



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# PROSTOROVÁ EKONOMIE

DOC. ING. KAMILA TUREČKOVÁ, PH.D., MBA

NPEKP/NKEKP

4) POPTÁVKA A NABÍDKA  
V PROSTOROVÉ ANALÝZE

# MIKROEKONOMIE A MAKROEKONOMIE V PROSTOROVÉ ANALÝZE

- mikro a makroekonomické vztahy, prvky, jevy a procesy mají svoji prostorovou dimenzi
  - na **mikroúrovni** se jedná zejména o chování ekonomických subjektů v prostoru (spotřeba, produkce, směna) a na regionálních trzích (výrobků a služeb, výrobních faktorů), které determinují a jsou determinovány příjmy (důchody), zisky, náklady, strukturou samotných ekonomických subjektů a jejich životní úrovní, dostupnou infrastrukturou, vnějšími a vnitřními úsporami, daněmi, lokální inflací a nezaměstnaností, fází ekonomického cyklu, financováním veřejných aktivit, objemem přímých zahraničních investic, tempem změny regionálního růstu aj. (vstupují nám zde tedy také **makroekonomické proměnné**), kdy tyto ekonomické faktory doplňují faktory sociální a environmentální
    - determinují **regionální disparity**, vysvětlují lokální **problémy** a jsou předmětem potenciálního řešení, zejména ze strany veřejného sektoru
  - jádrem ekonomického systému v kontextu prostorové analýzy je **lokální - místní trh výrobků a služeb (zboží)**, protože přispívá k **optimální alokaci zdrojů** skrze směnnou hodnotu (cenu)<sup>2</sup>
    - rozdělení vzácných zdrojů mezi jednotlivé subjekty trhu, které umožní jejich nejefektivnější využití s ohledem na

# MÍSTNÍ – REGIONÁLNÍ (OBLASTNÍ) TRH

- místo střetu nabídky a poptávky po zboží, na kterém dochází ke směně mezi nabízejícími a prodávajícími
- jedna z prvních podob (forem) trhu, která se vztahuje bezprostředně k určitému místu či lokalitě (jarmark, městský trh, regionální trh), která je **územně oddělená** od ostatního prostoru (dnes lze regionální trh ztotožnit s územím krajů (NUTS3), případně okresů (LAU1))



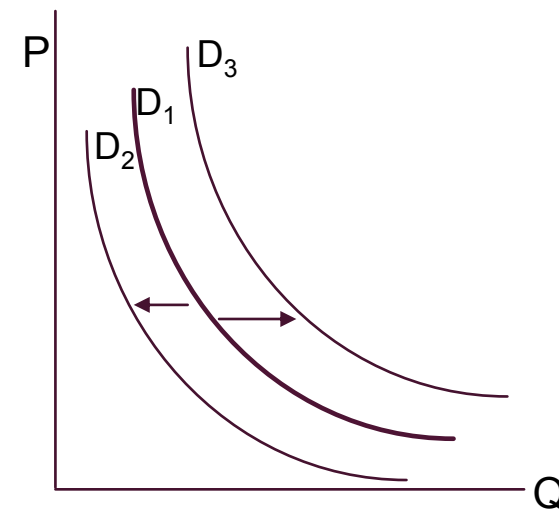
- regionální trh je součástí trhu národního na úrovni státu, který je součástí trh světového
- prvky trhu: nabídka, poptávka, konkurence a cena
- nabídka/poptávka: individuální, dílčí (tržní) a agregátní
- funkce trhu: co vyrábět (konkurence na straně poptávky), jak vyrábět (konkurence na straně nabídky), pro koho vyrábět (o tom rozhodují důchody, které se formují na trzích výrobních faktorů)

# REGIONÁLNÍ POPTÁVKA

- vyjadřuje závislost mezi množstvím zboží, které je kupující ochoten koupit, a cenou, jakou je ochoten za zboží zaplatit v určitý čas na určitém místě
- jedná se o **funkci** mezi množstvím poptávané produkce a cenou ( $Q=f(P)$ ), za kterou jsou kupující ochotni ji koupit (neplést s termínem „poptávané množství“, což je číslo)
- regionální poptávku lze chápat jako:
  1. vnitřní – poptávka všech subjektů v dané období uvnitř regionu po zboží nabízeném uvnitř regionu bez ohledu na jeho původ
  2. neohraničená – poptávka všech subjektů uvnitř regionu po zboží nabízeném uvnitř i vně regionu bez ohledu na jeho původ
  3. soustředná – poptávka všech subjektů z i mimo region po zboží nabízeném uvnitř regionu bez ohledu na jeho původ
  4. produkční – poptávka všech subjektů z i mimo region po zboží produkovaném v daném regionu
  5. souhrnná – zahrnuje všechny čtyři předchozí typy
    - v souvislosti s regionální poptávkou se nejčastěji bavíme o poptávce vnitřní
- u regionální poptávky se často sleduje cenová pružnost poptávky (citlivost poptávaného množství na změnu ceny), která ovlivňuje tvar poptávkové funkce

# REGIONÁLNÍ POPTÁVKA

Posun po křivce	Posun celé křivky
působí cenový faktor – změna ceny statku vede ke zvýšení nebo snížení poptávaného množství	působí necenový faktor (↑poptávky doprava) – změna preferencí spotřebitele-↑pro daný statek, změna důchodů spotřebitele-↑důchodů, změna ceny komplementů -↓ceny, změna ceny substitutů -↑ceny, změna potenciálních kupců-↑růst jejich počtu
při růstu ceny se pohybujeme po křivce směrem nahoru a naopak	roste-li poptávka posouvá se poptávková křivka doprava a naopak (mění se její poloha)



- regionálně významné faktory polohy křivky poptávky
  - počet obyvatel (souhrnná kupní síla), místní spotřební vzorce chování, zvyklosti a tradice, kultura, etnická struktura, specifické individuální preference vyplývající z místních poměrů
  - cena a dostupnost místních komplementů a substitutů
  - lokální reklama, četnost a forma kontaktů potenciálních spotřebitelů
  - míra urbanizace s spotřební chování s ní spojené, lokální infrastruktura, místní georeliéf, lokální klima a meteorologické faktory
- místní podmínky také ovlivňují výši změn mezního užitku, který se promítá do celkového užitku a „spokojenosti“ spotřebitelů

# REGIONÁLNÍ NABÍDKA

- souhrn všech zamýšlených prodejů, se kterými přicházejí výrobci na trh (celková nabídka je určena objemem výroby všech výrobců a cenami, za které chtějí své výrobky prodat) v určitý čas na určitém místě
  - zda se jim podaří prodat vše, co vyrobili a zda se jim podaří prodat vše za ceny které zamýšleli, to ukáže trh
- **regionální nabídka je úzce spojena s problematikou lokalizace ekonomických činností a je ovlivněna regionálními podmínkami**
- regionální nabídku lze chápat jako:
  1. vnitřní – nabídka všech subjektů v dané období uvnitř regionu
  2. soustředná – nabídka pro všech subjektů v regionu uskutečňovaná producenty (nabízejícími) i mimo území regionu
  3. produkční – nabídka produktů vznikající uvnitř regionu nabízena v i mimo region
  4. souhrnná – zahrnuje první dva předchozí typy
    - v souvislosti s regionální nabídkou se nejčastěji bavíme o nabídce souhrnné
- nabízené množství představuje objem produkce při určité ceně (jeden bod v grafu, číslo) zatímco nabídka vyjadřuje funkční vztah mezi množstvím vyráběné a nabízené produkce a cenou, za kterou jsou ochotni nabízející prodat, je znázorněna celou křivkou nabídky a jedná se o funkci

# REGIONÁLNÍ NABÍDKA

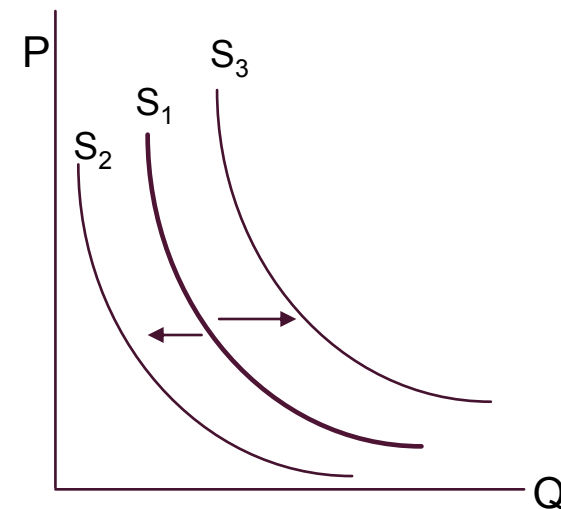
Posun po křivce	Posun celé křivky
působí cenový faktor – změna nabízeného množství vlivem změny ceny	působí necenový faktor – změna nabídky vyvolaná jinými než cenovými vlivy – zavádění nových technologií, změna cen výrobních faktorů, změna nákladů na výrobu
při růstu ceny se pohybujeme po křivce směrem nahoru (zvýšení nabízeného množství) a naopak	poste-li nabídka posouvá se nabídková křivka doprava a naopak

- nabídka úzce souvisí s výrobními náklady a cenou vstupů, přičemž jejich prostorová dimenze je výrazná

- prostorová diferenciacce je v regionech velmi rozličná (georeliéf, klima, infrastruktura, dopravní spojení, osídlení apod.)
  - zejména ve mzdách (také v souvislosti s individuální - zpětně zakřivenou nabídkovou křivkou práce; preference volného času), úrovni využívané technologie, v produktivitě práce, v dostupnosti zdrojů, v dopravních nákladech aj.

- další regionálně významné faktory polohy křivky nabídky (také ve smyslu zvýšit počet firem)

- organizace výroby, management, konkurence, výrobní tradice
- lokální daňový systém (regionalizace fiskální politiky), veřejná správa, sociální klima, regionální politika



regionalizace fiskální politiky, resp. regionalizace daní a odvodů, kdy se se centrální autority hospodářské politiky snaží ovlivňovat celkovou poptávku v jednotlivých regionech (snižují daňové sazby v regionech, které trpí nízkou úrovní poptávky a opačně; stát jako odběratel zboží a služeb)

- 
- Děkuji za pozornost.