**Nabídka – Supply / səˈplaɪ /**

is the amount of product offered by manufacturers/producers

to sell at a given time and at a given price.

**Nabídka** – je nabízené množství produktu, které výrobci plánují prodat v daném časovém úseku při dané ceně. Prodávající budou nabízet větší množství při vyšších cenách.

**Co je příčinou toho, že vyšší cena znamená také vyšší nabízené množství?** Např. aby bylo vyrobeno více pomerančového džusu, budou muset být pomeranče pěstovány i v méně příznivých oblastech – výrobní náklady se tak zvýší – proto výrobci budou ochotni nabízet větší množství daného produktu pouze za vyšší cenu.

|  |  |
| --- | --- |
| Cena pomerančového džusu | Nabízené množství pomerančového džusu v litrech/měsíc |
| 15,- Kč | 50 000 |
| 18,- Kč | 200 000 |
| 20,- Kč | 300 000 |

**Faktory ovlivňující nabízené zboží:** ceny jiných produktů, ceny výrobních faktorů, ...

**Určení tržní ceny – Determination of market price**

**/ dɪˌtɜːmɪˈneɪʃən əv ˈmɑːkɪt praɪs/**

**Cena**, která je výsledkem nabídky a poptávky se nazývá **rovnovážnou cenou - equilibrium price** **/iːkwɪˈlɪbrɪəm praɪs/ –** cena, při které je poptávané množství rovno nabízenému.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Cena pomerančového džusu | Poptávané množství pomerančového džusu | Cena pomerančového džusu | Nabízené množství pomerančového džusu v litrech/měsíc |
| 15,- Kč | 275 000 | 15,- Kč | 50 000 |
| **18,- Kč** | **200 000** | **18,- Kč** | **200 000** |
| 20,- Kč | 150 000 | 20,- Kč | 300 000 |

Prodávající chtějí prodat 300 000 l džusu za 20,- Kč, ale spotřebitelé jsou při této ceně ochotni koupit 150 000 l džusu měsíčně = **nabízené množství převyšuje poptávané množství** = na trhu bude přebytek džusů, prodávajícímu se budou zvyšovat zásoby a **proto bude snižovat cenu.**

Pokud budou chtít prodávat 50 000l džusu za 15,- Kč = na trhu nedostatek džusu, protože **poptávané zboží bude vyšší než nabízené množství.** Prodávající ovšem budou ochotni nabídnout vyšší množství pouze za vyšší cenu a kupující, vědomi si nedostatku daného produktu, budou ochotni zaplatit vyšší cenu. Výsledkem bude růst ceny až na rovnovážnou cenu – kdy poptávané množství rovná nabízenému.