



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Označení materiálu:	VY_32_INOVACE_EKRZU_EKONOMIKA2_10
Název materiálu:	CENA
Tematická oblast:	Ekonomika, 2. ročník
Anotace:	Prezentace vysvětluje žákům základní ekonomické pojmy
Očekávaný výstup:	FINANČNÍ GRAMOTNOST – orientace na finančním trhu
Klíčová slova:	Nabídka, poptávka, tržní cena, tržní rovnováha
Metodika:	Podklad pro výklad učiva
Obor:	29-54-H/01 Cukrář, 66-51-H/01 Prodavač, 65-51-H/01 Kuchař-číšník
Ročník:	DRUHÝ
Autor:	ING. ZUZANA EKRTOVÁ
Zpracováno dne:	5. 11. 2012

Prohlašuji, že při tvorbě výukového materiálu jsem respektoval(a) všeobecně užívané právní a morální zvyklosti, autorská a jiná práva třetích osob, zejména práva duševního vlastnictví (např. práva k obchodní firmě, autorská práva k software, k filmovým, hudebním a fotografickým dílům nebo práva k ochranným známkám) dle zákona 121/2000 Sb. (autorský zákon). Nesu veškerou právní odpovědnost za obsah a původ svého díla.

CENA

Ekonomicky smýšlející člověk vždy porovnává při svém jednání náklady svého jednání a užitky z něho plynoucí. Výjimkou není ani nákup potravin, hledání podnájmu či cestování.



Cena zboží a služeb se vytváří na trhu.

NABÍDKA

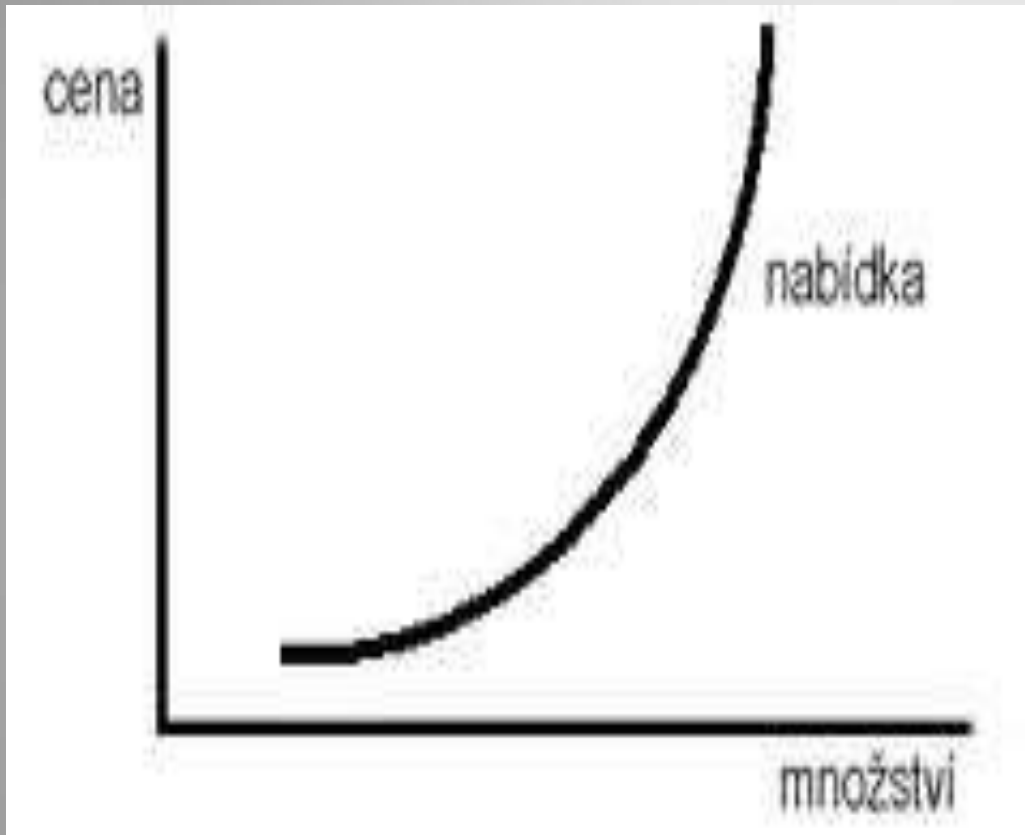
Prodávající přichází na trh s určitým počtem výrobků a služeb, které chce prodat za určitou cenu. Toto zboží představuje **nabídku**.

Čím je cena zboží vyšší, tím více prodávajících přichází na trh a nabízené množství roste.

Naopak, je-li cena nízká, výrobci nemají zájem prodávat své výrobky a nabízené množství klesá.

Tento jev nazýváme zákon rostoucí nabídky.

NABÍDKA



Křivka nabídky má
rostoucí
charakter a
**nabízené
množství je
přímo úměrné
ceně.**

Zdroj:

http://www.google.cz/search?q=k%C5%99ivka+nab%C3%ADdka&hl=cs&tbo=u&qscrl=1&rlz=1T4ADSA_csCZ406CZ409&tbm=isch&source=univ&sa=X&ei=pw7rUKzGCabY4QSJyYGoDQ&sqi=2&ved=0CC4QsAQ&biw=1366&bih=616

TRŽNÍ CENA

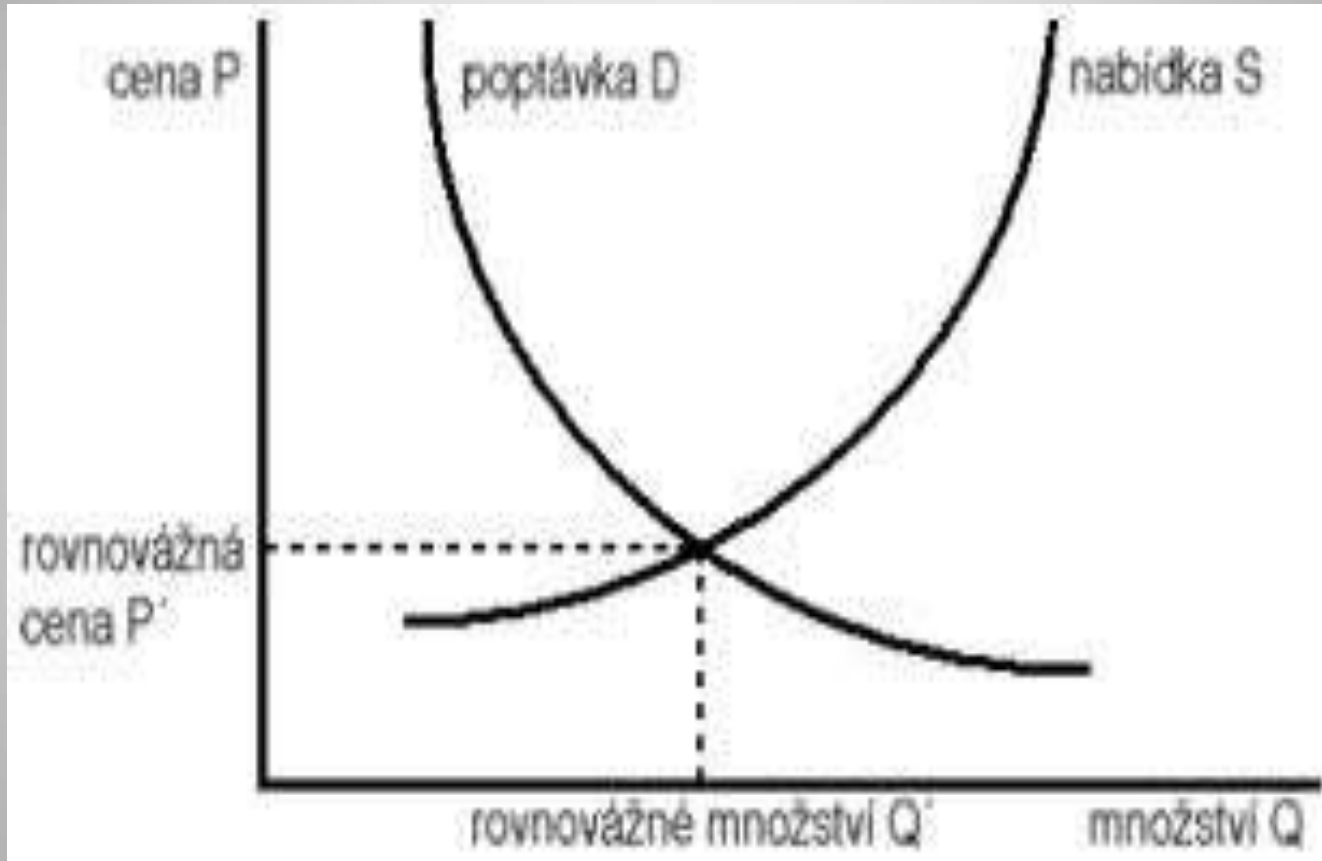
Představuje jakýsi kompromis mezi prodávajícími a nabízejícími.

Je to cena, za kterou se uskutečňuje obchod. Ceny tak vlastně stanovují prodávající i kupující společně. Příliš vysoké ceny se neudrží, protože pak o zboží není zájem. Příliš nízké ceny se neudrží, protože zájem o ně je příliš velký.

Existuje tedy stálá tendence k vyrovnávání a sladování cen.

Situaci, kdy se poptávané množství zboží za určitou cenu rovná množství nabízeného zboží za stejnou cenu, se nazývá **TRŽNÍ ROVNOVÁHA.**

TRŽNÍ ROVNOVÁHA



Zdroj:

http://www.google.cz/search?q=k%C5%99ivka+nab%C3%ADdky&hl=cs&tbo=u&qscrl=1&rlz=1T4ADSA_csCZ406CZ409&tbm=isch&source=univ&sa=X&ei=pw7rUKzGCabY4QSJyYGoDQ&sqj=2&ved=0CC4QsAQ&biw=1366&bih=616

POPTÁVKA

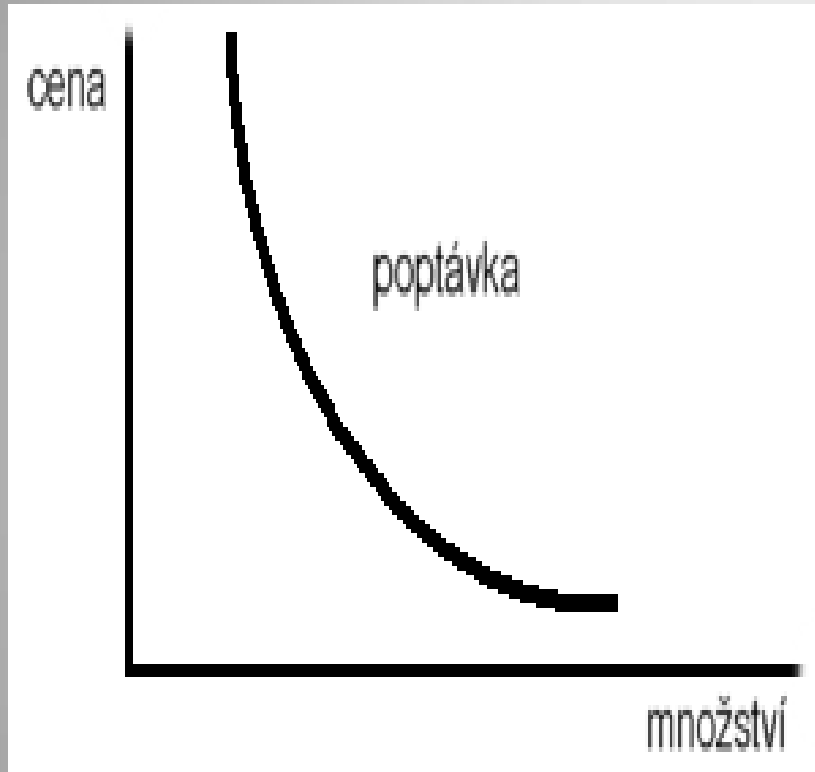
Zájem kupujících o výrobky představuje **poptávku**.

Kupující má opačný zájem než prodávající, chce koupit zboží za co nejnižší cenu.

Čím bude cena vyšší, tím méně kupujících bude ochotno si takové zboží koupit. Také bude stále méně kupujících, kteří mají na takové zboží peníze.

Tento jev nazýváme zákon klesající poptávky.

POPTÁVKA



Křivka poptávky má klesající charakter a **poptávané množství zboží je nepřímo úměrné ceně.**

Zdroj:

http://www.google.cz/search?q=k%C5%99ivka+nab%C3%ADdky&hl=cs&tbo=u&qscrl=1&rlz=1T4ADSA_csCZ406CZ409&tbm=isch&source=univ&sa=X&ei=pw7rUKzGCabY4QSJyYGoDQ&sqi=2&ved=0CC4QsAQ&biw=1366&bih=616

CENA ZBOŽÍ



Cena zboží je složena z mnoha částí. Především je třeba stanovit takovou cenu, aby firma na výrobku vydělala a zároveň zákazník byl ochoten cenu zaplatit.

Cenu výrobce stanovuje nejčastěji na základě nákladů na výrobu a prodej.

CENA ZBOŽÍ

Cena zboží musí pokrýt následující náklady:

1. Náklady na materiál (suroviny, doprava, skladování)
2. osobní náklady (mzda)
3. náklady na služby (elektrina, plyn, voda, úklid, IT)
4. náklady na opotřebení majetku (odpisy)

CENA ZBOŽÍ

NÁKLADY

+ ZISKOVÁ PŘIRÁŽKA (MARŽE)

+ DPH

+ SPOTŘEBNÍ DAŇ

= KONEČNÁ CENA VÝROBKU

CENA ZBOŽÍ

Ceny stejného výrobku mohou být rozdílné v různých částech světa, v rámci jednoho státu nebo dokonce jednoho města.

Například v Řecku budou olivy levnější než u nás, protože do cen oliv v Česku je třeba započítat vyšší přepravní náklady než v Řecku, kde se olivy přímo pěstují.

Je ale také běžné, že u stejného druhu výrobku je vyšší cena spojována s vyšší kvalitou nebo s dobrým jménem výrobce.

Odpovědnost za nákup a právo volby, kolik zaplatit, však vždy leží na zákazníkovi. Jde o jeho volbu.

POUŽITÉ ZDROJE

1. Kolektiv České spořitelny, Dnešní finanční svět. TERRA-KLUB, o.p.s., 2012

2. http://www.google.cz/search?q=k%C5%99ivka+nab%C3%ADdky&hl=cs&tbo=u&qscrl=1&rlz=1T4ADSA_csCZ406CZ409&tbm=isch&source=univ&sa=X&ei=pw7rUKzGCabY4QSJyYGoDQ&sqi=2&ved=0CC4QsAQ&biw=1366&bih=616

3. http://www.google.cz/search?num=10&hl=cs&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=616&q=HITLER&oq=HITLER&gs_l=img.12..0l10.2376.5209.0.6954.6.4.0.2.2.0.104.346.3j1.4.0...0.0...1ac.1.66FaD3DqJnQ#hl=cs&tbo=d&site=img&tbm=isch&sa=1&q=PEN%C3%8DZE&oq=PEN%C3%8DZE&gs_l=img.12..0l10.15182.16259.2.18537.6.5.0.1.1.0.120.428.4j1.5.0...0.0...1c.1.N6XPgm5UnWM&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&bvm=bv.1355534169,d.bGE&fp=7150b4922abbeaf1&bpcl=40096503&biw=1366&bih=616