

Trh a jeho charakteristika

Trh je oblast, která určuje pravidla, podle nichž dochází k výměně činností mezi jednotlivými účastníky trhu prostřednictvím směny zboží. Směnu zprostředkovávají peníze. Na trhu se střetává poptávka a nabídka.

Funkce trhu

Trh vytváří podmínky, na jejichž základě jsou rozhodnutí jednotlivých ekonomických subjektů sladěna tak, že to umožňuje úspěšně odpovědět na otázky:

Co vyrábět?

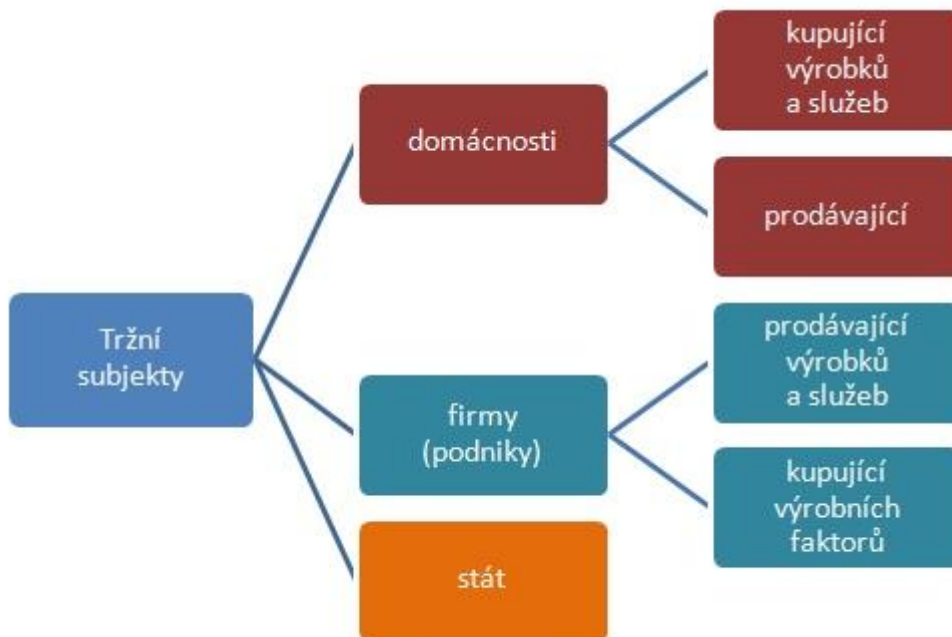
Jak vyrábět?

Pro koho vyrábět?

Trh se tak stává nejdokonalejším regulátorem a stimulatorem ekonomického rozvoje.

Tržní subjekty

Na trhu se setkávají kupující a prodávající, aby prostřednictvím peněz směnili své výrobky a služby. Protože se tyto subjekty zúčastňují trhu, hovoříme o tržních subjektech.



Účast státu v ekonomice se zaměřuje zpravidla na:

1. udržování tržního prostředí
 - a) Obchodní zákoník
 - b) Živnostenský zákon
 - c) Daňové zákony
 - d) Zákoník práce aj.
2. udržování rovnoměrného vývoje ekonomiky
 - a) ovlivňuje růst nebo pokles spotřeby a investic – podněcuje nebo tlumí hospodářský růst
 - b) zmírňuje hloubku výkyvů ve vývoji ekonomiky
3. ochranu životního prostředí
4. poskytování obecně prospěšných statků
 - a) organizace územně správních celků (dříve rozpočtové organizace)
 - b) organizace, které samostatně hospodaří s majetkem státu a které se nezaměřují na zisk (obrana státu, čištění a údržba komunikací, veřejné osvětlení, péče o městskou zeleň aj.)
5. péčí o sociálně potřebné skupiny obyvatelstva

Stát svoji hospodářskou a sociální politiku uplatňuje pomocí **přímých nástrojů** (příkazů, zákazů), ale především pomocí **nástrojů nepřímých** (daní, cla, výdajů státního rozpočtu apod.).

Typy trhů

Ekonomické subjekty (podniky, domácnosti) se setkávají převážně na trhu, kde mezi nimi dochází k výměně zboží.

Podle toho, co je předmětem koupě a prodeje rozeznáváme:

1. Trh zboží a služeb
 - a) Trh spotřebních statků
 - b) Trh kapitálových statků
2. Trh výrobních faktorů (tj. trh práce, půdy a kapitálu)

3. Trh finanční

- a) Trh peněžní – netermínované vklady krátkodobé úvěry, směnky aj.
- b) Trh kapitálový – střednědobé a dlouhodobé termínované vklady a úvěry aj.
- c) Trh devizový - devizové prostředky jsou peněžní prostředky v cizí měně ve formě valut nebo deviz

Podle vztahu nabídky a poptávky rozlišujeme:

1. Trh nasycený – nabídka je větší než poptávka
2. Trh nenasyčený – nabídka je menší než poptávka

Podle míry zapojení ekonomiky do mezinárodní dělby práce rozeznáváme:

1. Trh otevřený – pokud velká část produkce, zejména zpracovatelského průmyslu, směřuje se zahraničím
2. Trh uzavřený – podíl směny domácí produkce se zahraničím je nízký

Podle množství druhů zboží a služeb na trhu známe:

1. Trh agregátní (celková) – trh veškerého zboží
2. Trh dílčí – trh jednoho druhu zboží

Z hlediska územního se trh člení na:

1. Trh místní
2. Trh národní
3. Trh světový

Z hlediska konkurence rozlišujeme:

1. Trh konkurenční – soutěž domácích i zahraničních dodavatelů o získání odběratele
2. Trh monopolizovaný – jde o výsadní postavení jednoho dodavatele na trhu

Konkurence

Konkurence je forma hospodářské soutěže mezi výrobci či prodávajícími nebo kupujícími. Na jejím základě dochází ke zvyšování technické úrovně, kvality, užitnosti, produkce, rozšiřování výroby, a tím ke snižování cen. Konkurence motivuje k inovaci výrobků, prodeje i služeb.



Cenová konkurence – podstatou je využívání tvorby cen jako nástroje konkurenčního boje.

Necenová konkurence – jde především o metody konkurenčního boje založené na kvalitě, technické úrovni výrobku, designu apod.

Dokonalá konkurence – na trhu působí velké množství malých firem, z nichž žádná nemá významný podíl na trhu.

Monopol – jediná firma tvoří celou nabídku odvětví.

Přirozený monopol – vzniká tendence k monopolu (zpravidla místnímu) přirozeně, protože jedna firma vyrábí levněji než více firem.

Oligopol – vyznačuje se malým počtem firem vyrábějících celou nebo převážnou většinu nabídky odvětví.

Monopolistická konkurence – vyznačuje se velkým množstvím malých nebo středních podniků. Výrobky jednotlivých firem jsou diferencovány. Výrobek každé firmy má do jisté míry odlišné vlastnosti, které jsou často pro tuto firmu typické.