

Problémový okruh 1

MATEMATICKÉ NÁSTROJE A ICH VYUŽITIE V EKONÓMII

V rámci problémového okruhu 1 sa budeme venovať týmto problémom:

1. *Grafy v ekonómii.*
2. *Lineárne rovnice.*
3. *Percentuálne vyjadrenia.*
4. *Celkové, priemerné a hraničné veličiny.*
5. *Nominálne a reálne veličiny.*

Prvý pohľad do učebnice a praktika z ekonómie vás, ako študenta prvého ročníka, môže vystrašiť. Nájdete v nich množstvo grafov a lineárnych rovníc, ktoré sa vám môžu zdať príliš abstraktné. Rozhodnutie naspamäť sa naučiť krivky a vizuálne si zapamätať grafy je prvá chyba, ktorú môžete pri štúdiu ekonómie urobiť. Vašou úlohou totiž nie je iba preukázať pochopenie problematiky základov ekonómie, ale aj osvojiť si matematické nástroje, ktoré v ekonómii využívame, a vedieť ich aplikovať. To je spôsob, ktorý vám uľahčí štúdium a zabezpečí lepšie hodnotenie a poznatky, ktoré využijete pri ekonomickom rozhodovaní vo vašom živote. Ak je osvojenie si základných matematických nástrojov tou správnou cestou pre štúdium, určite sa pýtate: *Kolko vedomostí z matematiky potrebujem na zvládnutie základov ekonómie?* Odpoveď na túto otázku ponúka prvá kapitola praktika z ekonómie, v ktorej vám predstavíme presne také množstvo matematických nástrojov, aké budete potrebovať pri štúdiu základov mikroekonómie a makroekonómie v prvom ročníku. Prvá kapitola však nie je len o technikách ekonómie, pri každom nástroji nájdete aj jeho aplikáciu.

1 GRAFY V EKONÓMII

Grafy v ekonómii slúžia na vizualizáciu údajov. Ľudský mozog totiž vie rýchlejšie spracovať obrázky a dlhšie si ich uchovať v pamäti. Čítaný text a množstvo čísel mozog spracúva, naopak, dlhšie a uchováva kratší čas. Nie zbytočne sa hovorí, že raz vidieť je lepšie, ako stokrát počuť. Presvedčme sa o tom v krátkom teste.

Problémový okruh 2

ÚVOD DO EKONÓMIE

V rámci problémového okruhu 2 sa budeme venovať týmto problémom:

1. Vznik a vývoj ekonómie ako vedy, alternatívne prístupy v ekonomickej teórii.
2. Predmet skúmania ekonómie. Metodológia ekonómie.

Úlohy, ktoré sú formulované ďalej v texte, vám pomôžu pochopiť proces formovania ekonómie ako samostatnej vednej disciplíny, kľúčový prínos jednotlivých škôl ekonomickeho myslenia k rozvoju ekonómie ako samostatnej vednej disciplíny, porozumieť významu štúdia ekonómie pre každého z nás a jeho využiteľnosť v praktických každodenných situáciách, s ktorými sa stretávame v súkromnom i pracovnom živote.

1 VZNIK A VÝVOJ EKONÓMIE AKO VEDY. ALTERNATÍVNE PRÍSTUPY V EKONOMICKEJ TEÓRII

Najvýznamnejšie prístupy vo vývoji ekonomickeho myslenia:

Počiatky formovania ekonómie ako samostatnej vednej disciplíny – *ekonomicke myslenie starovekého Grécka* sa pričínilo o rozvoj ekonomických názorov zavedením pojmu ekonómia, analýzou princípov dobrého hospodárenia a efektívnej výroby, o niekoľko storočí neskôr sa *scholastika*, ktorej rozvoj sa sústreďoval v kláštoroch, spájala so snahou prepojiť učenie cirkvi s vývojom feudálnych ekonomík. *Merkantilizmus*, ktorý videl zdroj bohatstva krajiny i jednotlivcov v obchode, a *fyziokratizmus*, ktorý za zdroj bohatstva považoval poľnohospodárstvo, výrazne posunuli proces systemizácie ekonomickeho myslenia. Prístupy vychádzajúce z princípov *utilitarizmu* sa snažili o maximalizáciu šťastia spoločnosti ako celku, ako aj jej jednotlivých členov. Ekonómia sa ako samostatná vedná disciplína sformovala v učení *klasickej školy ekonómie* (*William Petty, Adam Smith, David Ricardo, Thomas Robert Malthus, John Stuart Mill a iní*). Vyznačuje sa systematickým liberálnym prístupom k fungovaniu ekonomiky, rozpracovaním teórie hodnoty, teórie cien, venuje pozornosť dynamike vývoja spoločnosti, zvyrazňuje význam delby práce a špecializácie pre rast produktivity a slobodného obchodu pre rast prosperity krajiny.

VZOROVÉ RIEŠENIE 7

Zadanie:

Salón, ktorý sa zameriava na šitie kvalitných pánskych oblekov, zvýšil ich cenu o 15 %, zároveň zvýšil ich ponuku. Salón mesačne ušiel namiesto 12 až 22 kvalitných pánskych oblekov. O akú elasticitu ponuky ide v tomto prípade?

Riešenie:

$$E_s = \frac{\% \text{ zmena ponúkaného množstva}}{\% \text{ zmena ceny}}$$

$$\% \text{ zmena ponúkaného množstva} = [10 / (12 + 22) / 2] \cdot 100 = 58,8$$

$$\% \text{ zmena ceny} = 15 \%$$

$$E_s = \frac{\% \text{ zmena } Q_s}{\% \text{ zmena } P} = \frac{58,8}{15} = 3,92$$

1 % zvýšenie ceny kvalitných pánskych oblekov viedlo k 3,92 % zvýšeniu ponúkaného množstva. Ide o elastickú ponuku.

VZOROVÉ RIEŠENIE 8

Zadanie:

Zníženie ceny bazénov z 379 € na 350 € viedlo k obmedzeniu ich produkcie z 12 000 ks na 9 000 ks. Zároveň sa znížila produkcia solárnych plachiet o 5 % a produkcia zastrešení bazénov o 13 %. Vypočítajte elasticitu ponuky a) v prípade bazénov, b) prípade solárnych plachiet, c) v prípade zastrešení bazénov.

Riešenie:

$$\text{a) } \% \text{ zmena ponúkaného množstva} = [-3\,000 / (12\,000 + 9\,000) / 2] \cdot 100 = -28,6$$

$$\% \text{ zmena ceny} = [-29 / (379 + 350) / 2] \cdot 100 = -7,96$$

$$E_s = \frac{\% \text{ zmena } Q_s}{\% \text{ zmena } P} = \frac{-28,6}{-7,96} = 3,6$$

$$\text{b) } \% \text{ zmena ponúkaného množstva} = -5\%$$

$$\% \text{ zmena ceny} = [-29 / (379 + 350) / 2] \cdot 100 = -7,96$$

$$E_{s_x/y} = \frac{\% \text{ zmena } Q_{s_x}}{\% \text{ zmena } P_y} = \frac{-5}{-7,96} = 0,63$$

$$\text{c) } \% \text{ zmena ponúkaného množstva} = -13\%$$

$$\% \text{ zmena ceny} = [-29 / (379 + 350) / 2] \cdot 100 = -7,96$$

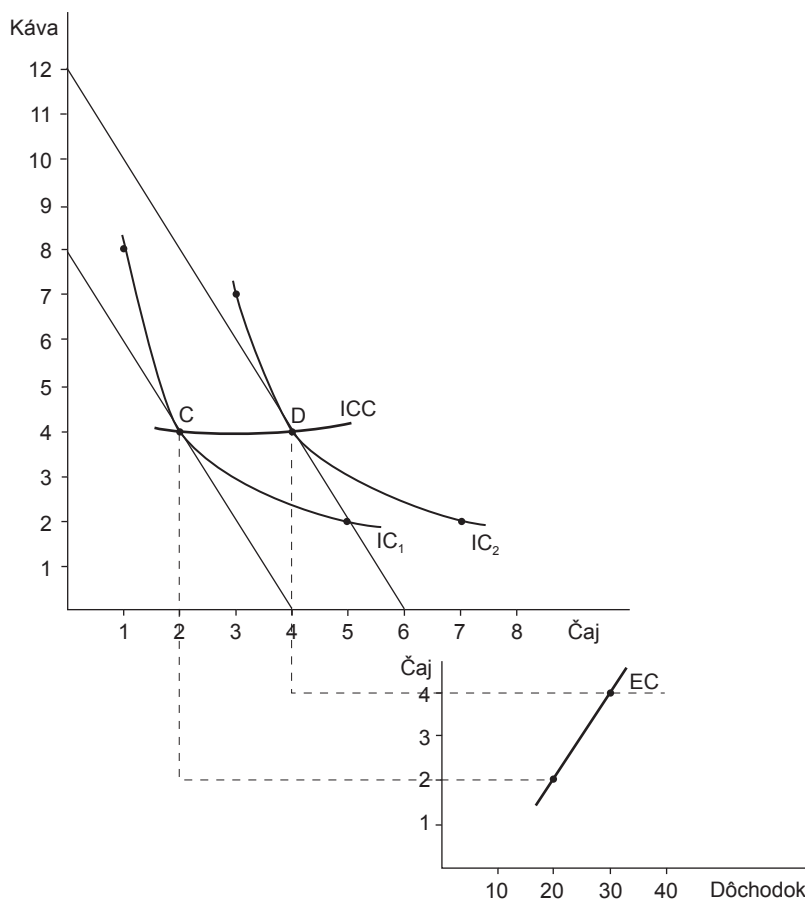
$$E_{s_x/y} = \frac{\% \text{ zmena } Q_{s_x}}{\% \text{ zmena } P_y} = \frac{-13}{-7,96} = 1,6$$

Zmena ceny čaju umožnila dosiahnutie nového bodu rovnováhy – bodu B. V grafickom znázornení nastáva zmena sklonu dôchodkovej (rozpočtovej) priamky. Spojením bodov rovnováhy (A, B) dostaneme krivku cena – spotreba (*price consumption curve* – PCC).

- d) Zmena sklonu dôchodkovej (rozpočtovej) priamky v dôsledku zmeny ceny čaju vedie k zmene rovnováhy. Umožňuje zistiť požadované množstvo čaju a zostrojiť krivku dopytu.

Grafické znázornenie:

e), f), g)



Grafické znázornenie:

Grafické znázornenie:

4.4 V malom mestečku existuje zvyčajne len jedna lekárň. Porovnajete dlhodobú rovnováhu tejto lekárne s rovnováhou lekárne v Bratislave pri predpoklade, že obe lekárně majú rovnaké nákladové krivky.

- Môže lekárň v malom mestečku dosahovať dlhodobý ekonomický zisk? Vysvetlite.
- Ktorá z lekární má stanovené vyššie ceny? Prečo?
- Ktorá z lekární bude z dlhodobého hľadiska dosahovať vyššie zisky?

.....

.....

.....

.....

.....

Reklama a nedokonalá konkurencia

Ak firmy vyrábajú diferencovanú produkciu a ich cena je vyššia ako hraničné náklady, sú motivované používať reklamu na prilákanie väčšieho počtu kupujúcich. *Kritické argumenty* vo vzťahu k reklame: reklama často vypovedá len veľmi málo o kvalite výrobku, má skôr psychologickú povahu, snaží sa ovplyvniť preferencie spotrebiteľov; reklama obmedzuje konkurenciu.

Reklama sa snaží presvedčiť spotrebiteľov, že výrobky sa od seba odlišujú viac, ako tomu v skutočnosti je. Zvyšuje aj vnímanie rozdielnosti výrobkov a podporuje stratégiu zachovania vernosti značke. Tým robí spotrebiteľa menej citlivého na cenové rozdiely podobných tovarov. Na druhej strane jej obhajcovia tvrdia, že reklama prispieva k informovanosti spotrebiteľa a umožňuje mu prijať lepšie rozhodnutie v prípade kúpy.

4.5 Aké sú vaše skúsenosti s reklamou?

.....

.....

.....