1. **trh**

* ~~Umět definovat nabídku, poptávku, jejich zákony obecně (integrace, rovnovážná cena)~~
* ~~Umět definovat individuální, dílčí a agregátní nabídku, poptávku, jejich zákony obecně (integrace, rovnovážná cena)~~
* Definovat situaci na trhu
* ~~Konkurence, dokonalá konkurence, selhání trhu, monopoly, veřejné statky…~~
* ~~charakteristika trh~~
* ~~zákon nabídky a poptávky (Přesná definice!)~~
* ~~faktory které ovlivňují poptávku a nabídku~~
* ~~funkce tržní ceny~~
* ~~co je konkurence, dokonalá konkurence, vznik monopolů a jejich názvy~~
* ~~selhání trhu, kdy k němu dochází~~

**Trh =** místo, kde se střetává nabídka s poptávkou a vytváří se cena zboží

**Funkce trhu**

1.         **Informační** – spotřebitelé i výrobci mají veškeré informace, které potřebují

2.         **Stimulační** – podněcuje k efektivnímu pokroku, aby byli lepší (konkurenceschopnost)

3.         **Přerozdělování důchodů** – přerozdělování důchodů jednotlivým subjektům (putování peněz v ekonomice)

**Trh selhává** tehdy, když neplní své funkce (tedy alespoň jednu z nich).

**Tržní ekonomika**

=se vyznačuje tím, že o základních ekonomických otázkách rozhoduje trh, což znamená zákony nabídky a poptávky, systém cen, zisků a ztrát

**Funkce tržní ceny**:

1. **informační** = Cena je nositelem informací o situaci na trhu, zejména o stavu nabídky a poptávky.
2. **motivační** = Cena je motivací pro reakce výrobců a spotřebitelů.
3. **alokační** = Cena alokuje (rozmisťuje) ekonomické zdroje mezi různá užití takovým způsobem, aby byly efektivně využívány.
4. **distribuční/rozdělovací funkce ceny** = Cena rozděluje (distribuuje) zboží a služby, je jakýmsi nástrojem rozdělování.

## **Struktura trhu a její efektivnost:**

1. **Dokonalá konkurence**

= struktura trhu, na kterém působí mnoho malých firem, kdy žádná z nich nemá výrazný podíl na trhu

* + firmy nemohou ovlivnit cenu a spotřebitelům je jedno od koho nakoupí, protože výrobky si jsou podobné
  + vstup na trh je snadný, nová firma má stejné podmínky jako stávající, i výstup je snadný
  + z důvodu podobnosti výrobků si firmy mohou konkurovat pouze cenou, která se blíží k nákladům
  + tato struktura je ideální, ale v praxi ji nenajdeme

1. **Nedokonalá konkurence**

* **Monopolistická konkurence**

= struktura na které je velký počet malých podniků

* + vstup a výstup firem na trh je snadný
  + výrobky jsou velmi odlišné
  + spotřebitelé jsou většinou věrni jedné značce, velký vliv má reklama
  + nejvíce se tento typ blíží k dokonalé konkurenci (trh s auty)
* **Oligopol**

= struktura s malým počtem podniků na trhu

* + některé firmy mají významný tržní podíl, a proto mohou ovlivňovat cenu
  + výrobek může být stejný nebo různorodý
  + vstup na trh je buď volný nebo mohou existovat bariéry především ze strany konkurence
  + existují zde prvky dokonalé konkurence a monopolu (mobilní operátoři)
* **Monopol**

= struktura trhu, kdy trh ovládá jediný podnik, jeho produkt je jedinečný

* + vstup na trh není snadný buď z důvodu zákona (administrativní monopol), nebo z důvodu jedinečnosti technologického vývoje (absolutní monopol)
  + takový podnik si určuje cenu výrobku a vždy má čistý ekonomický zisk (ČEZ, České dráhy, Česká pošta)

**Na trhu jsou dvě tržní kategorie**

**nabídka** = suma zboží, které jsou prodávající ochotni prodat za určitou cenu

= zákon rostoucí nabídky → ***S rostoucí cenou roste nabízené zboží***

**poptávka** = suma zboží, statků a služeb, které jsou kupující ochotni koupit za určitou cenu = zákon klesající poptávky →  ***S rostoucí cenou klesá poptávka po zboží***

Integrace = propojení a sjednocení poznatků z různých oborů v jeden celek

Rovnovážná cena = cena vyčišťující trh

**Rozdělení NABÍDKY**

1. **Individuální nabídka** = nabídka jednoho výrobce, statku nebo služby
2. **Dílčí (tržní) nabídka** = nabídka všech výrobců určitého statku nebo služby v určitém státu, součtem všech individuálních nabídek získáme dílčí nabídku
3. **Agregátní nabídka =** nabídka všech výrobců v určitém státě všech statků a služeb¨

**Rozdělení POPTÁVKY**

1. **individuální poptávka =** poptávka jednoho kupujícího o určitém statku nebo službě
2. **dílčí (tržní) poptávka =** poptávka všech lidí z určitého státu po určitém statku nebo službě (např. poptávka lidí po zmrzlině)
3. **agregátní poptávka =** poptávka všech lidí v určitém státě po všech možných statcích a služeb

**Faktory ovlivňující NABÍDKU:**

1)         Cena = hlavní faktor

2)         Ostatní faktory

a.         náklady na výrobu – vlivem ceny vstupu nebo technického pokroku

b.         cena alternativních výrobků – např.: farmář podle ceny N si vybere, jestli bude pěstovat žito či ječmen

c.         změna výrobních podmínek – např.: výkyvy počasí nebo sezónnost ovlivňují nabízené

              množství (brambory – plíseň zničila část úrody)

**Faktory, které ovlivňující POPTÁVKU:**

1)         Cena – nejdůležitější faktor, u kterého platí, že dojde-li ke změně (snížení X zvýšení) posouváme se po poptávkové křivce

2)         Ostatní faktory – dojde-li ke změně ostatních faktorů (než ceny poptávaného zboží) znázorňujeme jako posuny poptávkové křivky doprava nebo doleva

a.         změny v populaci – čím více lidí, tím je poptávka větší

              změny ceny substitutu a komplementu

substitut = zboží, které nahrazuje zkoumané zboží, např.: kuřecí maso za vepřové

komplement = zboží, které se nakupuje současné s poptávaným zbožím,

              např.: zdražení elektriky a plynu – přechod na tuhá paliva

b.         změna v zájmech lidí

              např.: móda

c.         změna v příjmech kupujících

– zvýšení průměrné mzdy vede k vyšší poptávce po zboží a naopak

d.         reklama a informovanost

              např.: poptávka po vitamínech, jestliže v televizi projde informace o nákaze chřipky