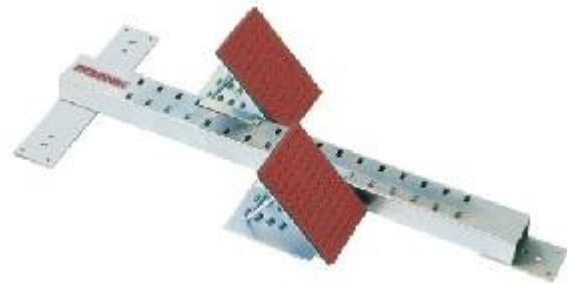


Sport a ekonomie

EKSP



poznámka

- Prezentace pracuje s předpokladem, že studenti již mají předchozí ekonomické znalosti z bc. nebo mgr. studia. Jako text k připomenutí lze doporučit H.Lipovská – Moderní ekonomie
- Jakékoliv dotazy je možné konzultovat při nejbližší příležitosti přímé výuky.

K bodu 1, 3 a 4 je KNIHA!

- Přečtěte si kapitoly 6-7 v knize základy ekonomie sportu – Hobza, V., Rejzinger J. (Kniha je dostupná online)
- Návody zde <https://www.econ.muni.cz/stredisko-vedeckych-informaci/elektronicke-knihy>
- <https://kramerius-vs.nkp.cz/view/uuid:4f8dfef0-cc86-11e8-bbaa-005056827e52?page=uuid:27d0f800-e59e-11e8-8d10-5ef3fc9ae867>

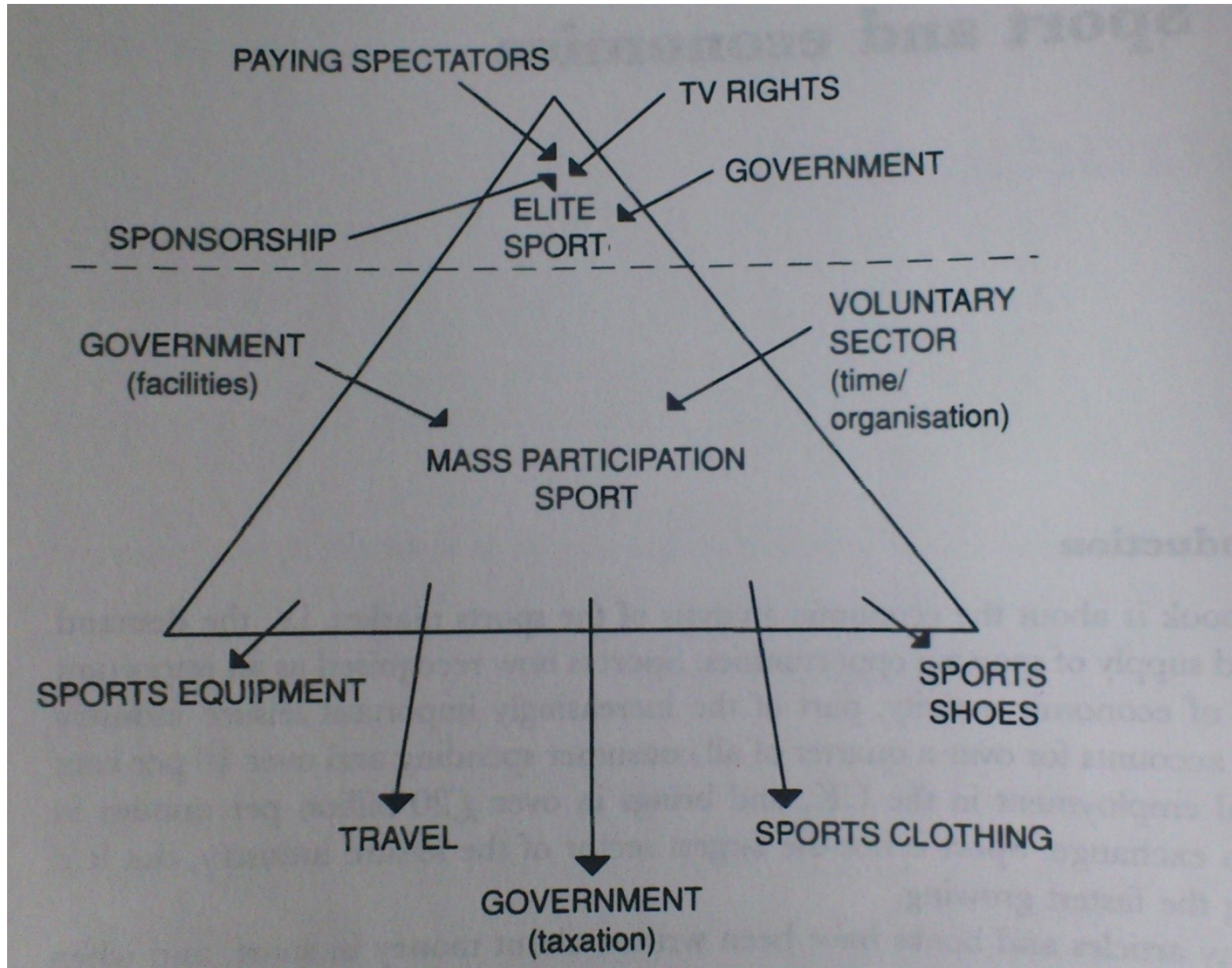
obsah

- Makroekonomické aspekty
 - Viz úvodní přednáška
- Mikroekonomické aspekty
 - Sportovní trh
 - Typologie produktů
 - Poptávka a nabídka
 - Důchodový a substituční efekt

Mikroekonomické aspekty

- Struktura
 - Trh a produkty
 - Poptávka a nabídka
 - Substituční a důchodový efekt

Sports market



Produkty v oblasti sportu

Specifické vlastnosti sportovních produktů

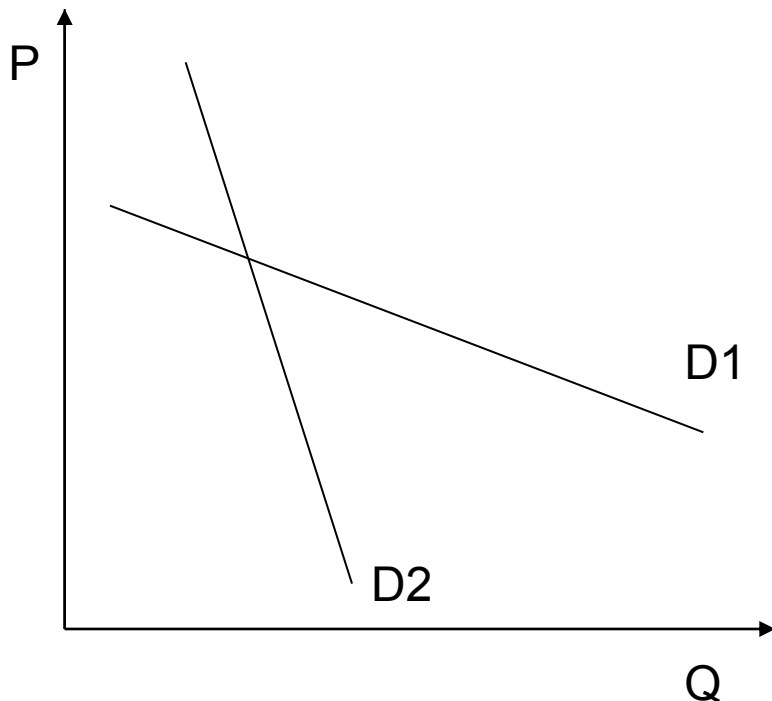
- subjektivní oceňování sportovních produktů
- převážná abstraktnost a nemateriálnost produktů
- nepředvídatelný vývoj produktů (nejistý výsledek)
- malá možnost kontroly složení produktů (jsou možné dva stejné výsledky)
- sport jako veřejně poskytovaný statek (sport, ale spíše není veřejným statkem)
- u části sportovních produktů nelze stanovit tržní cena

Typologie produktů

- základní produkty tělesné kultury
 - nabídka tělesných cvičení
 - nabídka sportovních akcí
 - nabídka sportovní-
rekreačních akcí
- produkty podmiňující sport
 - sportovní zařízení
 - společenské akce
 - pojištění, doprava,
vstupenky
- klasické materiální produkty
 - nářadí, oblečení, náčiní
- produkty vázané na osobnost
 - sportovce
 - výkony trenéra
 - reklamní vystoupení
sportovců
- myšlenkové produkty
 - iniciují tělovýchovu a
sportovní oblast (skol, OH)
 - sportovní informace šířené
médii
 - hodnoty zážitku v tělesné
kultuře a sportu
- *Produkty navazující na sport*
 - *Sázky, reklama*

Poptávka

poptávka



- tvar křivky (sport jako zbytný statek, vysoká cenová elasticita – D1 nebo D2?)

Poptávku ovlivňuje

- Struktura preferencí poptávajících
- Výše cen poptávaného zboží a služeb TK
- Informace
- Disponibilní volný čas
- Výše příjmu
- Vliv institucionálních podmínek

- gender, age, occupation and education level are all significant factors in analysing sports participation
- *Neoklasický přístup: cena versus užitek*
- *Behaviorální přístup: lze poptávat i při nízkém užitku (odložený užitek)*

Poptávka

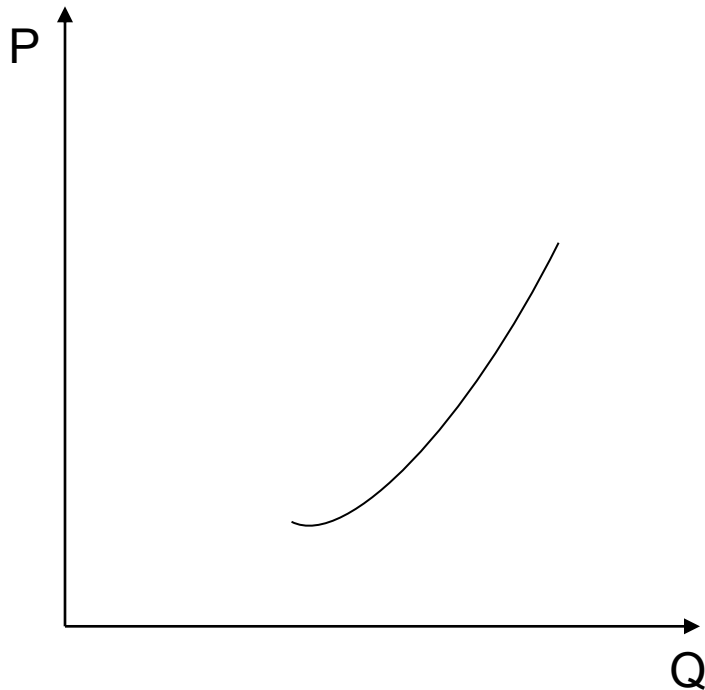
- Cena za aktivitu – kompozitní (složená)
 - Fixní část – členské příspěvky (karta), vybavení a oblečení (nezbytné nebo nepůjčitelné)
 - Variabilní část – vstupní poplatek, cestovní náklady, pití a jídlo při cvičení, pronájem pomůcek + časové náklady (např. ušlá mzda)
- Cena ostatních statků
 - Záleží na charakteru statku – komplementy, blízké substituty, počet poskytovatelů statku
- Co ovlivní substituci sportu A za sport B?
Diskuze....Empiricky nezodpovězeno

TABLE 4.5 Consumer spending on sport

Great Britain £ million (2001)			Australia \$ million (2003)		
Item	1999	2004	Item	1998	2003
Sport clothing and footwear	2817	4054	Bicycles	40.4	52.4
Sport equipment	900	1386	Boats	406.9	395.3
Health and Fitness	1339	1531	Camping equipment	111.0	133.1
Boats	701	850	Fishing equipment	141.2	185.5
Participant sports	2036	1923	Golf equipment	80.7	80.7
Spectator sports	801	750	Sports footwear	380.7	459.8
Sport gambling	2025	3404	Swimming pools	611.5	1375.4
Sport TV and video	1345	1852	Other sports equipment	363.1	818.8
Sport related publications	633	551	Hire of sports equipment	60.4	24.2
Sport related travel	1013	965	Health and fitness charges	276.9	580.8
Other expenditure	428	418	Sports club subscriptions	483.1	419.5
Total	14 036	17 684	Spectator admission fees	349.3	294.4
			Sports facility hire	1041.8	927.7
			Sports lessons	437.8	423.5
			Total	4784.9	6172.2

Nabídka

nabídka



Nabídku tvoří subjekty dle:

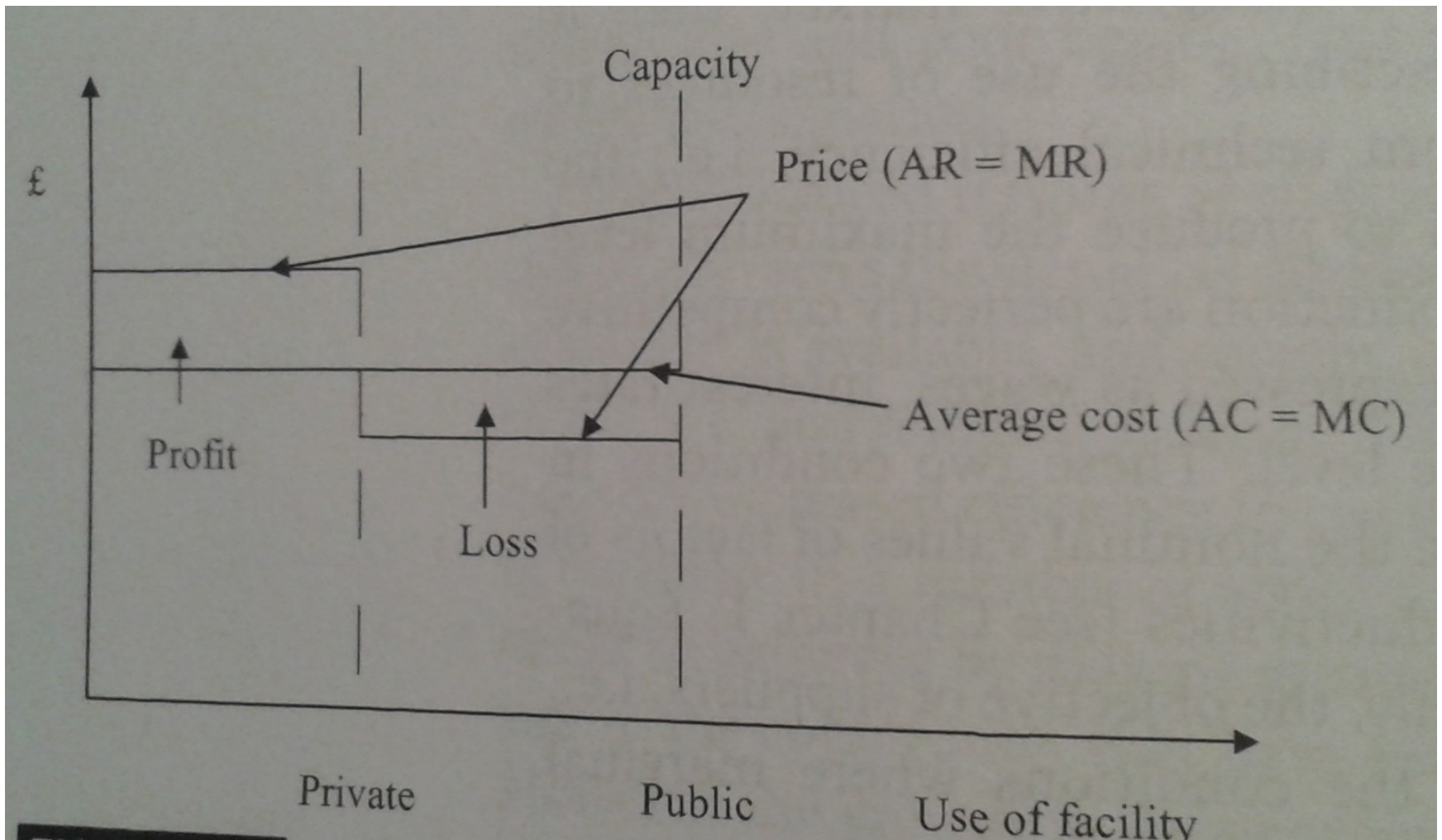
- Právní formy
 - Živnosti, s.r.o., nadace,...
- Dle cílové orientace
 - Non profit, for-profit
- Dle funkčnosti a způsobu plnění věcných úkolů
 - Města, spolky, podnikatelské subjekty...
- Dle šířky nabídky sportu
 - Sportovní centra, účelová zařízení
- ...mezní náklady jednotky

Nabídka

Statky i služby

- Stát
 - Poskytovatel/provozovatel x sponzor/donátor
- Neziskový sektor
 - Vliv dobrovolnictví
- Ziskový sektor
 - For profit
 - Tvorba poptávky (NeDoKo, nové aktivity, inovace produktů + iluze nesubstituovatelnosti produktů)
 - PPP – spolupráce veřejného a soukromého sektoru

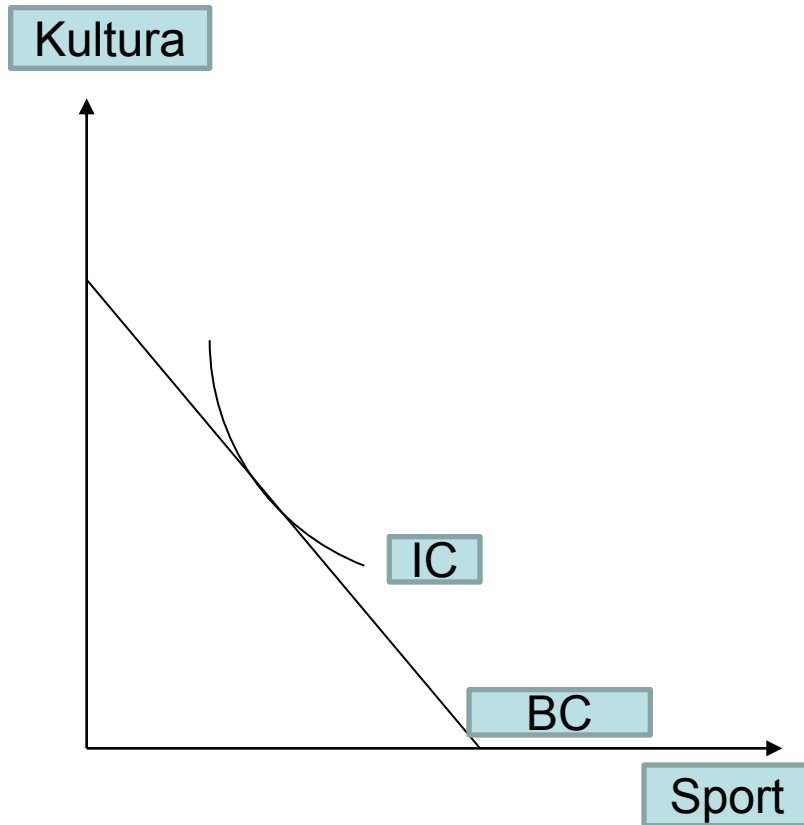
Problém zvyšování kapacit



Dopad změny ceny

- **Důchodový efekt**
 - **Pro normální statky** : důchodový efekt je Negativní = pokles ceny statku X zvyšuje reálný důchod a zvyšuje poptávané množství normálního statku
- **Substituční efekt**
 - růst relativní ceny statku X \Rightarrow pokles Q_x a růst poptávky po jiném statku

Důchodový a substituční efekt



Úkoly:

- Vliv dotace (nižší cena sportu) na rozpočtové omezení
- Změna rozpočtového omezení (vyšší plat)
- Změna IC při poklesu BC (sport x kultura, sport x zdravotnické služby)

K zamyšlení

substituční a důchodový efekt v praxi

- Fitcentrum s nízkou návštěvností. Proč nechodí lidé častěji/více?
 - Cena
 - Změna ceny, „výhodné balíčky“, happy hour....
 - Čas
 - Lepší nabídka
 - Jiné preference (substituce)
 - Nabídka nové aktivity (substituce zpět k fitku)

Důchodový a substituční efekt pro policy makers

- Jaká je váha D a S efektu?
 - Důchodový je větší = snížení ceny povede k růstu poptávky (spotřeby)
 - i.e. dotace ceny je důležitá
 - Substituční je větší = snížení ceny nemusí vést k růstu spotřeby (spotřebitel je saturován)
 - i.e. potřebujeme stimuly k růstu poptávky po činnosti
 - Poznat faktory limitují poptávku po činnosti (např. volný čas?)

Poptávka a nabídka - shrnutí

- Poptávka
 - Krok 1: poptávka po volném čase
 - Teorie: optimum – práce nad optimem neracionální
 - Praxe:...?
 - Krok 2: poptávka po sportu
 - Neklasický přístup: cena x užitek (Cena ovlivněna fixními a variabilními náklady pro účastníka)
 - Behaviorální přístup: lze poptávat i při nízkém užitku (odložený užitek)
- Nabídka
 - Stát – tržní selhání, rovnost, ekonomický rozvoj (...vládní selhání)
 - Neziskový sektor (dobrovolníci)
 - Komerční sektor – zboží a služby

Poptávka a nabídka z zamyšlení

- Jste pořadatel sportovní akce na stadionu, víte, že
 - Kapacita hlediště je 1000 míst a chcete vyprodat stadion.
 - Loni stály lístky 200 Kč a hlediště bylo zcela vyprodané a minimálně 300 zájemců se na stadion nedostalo (*ceteris paribus*)
 - Z průzkumu mezi všemi návštěvníky na stadionu vyplynulo, že při ceně 500 by lístek zakoupila polovina z nich
- Zakreslete do grafu a určete optimální cenu.
Předpokládáme, že poptávka i nabídka jsou lineární

Diskuze/úkoly k samostudiu

- Externality
 - Jak pozitivní externalita dlouhodobě ovlivní příjmy/výdaje veřejných rozpočtů?
 - Pokud „já“ sportuji, komu vzniká pozitivní (negativní externalita)-příklady
 - Vyjmenujte pozitivní externality sportu z pohledu státu
 - Identifikujte negativní externality z pohledu obce (ve vztahu ke sportu v obci)
- Poptávka
 - Proč je dobré poptávku odhadovat (pokud „něco“ nabízím)?
 - Jak se dá odhadovat poptávka po nějaké sportovní události?
 - Jaký vliv na D má participace?
- Důchodový a substituční efekt
 - Jak dotace/změna ceny/změna důchodu/změna preference ovlivní spotřebu?

Literatura

- Studijní text IS
- Doporučená
 - K problematice Mikroekonomie – např. Samuelson, Soukupová, Varian,..