

# Zboží, peníze, cena, poptávka, nabídka

## Zboží

Zboží je výsledkem lidské práce. Jde o výrobek, který může být hmotným statkem (věcí, předmětem) nebo službou, uspokojující svými vlastnostmi lidské potřeby, a který je předmětem směny (prodeje, koupě) uskutečňované na trhu.

Za zboží nelze považovat volné statky, samozásobitelskou produkci a netržní služby.

Určete, v kterých případech jde o produkci zboží (statku nebo služby): modelář si vyrobil model letadla; matka ušila dceři šaty, které jí darovala; lékař provedl našemu dítěti operaci; švadlena ušila na zakázku šaty.

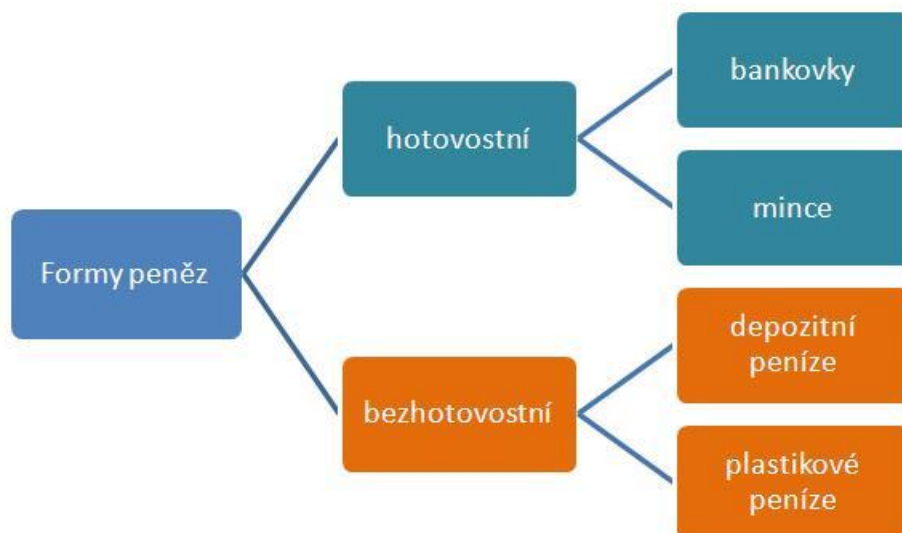
### Vlastnosti zboží

Aby byla možná směna na trhu, musí mít zboží určité vlastnosti, které se projevují v

1. užitné hodnotě zboží, která vyjadřuje souhrn vlastností, kterými lze uspokojit lidské potřeby
2. hodnotě zboží, která vyjadřuje množství výrobních faktorů, jež bylo do výroby tohoto zboží vloženo
3. směnné hodnotě zboží, která udává poměr, ve kterém se směňuje jedno zboží za druhé. Cenná hodnota vyjádřená v penězích představuje cenu zboží.

## Peníze

Peníze vznikly jako zvláštní druh zboží, ve kterém všechno ostatní zboží vyjadřuje svou hodnotu.



Vysvětlení:

Bezhotovostní karty – plastikové peníze.

Depozitní peníze – peníze na vkladových a úvěrových účtech.

**Peníze plní základní tři funkce, a to:**

1. prostředek směny – vychází ze schopnosti peněz zprostředkovat směnu na trhu.
2. míry hodnot – vyjadřuje schopnost peněz působit jako míra ocenění všech ostatních statků a služeb
3. uchovatele hodnot – vyplývá z toho, že peníze umožňují udržovat hodnoty v čase.

**Požadavky kladené na peníze**

Aby peníze mohly plnit uvedené funkce, musí splňovat určité požadavky. Musí být především:

1. dělitelné – tzn., že kromě základní měnové jednotky obíhají její zlomky a násobky (např. stokoruny)
2. snadno přenosné – papírové peníze, mince, platební karty
3. obtížně padělatelné – ochranné prvky na bankovkách, internetové převody programově zabezpečeny
4. stabilní- tzn., že musí mít stálou kupní sílu

## Cena

Cena je množství peněz, které bude za kupované a prodávané zboží zapláceno.

Cena statků a služeb, za níž se kupuje a prodává a trhu v určitém čase, je **cena tržní**. Tato cena se stanoví na základě dohody mezi dodavatelem a odběratelem, jde tudíž o **tržní cenu smluvní**.

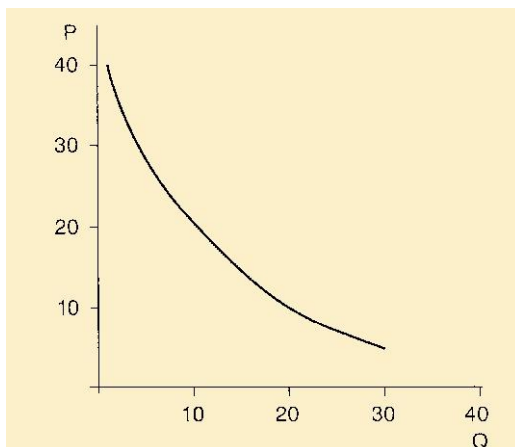
Cenou práce je **mzda**, která představuje příjem, za kterou si lidé kupují spotřební statky.

Cenou peněz je **úrok**.

## Poptávka

Poptávka je množství statků a služeb (určitého zboží), které jsou kupující ochotni a schopni při daných podmínkách (při určité ceně v určitém čase a místě) koupit. Mluvíme o tzv. koupěschopnosti spotřebitelů.

Cena bývá klíčovým faktorem. Poptávka vyjadřuje závislost **mezi množstvím produkce a jeho cenou**. Pokud bychom dané údaje chtěli vynést do grafu, ve kterém nezávisle proměnná P (cena) je na svislé ose a závisle proměnná Q (poptávané množství) je na vodorovné ose, dostaneme **poptávkovou křivku**, která **klesá zleva doprava** a je specifická pro určitý trh v určitém čase. Poptávková křivka ukazuje, za jakou cenu jsou spotřebitelé za jinak stejných okolností ochotni nakoupit určité množství zboží. Tento jev označujeme jako **zákon klesající poptávky**, který říká, že **s rostoucí cenou klesá poptávkové množství**.



## Posun poptávkové křivky

Dosud jsme předpokládali, že poptávané množství určitého statku je závislé na jeho ceně. Z praxe však víme, že množství statků, které jsou kupující ochotni koupit, závisí i na jiných faktorech, než je cena. Tyto ostatní změny znázorňujeme pomocí **posunu poptávkové křivky**. Změnou některého z faktorů vzniká nová poptávková křivka.

### Faktory, které ovlivňují poptávkovou křivku:

1. cena kupovaného zboží
2. ceny substitutů – substitut je zboží, které nahrazuje sledovaný druh zboží (maso hovězí – maso vepřové, káva – čaj)
3. ceny komplementů – komplement je statek, který doprovází spotřebu určitého výrobku a kupuje se zároveň s ním (televizor a elektřina, automobil a benzín)
4. výše příjmů – dojde-li ke zvýšení příjmů, posune se poptávková křivka směrem doprava
5. zvyky a změny v preferencích kupujících, tj. v potřebách, zájmech, módě

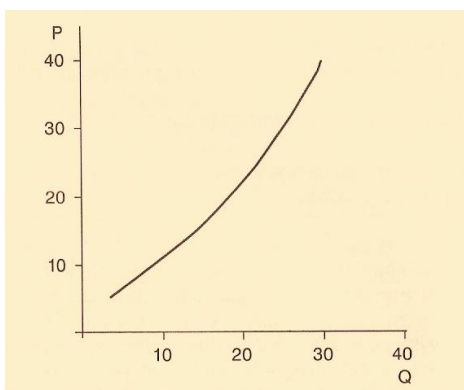
### Typy poptávky

1. **Agregátní (celková) poptávka** je souhrnem všech zamýšlených koupí.
2. **Individuální poptávka** vyjadřuje poptávku jednoho kupujícího po veškerém zboží
3. **Dílčí poptávka** představuje poptávku všech kupujících po jednom druhu zboží.

## Nabídka

Nabídka je množství statků (určitého zboží), které výrobci dobrovolně dodají na trh při určité ceně.

Nabízení množství je závislé především na ceně. Nabídka vyjadřuje **závislost mezi množstvím nabídkové produkce a jeho cenou. S rostoucí cenou stoupá nabídkové množství**. Tento jev označujeme jako **zákon rostoucí nabídky**. Jestliže nabídku znázorníme graficky, dostaneme **nabídkovou křivku**, která vyjadřuje ochotu výrobců prodat při určité ceně určité množství statků a **stoupá zleva doprava**.



## Faktory, které ovlivňují nabídkovou křivku:

1. cena prodávaného zboží
2. změny cen substitutů – dojde-li ke zvýšení ceny jednoho substitutu, sníží se nabídka druhého
3. ceny komplementů
4. výrobní náklady – pokud jsou náklady nízké, je z hlediska zisku nejlépe vyrábět velké množství statků se stejnými ekonomickými zdroji a zvýšit tak nabízené množství
5. ceny alternativních výrobků – alternativa znamená možnost volby mezi dvěma nebo více výrobky
6. změny výrobních podmínek – např. výkyvy počasí (snižují nebo zvyšují úrodu), sezónnost, státní regulace

## Typy nabídky

1. **Agregátní (celková) nabídka** je celková nabídka veškerého zboží na trhu od všech výrobců
2. **Individuální nabídka** vyjadřuje nabídku jednoho výrobce
3. **Dílčí nabídka** představuje nabídku jednoho výrobku od více výrobců

## Vzájemné působení poptávky, nabídky a ceny na trhu

Z výkladu poptávky a nabídky je patrné, že **kupující a prodávající na trhu mají protichůdné zájmy**.

**Kupující** se snaží koupit pokud možno co nejvíce zboží za co nejnižší ceny. Kupujících je na trhu značné množství a mají možnost vybrat si zboží, které je pro ně výhodné.

**Prodávající** se snaží prodat zboží co nejvíce a pokud možno za co nejvyšší cenu. Prodávajících se účastní na trhu zpravidla větší množství a vzájemně si konkurují. Nastává boj o zákazníka. Prodávající se snaží získat kupující tím, že nabízejí příznivější podmínky – cenu, kvalitu, rychlost dodání, servis a v neposlední řadě je důležitý i ochotný personál s odbornými znalostmi.

Vzájemné působení nabídky a poptávky vyjadřuje skutečnost, že cena je závislá na nabídce, ale současně platí, že poptávané a nabízené množství je závislé na ceně. Velikost nabídky se neustále mění, a tím se mění i ceny zboží. Kolísání cen při střetávání nabídky a poptávky tak působí jako regulátor výroby.

**Ceny**, které vznikají na základě nabídky a poptávky, nutí výrobce, aby vyráběli hospodárně (s nízkými náklady) a aby vyráběli technicky dokonalé výrobky v množství, které jsou spotřebitelé ochotni koupit. Tím jsou vedeni k co nejvyšší účinnosti vynaložených prostředků a práce. Ten výrobce, který není schopen obstát v konkurenci s jinými výrobci, tj. vyrábět příslušnou kvalitu za určitou cenu, zaniká. Čím je cena určitého zboží na trhu vyšší, tím více výrobců přichází na trh a chce prodat své zboží. Je-li cena na trhu nízká, výrobci nemají zájem prodávat za tuto nízkou cenu a výrobu redukuje, nabízení množství zboží na trhu se snižuje.

Mezi nabízeným a poptávaným množstvím a cenou existuje zpětná vazba.

Převyšuje-li poptávka nabídku, cena stoupá a naopak, převyšuje-li nabídka poptávku, cena klesá.

Jak jsme již uvedli, platí i obrácený vztah.

Vysoká cena snižuje poptávku a zvyšuje nabídku, nízká cena zvyšuje poptávku a snižuje nabídku.