ale výrobce chce prodat také za co nejvýhodnějších podmínek;
- podstata: kompromisní řešení, aby výrobci nerealizovali přebytky, musí snižovat cenu podle zájmu poptávky. Poptávající si zase nepřejí nedostatek zboží na trhu, tudíž jsou ochotni přistoupit na vyšší cenu (čekáme na tržní rovnováhu).

3. Typy trhů

- **Trhy dělíme podle hlediska (kritéria):**
 1. **územního;**
 2. **počtu zboží (které je na trhu prodáváno);**
 3. **koupě a prodeje.**

3. Typy trhů

Ad 1. Územní hledisko (koresponduje s reálným ekonomickým životem společnosti):

a) Trh místní:

- dnes méně častá forma trhu;
- obecní tržiště, jarmarky nebo tradiční malé obchůdky v malé obci;
- příklady:
 - místní plodiny a živočišné produkty (farmářské ovoce a zelenina, domácí vejce, jogurty apod.);
 - krajové pokrmy (speciality) související s místní tradicí nebo s místními přírodními zdroji (Štramberké uši, Hořické trubičky apod.);
 - tradiční místní řemesla (kováři, řezbáři apod.).

3. Typy trhů

Ad 1. Územní hledisko:

b) Trh národní:

- **trh v rámci státního celku;**
- **vznikl splynutím místních trhů (rozvoj dělby práce a dopravy) – dříve byly pouze trhy místní;**
- **k úplnému splynutí (jako u místních trhů) jednotlivých národních trhů nedochází (autonomie národních trhů a ochranná funkce státu ve vztahu ke svým národním producentům) – slučování do mezinárodních uskupení ale představuje částečné splynutí národních trhů.**

3. Typy trhů

Ad 1. Územní hledisko:

c) Trh světový:

- představuje skutečnost, že autonomie národních trhů je částečně omezená;
- rozvoj dělby práce si vynutil specializaci nejen v rámci jednotlivých národních ekonomik, ale i v mezinárodním měřítku ➡ mezinárodní obchod a světový trh.

3. Typy trhů

Ad 2 Hledisko počtu zboží (teoretická abstrakce pro lepší pochopení ek. souvislostí):

a) Trh dílčí:

- nabídka a poptávka (prodej a nákup) jediného druhu produktu;
- pomocí tohoto dělení trhu je možné definovat nabídku a poptávku jako základní tržní kategorie a jejich souvislosti.

b) Trh agregátní:

- trh veškerého zboží.

3. Typy trhů

Ad 3 Hledisko koupě a prodeje (opět teoretická abstrakce pro lepší pochopení ek. souvislostí):

- a) Trh produktů (výrobků a služeb) – trh finální produkce;
 - b) Trh výrobních faktorů (trh lidského kapitálu, trh půdy a trh finančního kapitálu);
 - c) Trh peněz (velmi úzce souvisí s trhem kapitálu – ne všemi ekonomy je brán v potaz).
-
- **Při studiu ekonomie je potřebné se orientovat, na jakém trhu se ve svých úvahách nacházíme (vyvarování se chyb a nejasností).**

Děkuji za pozornost