



NÁZEV ŠKOLY:	GYMNÁZIUM JOSEFA JUNGMANNA LITOMĚŘICE, Svojsíkova 1, příspěvková organizace
ČÍSLO PROJEKTU:	CZ.1.07/1.5.00/34.1082
NÁZEV MATERIÁLU:	VY_32_INOVACE_5B_18_Poptávka
TÉMA SADY:	Společenskovědní seminář
ROČNÍK:	4. ročník, oktáva
DATUM VZNIKU:	Září 2013
AUTOŘI:	Luboš Nergl, Andrea Skokanová



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Poptávka

Anotace:

Výukový materiál je určen pro volitelný předmět společenskovední seminář ve 4. ročníku

Materiál obsahuje texty z učebnic určených převážně pro výuku na vysokých školách, jen výjimečně obsahuje jiné texty. Texty nemohou nahradit soustavný výklad dané problematiky, jejich funkce je motivační k dalšímu studiu zejména uvedených titulů. Zároveň je úloha textů inspirativní k frontálním diskusím a skupinovým debatám. Výše zmíněné inspiraci slouží otázky a úkoly.

Žáci si mohou texty vytisknout, stáhnout do mobilu či tabletu, mohou si je převést do otevřeného formátu, opatřit poznámkami, napsat odpovědi. Rovněž během vyučovací hodiny lze texty promítnout dataprojektorem na plátno.

Časová náročnost: 2 vyučovací hodiny týdně (dvouhodinový seminář).

Přístup k internetu není bezpodmínečně nutný, jen některé úkoly odkazují na elektronické zdroje.

Paul Heyne: Ekonomický styl myšlení

Krátký úvodník v časopise Wall Street Journal z listopadu 1977 odhalil nebezpečí, se kterým se setkají ti, kteří se domnívají, že takové verbální rozdíly jsou příliš zanedbatelné, aby se jimi zabývali. Autor úvodníku kritizoval ekonomu ze zemědělského oddělení pro jeho neznalost ekonomie, která se projevila v jeho prohlášení, že pohyb spotřebitelské poptávky ve Spojených státech způsobil pokles ceny kávy, poté když dosáhla výše 4,42 dolary za libru. Autor úvodníku napsal: Trh kávy se chová takovým způsobem, jak uvádějí základní učebnice o chování trhu. Ceny rostou, poptávka klesá, a pak klesají i ceny".

Základní učebnice nic takového neuvádějí. Naopak se tam dozvíme, že autor úvodníku zaměnil požadované množství za poptávku. Když cena kávy stoupla, požadované množství kleslo. Kdyby se hnutí spotřebitelů podařilo změnit postoj lidí k pití kávy (některé lidi růst ceny tak rozčílil, že po určitou dobu nebudou pít kávu za jakoukoliv cenu), potom by se skutečně hnutí spotřebitelů podařilo změnit poptávku. A jestliže poptávka klesne, pak cena jde dolů. Podle mylné logiky autora úvodníku by to znamenalo, že cena poroste nebo bude klesat neomezeně, protože když cena opět klesne, poptávka by se měla opět zvýšit, a tím způsobit, že cena poroste, zatímco poptávka klesne, a tím i cena poroste.

Ale to je zmatené myšlení, způsobené nesprávným užíváním termínů. Cenu a požadované množství si můžeme představit jako předměty na miskách vah a poptávku jako velkou vzducholod', na kterou jsou váhy připevněny. Když se cena pohybuje jedním směrem, požadované množství se pohybuje směrem opačným. Změny v poptávce (balon se pohybuje nahoru nebo dolů) vytváří tlak jak na cenu, tak na požadované množství. Poptávka po zboží je souhrnem biologické skutečnosti, společenských vztahů, psychologických faktorů a širokého spektra ekonomických proměnných veličin jako je důchod a cena, kvalita a všeobecná dostupnost substitutů. Všechny tyto faktory dohromady vytvářejí poptávku po určitém zboží, vztah, který bude existovat mezi změnami jeho nominální ceny a změnami množství, které si lidé budou chtít koupit. Jestliže se poptávka bude měnit (balon bude stoupat nebo klesat) cena a požadované množství se budou pohybovat v opačném směru.

Vyjádřeno jednoduše: jediná změna, která nezpůsobí změnu v poptávce po jízdách kolech je změna ceny jízdání kol. Jestliže však dojde ke kombinaci několika faktorů, například růstu důchodu, zájmu o životní prostředí a nového zájmu o výlety do přírody, potom se zvýší i poptávka po jízdání kolech. V důsledku toho roste jak cena, tak požadované množství. Něco takového se stává často. Rozdíl mezi poptávkou a požadovaným množstvím pochopíte, jestliže si jasně uvědomíte, že tento rozdíl neodporuje zákonu poptávky. Růst poptávky může zvýšit jak cenu, tak i požadované množství. A pořád bude platit, jak u vysoké, tak i u nízké poptávky, že menší množství se požaduje za vyšší než za nižší cenu. A to je to, co tvrdí zákon poptávky. Ekonomická teorie vyděluje nominální cenu statku od všech ostatních faktorů, a věnuje jí zvláštní pozornost z důvodu zvlášť významné úlohy, kterou hrají nominální ceny při upravování a usměrňování lidského chování . . .

● ● ●
Předpokládejme nyní, že cena benzínu byla určena zákonem a že nesmí převýšit 80 centů za galon. Při ceně 80 centů za galon budou chtít spotřebitelé koupit

měsíčně 9,5 mld. galonů. Avšak výrobci budou nabízet jen 8,5 mld. galonů. A tak vzniká nedostatek zboží, v našem případě to je 1 mld. galonů měsíčně. Na našem obrázku se nedostatek zboží projeví jako mezera mezi křivkou nabídky a poptávky při ceně 80 centů za 1 galon. Lidé nemohou získat tolik zboží, kolik ho chtějí, dokonce i tehdy, když by byli ochotni zaplatit požadovanou vyšší cenu. Pevné ceny jsou příčinou nedostatku zboží.

Karel Riegel: Ekonomická psychologie

Peněžní směna přináší do světa práce bezprecedentní změnu. Práce je směňována za všeobecný ekvivalent, peníze. Otevírá se do té doby neuvěřitelný prostor volby, na jedné straně si lze vybrat právě tu práci, pro kterou mám nejlepší předpoklady a vybavení, které mě zajímá, pro kterou mám motivaci. Na druhé straně prostřednictvím peněz mohu získat vše, co je na trhu dostupné. Za svou zcela konkrétní práci mohu získat „obecné peníze“ a za ně právě ty statky, které naplňují právě mé, zcela konkrétní potřeby. A mohu tak učinit ne hned, zde a nyní, jako je tomu v barteru, ale v místě a čase, které já uznám za nejvhodnější. To znamená, že svou potřebu mohu odložit, že mohu vytvářet úspory. Oproti stísněnému prostoru uzavřeného systému domácího hospodářství, které málo absorbuje, málo poskytuje a balancuje na hranici přežití, je zde k dispozici prostor, který se jeví jako „bez hranic“. Je samozřejmě rovněž svázán, podobně jako domácí hospodářství, ale zase jinými pravidly, která často v prvním přiblížení nejsou zřejmá. Ze stísněného prostoru domácího hospodářství, kde se počítá na kusy apod., se ocitáme ve světě velkých čísel, kde platí už ne přísná determinace a s ní spojená jistota, ale pravděpodobnost a nutně tedy nejistota, ale současně je to i prostor netušených příležitostí, vedoucích potenciálně jak k bohatství tak k chudobě.

Svoboda volby na trhu práce, stejně jako na jiných trzích, není bohužel absolutní. Výrobce automobilu, který chce přijít na trh s novým typem vozu, musí investovat značné sumy do projektu, jehož výsledek se dostaví nejdříve za několik let a naprosto ne s jistotou. Vůz se nemusí povést a zákazníci nemusí oslovit. Podobně mohu investovat do vzdělání a po několika letech zjistit, že sice mám zajímavého koníčka, ale že kromě mě už téměř nikoho nezajímá a na trhu práce se neuplatním. Cenou za příležitost, kterou trh poskytuje, je riziko. Jestliže nenacházím na trhu práce uplatnění a mám pocit nespravedlnosti, není to vždy pocit oprávněný. Dávno pryč je doba, kdy místo po vysoké škole bylo jistěno tzv. „umístěnkou“. Nastoupit na takové místo byla nejen možnost, ale vlastně povinnost, jíž bylo docela obtížné se vyhnout.

V tržním systému současnosti již nestačí jen něco „umět“, ale je třeba umět něco, o co je zájem. A toto něco na trhu uplatnit. Příkazem dne je „osobní marketing“, v rámci kterého pracovník nejen zvyšuje svou kvalifikaci, ale také provádí systematickou analýzu trhu a příslušným způsobem o sobě dává vědět. Vstupuje tedy do soutěže a ví, že tento prostor není bez nástrah a bez pravidel, že není ideální, ale ovládan velkými hráči, a že musí přijmout některá strategická rozhodnutí.

OTÁZKY A ÚKOLY

1. Každoročně můžeme v obchodech pozorovat povánoční slevy a lidé začnou znovu nakupovat. Zvýšili obchodníci slevovými akcemi poptávku? Znázorněte situaci graficky.
2. Ekonom Paul Heyne píše o poptávce jako o stoupajícím a zase klesajícím balónu. Nakreslete jej a zavěste na něj ekonomické faktory ceny a požadovaného množství.
3. Na základě Heynova posledního textu vysvětlete, proč československé hospodářství před rokem 1989 trpělo nedostatkem veškerého spotřebního zboží.
4. Text od Karla Riegla ukazuje na rizika volby profese. V čem tato rizika spočívají?
5. V inzerátech můžeme číst, že firmy nabízejí práci a nezaměstnaní lidé se po práci poptávají. Je to správná ekonomická terminologie? Nakreslete k tomu jednoduchý obrázek.

Zdroje:

HEYNE, P. *Ekonomický styl myšlení*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1991, ISBN 80-7079-788-9, s. 34 - 35

RIEGEL, K. *Ekonomická psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1185-0, s. 70 - 71