

Ekonomika III. ročník

008_Zákony trhu_Nabídka + Poptávka

Hospodářský proces

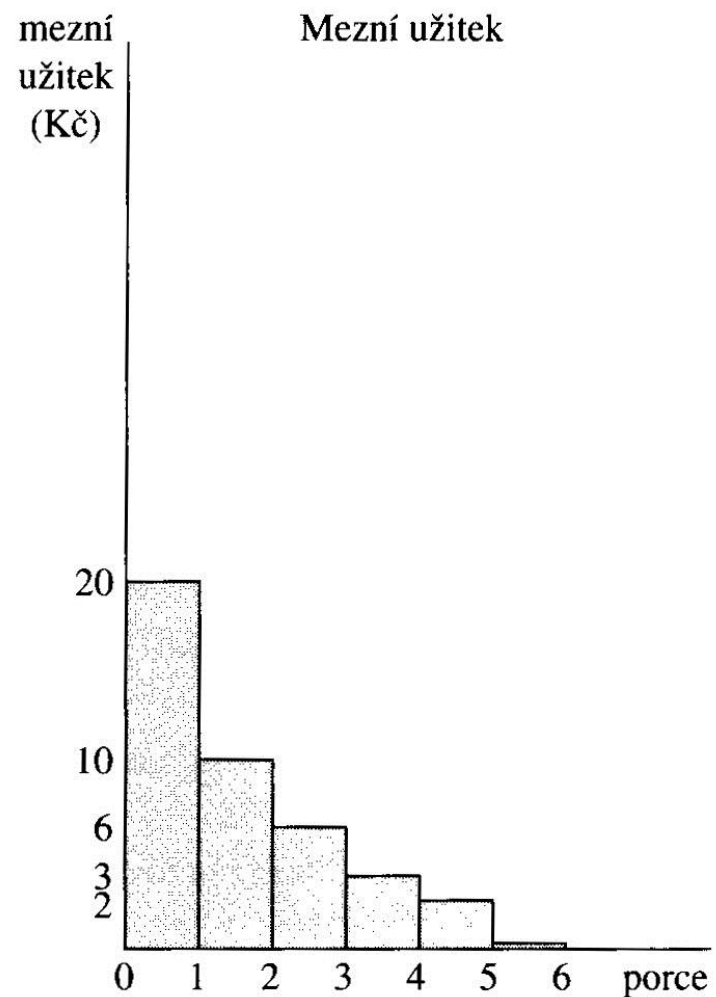
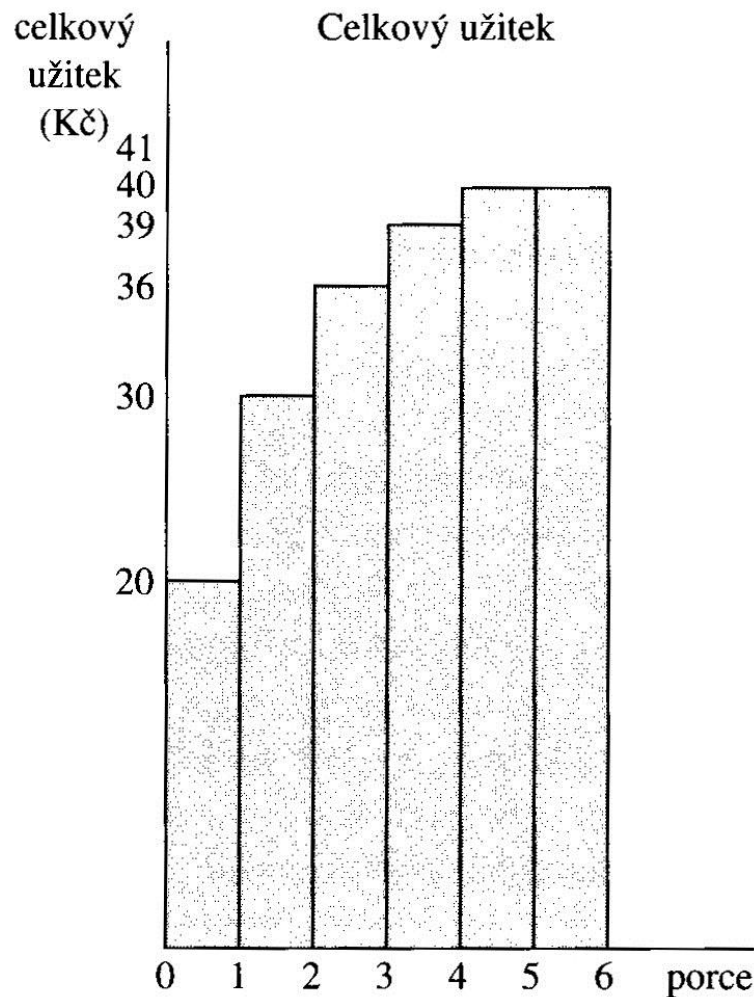
- Chování tržních subjektů (firmy, výrobci, nakupující zákazníci, vláda, instituce) **je ovlivněno zákony trhu.**

Chování spotřebitele, užitečnost a poptávka

Celkový užitek a mezní užitek

- **Užitečnost je základní vlastností statku.**
- **Celkový užitek je užitek, který spotřebitel pociťuje z celého množství spotřebovávaného statku.**
- **Mezní užitek je užitek z poslední jednotky statku.**
- **Platí zákon klesajícího mezního užitku, který říká:**

„Čím více určitého statku člověk spotřebuje, tím menší je užitek z poslední jednotky – tedy mezní užitek.“



Obrázek 4 – 1 Ukazuje užitek ze zmrzliny jako celkový užitek (levý graf) a jako mezní užitek (pravý graf)

Je teplo a mám chuť na zmrzlinu – za první bych dal klidně 20 Kč. Částečně uspokojím své potřeby, takže za druhou bych byl ochoten dát ještě 10 Kč. Ale za šestou porci už bych nedal ani korunu = už nepociťuji, že mi přinese nějaký užitek, ať stojí kolik chce.

- Další vlastností statku, jak již víme, je **vzácnost**.
- Předchozí grafy ukazují, že bychom klidně snědli 5 porcí zmrzliny – to ovšem **kdyby byla zadarmo**.
- *Zmrzlina zadarmo není – 1 porce = 5 Kč – kolik porcí koupím?*
- Platí, že **spotřebitel nakupuje do té doby, dokud je mezní užitek vyšší než cena**.
- Mezní užítky v našem případě postupně klesají – 20 Kč, 10 Kč, 6 Kč, 3 Kč = **cena tedy překročí mezní užitek u čtvrté porce (5 Kč > 3 Kč)** – takže **čtvrtou porci již nekoupím**.

Obětovaná příležitost

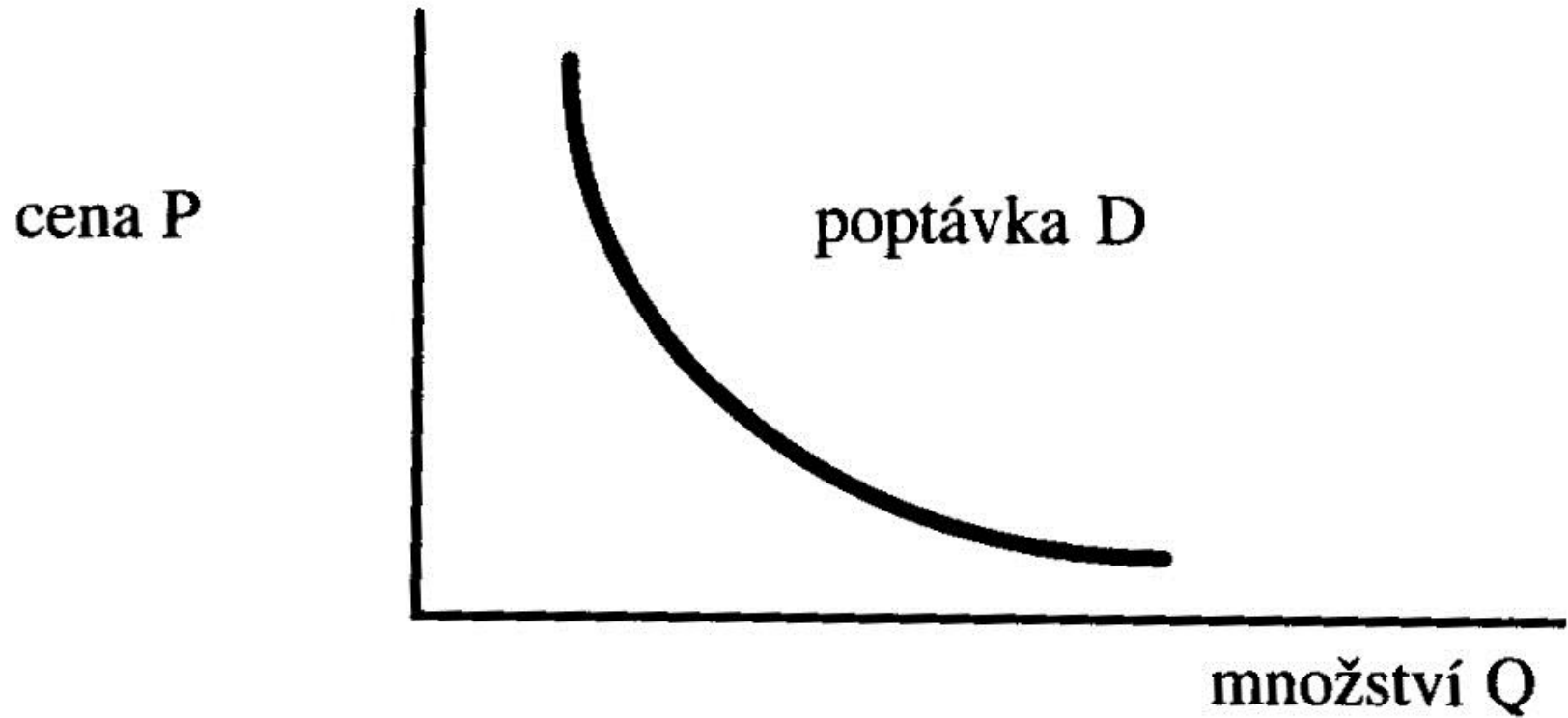
- *Proč porovnáváme mezní užitek s cenou?*
- *Když zmrzlina stojí 5 Kč, jaký význam má pro mne pětikoruna?*
- Představme si situaci: za 5 Kč je porce zmrzliny nebo jízda na toboganu. Koupí 1 porce zmrzliny obětuji 1 jízdu. **Pětikoruna má v tomto případě skutečnou hodnotu zmrzliny nebo jízdy (ne nějaký kousek kovu sám o sobě)!**
- **Jízda na toboganu je obětovanou příležitostí za porci zmrzliny.**
- Takže: cenou statku je **obětovaná příležitost = užitek z něčeho, co si pak nebudeme moci koupit.**
- Je to **vždy druhá nejlepší příležitost.**

Poptávka

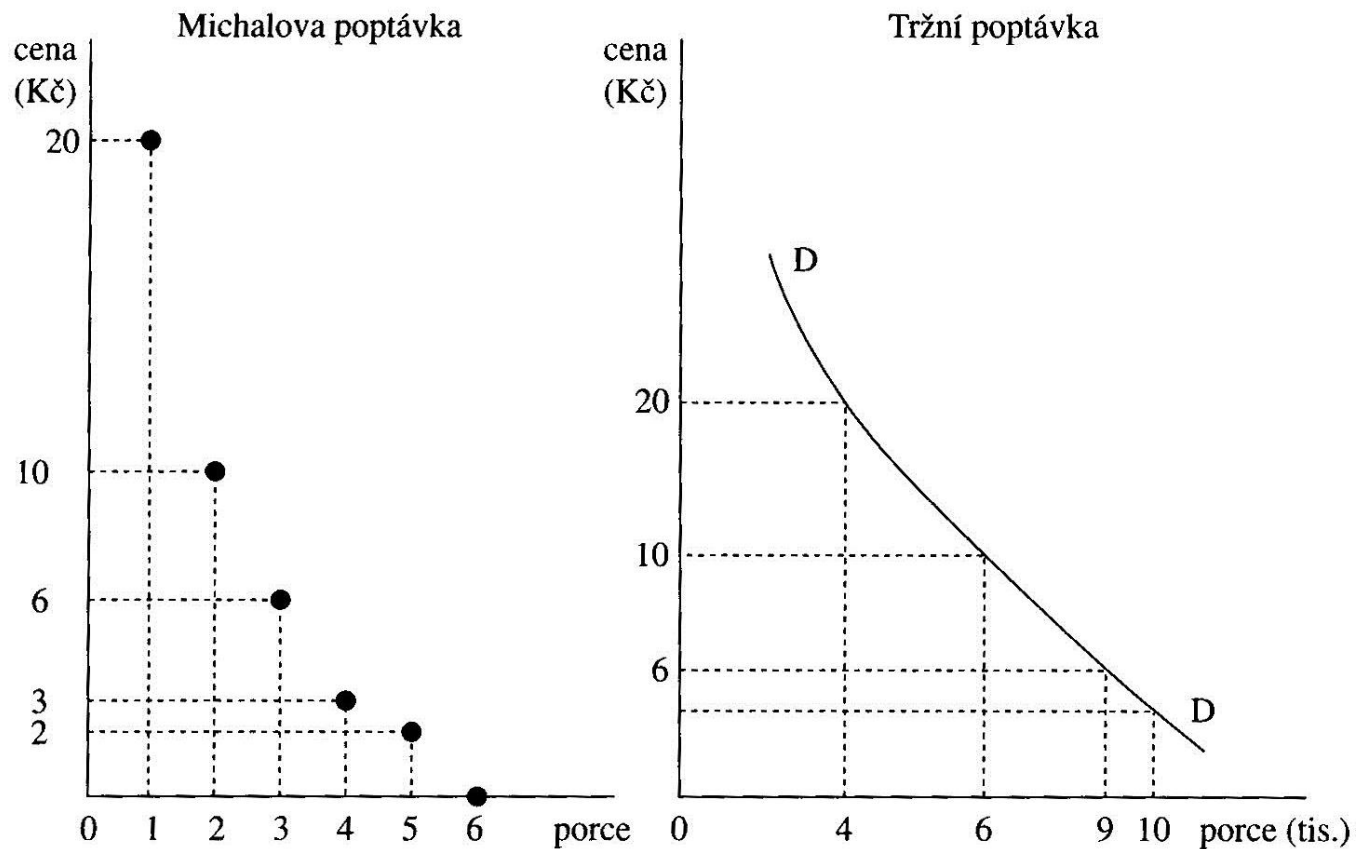
- **Poptávka ukazuje množství statků, které jsou kupující schopni a ochotni koupit při určité ceně.**
- Poptávku můžeme rozlišit:
 - **Individuální poptávka** = poptávka 1 kupujícího po určitém statku či službě.
 - **Dílčí poptávka (tržní poptávka)** = poptávka všech lidí určitého regionu (státu) po určitém statku či službě.
 - **Agregátní poptávka** = poptávka všech lidí ve státě po všech možných statcích a službách.

- **Individuální poptávky lidí se příliš liší, nedají se z nich vysledovat nějaká pravidla tržního chování.**
- **Dílčí poptávky jsou důležité pro mikroekonomické úvahy.**
- **Agregátní poptávky jsou důležité pro makroekonomické úvahy.**

- Zákon poptávky: s rostoucí cenou klesá poptávka po zboží.



Obr. 5 Zákon poptávky



Obrázek 4 – 4 Poptávka po zmrzlině

Je evidentní, že **poptávka je klesající funkcí** – při vyšších cenách kupují lidé méně statku a při nižších cenách jej kupují více.

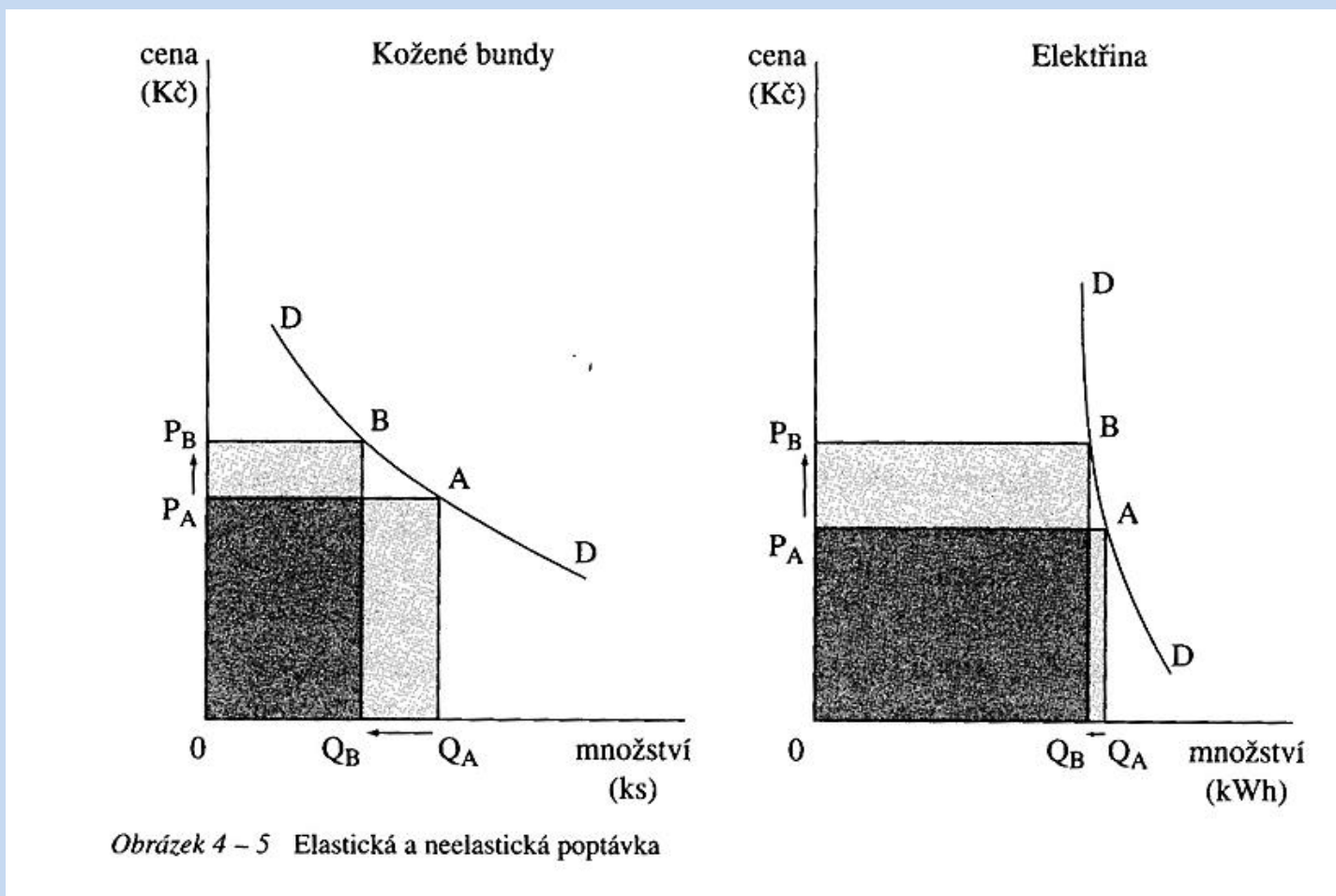
Spotřebitelská substituce

- **Spotřebitel reaguje** na podněty – tím je např. **změna ceny** = pro spotřebitele je to **signál, aby změnil složení (strukturu) své spotřeby**.
- **Spotřebitelská substituce je nahrazení** jednoho uspokojení jiným uspokojením.
- Jakékoliv dva statky, které člověku přinášejí uspokojení **jsou si navzájem tzv. substituty** – **vzájemně si konkurují o spotřebitelovu přízeň a o jeho peníze**.
- Některé substituty jsou **blízké** (med x marmeláda), jiné **vzdálenější** (zmrzlina x tobogan).

Elasticita poptávky

- Pokud **zvýšení ceny statku o 1 % vyvolá snížení poptávaného množství o více než 1 %**, jde o **elastickou poptávku**.
- Pokud **zvýšení ceny statku o 1 % vyvolá snížení poptávaného množství o méně než 1 %**, jde o **neelastickou poptávku**.

- **Poptávka po kožených bundách je elastická**, protože kožená bunda má mnoho substitutů (jiné oděvy) = zvýšení ceny má za následek snížení počtu prodaných ks a nižší příjmy prodejce (výrobce).
- **Poptávka po elektřině je neelastická**, protože elektřinu lze nahradit obtížně = zvýšení ceny má za následek zvýšení výdajů lidí a zvýšení příjmů elektráren.



Změny poptávky

- **Faktory ovlivňující poptávku:**
 - **Cena**
 - **Demografické změny:** změny v počtech a charakteristikách kupujících
 - **Změny velikosti důchodů:** mzdy zaměstnanců, starobní důchody, úroky a zisky vlastníků kapitálu
 - **Změny v preferencích:** zvyky, móda, počasí, ...
 - **Změny cen jiných zboží:**
 - **Substituty** = zboží, které můžeme vzájemně nahradit např. jablka-hrušky,
 - **Komplementy** = jiné zboží doplňující při použití zboží sledované např. auto a benzin

Chování výrobce, náklady a nabídka

Utopené náklady

- Když se člověk rozhoduje mezi příležitostmi, zamýšlí se nad náklady.
- Např.:
- *Zítřejší jízda k babičce. Autem nebo vlakem?*
- *Vlak.....100 Kč*
- *Auto.....80 Kč (ale včera jsem dolil olej za 200 Kč)*
- *Mám olej nějak započítat? Ne, dolil bych ho tak jako tak! Náklad na olej neberu v úvahu. Auto je proto výhodnější.*

- **Utopené náklady jsou náklady, které nelze ušetřit. Nesete je tak jako tak.**
- **Nejsou tedy směrodatné pro rozhodování v dané situaci.**
- Tyto náklady **nesmíme vzít do úvahy, jinak bychom se rozhodli chybně** (v našem příkladu k jízdě vlakem).

Náklady příležitosti

- **Které náklady jsou při rozhodování směrodatné?**
- *Např.:*
- *Manželka koupila 2 lístky na koncert za mimořádnou cenu 20 Kč.*
- *Manžel se chce dívat na hokej.*
- *Nakonec rezignuje s poznámkou „to mě ten koncert přijde pěkně draho“.*
- *Proč to říká?*
- *Protože dá nejen 20 Kč, ale obětuje požitky z hokeje – to je pro něj plná cena koncertu.*
- *Kdyby nebyl hokej, byla by pro něj cena koncertu jen 20 Kč.*

- *Např.:*
- *Maturant se rozhoduje zda jít na státní VŠ, která je v jeho městě.*
- *Rodiče radí běž – budeš pak víc vydělávat a stojí to pár korun měsíčně.*
- *Maturant váhá – má nabídku na práci za 15 000 Kč měsíčně.*
- *Jaké budou náklady na studium?*
- *Musí se do nich započítat i obětovaná příležitost – výdělek, který by mohl pobírat (15 000 x 12 měsíců x 5 let = 900 000 Kč)*

- **Náklady určité činnosti jsou vždy vyvolány obětovanými příležitostmi.**

- **Obětované příležitosti jsou příležitosti, které nemůžete využít, protože se věnujete dané činnosti.**
- **Náklady příležitosti jsou výnosy nebo užitky z těchto obětovaných příležitostí.**

Ekonomický zisk

- Např.:
- *Náklady a zisk zmrzlináře*
- *Zmrzlinář si pořídil stánek se zmrzlinou.*
- *Pronájem pozemku.....5 000 Kč/ročně*
- *Zmrzlinový stroj pronájem....10 000 Kč/ročně*
- *Náklady na suroviny.....150 000 Kč/rok*
- *Roční příjem.....470 000 Kč.*

- *Jaký je jeho zisk? $470\ 000 - 150\ 000 - 10\ 000 - 5\ 000 = 305\ 000$ Kč*
- *Zmrzlinář ale musí započítat náklady obětované příležitosti - kdyby neměl stánek, mohl by pracovat u stavební firmy...228 000 Kč / rok*

- *Celkem náklady = $5\ 000 + 10\ 000 + 150\ 000 + 228\ 000 = 393\ 000$ Kč*
- *Celkem příjem.....470 000 Kč*
- ***Ekonomický zisk....77 000 Kčto je směrodatné (ukončí podnikání)***
- ***Účetní zisk305 000 Kčjen pro daňové účely***

- **Náklady příležitosti:**
 - **Explicitní náklady příležitosti = platby jiným lidem, od kterých něco kupujeme, najímáme.**
 - **Implicitní náklady příležitosti = naše vlastní obětované příležitosti (mzda v jiném zaměstnání).**
- **Do nákladů je nutné započítat všechny náklady příležitosti.**
- **Ekonomický zisk je rozdíl mezi příjmem a veškerými náklady příležitosti – explicitními i implicitními.**

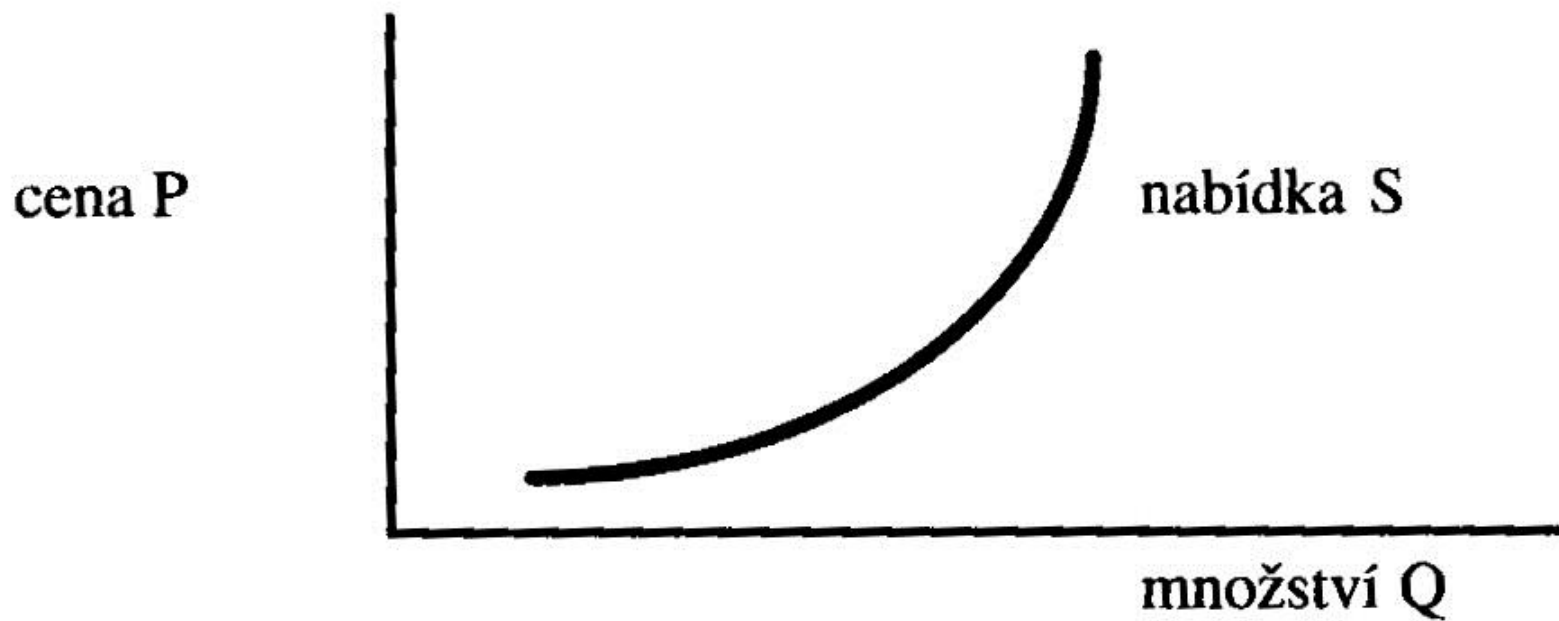
Fixní a variabilní náklady

- **Fixní náklady se nemění, když se mění rozsah produkce.**
- **Variabilní náklady se mění, když se mění rozsah produkce.**
- Typickým fixním nákladem je nájemné (za pozemek, za budovy, za auta, ...). Dále jsou to některé platy např. manažerů nebo uklízeček.
- Typickým variabilním nákladem jsou suroviny, které přímo vcházejí do výrobku. Jsou to také mzdy lidí, kteří se přímo účastní výroby nebo poskytování služeb.

Nabídka

- **Nabídka je množství statků, které výrobci nabízejí na trhu při určité ceně:**
 - **Individuální nabídka** = nabídka 1 výrobce určitého statku nebo služby (kolik nabídne 1 pekař rohlíků při ceně 2Kč, kolik při ceně 5Kč).
 - **Dílčí nabídka** = nabídka všech výrobců určitého zboží v určitém regionu (součet individuálních nabídek).
 - **Agregátní nabídka** = nabídka všech výrobců všech druhů zboží v 1 státě.

- Zákon nabídky: s rostoucí cenou roste i nabídka zboží.



Obr. 4 Zákon nabídky

Faktory ovlivňující nabídku

- **Cena.**
- **Náklady výroby a obchodu:** dražší suroviny, energie, zvyšování nominálních mezd nebo naopak novější technologie, které zvýší produktivitu práce.
- **Změny vnějších podmínek podnikání:** počasí pro zemědělce, daně, organizace trhu.
- **Změny kapitálové výnosnosti:** kapitál má přirozenou tendenci směřovat **do podnikání s vyšší rentabilitou** (vyššími výnosy z daných vstupů) = kolísání počtu výrobců daného zboží v čase (**výjimky** těžký průmysl, automobilky, ... tedy ty oblasti výroby, které **vyžadují mimořádné náklady** na výrobu).

Otázky:

1. Vysvětlete zákon klesajícího mezního užitku.
2. Jak se chová spotřebitel vzhledem k meznímu užitku a ceně?
3. (Co je to obětovaná příležitost?)
4. Dílčí poptávka je
5. Individuální poptávka je
6. Agregátní poptávka je
7. Zákon poptávky.
8. Definujte zákon nabídky.
9. Co je to spotřebitelská substituce?
10. Elastická poptávka.
11. Neelastická poptávka.
12. Uveďte příklad elastické poptávky.
13. Uveďte příklad neelastické poptávky.
14. Které druhy zboží označujeme jako substituty?
15. Které druhy zboží označujeme jako komplementy?
16. Uveďte faktory ovlivňující poptávku.
17. (Utopené náklady.)
18. (Vysvětlete co jsou to obětované příležitosti.)
19. Explicitní náklady příležitosti.
20. Implicitní náklady příležitosti.

21. Fixní náklady – definice + příklad.
22. Variabilní náklady – definice + příklad.
23. Individuální nabídka.
24. Dílčí nabídka.
25. Agregátní nabídka.
26. Faktory ovlivňující nabídku.
27. Změny kapitálové výnosnosti – vysvětlete.
28. Uveďte příklady substitutů.
29. Uveďte příklady komplementů.
30. (Celkový užitek je)

Zdroje:

- Švarcová, J. a kol. Ekonomie – stručný přehled, 2012/2013. Zlín, CEED 2011
- Holman R., Pospíchalová D., Úvod do ekonomie pro střední školy. Praha, C. H. Beck 2012