

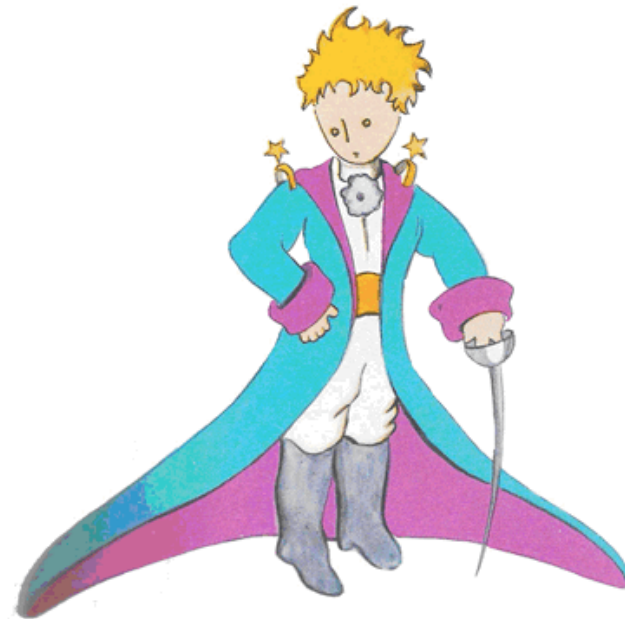
2

JAK FUNGUJE TRH

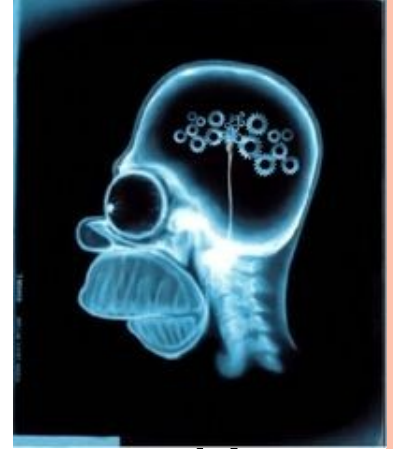


CENY V EKONOMII A V ŽIVOTĚ

Dospělí si potrpí na číslice. Řeknete-li dospělému: „Viděl jsem krásný dům z červených cihel, za okny muškáty a na střeše holuby...“, nedovede si ho představit. Musíte jim říci: „Viděl jsem dům za sto tisíc franků.“ Tu hned zvolají: „Ach, to je krása!“

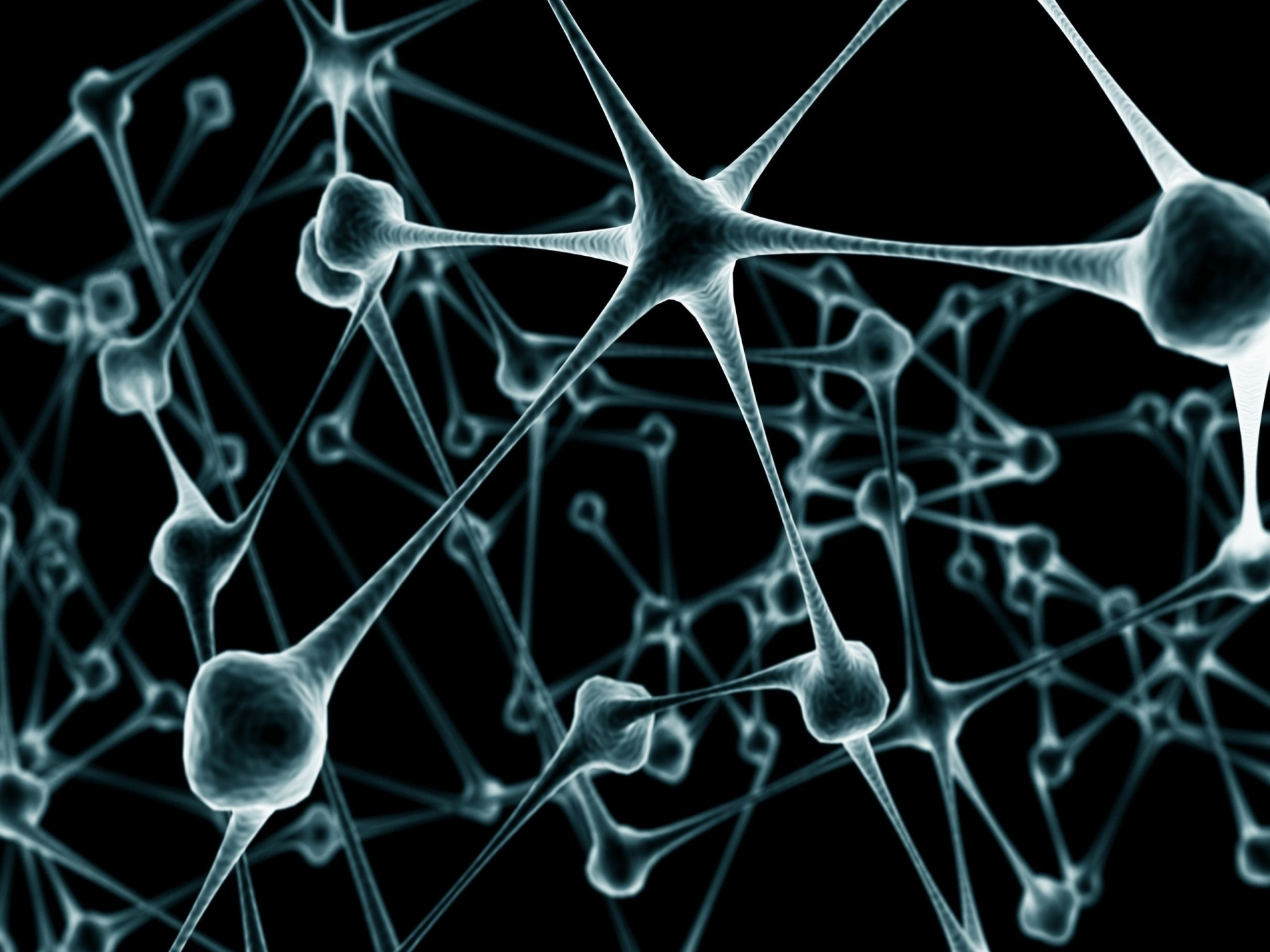


EKONOMIKA



- **Ekonomika – sledování vlastních zájmů = systém**
 - **Základní předpoklad: racionální chování člověka**
 - **Člověk ekonomický (*Homo oeconomicus*)**
 - *Maximalizuje svůj užitek*
 - *Minimalizuje náklady*
- Je nutně sobecký???





FUNKCE CEN



○ **Motivační**

- Rozhodování – kuchař šetří máslem (substituuje), farmář začne chovat jerseyky

○ **Informační (signální)**

- Máslo zdražilo – spotřebitel ví, že je vzácné

○ **Alokační**

- Mléčný tuk se používá na výrobu másla a sýrů. Sýry – vyšší poptávka a vyšší výnos!

○ **Distribuční (distribuce dle ochoty platit)**



TRŽNÍ SÍLY

- **Nabídka** a **poptávka** jsou hybateli tržních ekonomik
- Moderní mikroekonomie je o nabídce, poptávce a **tržní rovnováze**
- **Trh** = skupina prodávajících a kupujících určitého produktu/služby
- Nabídka a poptávka odpovídají chování lidí a jejich vzájemné interakci na trhu



TRHY A KONKURENCE

- **Nabídka** = prodávající
- **Poptávka** = kupující
- **Konkurenční trh** = trh, kde je hodně prodávajících a kupujících, takže nikdo nemůže ovlivnit tržní cenu (**DOKO**)



KONKURENCE

○ **Dokonalá konkurence:**

- produkce je identická
- mnoho prodávajících a kupujících, takže nikdo nemůže ovlivnit tržní cenu
- kupující a prodávající jsou **cenoví příjemci**

○ **Monopol:**

- = jeden prodávající = **cenový tvůrce**

○ **Oligopol**

- = několik prodávajících
- ne příliš agresivní konkurence

○ **Monopolistická konkurence**

- = mnoho prodávajících
- odlišitelná produkce
- každý prodávající může stanovit cenu svého produktu





POPTÁVKA PO KÁVĚ V JEDNOM AKADEMICKÉM KLUBU



| | 2016* | | 2017 | |
|-------------------------------|----------------|--------|---------------|---------------|
| káva | 90 000 | 200 kg | 43 466 | 84 kg |
| ostatní teplé nápoje | 48 358 | | 7 722 | |
| ostatní (voda, sirupy, apod.) | 21 909 | | 44 172 | |
| vybavení | 1 745 | | 4 470 | |
| | | | | |
| Celkem | 162 012 | | 99 830 | 56 364 |



POPTÁVKA (**D**EMAND, D)

- **Poptávané množství**
- = množství určitého produktu, které jsou poptávající ochotni a schopni koupit
- **Zákon poptávky** = *ceteris paribus*, poptávané množství klesá s rostoucí cenou daného produktu
- **Poptávková křivka** = vztah mezi množstvím (Q) a cenou (P)

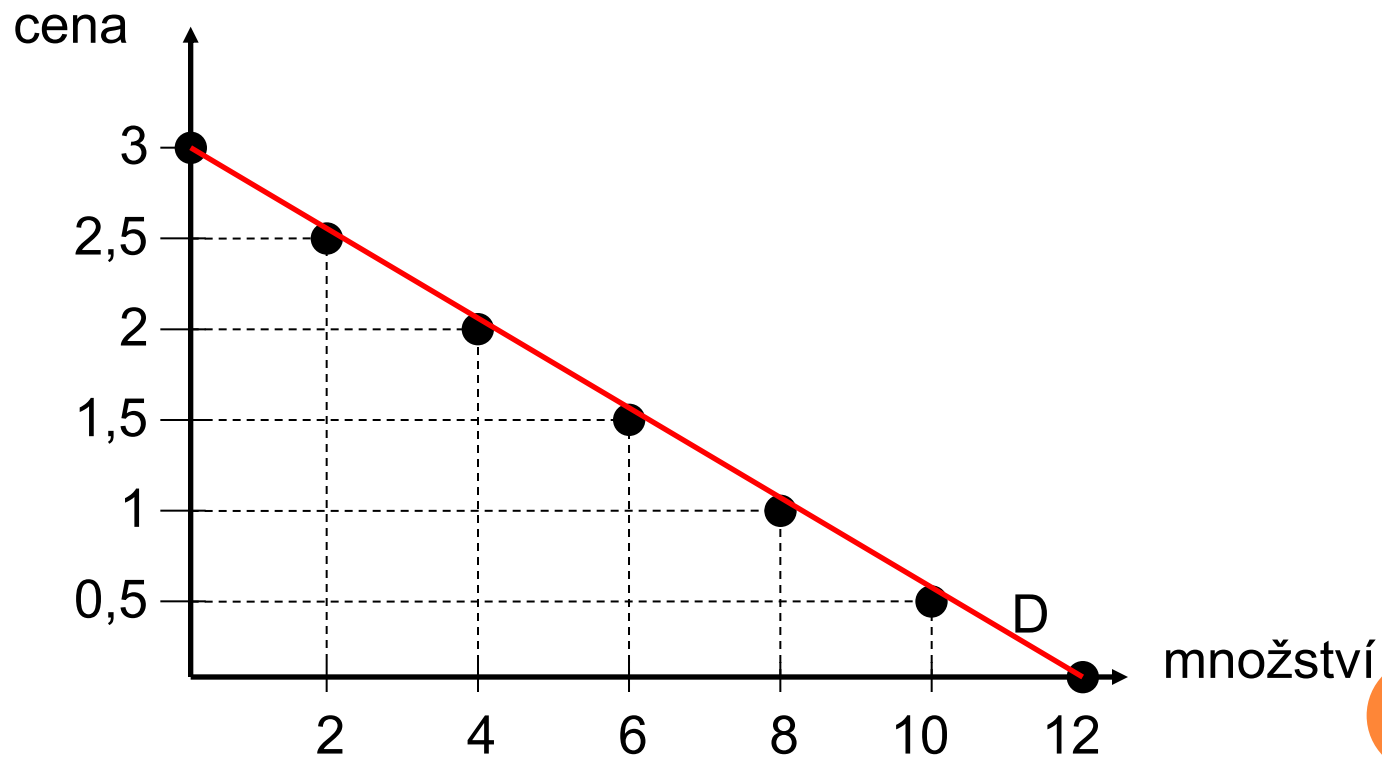


Příklad Karel a rohlíky

| Cena rohlíku [Kč] | Poptávané množství [ks] |
|----------------------|----------------------------|
| 0 | 12 |
| 0,50 | 10 |
| 1,00 | 8 |
| 1,50 | 6 |
| 2,00 | 4 |
| 2,50 | 2 |
| 3,00 | 0 |



KARLOVA (= INDIVIDUÁLNÍ) POPTÁVKOVÁ KŘIVKA



TRŽNÍ X INDIVIDUÁLNÍ POPTÁVKA

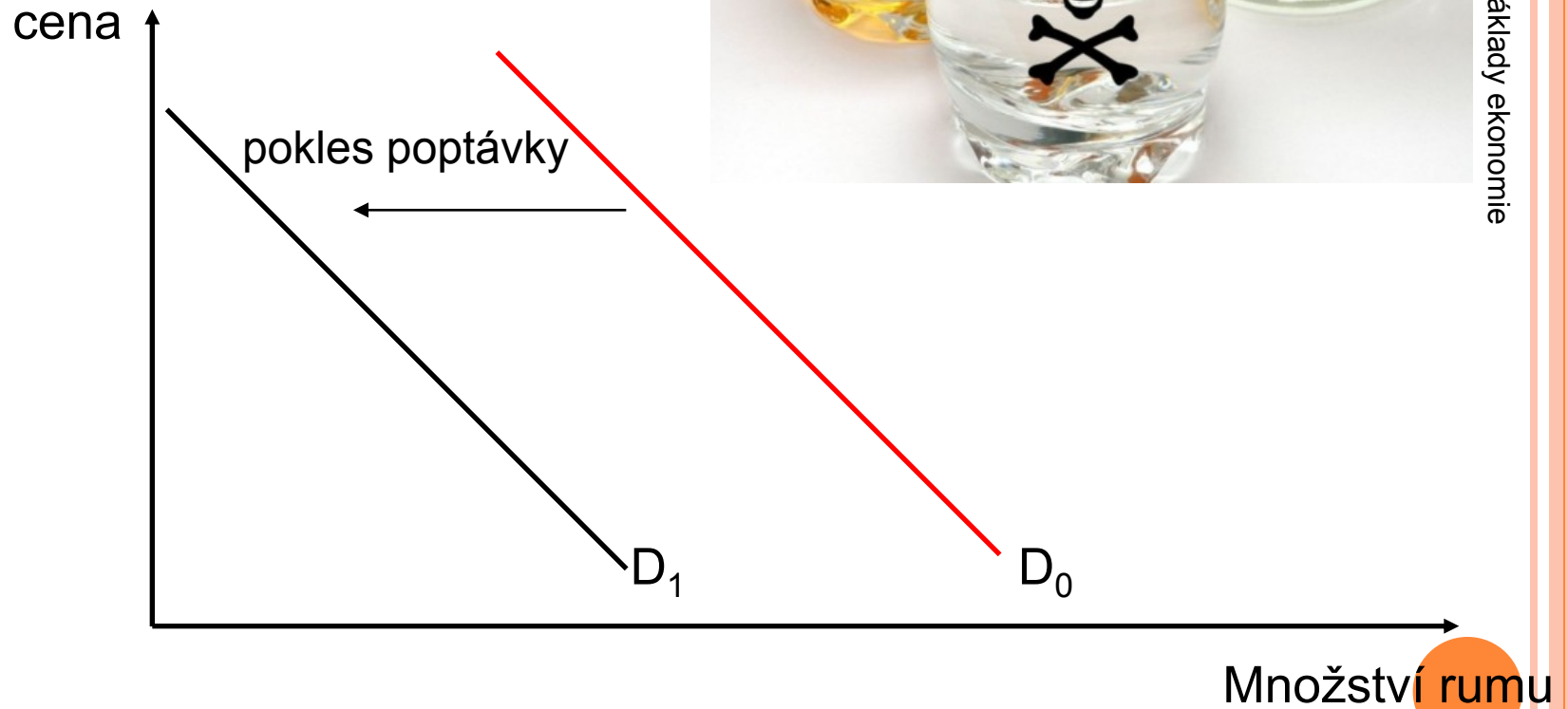
- Tržní poptávka = souhrn všech individuálních poptávek po určitém zboží/službě
- Graficky: horizontální součet individuálních poptávkových křivek



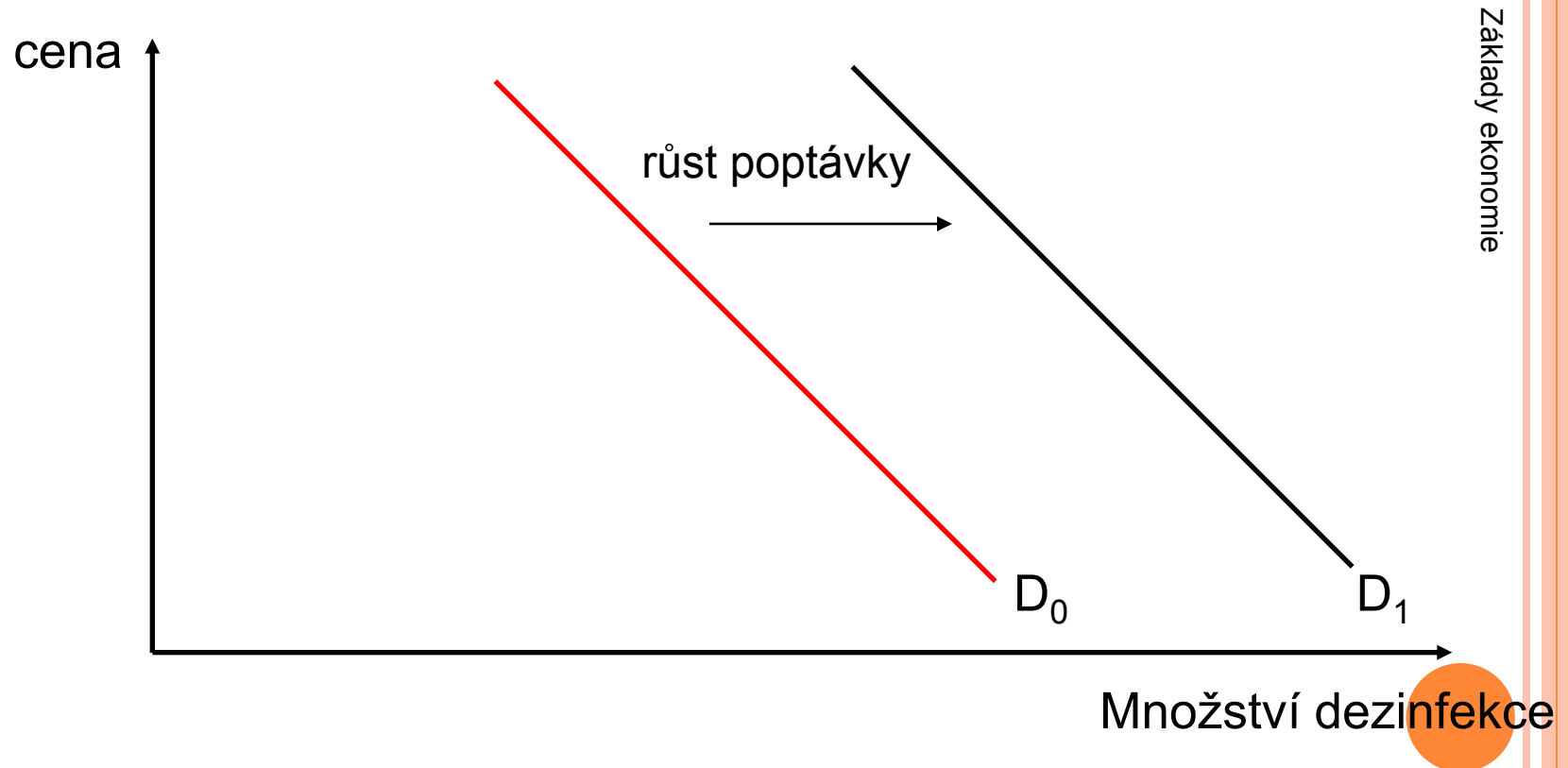
POSUN POPTÁVKOVÉ KŘIVKY: METANOLOVÁ AFÉRA



Základy ekonomie



POSUN POPTÁVKOVÉ KŘIVKY: V BRNĚ PROPUKNE ŽLOUTENKA



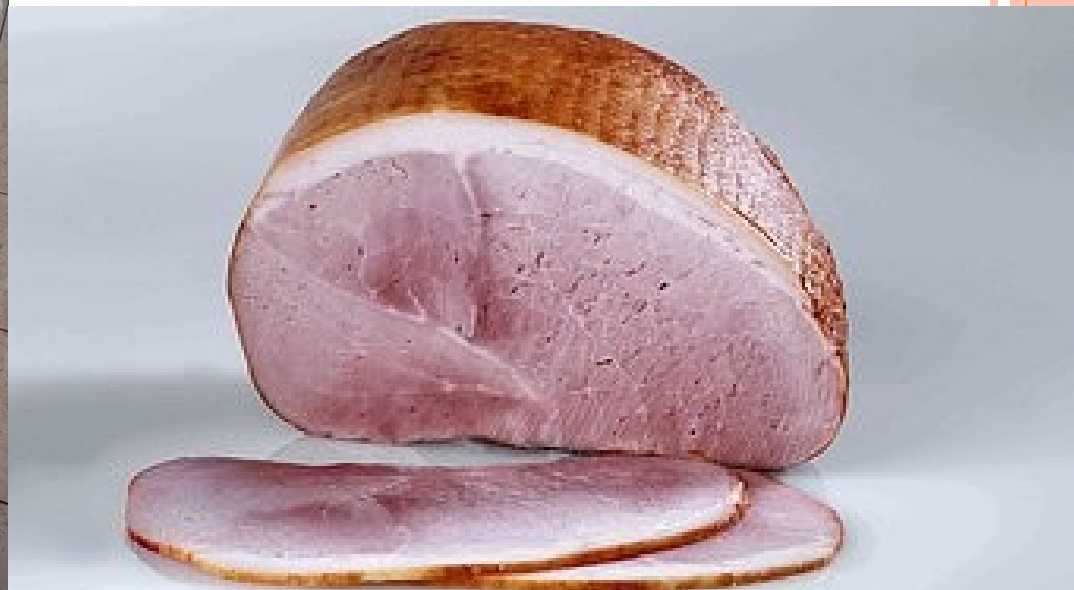
CO OVLIVŇUJE KUPUJÍCÍHO? (=CO HÝBE POPTÁVKOVOU KŘIVKOU?)

- Důchod spotřebitele
 - normální X podřadná produkce
- Ceny příbuzné produkce
 - substituty X komplementy
- Chutě
- Očekávání - předzásobení
- Počet spotřebitelů



NORMÁLNÍ A PODŘADNÉ STATKY

- Kolik triček si koupíte, když máte měsíční mzdu 15 000 Kč? Kolik, pokud má mzdu 30 000 Kč?

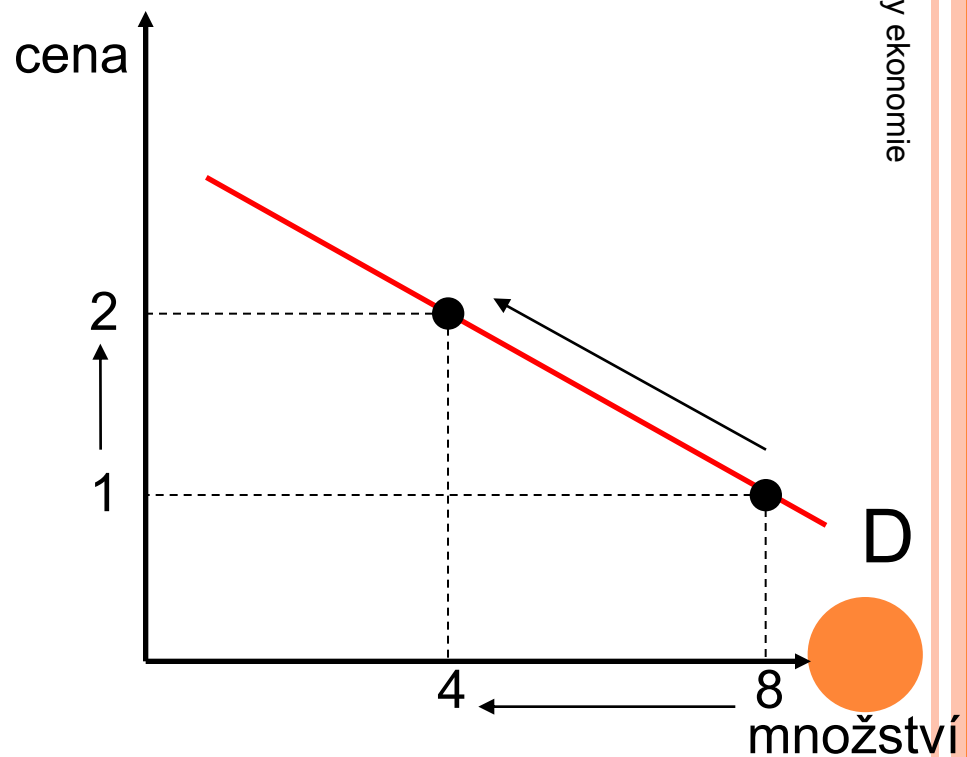


SUBSTITUTY A KOMPLEMENTY



ZMĚNA CENY DANÉ PRODUKCE?

- Vyvolá změna **poptávaného množství**
= posun po křivce

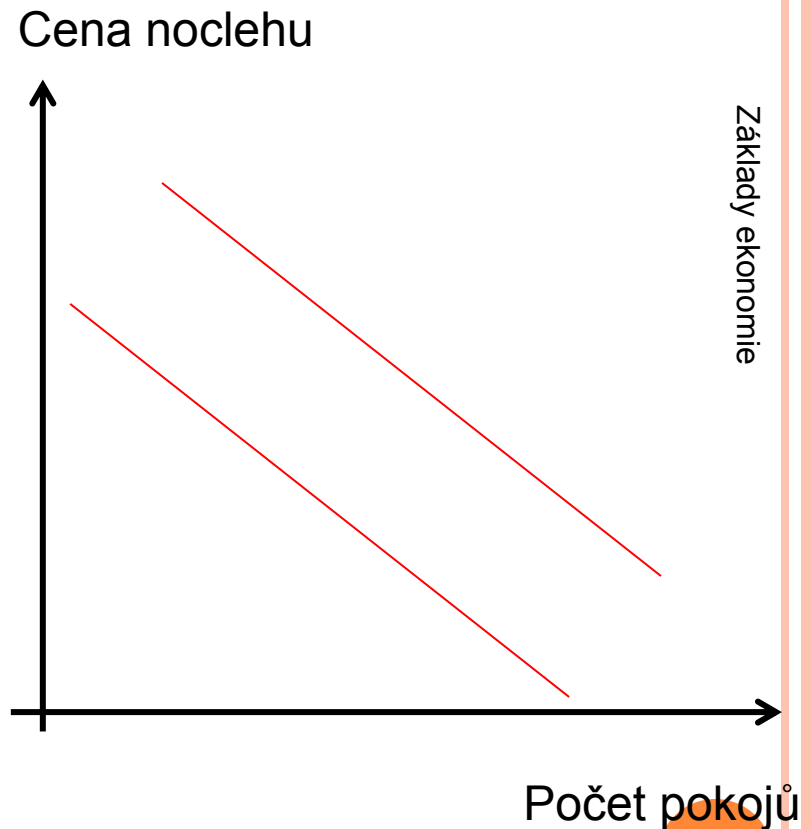


PŘÍKLAD ZE ŽIVOTA

Pražské hotely kvůli hokejovému mistrovství zdražily mnohdy i o pětinu
O 12 až 20 procent zdražily v průměru pražské hotely na květnové mistrovství světa

v hokeji. Blížící se hokejový šampionát se také výrazně odráží v obsazenosti ubytovacích zařízení v hlavním městě, na dobu šampionátu je ale stále ještě možné ubytování sehnat.

Zdroj: Aleš Černý, iDnes.cz (22. 4. 2015)



NABÍDKA (SUPPLY, S)

- **Nabízené množství**

= množství produkce, které jsou prodávající ochotni a schopni prodat

- **Zákon nabídky** = ceteris paribus, nabízené množství roste s rostoucí cenou daného produktu

- **Nabídková křivka** = vztah mezi množstvím (Q) a cenou (P)

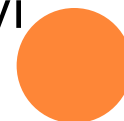
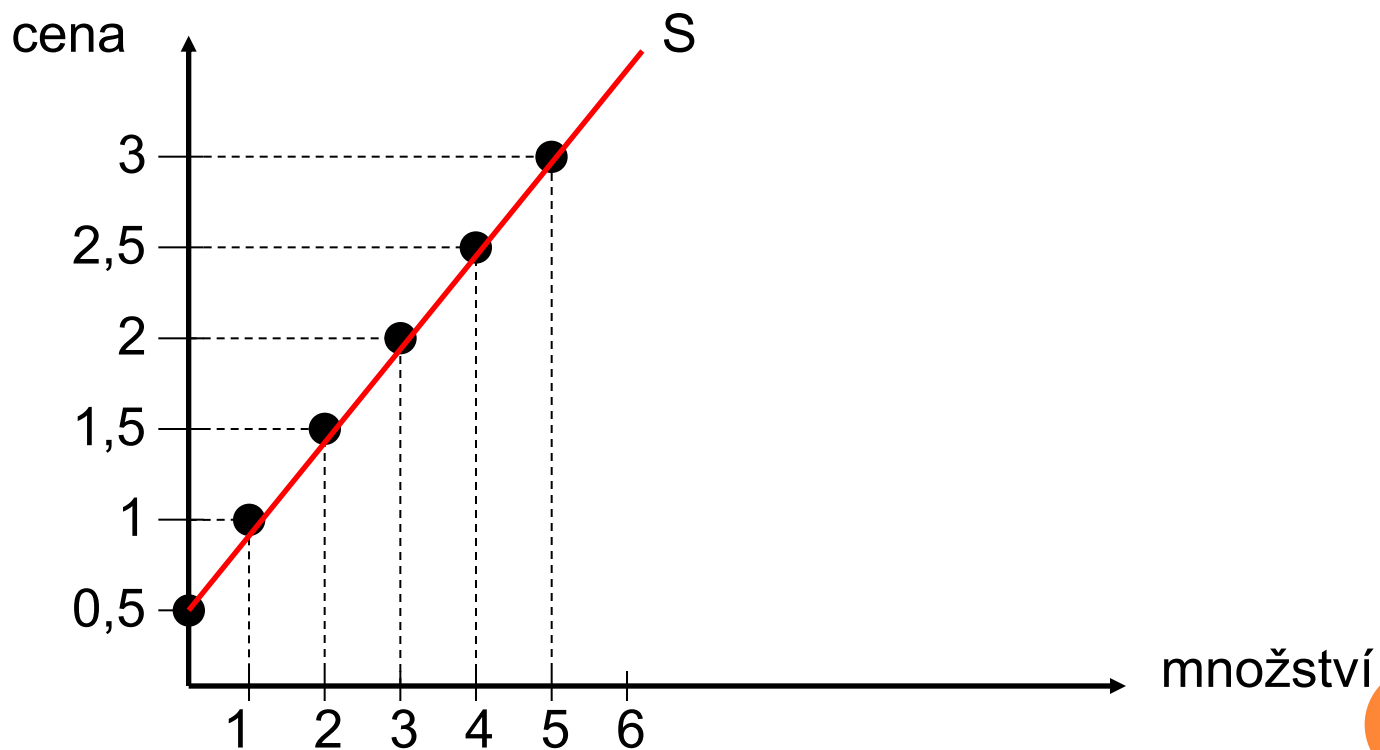


Příklad: nabídka pekaře

| Cena rohlíku [Kč] | Poptávané množství [ks] |
|----------------------|----------------------------|
| 0,00 | 0 |
| 0,50 | 0 |
| 1,00 | 1 |
| 1,50 | 2 |
| 2,00 | 3 |
| 2,50 | 4 |
| 3,00 | 5 |



HOUSKOVA (= INDIVIDUÁLNÍ) NABÍDKOVÁ KŘIVKA

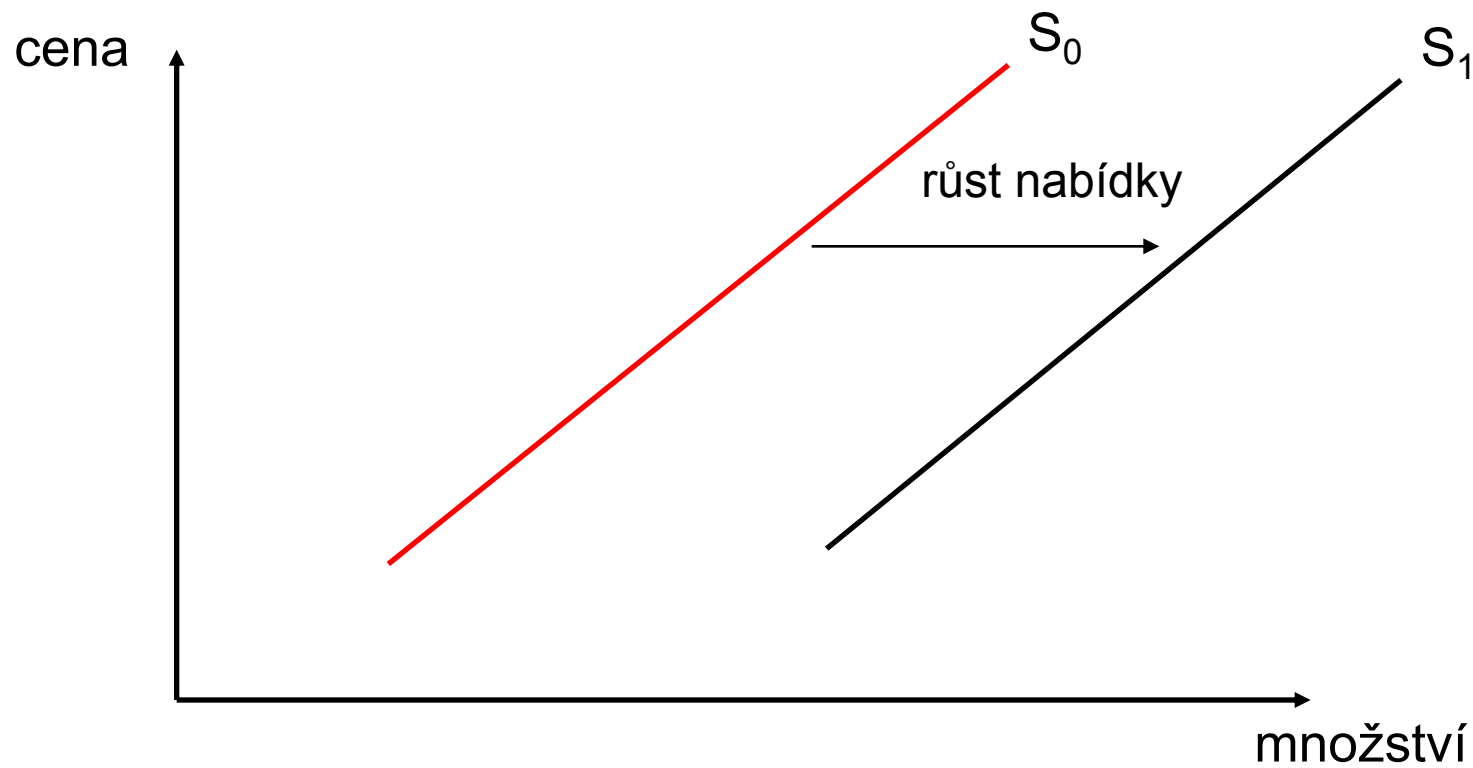


TRŽNÍ X INDIVIDUÁLNÍ NABÍDKOVÁ KŘIVKA

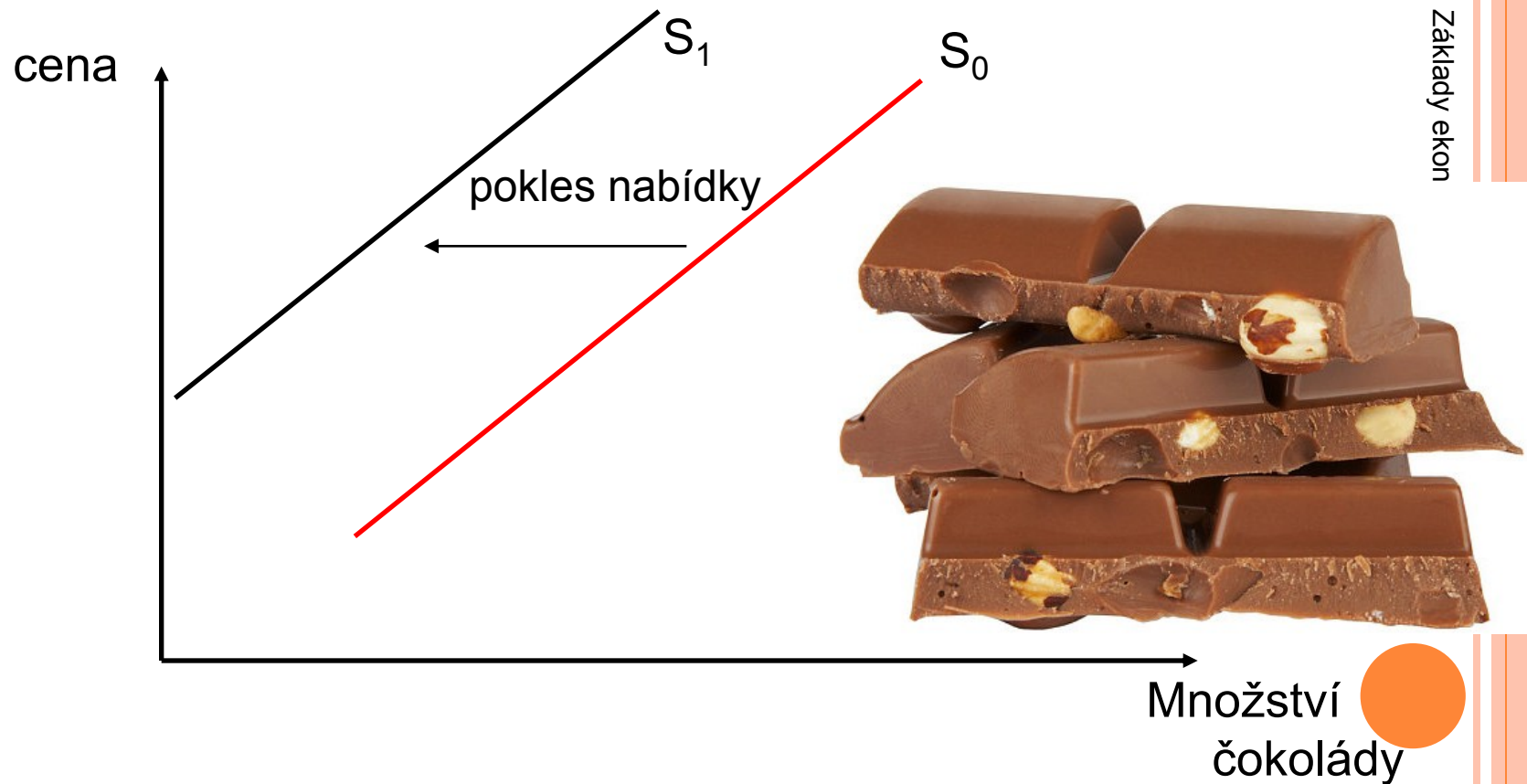
- Tržní nabídka = souhrn všech individuálních nabídek určité produkce/služeb
- Graficky: horizontální součet individuálních nabídkových křivek



POSUN NABÍDKOVÉ KŘIVKY: VYNÁLEZ PARNÍHO STROJE



POSUN NABÍDKOVÉ KŘIVKY: ZDRAŽENÍ KÁVOVÝCH BOBŮ



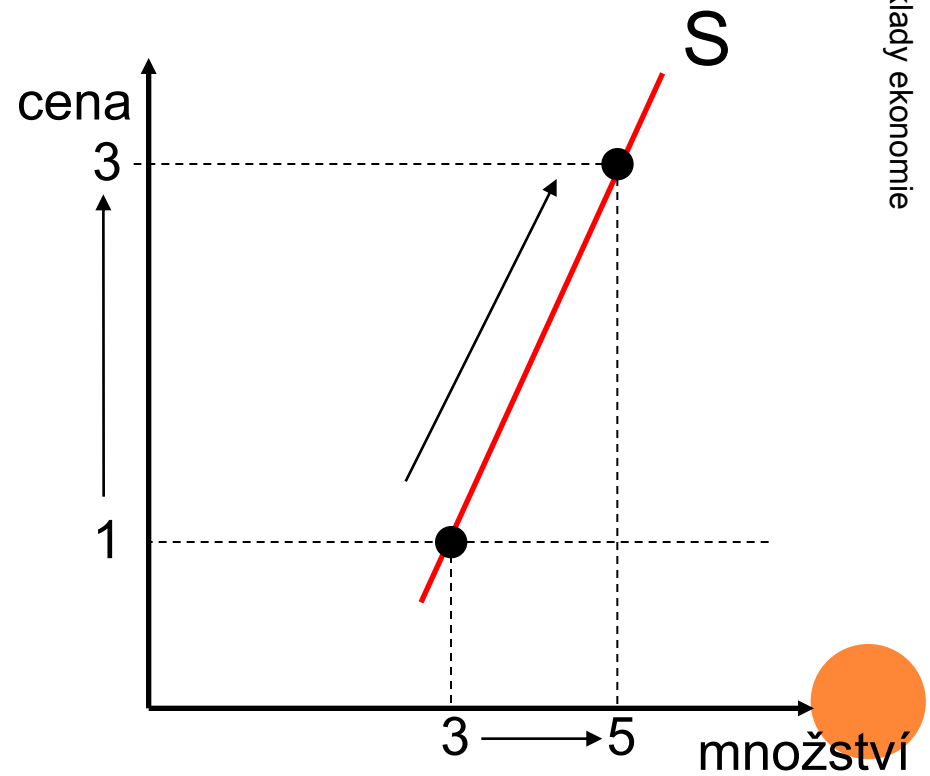
CO OVLIVŇUJE PRODÁVAJÍCÍ?

- Cena vstupů
- Technologie
- Očekávání
- Počet prodávajících



ZMĚNA NABÍZENÉHO MNOŽSTVÍ

- Posun po nabídkové křivce
- Vyvoláno vším, co mění nabízené množství



TRH

- Rovnováha = situace, kdy cena dosáhla úrovně, kde jsou se poptávané a nabízené množství rovná
- Rovnovážná cena – odpovídá průsečíku S a D
- Rovnovážné množství – odpovídá průsečíku S a D



NABÍDKA A POPTÁVKA

| Cena [Kč] | Poptávané množství [ks] | Nabízené množství [ks] |
|-----------|-------------------------|------------------------|
| 0,00 | 19 | 0 |
| 0,50 | 16 | 0 |
| 1,00 | 13 | 1 |
| 1,50 | 10 | 4 |
| 2,00 | 7 | 7 |
| 2,50 | 4 | 10 |
| 3,00 | 1 | 13 |



omie



NABÍDKA A POPTÁVKA

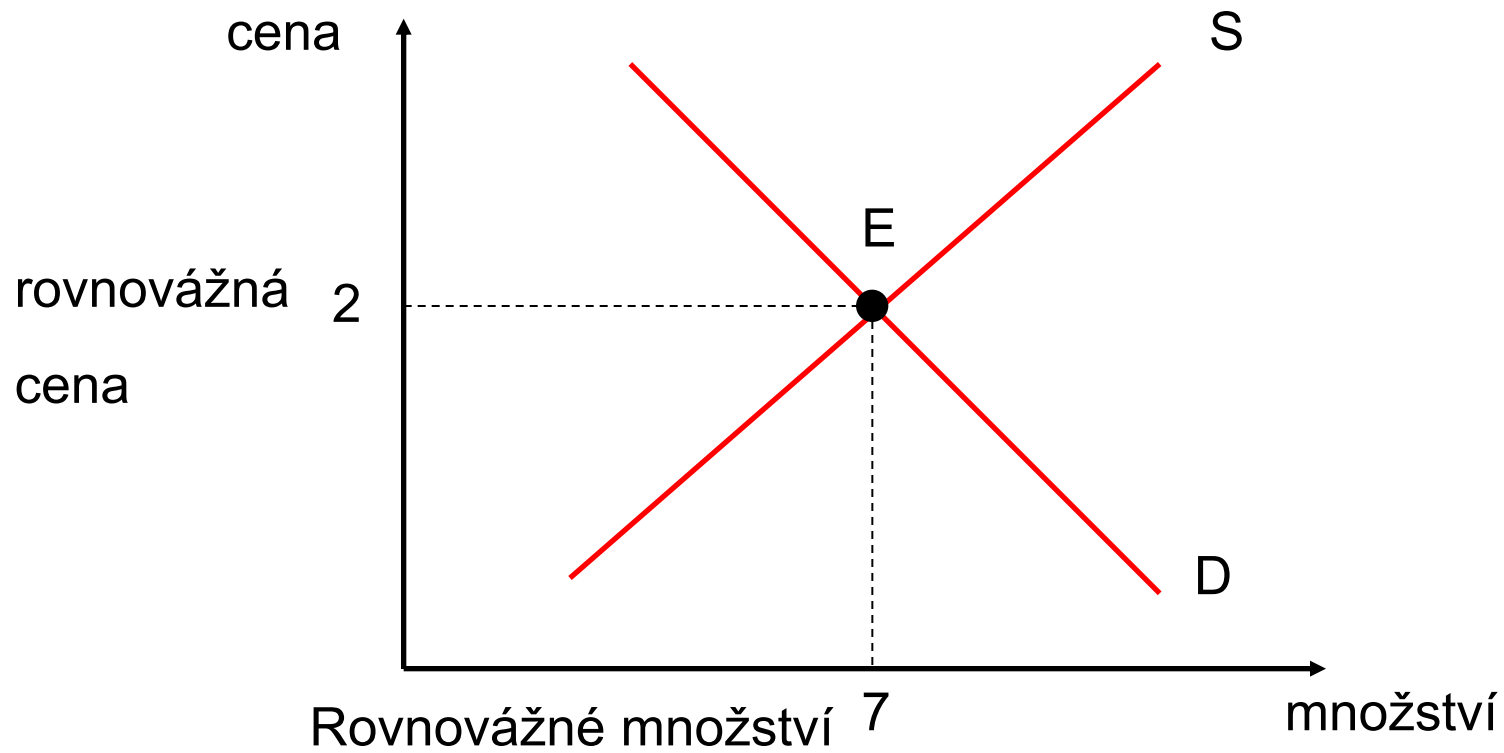
| Cena [Kč] | Poptávané množství [ks] | Nabízené množství [ks] |
|-------------|-------------------------|------------------------|
| 0,00 | 19 | 0 |
| 0,50 | 16 | 0 |
| 1,00 | 13 | 1 |
| 1,50 | 10 | 4 |
| 2,00 | 7 | 7 |
| 2,50 | 4 | 10 |
| 3,00 | 1 | 13 |



Tomie



TRH V ROVNOVÁZE



NEROVNOVÁHA TRHU

○ Přebytek:

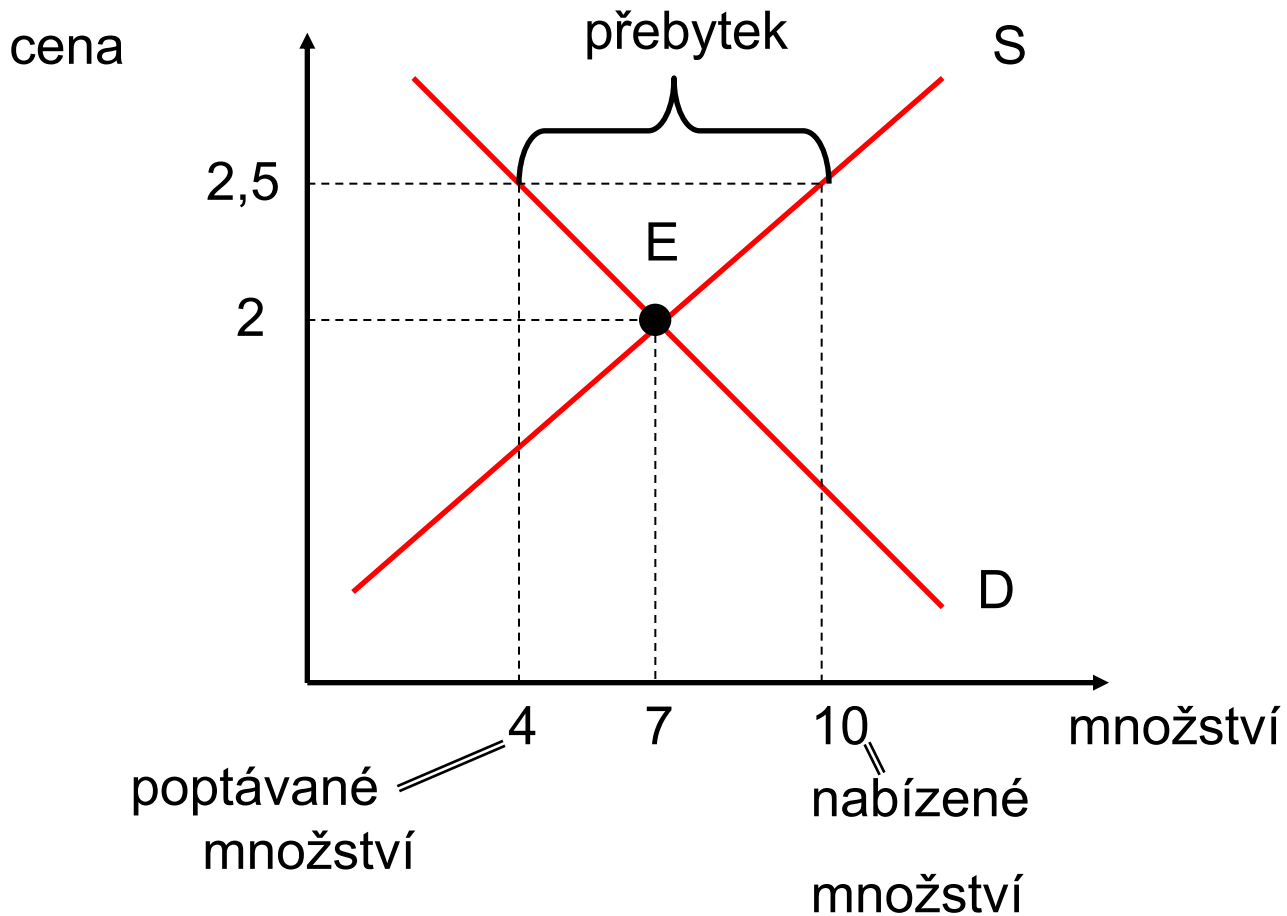
- Cena je vyšší než rovnovážná
- Nabízené množství je vyšší než poptávané
- Prodávající sníží cenu, aby víc prodali

○ Nedostatek:

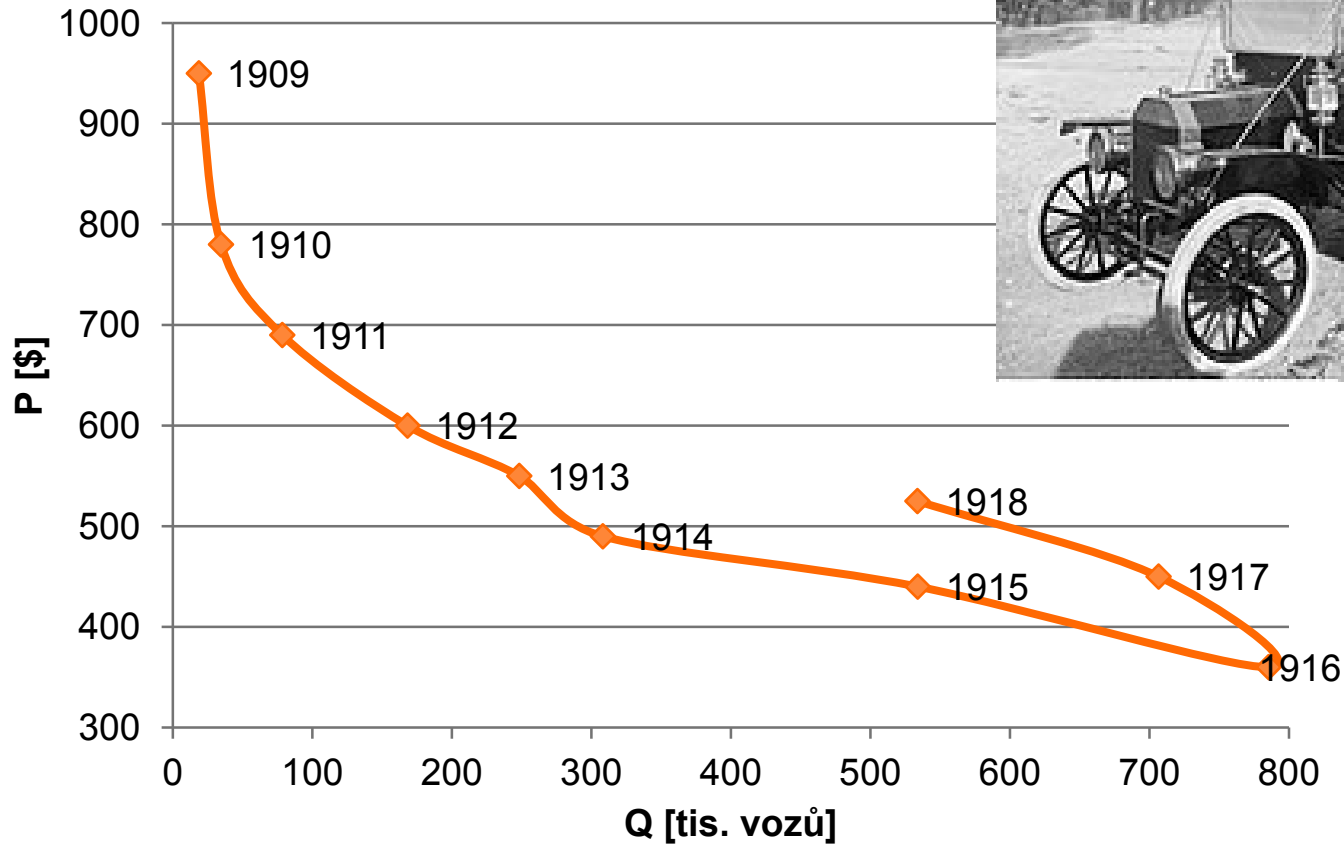
- Cena je nižší než rovnovážná
- Poptávané množství je vyšší než nabízené
- Prodávající zvýší cenu, protože si to mohou dovolit



TRH V NEROVNOVÁZE



VÝVOJ CEN CESTOVNÍ VERZE MODELU T A OBJEMU JEHO VÝROBY



Zdroj: Ford, H. Můj život a dílo.

ZÁKON NABÍDKY A POPTÁVKY

- Cena produkce se přizpůsobuje, čímž srovnává nabízené a poptávané množství
- Nutná podmínka: neregulovaný trh

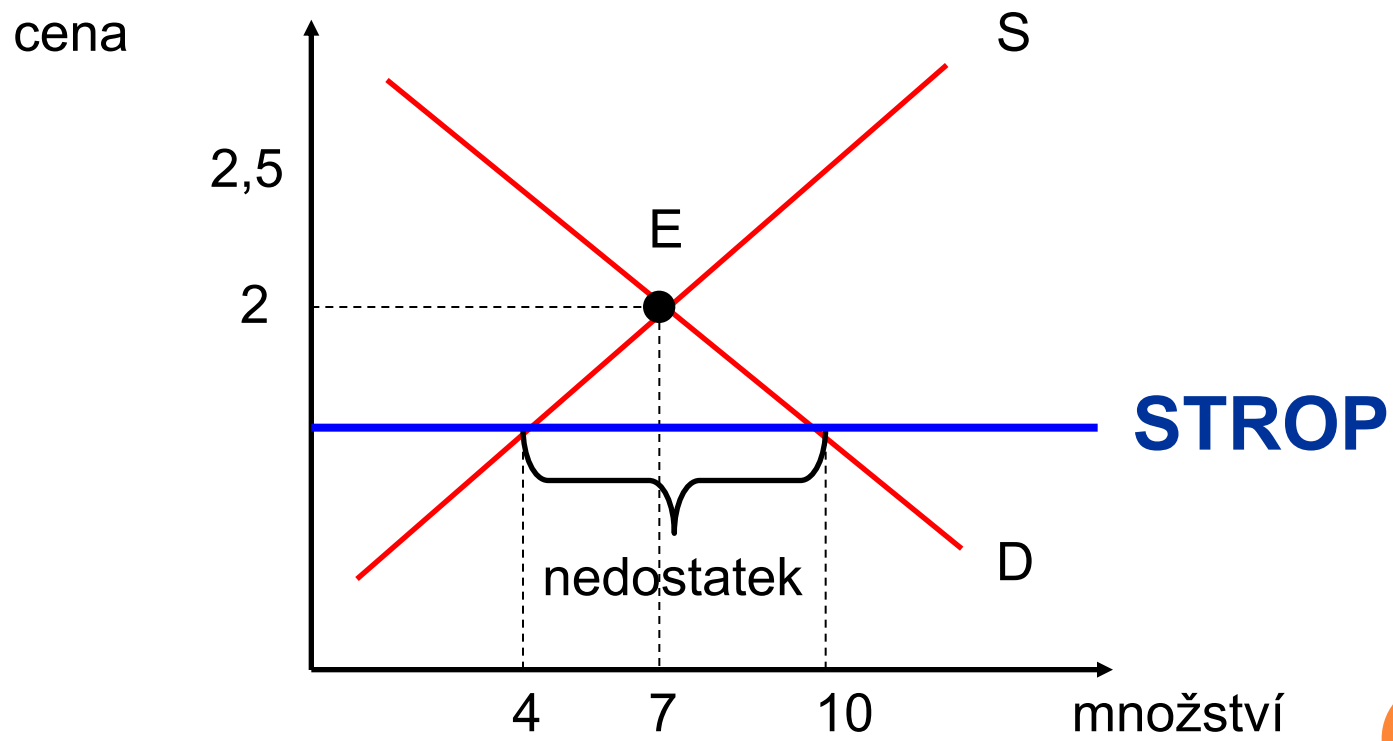


VLIV STÁTU

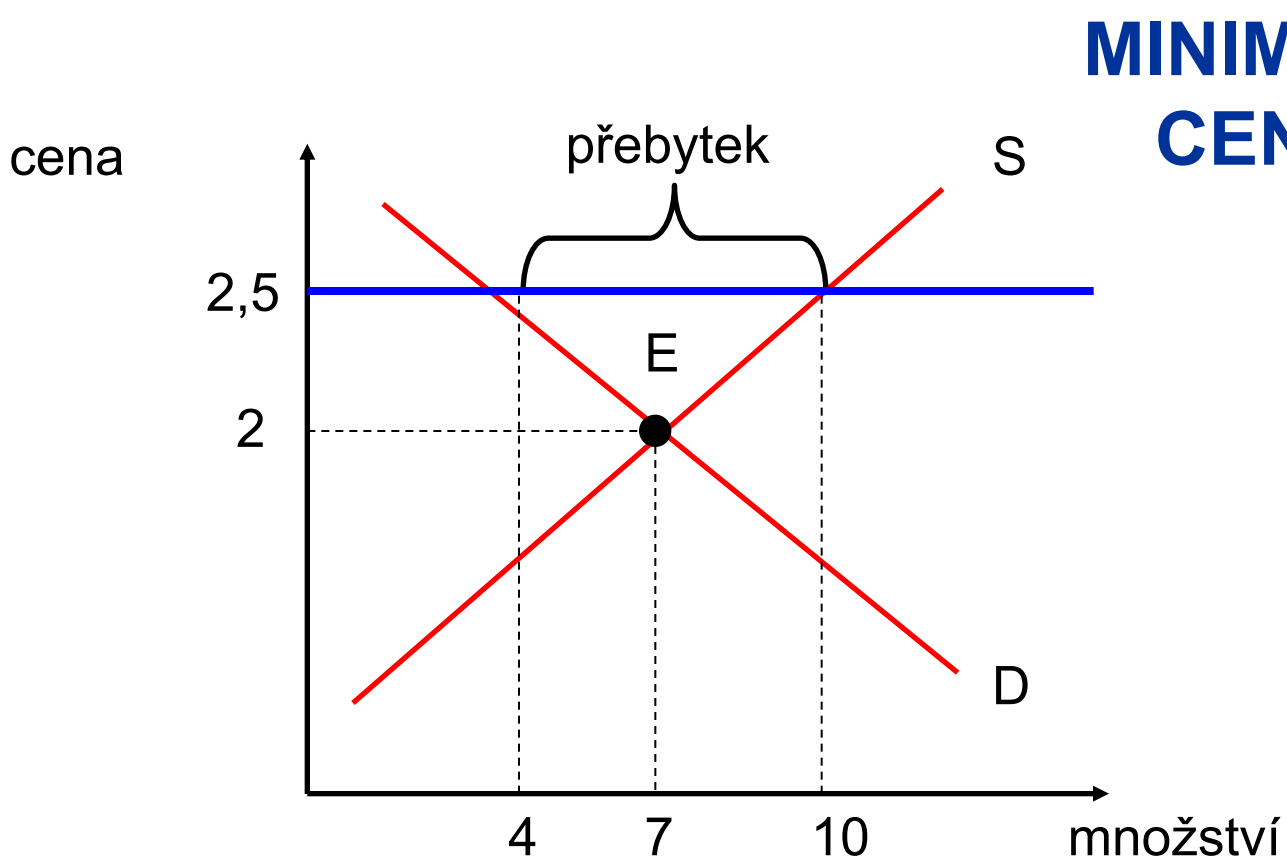
- „nespravedlivé ceny“
- **Cenový strop** = max. cena, za kterou může být prodáváno
- **Min. cena** = nejnižší cena, za kterou může být prodáváno
- Důsledek: přebytek X nedostatek



CENOVÝ STROP NIŽŠÍ NEŽ ROVNOVÁŽNÁ CENA



MINIMÁLNÍ CENA VYŠŠÍ NEŽ ROVNOVÁŽNÁ CENA



MINIMÁLNÍ CENA

Základy ekonomie





**Minimální cena
>
rovnovážná cena**

Základy eko



POKRAČOVÁNÍ PŘÍŠTĚ...

3. EFEKTIVNOST NA TRHU

BE EFFECTIVE!

