

## PONUKA A DOPYT



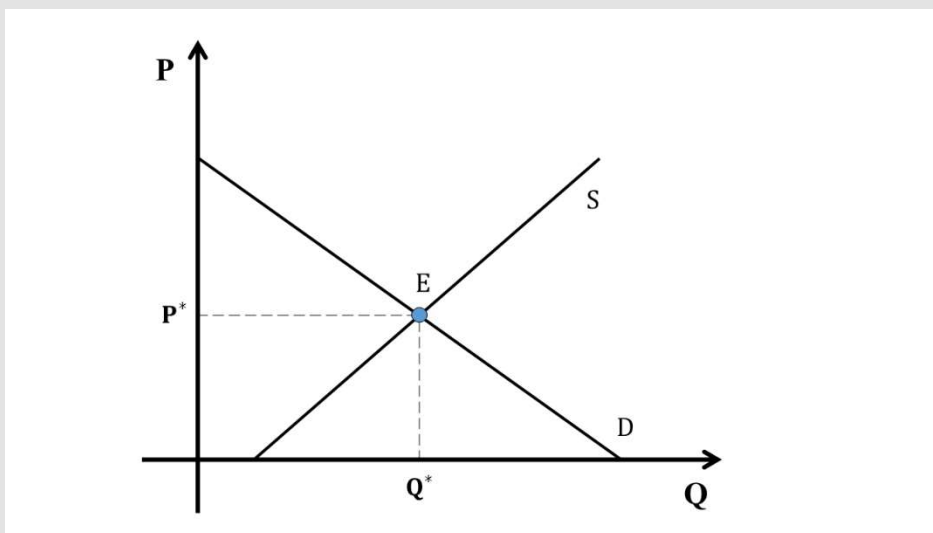
Image from Pixabay

### Čo je trh?

Trh je **miesto, kde predávajúci (výrobcovia) predávajú** alebo prenajímajú svoje výrobky, komodity, aktíva, služby alebo čokoľvek iné, čo je obchodovateľné **kupujúcim (spotrebiteľom)**. Niektoré trhy sú organizované ako aukcie (aukcia obrazov) alebo ako burzy (burza cenných papierov), kým iné trhy sú geograficky rozptýlené po celej krajine, Európe alebo svete, ako je to napríklad s obilninovými trhmi, Bazos.sk alebo eBay. Zeleninový trh na tržniciach v centrách miest je klasickým príkladom trhu.

Ponuku na trhu zabezpečujú predávajúci (často výrobcovia), kým dopyt vytvárajú kupujúci (často spotrebiteľia). Predávajúci chcú radšej vysokú cenu ako cenu nízku. Keď sa cena zvyšuje, predávajúci sú ochotní predávať viac. Tomu sa hovorí zákon ponuky: predávajúci predávajú viac pri vyšších cenách. Na druhej strane, kupujúci majú radšej nízke ceny. Keď sú ceny nižšie, kupujúci sú ochotní kupovať viac, čo je formulácia zákona dopytu.

Trhová cena (rovnovážna cena alebo ekvilibrium) je cena, pri ktorej sa ponúkané množstvo zhoduje s dopytovaným množstvom. Je to stabilná cena, keďže pri tejto cene sa trh vyčistí, všetko sa kúpi, čo sa chce predať. Trhová rovnovážna cena sa ale mení. Všetko plynie a ceny sa menia. Ceny akcií na burze sa menia každú minútu, alebo dokonca sekundu, kým ceny bytov sa menia pomalšie, napríklad vzrastú o 5 percent za rok.



### Meniace sa ceny a množstvá

Prečo sa menia trhové ceny a množstvá? A je to pre nás dôležité? Predstavte si situáciu, že vlastníte reštauráciu v centre Topoľčian. Kedy môžete očakávať zmenu cien a aký to bude mať vplyv na váš biznis?

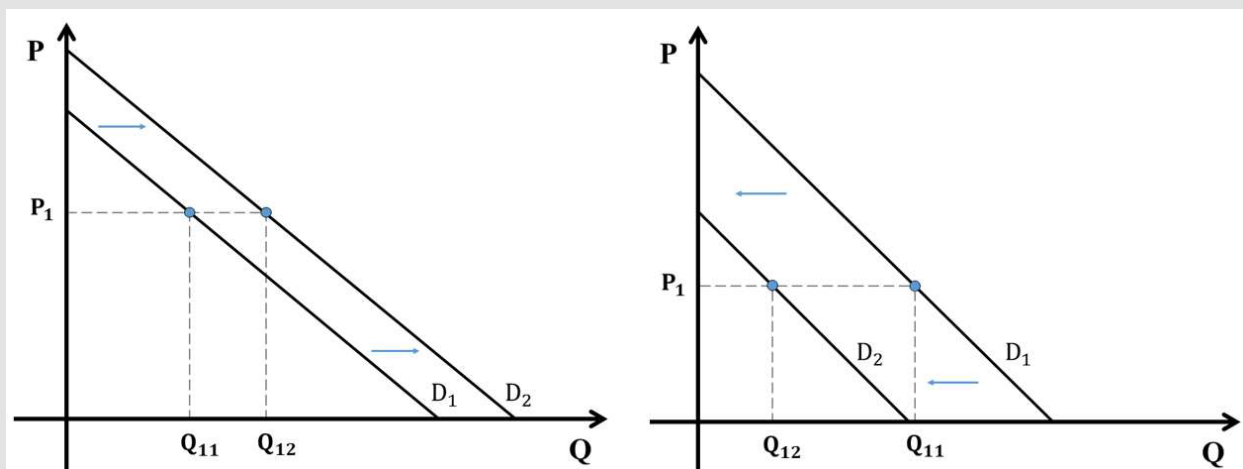
**Počet kupujúcich:** Nárast počtu kupujúcich kvôli prírastkom obyvateľstva alebo prisťahovalectvom posúva krivku dopytu doprava. Zvyšuje sa dopyt. Naopak, vysťahovalectvo alebo prirodzené zníženie počtu obyvateľov posúva krivku dopytu doľava. Znižuje sa dopyt. Veľký vplyv na dopyt má aj zmena štruktúry obyvateľstva podľa veku, vzdelania alebo vierovyznania. Príklad: Automobilka otvorí v Topoľčanoch nový závod na výrobu motorov, v ktorom začalo pracovať 1 000 nových zamestnancov. Čo to pre váš biznis

znamená? V meste a okolí bude viac ľudí a taktiež sa dá očakávať, že platy v Topoľčanoch porastú. Môžete preto predpovedať, že vašu reštauráciu začne navštevovať viac zákazníkov. To je väčšinou dobrá správa. Budete mať vyššie tržby, možno budete môcť zvýšiť aj ceny. Čiastočne ceny upravíte aj kvôli tomu, že musíte viac platiť kuchárom a čašníkom, ktorí budú dlhšie a intenzívnejšie pracovať a budú mať vyššie mzdy, lebo každému v meste mzdy rastú, ale čiastočne uvidíte aj nárast vášho zisku.

**Preferencie:** (začali ste dvojbodkou, tak nech je to jednotné pri všetkých paragrafoch) Preferencie kupujúcich sa menia. Môžu byť ovplyvnené marketingom, vedeckými zisteniami o stravovaní, zmenou životného štýlu, náboženstvom, alebo inými faktormi. Zmena preferencií vedie k posunutiu krivky dopytu buď smerom doľava alebo doprava. Dopyt môže narásť, alebo klesnúť. Príklad: Predstavte si, že vaša reštaurácia sa špecializuje na zdravé jedlo a v TV Markíza práve teraz začnú vysielat' TV show, kde známe osobnosti zdôrazňujú význam zdravého stravovania. Je to super správa pre vašu reštauráciu. Ľudia v Topoľčanoch si tiež uvedomia (aspoň niektorí), že je lepšie sa častejšie zastaviť vo vašej reštaurácii ako v stánku rýchleho občerstvenia oproti. Môžete očakávať viac zákazníkov, vyššie tržby a možno si budete môcť dovoliť aj zvýšiť ceny a zisk.

**Očakávania:** Kupujúci majú očakávania o budúcnosti, ktoré ovplyvňujú ich rozhodnutia v súčasnosti. Ak kupujúci čakajú, že ceny v budúcnosti budú klesať, mnohí si odložia nákup, ak je to možné na neskôr. Skôr sa to týka investičných statkov ako je TV alebo auto, ťažko sa odkladajú nákupy obedov. Ale, ak kupujúci očakávajú dobré časy, rast príjmov v práci ako aj stabilitu v zamestnaní, tak sú ochotní míňať na spotrebu viac. V prípade, že hrozí zatvorenie závodu na výrobu motorov, ľudia sa začnú správať šetrnejšie a menej navštevovať aj vašu reštauráciu, čím prídete o tržby a budete zrejme musieť niečo vymyslieť alebo nezvyšovať ceny. To je aj zlé pre vaše zisky.

**Príjem:** Nárast príjmu vedie k posunu krivky doprava pre normálne statky a posunutie krivky dopytu doľava pre podradné statky. Keď vám vzrastie príjem tak kupujete všetkého viac (normálne statky), ale veci menej kvalitné zrejme prestanete postupne kupovať (podradné statky). Budete jesť možno viac steakov (dopyt po steakoch sa zvýši v dôsledku rastu príjmov) a menej párkov (dopyt po párkoch sa zníži v dôsledku poklesu príjmov).



Rastúci dopyt

Klesajúci dopyt

**Ceny vstupov:** Ak sa zvýši cena jedného alebo viacerých vstupov do výroby, výrobné náklady sa taktiež zvýšia, čo je zlé pre biznis a ponuka sa znižuje. Pri vyšších nákladoch niektoré firmy skrachujú a musia odísť z trhu.

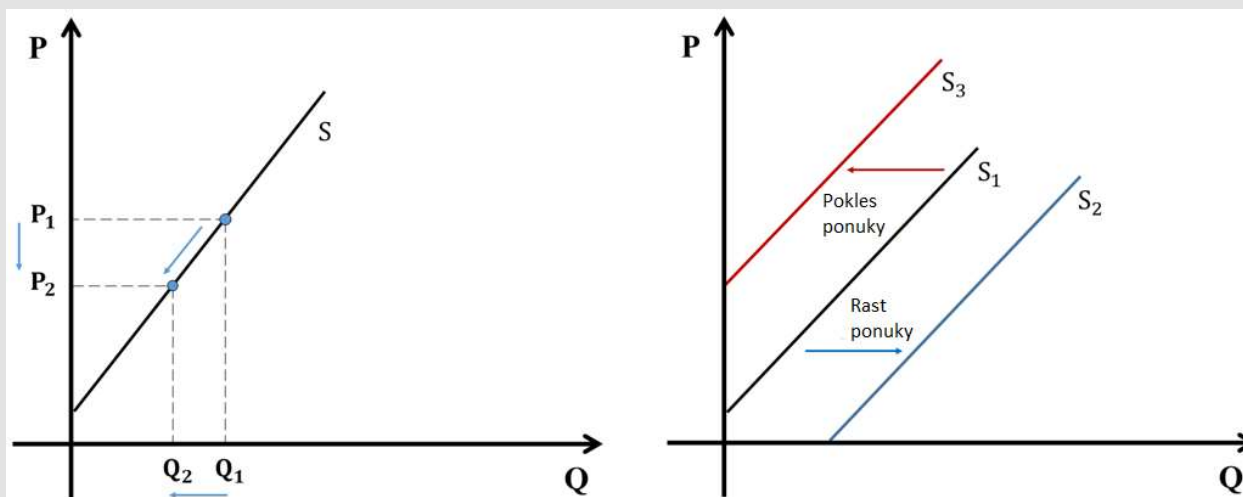
Príklad zvýšenia cien energií. Vaša reštaurácia používa energiu v každodennom podnikaní. Platíte za elektrinu, plyn, alebo za pohonné hmoty. Pri náraste cien energií sa vám zníži zisk. Budete musieť viac šetriť, alebo zvýšiť ceny, čo sa však nebude páčiť vašim zákazníkom.

**Technológie:** Technologický pokrok ovplyvňuje produkciu. Využívanie moderných technológií buď vedie k poklesu nákladov, alebo nárastu produkcie. S novou technológiou sa dajú produkovať nové produkty alebo služby. Technologický pokrok zvyšuje ponuku. Kto prestane v biznise udržiavať krok s najnovšími technológiami zaostane za konkurenciou a prestane byť konkurencieschopný.

**Ceny ostatných tovarov a služieb:** Je bežné, že podniky alebo podnikatelia vyrábajú viac ako jeden tovar alebo službu. Napríklad poľnohospodári produkujú mrkvu, paradajky aj kapustu. Ak zrazu vzrastie cena mrkvy, viac sa oplatí pestovať mrkva, ale ostane nám menej pôdy na kapustu a ponuka kapusty sa zníži. Kvôli vyšším cenám mrkvy sa zníži produkcia kapusty.

**Očakávania:** Ak výrobcovia očakávajú, že ceny pôjdu v budúcnosti hore, tak už teraz sa na to pripravujú, investujú do výroby alebo kapacít a postupne začnú produkovať viac. Napríklad, ak si myslíte, že dopyt po reštauračných službách sa zvýši, mali by ste už teraz investovať do kapacity vašej reštaurácie, riešiť jej rozšírenie, alebo uvažovať aj o otvorení ďalšej. Pozitívne očakávania vedú k nárastu ponuky.

**Počet predávajúcich:** Ak sa zvýši počet stánkov predávajúcich hotdogy, ponuka hotdogov sa zvýši. Príklad, Duchonka neďaleko Topoľčian sa obnoví a otvorí nové atrakcie pre turistov, vrátane niekoľkých reštaurácií. Veľa ľudí z Topoľčian sa vyberie na Duchonku, kde sa naobedujú v prekrásnom prostredí. Veľa Slovákov chodí na obed do reštaurácie len raz alebo dva razy týždenne. Duchonka vytvára pre váš biznis konkurenciu. Keď sa Topoľčanci vyberú na Duchonku, menej chodia do reštaurácií v Topoľčanoch. Budete musieť preto znížiť ceny, vytvoriť niečo nové pre zákazníkov, ale táto situácia je pre vaše zisky hrozbou.



# SOLD!

Image from Pixabay