

**Otázka:** Tržní mechanismus

**Předmět:** Ekonomie

**Přidal(a):** karolína

## **ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ SYSTÉMY**

=Lidé potřebují nalézt systém, který umožňuje spojovat jejich síly směrem k dosažení svých cílů a efektivně využívat dostupné zdroje. Hovoříme o ekonomickém systému

**Ekonomické systémy se liší tím, jak odpovídají na základní tři ekonomické otázky.**

### **1) Co a kolik se bude vyrábět**

- každá společnost má jen omezené zdroje (viz hranice produkčních možností) a musí se rozhodnout, co a kolik vyrobí, aby zajistila své přežití a případně další rozvoj

### **2) Jak a s jakým rozdělením zdrojů se bude vyrábět**

- každá společnost má volbu technologií, opět záleží na zvážení, jaké výrobní faktory má společnost k dispozici a co považuje za nejefektivnější

### **3) Jak se členové společnosti o výsledný produkt rozdělí?**

- každý ze členů společnosti chce získat svůj podíl na vyrobených statcích, aby přežil, aby si

zvýšil životní úroveň, zde záleží na vlastnických vztazích výrobních faktorů

**Dosud poznané systémy:**

### **ZVYKOVÝ SYSTÉM**

**Co a kolik?** se má vyrábět rozhoduje vůdce kmene (rada starších apod.), dle zvyků daného kmene.

**Jak a s jakými zdroji** se bude vyrábět také rozhoduje vůdce kmene.

**Rozdělování vyrobeného produktu** je v počátcích **podle potřeb** členů kmene, **později** už ale lidé zdokonalují své nástroje, technologické postupy a dělbu práce a vzniká nadprodukt, který si přivlastňují **nejmocnější jedinci kmene**.

Rozhodování o základních ekonomických je tedy závislé na schopnostech a vůli jedinců, je subjektivní. Může být chybné.

Tento ekonomický systém naleznete např. v centrální Austrálii, Africe, nebo u kmenů amazonského pralesa.

### **PŘÍKAZOVÝ SYSTÉM**

**Co a kolik** se bude vyrábět rozhoduje politická špička (úzký okruh nejvýše postavených lidí) a své rozhodnutí většinou formuluje do závazného plánu.

**Jak a s jakými zdroji** opět rozhoduje elita v podobě plánu.

**Rozdělování** vyrobeného produktu je podle pravidel stanovených rovněž touto špičkou.

Příkazový systém je extrémem , který lze v čisté podobě najít velmi zřídka. Často je spojen s omezováním vlastnických vztahů.

Nevýhodou: rozhodování je závislé na schopnostech a vůli jedinců, proto může být chybné

Výhodou: rychlá schopnost aktivizovat všechny zdroje společnosti ve vyhocených situacích

## **TRŽNÍ SYSTÉM**

**Co a kolik** se bude vyrábět rozhoduje **trh a jeho zákony** ( zákon nabídky a poptávky) nezávisle na chtění jednotlivců a skupin.

**Jak a s jakými zdroji** se bude vyrábět rozhoduje trh a jeho zákony.

**Rozdělování** vyrobeného produktu je dáno **úspěšností na trhu** (úspěšný vydělá, neúspěšný prodělá). Kdo se neúčastní procesu výroby, nemá nárok na existenční zabezpečení - čistý tržní systém neřeší přerozdělování pomocí státního rozpočtu.

Tržní systém je extrémem s opačnými charakteristikami, než je příkazový systém. V tomto **systému vše řeší trh** a jednotlivci se tomuto systému podřídí nebo zde nejsou schopni existence. **Objektivitu** fungování tržních principů (tzv. neviditelná ruka trhu) označují všichni příznivci tohoto ekonomického systému jako jeho největší klad.

**Nevýhody** tohoto ekonomického systému - funguje pouze v podmínkách **dokonalé konkurence**. V současné době je silně deformován existencí monopolů. Tržní systém nebere **ohledy** k těm, kteří z různých důvodů nemohou pracovat.

## **V PRAXI SE SETKÁVÁME S EKONOMICKÝMI SYSTÉMY „SMÍŠENÝMI“**

Smíšené systémy **kombinují** výše popsané ekonomické systémy s tím, že prvky některého z nich převažují.

Současný ekonomický systém ČR označujeme za **tržní systém**, ovšem s **řízenými zásahy státu** tam, kde tržní mechanismus selhává.

Přechod od jednoho ekonomického systému k jinému označujeme jako **transformační období**.

## **TRH**

- je v ekonomice prostor, kde dochází ke směně statků a peněz
- původně byl trh vyhrazené místo, kde se v pravidelných intervalech scházeli lidé, aby navzájem směňovali (tržiště)
- setkávají se zde kupující a prodávající

### **Jak rozdělujeme trh?**

#### **a) podle předmětu koupě a prodeje**

- trh produktů (výrobky, služby)
- trh peněz (souvisí s trhem kapitálu)
- trh výrobních faktorů (práce, půda, kapitál)

#### **b) podle vztahu poptávky a nabídky**

- trh nasycený ( $N > P$ )
- trh nenasycený ( $N < P$ )

### **c) podle vztahu k zahraničí**

- trh otevřený (trh se zahraničím obchoduje)
- trh uzavřený (trh je před zahraničím uzavřen a neobchoduje s ním)

### **d) podle postavení dodavatelů**

- trh konkurenční (soutěž o získání zákazníků)
- trh monopolizovaný (výsadní postavení má 1 nebo několik dodavatelů, kteří se dohodnou)

## **Tržní subjekty**

### **a) domácnosti**

- kupující výrobků a služeb ale i jeho prodávající

### **b) podniky**

- prodávající výrobků a služeb a kupující výrobních faktorů

### **c) stát**

- specifický subjekt trhu
- prodávající prostřednictvím stát. firem a kupující prostřednictvím stát. zakázek a stát. institucí

## **POPTÁVKA**

- suma zboží, tzn. statků a služeb, které jsou kupující ochotni nakoupit při určité ceně

dělení:

a) individuální

- poptávka jednoho kupujícího po určitém statku, službě

b) díličí:

- poptávka lidí z určitého regionu po určitém statku, službě a je součtem všech individuálních poptávek

### **Efekty poptávkové křivky:**

**a) důchodový efekt**

- je-li důchod kupujících daný, mohou koupit při nižších cenách větší množství zboží a naopak

**b) substituční efekt**

- při zvýšené ceně lidé mění strukturu své potřeby

### **Faktory ovlivňující poptávku:**

- **cena**

- nejdůležitější faktor, v případě změny se posouvá po křivce

### - ostatní faktory

- změny ceny substitutů a komplementů
- změny v populaci
- změny v zájmech lidí
- příjmy kupujících

reklama a informovanost

### NABÍDKA

suma zboží, za kterou jsou prodávající ochotni prodávat

dělení:

#### a) individuální

- nabídka jednoho výrobce jednoho statku, služby

#### b) díličí

- nabídka všech výrobců v určitém regionu a je součtem všech individuálních nabídek

#### c) agregátní

- nabídka všech výrobců všeho druhu zboží
- s rostoucí cenou roste nabídka zboží = **zákon nabídky**

- výrobci mohou s danými zdroji měnit strukturu výroby -> při zvyšování ceny sledovaného výrobku zvýší jeho podíl a sníží podíl jiných výrobků

- do odvětví vstoupí noví výrobci -> ti výrobci, co mají vysoké náklady a při nižších cenách se jim nevyplatí vyrábět dané výrobky

### Faktory ovlivňující nabídku

- cena

- nejdůležitější faktor, v případě změny se posouvá po křivce

- ostatní faktory

- náklady výroby
- cena alternativních výrobků
- změna výrobních podmínek
- **ROVNOVÁŽNÝ BOD** = bod, ve kterém jsou si rovny množství nabízeného a poptávaného zboží/služby

### TRŽNÍ ROVNOVÁHA, NEROVNOVÁHA A POSUNY KŘIVEK

- Tržní rovnováha nastává při rovnovážné ceně nabídky a poptávky po nějakém zboží
- slze dosáhnout jen při dokonalé konkurenci
- **nabídka** = suma zboží, kterou jsou ochotni prodávající za určitou cenu prodat
- **poptávka** = suma zboží, tzn. statků a služeb, které jsou kupující ochotní při určité ceně nakoupit
- **ituace**, kdy se rovná tržní cena a množství



### **Přebytečná nabídka**

- (= přebytek=) situace, která vznikne na trhu, je-li cena vyšší, než rovnovážná cena
- nabídka > poptávka
- důsledek:
  - 1) snížení cen
  - 2) zvýšení poptávky
  - 3) málo zboží na trhu

### **Nedostatečná nabídka**

- (= nedostatek =) situace, která vznikne na trhu, je-li cena nižší, než rovnovážná cena
- poptávka > nabídka
- důsledek:
  - zvýšení cen
  - vstup nových výrobců
  - hodně zboží na trhu
  - snížení poptávky

### **FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ POPTÁVKU**

#### Cena

- zvýšení ceny zboží → poptávka klesne
- snížení ceny zboží → poptávka vyroste
- posun po křivce

### Změna ceny substitutu a komplementu

- substitut = zboží, které nahrazujeme poptávané zboží  
př. salám a sýr
- komplement = zboží, které nakupujeme současně s poptávaným zbožím  
př. Auto a benzín
- stejná situace jako u ceny

### Změna v populaci

- zvýší-li se počet lidí à poptávka stoupne
- sníží-li se počet lidí à poptávka klesne

### Změny v zájmech lidí

- na trh vstoupí nová kolekce značkového zboží

### Příjmy kupujících

- zvýšení příjmů à roste poptávka po zboží
- snížení příjmů kupujících à klesne poptávka po zboží

### Reklama a informovanost

- ovlivnění poptávky reklamou, televizní zprávou apod.

## FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ **NABÍDKU**

### Cena

- nejdůležitější faktor
- je-li cena vyšší roste nabízené množství výrobků nebo služeb

### Náklady výroby

- zdražení či zlevnění materiálu
- technický pokrok

### Ceny alternativních výrobků

- změna ceny různých druhů výroby
- př. žito a pšenice

### Změna výrobních podmínek

- výkyvy počasí
- sezónní zboží