

PRINCIPY TRŽNÍ EKONOMIKY

Klíčová slova: ekonomie, ekonomika, trh, tržní ekonomika, poptávka, zákon poptávky, nabídka, zákon nabídky, tržní rovnováha, ceny, konkurence, dokonalá konkurence, nedokonalá konkurence, monopol, oligopol, monopolistická konkurence

Didaktické cíle hodiny

A. Osvojení a pochopení pojmů týkajících se principů tržní ekonomiky

- schopnost vlastními slovy popsat níže zmíněné pojmy
 - definovat základní pojmy ekonomie a ekonomika
 - definovat pojmy trh, tržní ekonomika, poptávka, zákon poptávky, nabídka, zákon nabídky, tržní rovnováha
 - definovat pojem konkurence a její druhy
 - identifikovat grafy a tabulky znázorňující fungování trhů

B. Aplikace osvojených pojmů v praxi

- pochopení fungování tržní ekonomiky v souvislostech
 - schopnost vysvětlit, jak funguje vztah mezi nabídkou a poptávkou, jakou roli hrají v tomto vztahu ceny, a schopnost popsat, co je kýženým cílem tohoto vztahu a proč
 - schopnost doložit příklady proměnných ovlivňujících konkrétní trh a vysvětlit na reálných situacích, jaký vliv mají dané proměnné na chod konkrétního trhu
 - schopnost identifikovat a pojmenovat jednotlivé typy konkurence, vysvětlit, čím se od sebe tyto typy konkurence liší, a sumarizovat, jaké faktory ovlivňují charakter tržní konkurence
 - schopnost doložit příklady jednotlivých typů konkurence z reálného života
 - schopnost rozpoznat ekonomické grafy a vysvětlit je, dovednost graficky znázornit ekonomické situace

C. Samostatné uvažování v rámci principů tržní ekonomiky

- umění aplikovat získané znalosti a porozumění jim, kriticky uvažovat, hodnotit a chápat vztahy
 - dovednost kriticky zvažovat reálné veřejné i individuální ekonomické situace a promýšlet jejich alternativy
 - dovednost hodnotit a srovnávat ekonomické volby a promýšlet jejich dopady
 - dovednost elementárně chápat vazby mezi jednotlivými událostmi v rámci tržní ekonomiky

Struktura hodiny

- [10 minut] **První část:** Metoda sdělovací (výklad), induktivní (logické uvažování), motivační (aktivizační otázky), aplikační (příklady)
 - definovat základní pojmy ekonomie a ekonomika
 - definovat pojmy trh, tržní ekonomika
- [13 minut] **Druhá část:** Metoda sdělovací (výklad), názorně-demonstrační (grafy, tabulky), motivační (aktivizační otázky)
 - definovat pojmy poptávka, nabídka, zákon poptávky, zákon nabídky, tržní rovnováha
 - schopnost vysvětlit, jak funguje vztah mezi nabídkou a poptávkou, jakou roli hrají v tomto vztahu ceny, a schopnost popsat, co je kýženým cílem tohoto vztahu a proč
 - definovat pojem tržní rovnováha
 - identifikovat grafy a tabulky znázorňující fungování trhů
 - schopnost rozpoznat ekonomické grafy a vysvětlit je, dovednost graficky znázornit ekonomické situace
 - dovednost elementárně chápat vazby mezi jednotlivými událostmi v rámci tržní ekonomiky
- [7 minut] **Třetí část:** Metoda sdělovací (výklad)
 - definovat pojem konkurence a její druhy
 - schopnost sumarizovat, jaké faktory ovlivňují charakter tržní konkurence

4. [13 minut] **Čtvrtá část:** Výzkumná metoda (práce s textem, řešení učební úlohy), participativní (dialog ve skupině)
- a. schopnost identifikovat a pojmenovat jednotlivé typy konkurence, vysvětlit, jak se od sebe tyto typy konkurence liší
 - b. schopnost doložit příklady jednotlivých typů konkurence z reálného života
 - c. schopnost doložit příklady proměnných ovlivňujících konkrétní trh a vysvětlit na reálných situacích, jaký vliv mají dané proměnné na chod konkrétního trhu
 - d. dovednost hodnotit a srovnávat ekonomické volby a promýšlet jejich dopady
5. [2 minuty] **Pátá část:** Metoda aplikační (zadání domácí přípravy – diskuse)
- a. dovednost kriticky zvažovat reálné veřejné i individuální ekonomické situace a promýšlet jejich alternativy
 - b. dovednost elementárně chápat vazby mezi jednotlivými událostmi v rámci tržní ekonomiky

1. První část

Vítejte na úvodní hodině do naprostých základů ekonomie. Tématem, kterým se dnes budeme zabývat, jsou principy tržní ekonomiky.

Pojďme si tedy nejprve společně ujasnit, co je to „ekonomie“ a co „ekonomika“.

Ekonomie je souhrn hospodářských činností na určitém území – jedná se tedy o hospodaření nějakého subjektu, nebo i státu.

Ekonomika je vědní disciplína, která se věnuje popisu a analýze výroby, distribuce a spotřeby ekonomických statků – zboží, služeb, peněz, a jejich rozdělení s ohledem na způsob jejich využití.

V předem připravené prezentaci (1. slide) bude napsáno:

EKONOMIE	je souhrn hospodářských činností na určitém území – jedná se tedy o hospodaření nějakého subjektu, nebo i státu.
EKONOMIKA	je vědní disciplína, která se věnuje popisu a analýze výroby, distribuce a spotřeby ekonomických statků – zboží, služeb, peněz, a jejich rozdělení s ohledem na způsob jejich využití.

Co myslíte – jsou tato dvě tvrzení správná?

Žáci si tato tvrzení přečtou a zodpoví mou otázku.



a) Pokud vyvolaný žák řekne, že jsou tvrzení správná:

Opravdu jsou správná? Podívejte se na stavbu slova „ekonomie“. Nekončí koncovkou „-ie“ obvykle spíše nějaký vědní obor? Co třeba „filozofie“, „psychologie“, „sociologie“ – nejsou tohle vědní disciplíny? Jsou, že? Takže i podle toho si můžeme zapamatovat, že „ekonomie“ je označením „vědní disciplíny/vědního oboru“, nikoliv názvem pro „souhrn hospodářských činností“.

b) Pokud vyvolaný žák řekne, že si myslí, že správná nejsou:

Ano, opravdu nejsou. Správně jsou přesně naopak. Pamatujme si, že koncovkou „-ie“ obvykle končí názvy vědních oborů – například „filozofie“, „psychologie“, „sociologie“ jsou krásnou ukázkou.

Na dalším slideu prezentace (2. slide) budou šipky doplněny následovně:

EKONOMIE		je souhrn hospodářských činností na určitém území – jedná se tedy o hospodaření nějakého subjektu, nebo i státu.
EKONOMIKA		je vědní disciplína, která se věnuje popisu a analýze výroby, distribuce a spotřeby ekonomických statků – zboží, služeb, peněz, a jejich rozdělení s ohledem na způsob jejich využití.

Nyní si tyto dvě definice zapište do sešitů, a to pod nadpis: „Principy tržní ekonomie“.

Dám žákům prostor pro zápis výše uvedených poznámek – cca 3 minuty.

Takže už víme, co je to „ekonomie“ i „ekonomika“ a ve Vašem nadpisu také vidíte slovo „tržní“, takže si musíme osvětlit i to, co je to ten „trh“. „Trh“ je v ekonomice prostor, kde dochází ke směně statků a služeb. Dříve byl trh reálným místem, nyní bychom ho nazvali třeba „tržištěm“, kde se vyměňovaly produkty a před vznikem peněz se zde platilo v „naturáliích“, tedy tak, že pokud jste si chtěli něco koupit, nějaké zboží nebo službu, museli jste nabídnout nějaké zboží nebo službu jako platbu – tomu se říká „směnný obchod“ nebo také „barter“, ale to si nemusíte psát. Nyní se totiž už takový druh trhu moc často nevidí, a to proto, že jsme se naučili používat peníze, ať už ve formě mincí, papírových platidel či čísel na našich bankovních účtech. Čili „nabízející“ dostává od „poptávajícího“ za své zboží sumu peněz, za níž si pak může například na jiném trhu zakoupit jiné zboží či služby. Zapište si tedy do sešitu, jak trh chápeme dnes:

Pokračování zápisu (3. slide – první část):

TRH - je prostor, v němž dochází ke směně statků a služeb, převážně za peníze

- je skupina prodávajících a kupujících určitého produktu/služby

Víme-li tedy co je to „ekonomika“ a co „trh“, můžeme sami dojít k tomu, co je to vlastně sama „tržní ekonomika“. Jak byste ji definovali vy na základě toho, co už jsme se dnes dozvěděli a co jsme si zapsali?

a) Někteří ze žáků se osmělí vlastními slovy definovat „tržní ekonomiku“ a celkem se mu ji podaří vystihnout:

Ano, skvěle, je to tedy takový souhrn hospodářského chování, který je veden cenami závislými na střetu poptávky a nabídky v konkurenčním prostředí. Co je to konkurence a jakých může v tržní ekonomice nabývat podob, si dnes ještě vysvětlíme, nebojte. Zapišme si:

b) Někteří ze žáků se osmělí vlastními slovy definovat „tržní ekonomiku“, ale jeho definice není příliš přesná:

Děkuji za pokus. No, popravdě bychom asi spíš řekli, že je to takový souhrn hospodářského chování, který je veden cenami závislými na střetu poptávky a nabídky v konkurenčním prostředí. Co je to konkurence a jakých může v tržní ekonomice nabývat podob, si dnes ještě vysvětlíme, nebojte. Zapišme si:

c) Nikdo z přítomných nejeví aktivitu:

Opravdu nikdo to nezkusíte? Přece když víte, že „ekonomika“ je „souhrn hospodářských činností na určitém území – jedná se tedy o hospodaření nějakého subjektu, nebo i státu“ a „trh“ je „prostor, v němž dochází ke směně statků a služeb, převážně za peníze“ nebo taky trochu jinak řečeno „skupina prodávajících a kupujících určitého produktu/služby“, pak z toho můžeme vyvodit, že „tržní ekonomika“ je takový souhrn hospodářského chování, který je veden cenami závislými na střetu poptávky a nabídky v konkurenčním prostředí. Co je to konkurence a jakých může v tržní ekonomice nabývat podob, si dnes ještě vysvětlíme, nebojte. Zapišme si:

Pokračování zápisu (3. slide – druhá část):

TRŽNÍ EKONOMIKA je takový souhrn hospodářského chování, který je veden cenami závislými na střetu poptávky a nabídky v konkurenčním prostředí.

2. Druhá část

A jak jste slyšeli, použila jsem také slova „nabízející“ a „poptávající“ – ta jsou v tržní ekonomice stěžejními, protože právě „poptávka“ a „nabídka“ jsou takzvanými „tržními silami“, díky nimž je trh dynamický a neustále se mění. Dokázal by mi tu někdo vlastními slovy vysvětlit, co je to „poptávka“ a co „nabídka“ – klidně na nějakém příkladu?

- a) Pokud se některý ze žáků pokusí definovat poptávku a nabídku, zhodnotím správnost jeho odpovědi a popřípadě ji upřesním:

Ano, to jsi řekl/a v podstatě správně/No, to není moc přesné. Pojdme si tedy zapsat, jak bychom „poptávku“ a „nabídku“ popsali trochu obecněji:

- b) Pokud se nikdo ze žáků nepokusí definovat poptávku a nabídku:

Opravdu nikdo z Vás nezkusí vlastními slovy vyjádřit, co je to „nabídka“ a co „poptávka“? Vždyť se s těmito pojmy setkáváme každý den, v podstatě jimi žijeme. Vezměte si třeba, že si jdete do obchodu koupit něco na zub. Vy jste tím, kdo poptává zboží „něco na zub“, třeba nějakou čokoládu, čili vy vytváříte „poptávku“ po čokoládě a jste ochotni za její uspokojení zaplatit určitou sumu peněz. Výrobci čokolád, jako jsou Milka, Figaro a jiní, zase vytvářejí „nabídku“ tím, že čokolády vyrábějí a dodávají je do obchodů, kde si je za určitou sumu peněz můžete koupit. Chápete to trochu? Pojdme si teď zapsat, jak bychom „poptávku“ a „nabídku“ popsali více obecněji a zároveň si zrovna vysvětlíme i „zákon poptávky“ a „zákon nabídky“:

Pokračování zápisu (4. slide – jednotlivé pojmy budu odkrývat postupně):

POPTÁVKA je množství statků nebo služeb, které jsou poptávající ochotni a schopni koupit za určitou cenu.

ZÁKON POPTÁVKY = poptávané množství klesá s rostoucí cenou statku/služby.

NABÍDKA je množství statků a služeb, které jsou prodávající ochotni vyrábět a schopni prodávat za určitou cenu.

ZÁKON NABÍDKY = nabízené množství roste s rostoucí cenou statku/služby.

Čili z těchto popisů můžeme usoudit, že existují dvě klíčové proměnné, které ovlivňují chování lidí na trhu. Které dvě to jsou? Podívejte se na to, co jste si právě o „poptávce“ a „nabídce“ zapsali.

- a) Některý ze žáků se pokusí o odpověď a odpoví, že proměnné jsou „množství“ a „cena“.

Ano, skvěle, přesně tak. Jak u „poptávky“, tak u „nabídky“, jsou stěžejními „množství“ a „cena“. Pojdme se společně podívat na příklad, na němž si vzájemný vztah těchto proměnných ukážeme. Nazvěme ho třeba „Anička a módní trička“:

- b) Žáci se nehlásí a nechtějí odpovídat:

Tak se podívejte, která slova se v charakteristikách „poptávky“ a „nabídky“ opakují – přečtěte si, co jste si právě zapsali, a vyhledejte dvě slova, která se opakují na každém řádku. Už to vidíte? (řečnická otázka) Ano, jsou to „množství“ a „cena“. Pojdme se společně podívat na příklad, na němž si vzájemný vztah těchto proměnných ukážeme. Nazvěme ho třeba „Anička a módní trička“:

V prezentaci poskočím na další stránku (5. slide) s tabulkou č.1.¹

Jak tedy můžete vidět v tabulce, Aniččina poptávka po tričkách se s jejich rostoucí cenou snižuje. Jaký zákon je tedy v této tabulce vyjádřen?

- a) Žáci správně odpoví, že je to „zákon poptávky“.

Ano, skvěle. A zkuste si teď dozadu do svých sešitů vytvořit graf, vyjadřující tento zákon. Na osu „x“ umístěte „množství“, na osu „y“ zase cenu.

¹ Vizte Přílohu 2.

b) *Žáci nesprávně odpovědí, že je to „zákon nabídky“.*

Ale ne, vždyť přece vidíme, že cena roste, a tak poptávané množství klesá. To je definice „zákonu poptávky“. Zkuste si teď dozadu do svých sešitů vytvořit graf, vyjadřující tento zákon. Na osu „x“ umístěte „množství“, na osu „y“ zase cenu.

Na vypracování žáci dostanou cca 3 minuty. Během jejich práce budu procházet mezi lavicemi a pozorovat, jak žáci plní úkol. Po vypršení času, poskočím v prezentaci na další stranu (6. slide) s grafem č. 1.²

Jak vidíte, tak poptávka klesá.

Ukazuji na křivku, která má klesající tendenci a u toho čtu hodnoty grafu – vztah mezi množstvím a cenou.

Tak co, komu vyšel graf stejně jako mně? Zvedněte ruku vy, kdo jste dospěli ke stejné křivce, prosím.

Pochválím žáky, kteří graf zvládli vytvořit, ostatní ponouknu, ať si nakreslí správný graf.

A teď se podívejte na tento graf.

Ukážu v prezentaci (7. slide) graf č. 2.³

Co na něm vidíte? Opět berte, že na ose „x“ je „množství“ a na ose „y“ zase cena.

a) *Žáci správně odpovědí, že je to zákon „nabídky“.*

b) *Žáci nevědí nebo neodpovídají.*

Ano, správně./Ne. Vidíme zde zobrazení výroby a prodeje aut. Čím je auto dražší, tím je výrobce ochotnější vyrábět a prodávat větší množství daného vozu – má na tom totiž větší zisk, zůstaneme-li tedy u předpokladu, že existuje takto velká poptávka po drahých automobilech. Tedy to, co tento graf znázorňuje je „zákon nabídky“. Jak jste na tom – chytáte se, nebo chcete něco dovysvětlit?

a) *Žáci souhlasí, že vše chápou, a proto pokračují ve výkladu.*

b) *Žáci se hlásí, že něco nechápou – zeptám se jich, co jim není jasné, a k problematické části se vrátím. Po objasnění pokračují ve výkladu.*

Super, vše je jasné. Takže si teď zkuste hodnoty tohoto grafu převést do tabulky. Máte na to zase 3 minutky.

Po uplynutí 3 minut ukážu další slide (8. slide) s tabulkou č. 2⁴, opět se zeptám, kdo ji měl stejně a tyto žáky pochválím. Ostatní ponouknu, aby si tabulku opravili dle té, kterou vidí v prezentaci.

Nabídku a poptávku tedy můžeme označit za tržní síly, hybatele ekonomik, které odpovídají chování lidí a jejich vzájemné interakci na trhu. Ideálním výsledkem působení těchto sil je takzvaná tržní rovnováha. Tržní rovnováhou máme na mysli stav ekonomiky, kdy jsou si nabídka a poptávka rovny. Příkladem budiž třeba 5 cukrářství, 3 supermarkety a 2 maloobchody s nabídkou zákusků v městečku s 30.000 obyvateli, z nichž každý jeden obchod je schopný za den nabídnout cca 100 kusů zákusků za poptávanou cenu. Pokud místní v průměru denně nakoupí zhruba 1.000 kusů zákusků, uspokojí těchto 10 výrobců/distributorů svou nabídkou úspěšně poptávku ve městě. Můžeme si tedy opět udělat poznámku do svých zápisků:

Pokračování zápisu (9. slide):

TRŽNÍ ROVNOVÁHA je kýženým stavem ekonomiky, kdy jsou si nabídka a poptávka rovny.

² Vizte Přílohu 2.

³ Vizte Přílohu 3.

⁴ Vizte přílohu 3.

3. Třetí část

Popsaná situace je zároveň příkladem uskupení trhu, kterému se říká dokonalá konkurence. Takže si napište další podnadpis „KONKURENCE“ a pod něj nadpisek „DOKONALÁ KONKURENCE“. Ta se vyznačuje, pište si,:

- a) identickou produkcí;
- b) existencí velkého množství prodávajících i kupujících, díky čemuž nikdo nemůže ovlivnit tržní cenu;
- c) tím, že kupující i prodávající jsou cenoví příjemci.

Oproti dokonalé konkurenci existuje uskupení trhu, které je příkladem „NEDOKONALÉ KONKURENCE“ a kterému se říká monopol. Opět si vytvořte nadpisek, tentokrát se slovem „Monopol“ a zapisujte si. Pokud je trh monopolní, znamená to, že:

- a) na trhu existuje pouze jeden prodávající;
- b) tento prodávající je cenovým tvůrcem – určuje cenu za své zboží.

Zároveň se můžeme v tržní ekonomice setkat i s takzvaným oligopolem. Zapište si „Oligopol“ a k němu následující. Oligopolní trh lze charakterizovat tak, že:

- a) je na trhu vícero, avšak ne velké, množství prodávajících;
- b) tito prodávající si vzájemně konkurují, avšak nejsou v konkurenci příliš agresivní.

Za poslední, a zároveň často označovaný jako nejjemnější druh nedokonalé konkurence, je označována monopolistická konkurence. Lze u ní nalézt jak prvky dokonalé konkurence, tak aspekty monopolního trhu. Zapište si „Monopolistickou konkurencí“ a její charakteristiky, kterými jsou:

- a) velký počet prodávajících v odvětví;
- b) výroba podobného, ale přesto diferencovaného produktu;
- c) absence bariér pro vstup dalších prodávajících do daného odvětví.

Výsledkem tohoto výkladu bude zápis v sešitech žáků⁵, který si budou tvořit v průběhu mého povídání, kdy na pozadí stále poběží prezentace (10. slide – KONKURENCE, DOKONALÁ KONKURENCE, 11. slide – NEDOKONALÁ KONKURENCE, Monopol, 12. slide – Oligopol, 13. slide – Monopolistická konkurence).

⁵ Vizte Přílohu 1, část „KONKURENCE“.

4. Čtvrtá část

Když už teď víme, jaké typy konkurencí v tržní ekonomice mohou existovat a jaké faktory ovlivňují jejich charakter, zkusme si jednotlivé typy konkurence identifikovat tak, že je rozpoznáme v reálných příkladech. Rozdejte si tyto papíry se zadáním samostatné práce.⁶

Nejpozději před hodinou je potřeba namnožit si potřebné množství zadání samostatné práce „Druhy konkurence“. Ty rozstříhám tak, aby jednotlivé příklady dostal zhruba stejný počet žáků (tzn. bude-li ve třídě 24 žáků, nakopíruji zadání 6x, přičemž následně každé zadání rozstříhám na 4 části, protože 1 příklad = 1 část, čímž mi vznikne celkem 24 kusů zadání).

Přečtete si zadání a pracujte samostatně – každý byste měl mít různé zadání. Máte na to 3 minuty.

Po uplynutí 3 minut vyzvu žáky, aby utvořili skupinky podle toho, jaký příklad dostali.

Tři minutky jsou pryč a zas tak těžké to nebylo, takže si nyní udělejte skupinky. Kdo jste měl příklad „OPERÁTOŘI“, pojdte se shromáždit před tabulí. Kdo jste měl příklad „ŽELEZNICE“, běžte k oknu. Kdo jste zpracovával příklad „TUHÁ PALIVA“ seskupte se vzadu za lavicemi. A poslední skupinka, ta s „POTRAVINAMI“ se sejde u dveří z učebny.

Počkám na seskupení žáků. Poté pokračují zadáním skupinové práce:

Teď je Vaším úkolem ve skupinách nejprve to, abyste si sdělili, k jakému typu konkurence jste dospěli. Pokud se Vaše názory v rámci skupiny budou lišit, musíte se domluvit na tom, za jakým tvrzením si jako skupina budete stát. Až se domluvíte, bude Vaším úkolem vybrat, či popřípadě ještě vymyslet, dva reálné příklady Vašeho typu konkurence. Poslední bod Vaší práce bude charakterizování Vašeho typu konkurence, tedy vyjmenování jejich znaků. Ty si sepíšete na kus papíru a následně, tedy v příští hodině, je budete prezentovat. Máte na to 7 minut.

Každé skupině dám jeden list nepopsaného papíru, aby na něj mohla zpracovat skupinový úkol. Mezitím bude promítán 14. slide „Skupinová práce“ se zadáním skupinové práce – vizte body 1) až 3) v následujícím rámečku⁷. Po uplynutí cca 6 minut budu pokračovat:

A protože už nám nezbývá skoro žádný čas, budeme prezentaci řešení těchto skupinových úkolů pokračovat příští hodinu, jak jsem již zmínila. Do té doby si každá skupina zvolí svého mluvčího/své mluvčí. Nezapomeňte, zodpovědět musíte tyto otázky:

- 1) Jak se jmenuje konkurence, která je demonstrována Vaším příkladem.
- 2) Jaké jsou dva další reálné příklady tohoto typu konkurence?
- 3) Jaké konkrétní proměnné hrají stěžejní roli v charakteru Vašeho typu konkurence.

⁶ Vizte Přílohu 4.

⁷ Vizte Přílohu 5.

5. Pátá část

A než zazvoní, tak Vám zadám ještě jeden úkol do další hodiny - zamyslete se nad vlivem koronavirové krize na trh s konkrétními Vámi zvolenými produkty – např. s desinfekcí, s občerstvením, s galanterií (látkami) a podobně, a promyslete následující otázky k diskusi, kterou povedeme příští hodinu.

Ukážu na otázky, které jsem si předem připravila do prezentace na 15. slideu.⁸

⁸ Vizte Přílohu 6.

Splnění didaktických cílů

1) Opakování na úvodu následující hodiny

Otázky typu:

„O čem jsme se bavili minulou hodinu?“,

„Kdopak z vás mi je schopný říci, co je to třeba zákon poptávky nebo tržní rovnováha?“,

„Jaké 4 typy konkurence znáte?“,

„Co vidíte na tomto grafu a co v téhle tabulce?“,

by měly ověřit dosažení těchto dílčích didaktických cílů:

- **schopnost vlastními slovy popsat níže zmíněné pojmy**

→ **definovat základní pojmy ekonomie a ekonomika**

→ **definovat pojmy trh, tržní ekonomika, poptávka, zákon poptávky, nabídka, zákon nabídky, tržní rovnováha**

→ **definovat pojem konkurence a její druhy**

→ **identifikovat grafy a tabulky znázorňující fungování trhů, schopnost rozpoznat ekonomické grafy a vysvětlit je, dovednost graficky znázornit ekonomické situace**

→ **schopnost vysvětlit, jak funguje vztah mezi nabídkou a poptávkou, jakou roli hrají v tomto vztahu ceny, a schopnost popsat, co je kýženým cílem tohoto vztahu a proč**

2) Samostatná a skupinová práce⁹

- **pochopení fungování tržní ekonomiky v souvislostech**

→ **definovat pojem konkurence a její druhy**

→ **schopnost doložit příklady proměnných ovlivňujících konkrétní trh a vysvětlit na reálných situacích, jaký vliv mají dané proměnné na chod konkrétního trhu**

→ **schopnost identifikovat a pojmenovat jednotlivé typy konkurence, vysvětlit, čím se od sebe tyto typy konkurence liší, a sumarizovat, jaké faktory ovlivňují charakter tržní konkurence**

→ **schopnost doložit příklady jednotlivých typů konkurence z reálného života**

3) Domácí příprava

- **umění aplikovat získané znalosti a porozumět jim, kriticky uvažovat, hodnotit a chápat vztahy**

→ **dovednost kriticky zvažovat reálné veřejné i individuální ekonomické situace a promýšlet jejich alternativy**

→ **dovednost hodnotit a srovnávat ekonomické volby a promýšlet jejich dopady**

→ **dovednost elementárně chápat vazby mezi jednotlivými událostmi v rámci tržní ekonomiky**

4) Ústní zkoušení

- Můžeme zaměňovat pojmy „ekonomie“ a „ekonomika“? Pokud ne, tak proč? Co tyto pojmy označují?

- Řekni mi zákon nabídky a vysvětli ho.

- Jaké znáš typy konkurence? Ke každému vymysli příklad z reálného života.

→ **definovat základní ekonomické pojmy**

- Nakresli na tabuli graf znázorňující tvou individuální poptávku po nějakém produktu/službě a vysvětli mi ho.

→ **identifikovat grafy a tabulky znázorňující fungování trhů**

- Jak souvisí peníze s tržní ekonomikou? Jakou v ní hrají roli? Souvisí nějak s nabídkou a poptávkou?

→ **schopnost vysvětlit, jak funguje vztah mezi nabídkou a poptávkou, jakou roli hrají v tomto vztahu ceny, a schopnost popsat, co je kýženým cílem tohoto vztahu a proč**

- Jaké proměnné mohou ovlivnit například trh s pšenicí?

→ **schopnost doložit příklady proměnných ovlivňujících konkrétní trh a vysvětlit na reálných situacích, jaký vliv mají dané proměnné na chod konkrétního trhu**

⁹ Vizte Přílohu 4 a 5.

- Jak ovlivňuje množství prodávajících trh nějakého statku/služby? Jaké další faktory mají dopad na podobu konkurence trhu?

→ **schopnost identifikovat a pojmenovat jednotlivé typy konkurence, vysvětlit, čím se od sebe tyto typy konkurence liší, a sumarizovat, jaké faktory ovlivňují charakter tržní konkurence**

- Řekni mi příklad monopolu a příklad dokonalé konkurence – použij trh s reálnými produkty.

→ **schopnost doložit příklady jednotlivých typů konkurence z reálného života**

- Co znázorňuje tato tabulka? (Vizte např. Tabulku č. 2 v Příloze 3)

→ **schopnost rozpoznat ekonomické grafy a vysvětlit je, dovednost graficky znázornit ekonomické situace**

- Jak by dnes asi vypadal trh s benzinem, kdyby nebyla nikdy vynalezena vozidla jezdící na tuto pohonnou hmotu?

→ **dovednost kriticky zvažovat reálné veřejné i individuální ekonomické situace a promýšlet jejich alternativy**

- Budeš-li mít často ve svém životě rýmu, vyplatí se ti investovat spíše do látkových kapesníků, nebo do těch papírových? Co vše musíš vzít v úvahu?

→ **dovednost hodnotit a srovnávat ekonomické volby a promýšlet jejich dopady**

- Jak se projeví omezení těžby dřeva na zaměstnanosti ve Skandinávii, kde je těžba dřeva stěžejním odvětvím průmyslu? A jak by toto omezení mohlo ovlivnit celosvětovou produkci papíru? Uveď předpoklady a k nim možné scénáře.

→ **dovednost elementárně chápat vazby mezi jednotlivými událostmi v rámci tržní ekonomiky**

5) Písemný test

- Z následujících tvrzení vyberte to, které je významově správné (1 správná odpověď):

- Monopol je zkrácený název pro monopolistickou konkurenci.
- Pro dokonalou konkurenci, oligopol a monopolistickou konkurenci platí, že je na určitém trhu více než jeden prodejce.
- Faktorem ovlivňujícím charakter konkurence je vždy jen cena statků/služeb.
- Kýženým stavem tržní ekonomiky je vždy jeden z typů nedokonalé konkurence.

- U následujících tvrzení rozhodněte, zda jsou pravdivá, nebo nepravdivá:

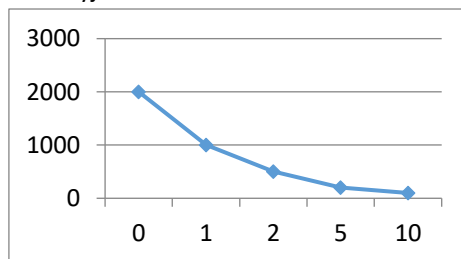
- Poptávka je jedinou tržní silou a hybatelem ekonomiky. PRAVDA/NEPRAVDA
- Tržní rovnováha vyjadřuje stav, kdy si jsou nabídka a poptávka rovny. PRAVDA/NEPRAVDA
- Zákon poptávky a zákon nabídky jsou jedno a to samé. PRAVDA/NEPRAVDA
- Chování spotřebitelů v tržní ekonomice je řízeno cenami statků a služeb. PRAVDA/NEPRAVDA

→ **definovat základní ekonomické pojmy**

- Identifikuj, jaký zákon znázorňuje následující graf (je-li na ose „x“ množství a na ose „y“ cena) a jaký tabulka.

Vymysli vlastní příklad statku/služby, která by mohla být znázorněna tímto grafem.

Vymysli statek/službu, kterou by mohla vyjadřovat tato tabulka.



CENA	NABÍZENÉ MNOŽSTVÍ
100 000 Kč	1 000
200 000 Kč	5 000
500 000 Kč	20 000
1 500 000 Kč	50 000

→ **definovat základní ekonomické pojmy**

- **identifikovat grafy a tabulky znázorňující fungování trhů**
- **schopnost rozpoznat ekonomické grafy a vysvětlit je, dovednost graficky znázornit ekonomické situace**
- **schopnost vysvětlit, jak funguje vztah mezi nabídkou a poptávkou, jakou roli hrají v tomto vztahu ceny**

- Vymyslete příklad z běžného života (nemusel se však již reálně stát) demonstrující vliv proměnné „počasí“ na trh nějakého statku/služby. Vysvětlete, jak tato proměnná ovlivňuje poptávku či nabídku a jak cenu statku/produktu. Zvažte, jaké možnosti (alternativy statku/služby) má kupující, a vysvětlete, čím se při svém rozhodování řídí.

- **schopnost doložit příklady proměnných ovlivňujících konkrétní trh a vysvětlit na reálných situacích, jaký vliv mají dané proměnné na chod konkrétního trhu**
- **dovednost kriticky zvažovat reálné veřejné i individuální ekonomické situace a promýšlet jejich alternativy**
- **dovednost hodnotit a srovnávat ekonomické volby a promýšlet jejich dopady**

- Identifikuj typ konkurence, napiš, čím se liší od monopolu, a vymysli další trh se stejným typem konkurence:

„Pan Novák je hospodský a prodává ve své hospůdce denní menička. Denní menička prodává ve stejném městě ještě dalších deset stravovacích zařízení. Pan Novák se tak musí při stanovování cen za své obědy řídit i tím, jaké ceny nabízejí ostatní.“

- **schopnost identifikovat a pojmenovat jednotlivé typy konkurence, vysvětlit, čím se od sebe tyto typy konkurence liší, a sumarizovat, jaké faktory ovlivňují charakter tržní konkurence**
- **schopnost doložit příklady jednotlivých typů konkurence z reálného života**

Poznámky

- 1) V případě, že pedagog nevyžaduje od studentů vedení vlastních zápisů, lze jim použitou prezentaci poskytnout vložení na školní server (či po domluvě jinam na internet – např. lze využít úschovnu, leteckou poštu, uložit apod.).
- 2) Čtvrtá a pátá část hodiny jsou přípravou pro práci v hodině následující, a podporují tak požadovaný princip návaznosti učiva, jelikož v další hodině bude tématem opět tržní ekonomika, a to právě tržní ekonomika v praxi – kromě dokončení skupinové práce o typech konkurence a diskusi o proměnných ovlivňujících konkrétní trh si řekneme ještě více o poptávce, nabídce a jejich elasticitě, o cenové diskriminaci i např. o tržním selhání.
- 3) Doposud probrané učivo, které bylo zaměřeno spíše na teoretickou část ekonomie, bude tedy dále upevňováno a rozšiřováno. Díky domácí přípravě by žáci měli být schopni rychle reagovat, skupinová práce (12 minut – 3 minuty pro každou skupinu) i diskuse (cca 10 minut) by měla takzvaně „odsýpat“.
- 4) Účelem domácí přípravy je posílit schopnost aplikovat osvojené teoretické znalosti do běžného života. Tímto způsobem by si žáci měli zapamatovat probranou látku a zároveň by měli prokázat, zda ji chápou, umí s ní pracovat, aplikovat ji a uvědomovat si vzájemné souvislosti.

Příloha 1 – ZÁPIS DO SEŠITU

PRINCIPY TRŽNÍ EKONOMIE

EKONOMIE

je souhrn hospodářských činností na určitém území – jedná se tedy o hospodaření nějakého subjektu, nebo i státu.

EKONOMIKA

je vědní disciplína, která se věnuje popisu a analýze výroby, distribuce a spotřeby ekonomických statků – zboží, služeb, peněz, a jejich rozdělení s ohledem na způsob jejich využití.

TRH - je prostor, v němž dochází ke směně statků a služeb, převážně za peníze

- je skupina prodávajících a kupujících určitého produktu/služby

TRŽNÍ EKONOMIKA je takový souhrn hospodářského chování, který je veden cenami závislými na střetu poptávky a nabídky v konkurenčním prostředí.

POPTÁVKA je množství statků nebo služeb, které jsou poptávající ochotni a schopni koupit za určitou cenu.

ZÁKON POPTÁVKY = poptávané množství klesá s rostoucí cenou statku/služby.

NABÍDKA je množství statků a služeb, které jsou prodávající ochotni vyrábět a schopni prodávat za určitou cenu.

ZÁKON NABÍDKY = nabízené množství roste s rostoucí cenou statku/služby.

TRŽNÍ ROVNOVÁHA je kýženým stavem ekonomiky, kdy jsou si nabídka a poptávka rovny.

KONKURENCE

DOKONALÁ KONKURENCE:

- a) Identická produkce;
- b) existence velkého množství prodávajících i kupujících, díky čemuž nikdo nemůže ovlivnit tržní cenu;
- c) kupující i prodávající jsou cenoví příjemci.

NEDOKONALÉ KONKURENCE:

Monopol

- a) na trhu existuje pouze jeden prodávající;
- b) tento prodávající je cenovým tvůrcem – určuje cenu za své zboží.

Oligopol

- a) na trhu je vícero, avšak ne velké, množství prodávajících;
- b) tito prodávající si vzájemně konkurují, avšak nejsou v konkurenci příliš agresivní.

Monopolistická konkurence

- a) velký počet prodávajících v odvětví;
- b) výroba podobného, ale přesto diferencovaného produktu;
- c) absence bariér pro vstup dalších prodávajících do daného odvětví.

Příloha 2 – TABULKA Č. 1 A GRAF Č. 1 („ANIČKA A MÓDNÍ TRIČKA“)

TABULKA Č. 1

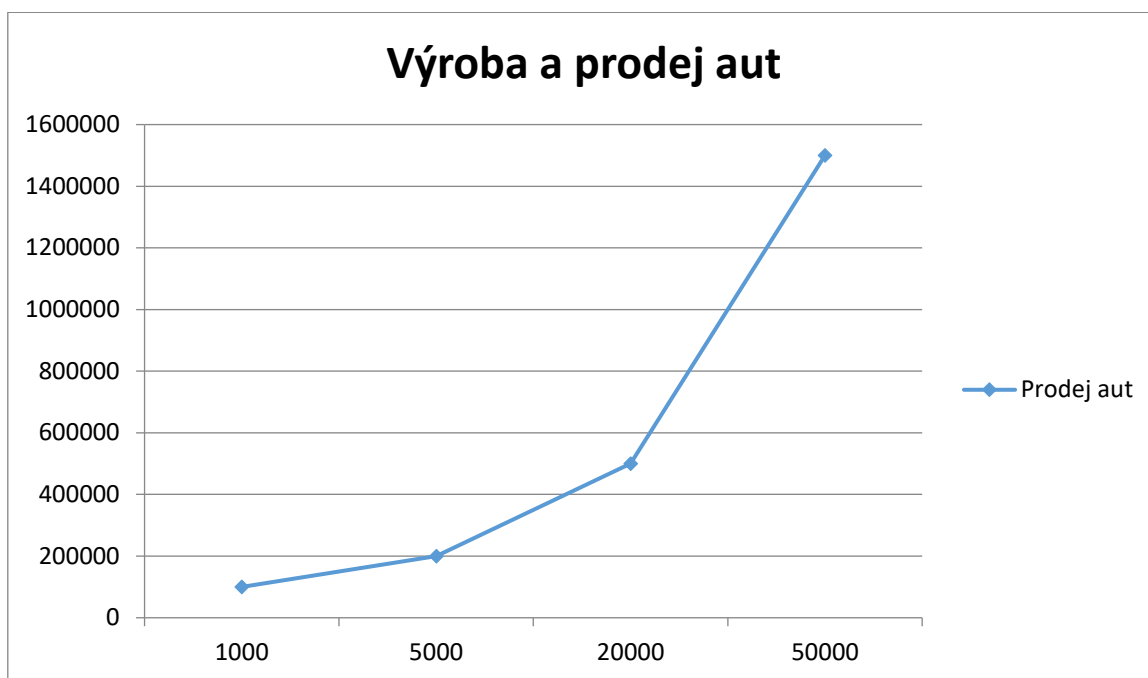
CENA TRIČKA	POPTÁVANÉ MNOŽSTVÍ
100 Kč	10 triček
200 Kč	5 triček
500 Kč	2 trička
1000 Kč	1 tričko
2000 Kč	0 triček

GRAF Č. 1



Příloha 3 – GRAF Č. 2 A TABULKA Č. 2 („AUTA“)

GRAF Č. 2



TABULKA Č. 2

CENA AUT	NABÍZENÉ MNOŽSTVÍ
100 000 Kč	1 000 aut
200 000 Kč	5 000 aut
500 000Kč	20 000 aut
1 500 000Kč	50 000 aut

Příloha 4 – ZADÁNÍ SAMOSTATNÉ PRÁCE „Druhy konkurence“

U následujícího příkladu identifikujte, o jaký druh konkurence se jedná. Vymyslete další příklad daného typu konkurence z reálného života.

OPERÁTOŘI

O2, Vodafone, T-Mobile – to jsou tři velcí mobilní operátoři působící na území České republiky. Nabízejí podobné produkty i služby, čas od času inovují, mění a zvýhodňují své nabídky, obvykle ale nijak razantně nezvedají ani nesnižují ceny svých produktů. Když jeden prodejce sníží cenu některého svého produktu nebo služby, jeho konkurenty to nijak extrémně neohroží. Jedná se o _____ konkurenci nazývanou _____ a obdobným příkladem tohoto typu konkurence je např. trh s _____.

U následujícího příkladu identifikujte, o jaký druh konkurence se jedná. Vymyslete další příklad daného typu konkurence z reálného života.

ŽELEZNICE

České dráhy jsou v podstatě jedinou společností nabízející železniční dopravu po kompletně celé České republice. Na tomto území nemají konkurenci, a tak ceny jejich služeb ovlivňuje jen poptávka ze strany jejich zákazníků. Jelikož jiné firmy stejné služby nenabízejí, nejsou ceny Českých drah definovány hospodářskou soutěží. Jedná se tedy o _____ konkurenci nazývanou _____ a obdobným příkladem tohoto typu konkurence je např. trh s _____.

U následujícího příkladu identifikujte, o jaký druh konkurence se jedná. Vymyslete další příklad daného typu konkurence z reálného života.

TUHÁ PALIVA

Pan Žito se rozhodne obchodovat s uhlím. Vstoupí proto na trh s ním a začne přemýšlet o ceně, za kterou by své uhlí mohl prodávat. Když prozkoumá daný trh, zjistí, že na scéně je mnoho dalších prodejců uhlí a všichni prodávají uhlí za naprosto stejnou cenu. Rozhodne se proto, že bude i on prodávat uhlí za danou částku. Nebude tak pod tlakem vysoké poptávky, pokud by prodával levněji než ostatní, a zároveň nebude mít nouzi o kupující, jakou by měl, kdyby prodával draže než ostatní. Jedná se tedy o _____ konkurenci a obdobným příkladem tohoto typu konkurence je např. trh s _____.

U následujícího příkladu identifikujte, o jaký druh konkurence se jedná. Vymyslete další příklad daného typu konkurence z reálného života.

POTRAVINY

Během letních dnů prodávají na náměstí v Ústí nad Orlicí zmrzlinu celkem 4 obchody – pekařství Sázava, cukrárna P.U.P., cukrárna Na Výsluní a jedna bezejmenná trafika. Každý prodejce obvykle prodává ve stejný den jinou příchutí zmrzliny, a proto si každý sám může stanovovat cenu, přestože všichni prodávají stejný produkt. Nicméně i tak musí každý z nich hledět na své zákazníky – kdyby byla zmrzlina jednoho prodejce moc drahá, mohl by se zákazník snadno odebrat k prodejci jinému a uspokojit svou chuť jinou příchutí zmrzliny za adekvátnější cenu. Jedná se tedy o _____ konkurenci nazývanou _____ a obdobným příkladem tohoto typu konkurence je např. trh s _____.

ŘEŠENÍ SAMOSTATNÉ PRÁCE „Druhy konkurence“

OPERÁTOŘI – nedokonalou, oligopol, např. s leteckým cestováním, s automobily

ŽELEZNICE – nedokonalou, monopol, např. s vodou (sít' potrubí je ve vlastnictví měst/obcí), s elektřinou (v ČR – ČEZ jakožto vlastník přenosové sítě elektřiny)

TUHÁ PALIVA – dokonalou, např. velké burzovní trhy, s obilovinami (zemědělci, nikoliv distributoři do obchodů)

POTRAVINY – nedokonalou, monopolistická konkurence, např. se zubními pastami, s botami

Příloha 5 – ZADÁNÍ SKUPINOVÉ PRÁCE

Zodpovězte následující otázky:

- 1) Jak se jmenuje konkurence, která je demonstrována Vaším příkladem.
- 2) Jaké jsou dva další reálné příklady tohoto typu konkurence?
- 3) Charakterizujte Váš typ konkurence (vyjmenujte jeho znaky).

Příloha 6 – ZADÁNÍ DOMÁCÍ PŘÍPRAVY

Promyslete si odpovědi na otázky k diskusi:

- 1) Trh s jakými produkty (a popřípadě s jakými jejich substituty a komplementy) je v současné době ovlivněn koronavirovou krizí?
- 2) O jaký druh konkurence se u konkrétního produktu jednalo před koronavirovou krizí?
- 3) Změnila koronavirová krize typ konkurence na daném trhu - proč ano/ne? Pokud ano, jak?

VZOROVÉ VYPRACOVÁNÍ DOMÁCÍ PŘÍPRAVY

- 1) Například trh s jídly připravovanými v restauracích. Substituty takových jídel jsou např. hotová jídla prodávaná v supermarketech či jídla připravovaná doma, komplementy jídel z restaurací jsou nyní (více než kdy dříve) termoboxy, tašky na jídlo, jednorázové příbory.

Lze předpokládat, že trh se substituty je koronavirovou krizí ovlivněn pozitivně, tedy že si lidé více kupují hotová jídla v supermarketech či si je vaří doma (trh se surovinami potřebnými na přípravu hotových jídel). Pozitivně je ovlivněn i trh s komplementy, jelikož během koronavirové krize došlo k navýšení poptávky po „doplňkových“ produktech.

- 2) O monopolistickou konkurenci.
- 3) Nezměnila, restaurace fungují dál, pouze přešly na prodej přes výdejní okénko.

ZDROJE

Vlastní výpisky z gymnázia z hodin ZSV s Mgr. Jakubem Brdíčkem, Gymnázium Ústí nad Orlicí.

Kurz Základy ekonomie s Ing. Hanou Lipovskou, Ph.D., Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita.

HOLMAN, Robert. *Základy ekonomie pro studenty vyšších odborných škol a neekonomických fakult VŠ*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2000. Xvi, 360. ISBN 8071794341.

MANKWIN, N. Gregory. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada, 2000. 763 s. ISBN 80-7169-891-1.