



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

Kraj Vysočina



Téma: Podstata fungování tržní ekonomiky – 6. část

Vypracovala: Ing. Jana Wasserbauerová

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN EVROPSKÝM SOCIÁLNÍM FONDEM A STÁTNÍM ROZPOČTEM ČESKÉ REPUBLIKY.



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

Trh

Trh je společenské uspořádání směny statků a služeb. Dochází zde ke koupi a prodeji.

Podle toho, co se směňuje rozlišuje se:

- trh výrobků a služeb
- trh práce
- finanční trh

Z hlediska druhu a objemu množství:

- dílčí
- agregátní

Trh

Na trhu se sjednává cena, která je dohodou mezi kupujícím a prodávajícím. Z hlediska prodávajícího je ideální cena, která pokryje náklady na pořízení zboží a obsahuje zisk pro prodejce. Čím bude zisk vyšší, tím prodávající se bude snažit nabídnout více produktů, bude se zvyšovat výroba. Nepokryje-li cena výrobní náklady, dochází ke ztrátě u prodejce, výroba se bude snižovat.

Kupující naopak chce, aby cena byla co nejnižší. Zda-li zboží koupí, závisí na výši jeho důchodů (příjmů).

Trh

Trh plní funkci:

- informativní (prostřednictvím cen)
- stimulující (růst či zánik výroby)
- rozdělovací (přerozděluje důchody mezi jednotlivé subjekty)

Informativní funkce trhu

- o výši důchodů (roste-li cena s důchody, nedojde k poklesu poptávky)
- o nákladech na výrobu statku (cena by měla pokrýt nákladu na výrobu a distribuci)
- zájem o výrobek či službu → využití volného času lidí

Stimulující funkce trhu

Výrobce nabízí za cenu pokrývající náklady na výrobu a distribuci statku. Zároveň chce vydělat, proto cena obsahuje zisk. Je-li cena nižší, nemá výrobce snahu vyrábět, naopak bude-li mít z výroby statku velký zisk, bude výrobu rozšiřovat.

Přerozdělující funkce trhu

- Poptávku představují lidé, kteří přišli na trh koupit zboží za své důchody.
- Peníze z důchodů jsou tak přerozdělovány mezi výrobce (prodejce) zboží.
- Výrobci za tyto důchody kupují jiné zboží nebo výrobní faktory.

Literatura

- ZLÁMAL, Jaroslav. MENDL, Zdeněk.
Ekonomie nejen k maturitě – obecná ekonomie. 2. vydání. Kralice na Hané.
Computer Media s.r.o.. 2008. 128 s. ISBN
978-80-86686-98-1