



TRH NABÍDKA POPTÁVKA

ING. EVA KOTLÁNOVÁ, PH.D.

TŘI ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ PROBLÉMY

- Každá lidská společnost musí v rámci své existence hledat odpověď na tři základní ekonomické otázky:
 - **Co vyrábět a v jakém množství?**
Řeší konkurence na straně poptávky (peněžní, korunové hlasy)
 - **Jak?**
Určuje konkurence na straně nabídky (cena, kvalita, technická úroveň)
 - **Pro koho?**
Určují důchody, které se formují na trhu výrobních faktorů (mzdy, renty, zisky a úroky)
- Dokonale konkurenční trh (abstraktní model) by dokázal odpovědět na tyto otázky sám (bez dalších vlivů a zásahů).



TYPY EKONOMIK

1. Zvyková

- Je rozhodováno na základě zvyku, tradice
- Vyskytují se ojediněle

2. Direktivně řízená

- Odpovědi na výše zmíněné otázky jsou určovány centrální institucí/plánem (válečná ekonomika x socialistické hospodářství)

3. Tržní

- Odpověď přichází prostřednictvím trhu

4. Smíšená

- Vzhledem k tomu, že tržní mechanismus není dokonalý a v některých případech selhává, zasahuje do něj stát
- Míra zásahů je různá (Švédsko x USA)

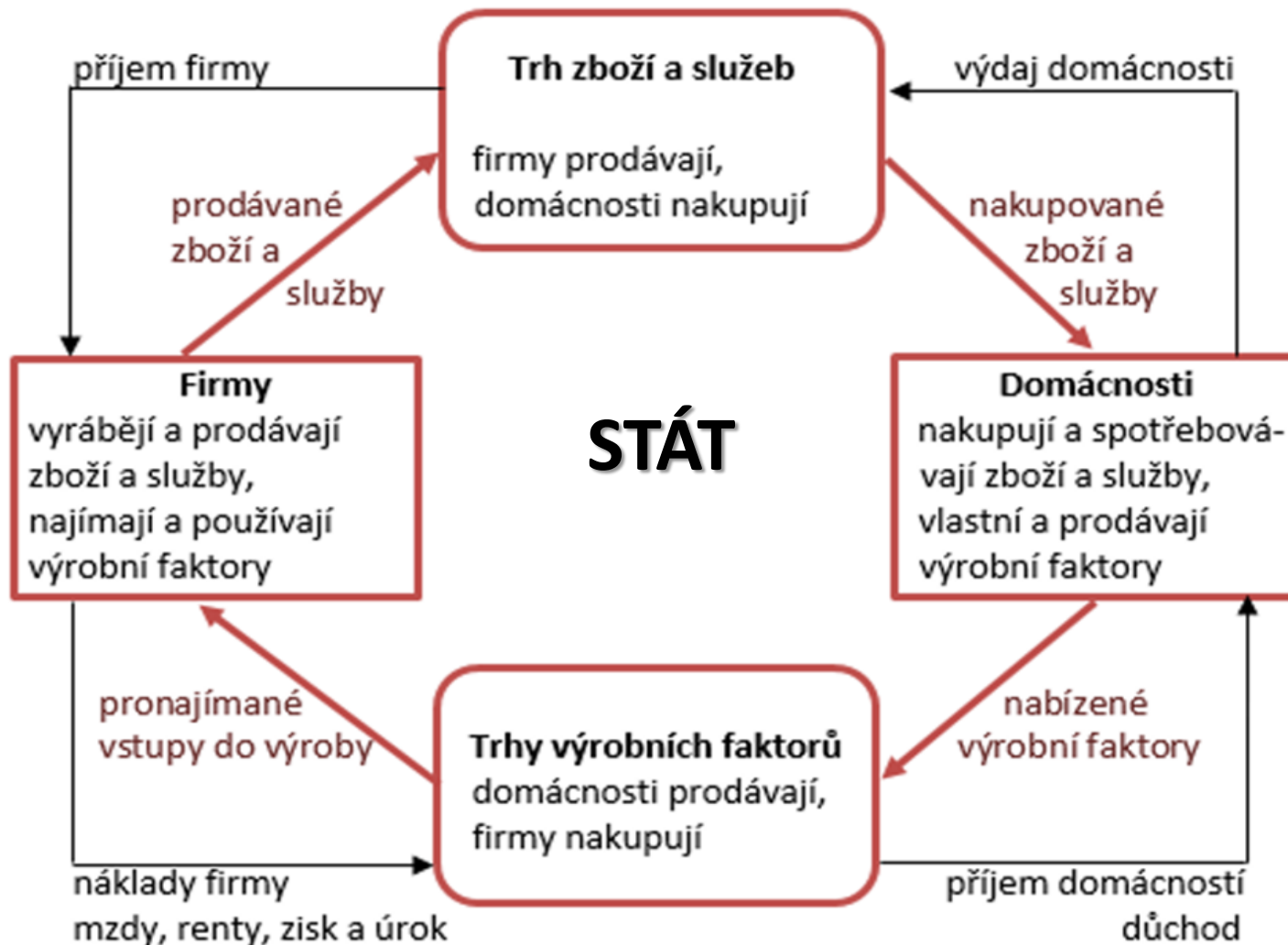


TRH A TYPY TRHŮ

- jakýkoliv systém koupě a prodeje
- může mít podobu fyzickou i virtuální
- **Z hlediska územního můžeme rozdělit:**
 - **Místní trh** – místní obchůdky v malém městečku (trh s NOTEBOOKY v KARVINÉ)
 - **Národní trh** – trh v rámci státního celku. Vzniká splynutím (součtem) místních trhů (trh s NOTEBOOKY v ČESKÉ REPUBLICE)
 - **Světový (mezinárodní) trh** – každý výrobek vstupuje na světový trh. Vzniká splynutím (součtem) národních trhů (světový trh s NOTEBOOKY)
- **Z hlediska věcného rozlišujeme:**
 - **Dílčí trh** – trh na kterém se prodává a kupuje jediný druh zboží
 - **Agregátní trh** – je trh veškerého zboží



EKONOMICKÝ KOLOBĚH



FUNKCE TRHU (TRŽNÍCH CEN)

- Informační (signální)

- Informační propojení velkého množství ekonomických subjektů jak na straně poptávky, tak na straně nabídky
- Ceny

- Alokační

- Usměrnění toku výrobních faktorů do jednotlivých odvětví a oborů

- Motivační

- Rostoucí cena odměňuje ty vlastníky VF, kteří na její růst reagují a přesunují VF do odvětví s převahou poptávky a naopak

- Diferenciační

- Vyplývá z rozdílu dosahovaných zisků, mezd a dalších důchodů, které souvisejí s cenou prodávané produkce



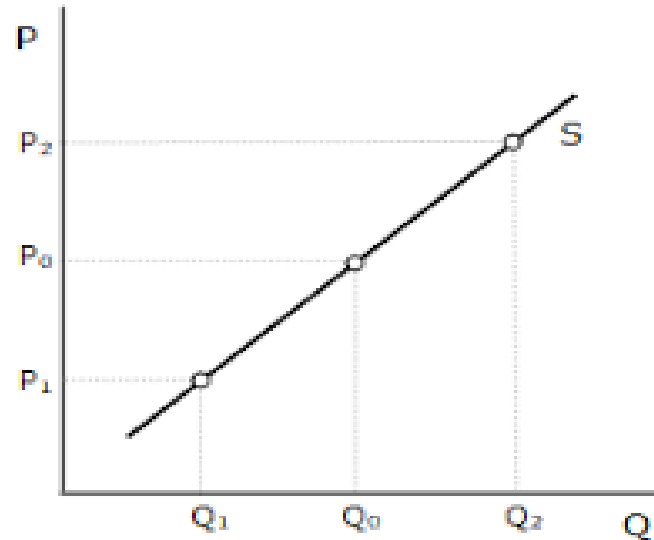
NABÍDKA

- Vztah mezi různými cenami zboží a množstvím nabízeným prodávajícím za určité časové období
- Můžeme ji vyjádřit buď v podobě tabulky nabídky nebo nabídkovou křivkou
- **POZOR!!! Neplést s nabízeným množstvím**, tj. množstvím, které výrobci plánují prodat v daném časovém období při dané ceně
- Rozlišujeme:
 - **Individuální nabídku** = jeden produkt, jeden výrobce
 - **Tržní nabídku** = jeden produkt, různí (více) výrobci, tedy nabídka jednoho výrobku na trhu
 - **Agregátní (celkovou) nabídku** = souhrn všech zamýšlených prodejů, se kterými přicházejí výrobci na trh



KŘIVKA NABÍDKY

- Má pozitivní (rostoucí) sklon, označujeme písmenem S (supply)



- Množství (Q) je závislé na ceně (P)
- Rostoucí tvar nabídkové křivky je odrazem ***zákona nabídky***, který říká, že Ceteris paribus s růstem ceny roste nabízené množství a s poklesem ceny nabízené množství klesá
- **Nabídka = křivka, nabízené množství = bod na křivce**



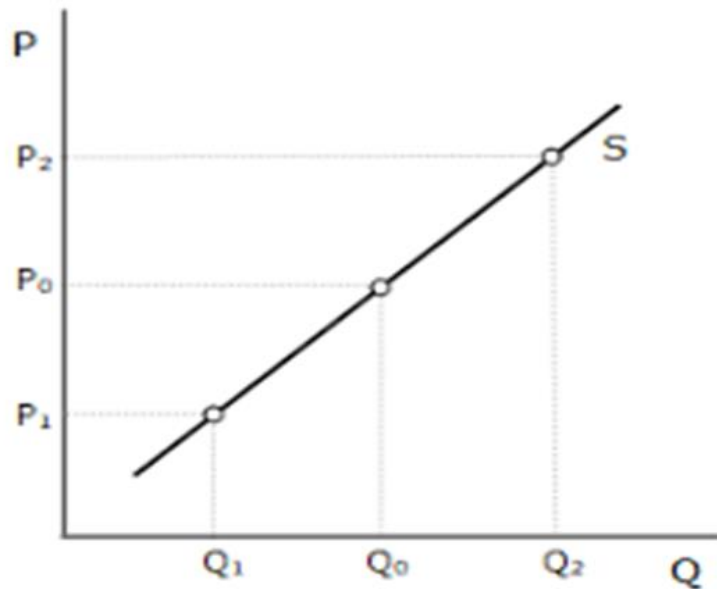
FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NABÍDKU

- **Ceny jiných produktů (substitutů, komplementů)**
 - Pokud se zvýší cena substitutu, sníží se nabídka daného produktu a naopak
 - Pokud se zvýší cena komplementu, zvýší se také nabídka daného produktu a naopak
- **Ceny vstupů použitých k výrobě**
 - Zvýšení ceny vstupů povede ke snížení nabídky daného produktu a naopak
- **Technologie výroby**
 - Pokud dojde ke zlepšení technologií, je výrobce schopen se stávajícím množstvím VF vyrobit větší množství produkce
- **Počet firem na trhu**
 - S vyšším počtem vyrábějících a nabízejících firem roste nabídka
- **Další faktory** (počasí, politická situace, vnější faktory)

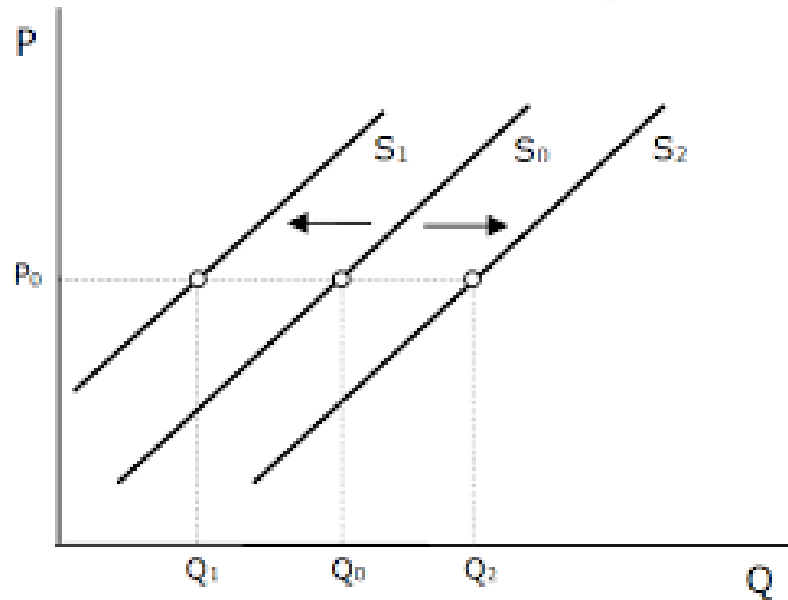


ZMĚNA NABÍDKY X ZMĚNA NABÍZENÉHO MNOŽSTVÍ

- Pokud dojde ke **změně** nabízeného množství **vlivem změny ceny**, dojde k **posunu po křivce** nabídky



- Pokud dojde ke **změně** nabídky **jinými než cenovými** vlivy, dojde k **posunu celé křivky** nabídky



ZMĚNA NABÍDKY

- **Nabídka se zvýší (posun křivky doprava), když:**
 - Se sníží cena výrobního substitutu
 - Se zvýší cena výrobního komplementu
 - Se sníží ceny výrobních faktorů
 - Doje k pozitivním technologickým změnám
 - Se zvýší počet prodávajících
- **Nabídka se sníží (posun křivky doleva), když:**
 - Se zvýší cena výrobního substitutu
 - Se sníží cena výrobního komplementu
 - Se zvýší ceny výrobních faktorů
 - Doje k negativním technologickým změnám
 - Se sníží počet prodávajících



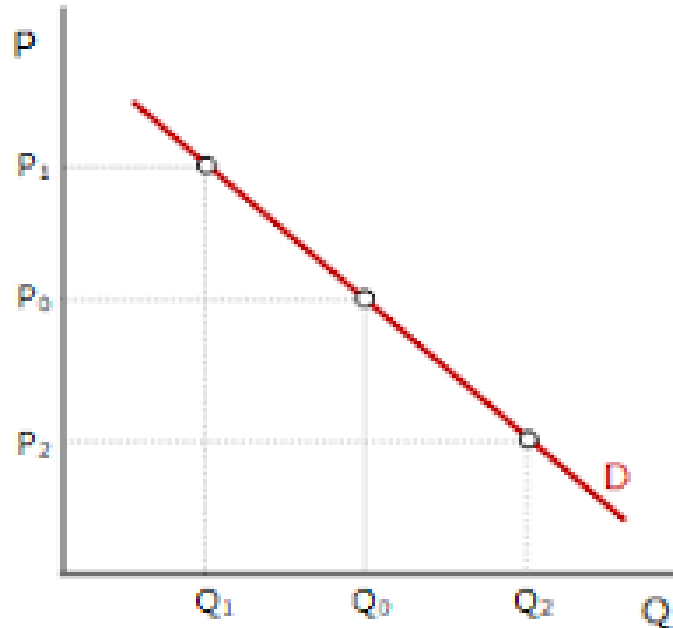
POPTÁVKA

- Vztah mezi různými cenami zboží a množstvím, které je spotřebitel ochoten a schopen při těchto cenách koupit v určitém časovém období
- Můžeme ji vyjádřit buď v podobě tabulky poptávky nebo poptávkovou křivkou
- **POZOR!!! Neplést s poptávaným množstvím**, tj. množstvím, které spotřebitel zamýšlí koupit v daném časovém období při dané ceně
- Rozlišujeme:
 - Individuální poptávku = jeden produkt, jeden spotřebitel
 - Tržní (dílčí) poptávku = jeden produkt, všichni spotřebitelé
 - Agregátní (celkovou) poptávku = souhrn všech zamýšlených koupí na trhu



KŘIVKA POPTÁVKY

- Má negativní (klesající) sklon, označujeme písmenem D (demand)



- Množství (Q) je závislé na ceně (P)
- Klesající tvar poptávkové křivky je odrazem ***zákona poptávky***, který říká, že Ceteris paribus se s růstem ceny bude poptávané množství snižovat a obráceně, při poklesu ceny se bude poptávané množství zvyšovat
- **Poptávka = křivka, poptávané množství = bod na křivce**

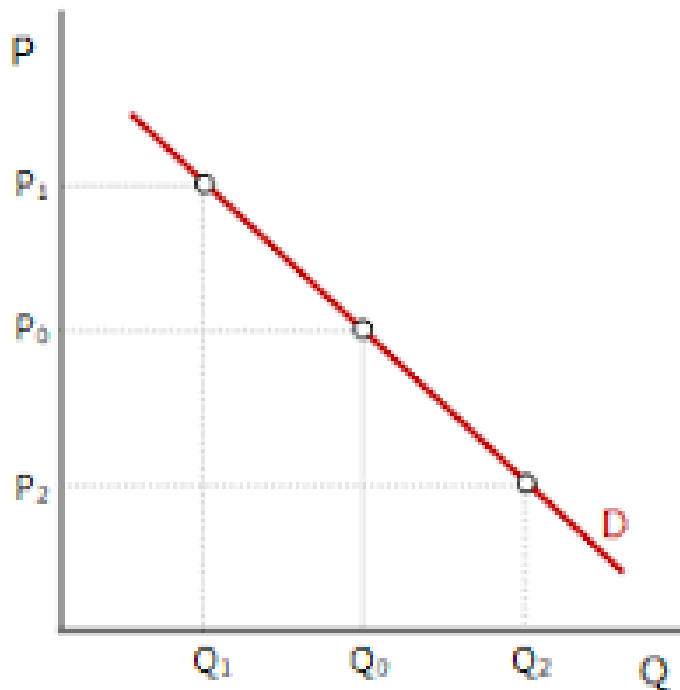
FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ POPTÁVKU

- **Ceny příbuzných produktů (substitutů, komplementů)**
 - Pokud se zvýší cena substitutu, poptávka po daném výrobku se zvyšuje a naopak
 - Pokud se zvýší cena komplementu, poptávka po daném výrobku se sníží a naopak
- **Důchody spotřebitelů**
 - Tento vztah může být pozitivní nebo negativní
 - Obecně lze říci, že u normálních statků se s růstem důchodu poptávka zvyšuje a s poklesem důchodu snižuje
- **Vkus a preference spotřebitelů**
- **Počet kupujících a demografická struktura**
 - S růstem počtu kupujících roste poptávka
- **Očekávaní spotřebitelů**
 - Týkají se ceny, dostupnosti nebo nahrazení novým typem (upřednostnění současné spotřeby na úkor budoucí)
- **Specifické faktory** (např. počasí, vládní zásahy, epidemie)

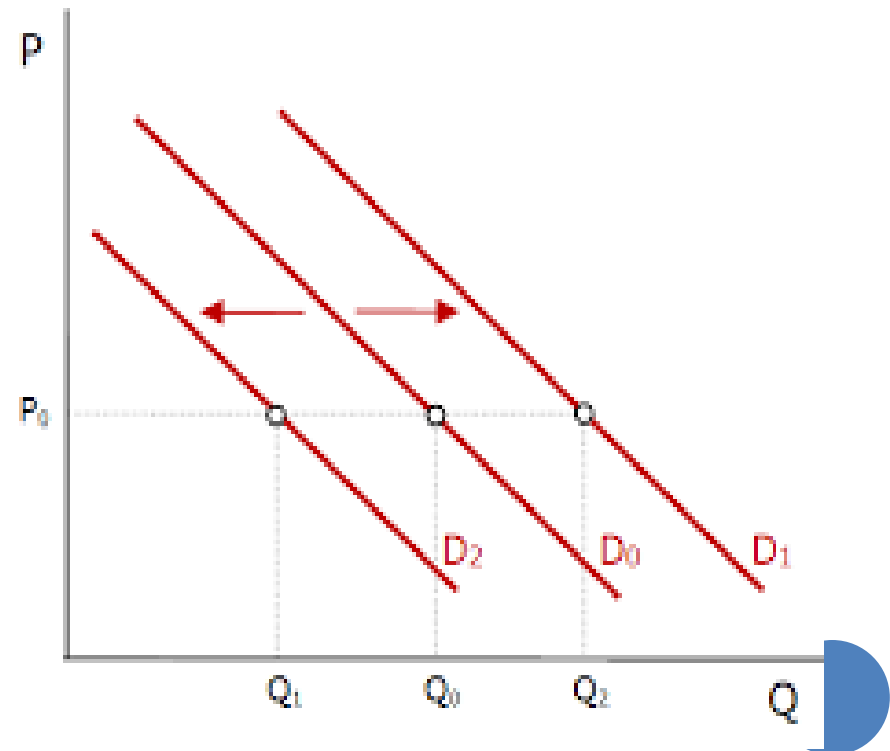


ZMĚNA POPTÁVKY X ZMĚNA POPTÁVANÉHO MNOŽSTVÍ

- Pokud dojde ke **změně** poptávaného množství **vlivem změny ceny**, dojde k **posunu po křivce** poptávky



- Pokud dojde ke **změně** poptávky **jinými než cenovými** vlivy, dojde k **posunu celé křivky** poptávky



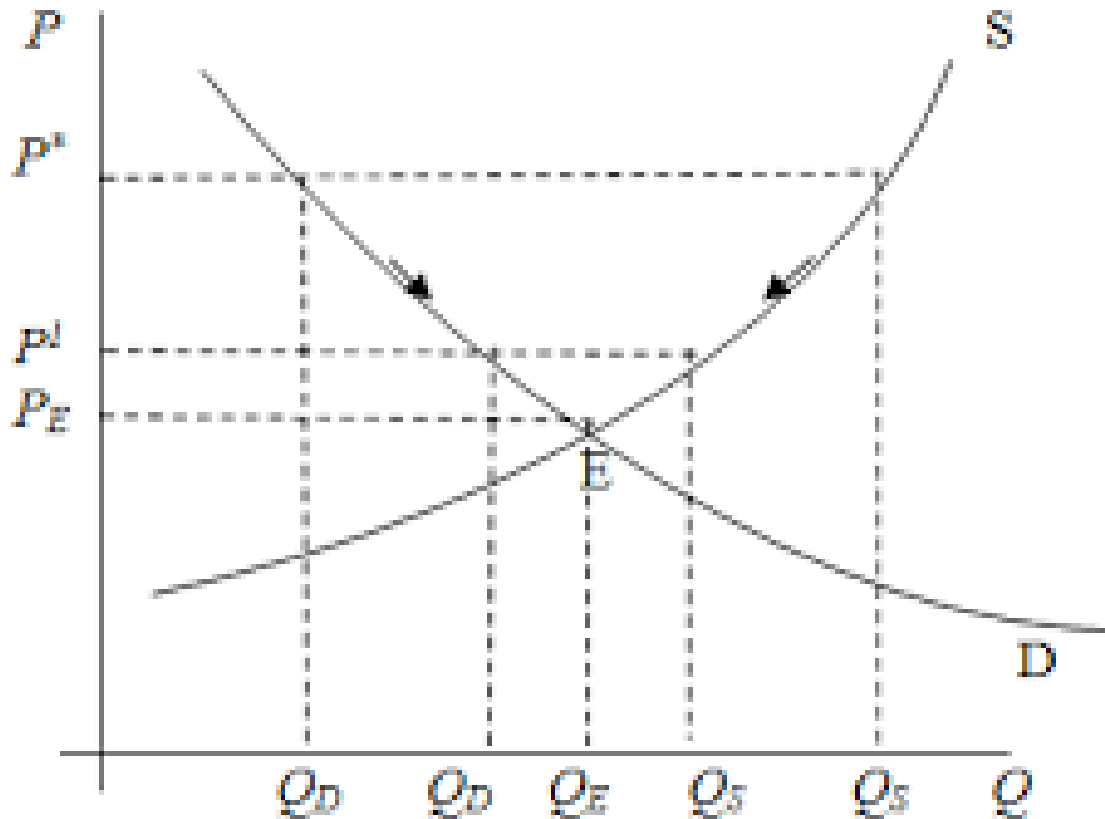
ZMĚNA POPTÁVKY

- *Poptávka po produktu se zvýší (posun křivky doprava), když:*
 - Se zvýší cena jeho substitutů
 - Se sníží cena jeho komplementů
 - Se zvýší důchod spotřebitelů (u normálního zboží)
 - Se preference spotřebitelů přesunou směrem k tomuto produktu
 - Se zvýší počet kupujících
- *Poptávka po produktu se sníží (posun křivky doleva), když:*
 - Se sníží cena jeho substitutů
 - Se zvýší cena jeho komplementu
 - Se sníží důchod spotřebitelů (u normálního zboží)
 - Se preference spotřebitelů přesunou na jiné produkty
 - Se sníží počet kupujících
 - Spotřebitelé budou očekávat nižší cenu v budoucnu



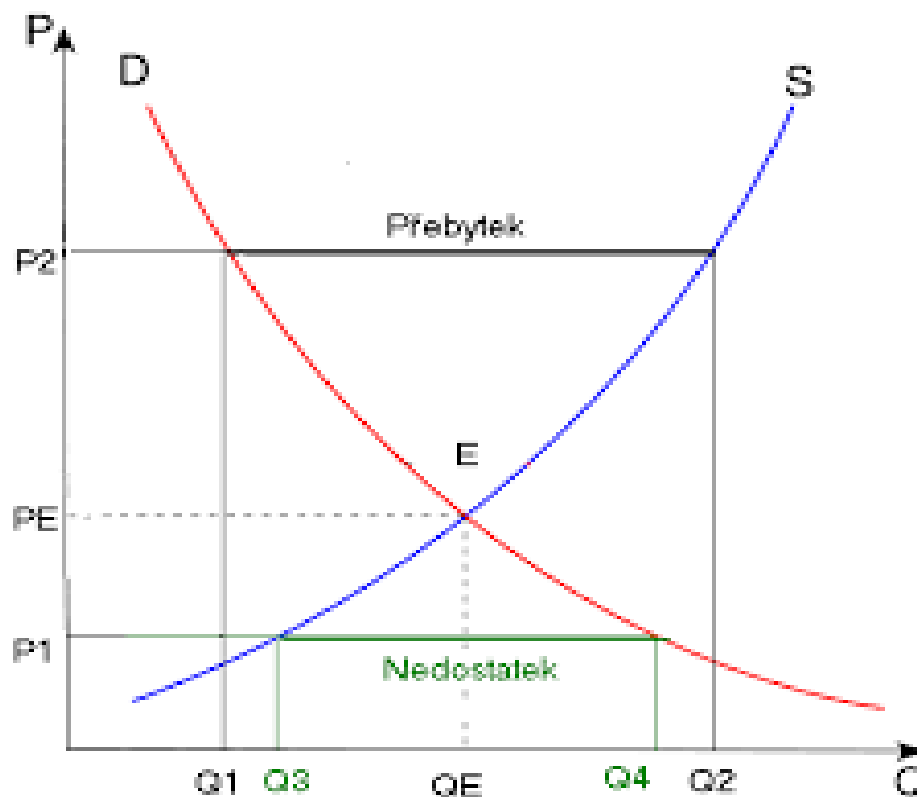
TRŽNÍ ROVNOVÁHA

- Trh je místo, kde se střetává nabídka s poptávkou
- Cena, která tímto střetem vzniká se nazývá rovnovážná cena – při této ceně se poptávané množství rovná nabízenému a trh je v rovnováze

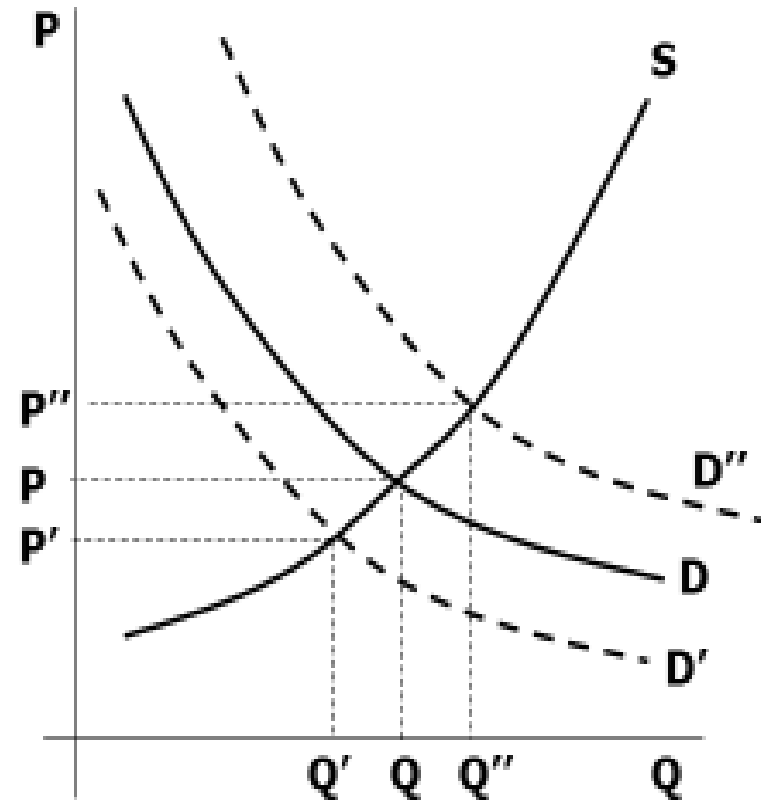
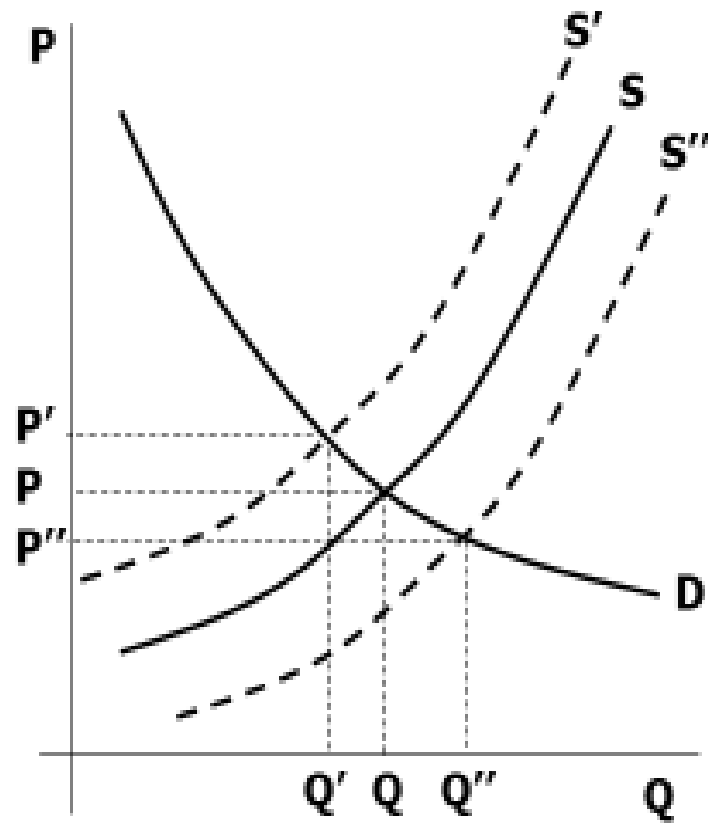


TRŽNÍ ROVNOVÁHA

- Pokud je cena jiná než rovnovážná, bude na trhu docházet buď k převisu nabídky (přebytku), kdy je cena vyšší a nebo převisu poptávky (deficitu, nedostatku), kdy je cena nižší než rovnovážná



ZMĚNA P A Q PŘI ZMĚNĚ NABÍDKY A POPTÁVKY



KONKURENCE

- Kromě nabídky, poptávky a ceny existuje ještě jeden prvek (faktor) trhu, který jej významně ovlivňuje a tím je konkurence
- Je to proces, ve kterém se střetávají různé zájmy různých subjektů trhu
- **Konkurence na straně poptávky** (např. fronty při prodejních akcích)
- **Konkurence na straně nabídky**
 - **Cenová**
 - **Necenová** = přilákání kupujících jinými (necenovými) metodami (kvalita, reklama, slevy, servis, dodatečné služby)
 - Dále rozlišujeme dokonalou konkurenci a nedokonalou konkurenci (monopol, oligopol, monopolistická)



ZÁVĚR

- Trh, přes veškeré své nedokonalosti, je jediným nástrojem, který dokáže efektivně odpovědět na otázky co?, jak? a pro koho?
- Trh je tedy nutný
- Trh je nejdokonalejší dosud poznáný regulátor a stimulátor ekonomického rozvoje.



Děkuji za pozornost a
přeji hezký den

