



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vzdělávací materiál vytvořený v projektu OP VK

Název školy:	Gymnázium, Zábřeh, náměstí Osvobození 20
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0211
Název projektu:	Zlepšení podmínek pro výuku na gymnáziu
Číslo a název klíčové aktivity:	VI/2 - Vytváření podmínek pro rozvoj znalostí, schopností a dovedností v oblasti finanční gramotnosti

Anotace

Název tematické oblasti:	Finanční gramotnost pro nižší gymnázium
Název učebního materiálu:	Vliv poptávky a nabídky na tvorbu ceny
Číslo učebního materiálu:	VY_62_INOVACE_FG0118
Vyučovací předmět:	Občanská výchova
Ročník:	4. ročník osmiletého gymnázia
Autor:	Mgr. Radka Stražilová
Datum vytvoření:	10. 3. 2014
Datum ověření ve výuce:	13. 3. 2014
Druh učebního materiálu:	Pracovní list
Očekávaný výstup:	Žák objasní vliv poptávky a nabídky na tvorbu ceny.
Metodické poznámky:	Zvážíme, zda žáci úkoly v pracovním listu nejdříve vypracují samostatně a poté bude následovat společná ústní kontrola, nebo budeme kontrolovat žáky hned po vypracování každého úkolu. Součástí pracovního listu je i metodický list pro učitele.

Vliv poptávky a nabídky na tvorbu ceny - pracovní list

1. a) Rozhodni, která ze situací uvedených níže je výhodnější pro zákazníky, tedy pro stranu poptávky, a která pro prodejce/výrobce, tzn. pro stranu nabídky. Svoje názory zapiš a stručně odůvodni.

b) Bude se některá ze stran snažit tuto situaci řešit? Jak? I tento názor zapiš a stručně odůvodni.



- ❖ Pod vlivem televizní reklamy se za poslední měsíc ztrojnásobil zájem o jeden mléčný výrobek. Toto zboží je proto často vyprodáno – výrobce ho nestačí dodávat v potřebném množství.

Tato situace je výhodná pro, protože

.....

Řešení:

.....

.....



- ❖ Po slunečném jaru přišlo deštivé léto. Na pultech drogerií zůstaly zásoby opalovacích přípravků, které obchodníci pořídili na jaře. Přeplněné byly i sklady firem, které se výrobou opalovacích přípravků zabývají – náklady na výrobu ani na nákup tohoto zboží obchodníky tak nebyly pokryty tržbami za jeho prodej.

Tato situace je výhodná pro, protože

.....

.....

Řešení:

.....

.....



- ❖ Při kontrole prodeje a zásob zboží na konci týdne vedoucí prodejny zjistil, že se všechna jablka, která objednal, prodala. Prodavačky nezaznamenaly žádného zákazníka, jenž by litoval, že se na něj toto ovoce nedostalo.

Tato situace je výhodná pro, protože

.....

.....

Řešení:

.....

.....

2. Z uvedených příkladů se pokus vyvodit, které faktory mohou ovlivnit cenu zboží. Doplň:

Cenu zboží může ovlivnit např.:

a)

b)

c)

d)

Vliv poptávky a nabídky na tvorbu ceny - list pro učitele

Pozn.: Příklady možných odpovědí jsou označeny tučným písmem. Žáky upozorníme, že se jedná o modelové situace a řešení, skutečnosti jim nemusí vždy odpovídat.

1. a) Rozhodni, která ze situací uvedených níže je výhodnější pro zákazníky, tedy pro stranu poptávky, a která pro prodejce/výrobce, tzn. pro stranu nabídky. Svoje názory zapiš a stručně odůvodni.

- b) Bude se některá ze stran snažit tuto situaci řešit? Jak? I tento názor zapiš a stručně odůvodni.

- ❖ Pod vlivem televizní reklamy se za poslední měsíc ztrojnásobil zájem o jeden mléčný výrobek. Toto zboží je proto často vyprodáno – výrobce ho nestačí dodávat v potřebném množství.

Tato situace je výhodná pro **prodejce/výrobce**, protože **mohou využít zájmu zákazníků (soutěž je na straně poptávky)**.

Řešení:

**Výrobce např. zvýší ceny výrobku → větší zisky → (rozšíření výroby)
→ vyšší cena může také znamenat snížení zájmu
zákazníků → (výroba stihne uspokojit zájem)**

- ❖ Po slunečném jaru přišlo deštivé léto. Na pultech drogerií zůstaly zásoby opalovacích přípravků, které obchodníci pořídili na jaře. Přeplněné byly i sklady firem, které se výrobou opalovacích přípravků zabývají – náklady na výrobu ani na nákup tohoto zboží obchodníky tak nebyly pokryty tržbami za jeho prodej.

Tato situace je výhodná pro **zákazníky**, protože **mohou využít zájmu prodejců/výrobců pokrýt náklady na zboží (soutěž na straně nabídky)**.

Řešení:

Výrobci/obchodníci mohou snížit stávající ceny → zákazníci zboží nakoupí výhodněji (snaží se za svůj důchod, tzn. příjem, nakoupit co nejvíce zboží) → výrobcům/prodejcům se vrátí část nákladů.

Pozn. Žáci mohou nabídnout např. i využití reklamy.

- ❖ Při kontrole prodeje a zásob zboží na konci týdne vedoucí prodejny zjistil, že se všechna jablka, která objednal, prodala. Prodavačky nezaznamenaly žádného zákazníka, jenž by litoval, že se na něj toto ovoce nedostalo.

Tato situace **není výhodná pro žádnou stranu**, protože **zákazníci chtějí co nejvíce zboží za co nejnižší ceny a prodejci/výrobci chtějí co největší zisk.**

Řešení:

Zákazníci mohou např. kupovat jiné ovoce → prodejci budou chtít prodat jablka → sníží jejich cenu.

Prodejci/výrobci přestanou jablka nabízet → zákazníkům budou jablka chybět → prodejci/výrobci mohou zvýšit cenu.

2. Z uvedených příkladů se pokus vyvodit, které faktory mohou ovlivnit cenu zboží. Doplň:

Cenu zboží může ovlivnit např.:

- Situace na trhu – vztah poptávky a nabídky**
- Působení reklamy**
- Počasí (přírodní vlivy)**
- Náklady na výrobu zboží**