



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<b>Škola:</b>	<b>Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9</b>
<b>Projekt MŠMT ČR:</b>	<b>EU PENÍZE ŠKOLÁM</b>
<b>Číslo projektu:</b>	<b>CZ.1.07/1.5.00/34.0536</b>
<b>Název projektu školy:</b>	<b>Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice</b>
<b>Šablona III/2:</b>	<b>Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT</b>
<b>Číslo šablony:</b>	<b>VY_32_INOVACE_EKO_255</b>
<b>Předmět:</b>	<b>Ekonomika</b>
<b>Tematický okruh:</b>	<b>Základní ekonomické kategorie</b>
<b>Autor, spoluautor:</b>	<b>Ing. Jana Šustrová</b>
<b>Název DUMu:</b>	<b>Faktory ovlivňující nabídku v cestovním ruchu</b>
<b>Pořadové číslo DUMu:</b>	<b>15</b>
<b>Stručná anotace:</b>	
Prezentace obsahuje zopakování základní ekonomické kategorie – nabídka a její faktory působící v cestovním ruchu a je dále zaměřena na tvůrčí procvičení a ověření znalostí z této problematiky.	
<b>Ročník:</b>	<b>1.</b>
<b>Obor vzdělání:</b>	<b>65-42-M/02 Cestovní ruch</b>
<b>Metodický pokyn:</b>	Žáci v jednotlivých úkolech a otázkách pracují samostatně nebo je možné zvolit i skupinové vyučování. Výsledky mohou být kontrolovány průběžně, nebo po vypracování všech úkolů. Prezentace může být rovněž zařazena ve 4. ročníku v rámci souhrnného opakování.
<b>Výsledky vzdělávání:</b>	Žák používá a aplikuje základní ekonomické pojmy.
<b>Vytvořeno dne:</b>	<b>17.3.2013</b>
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

# Faktory ovlivňující nabídku v cestovním ruchu



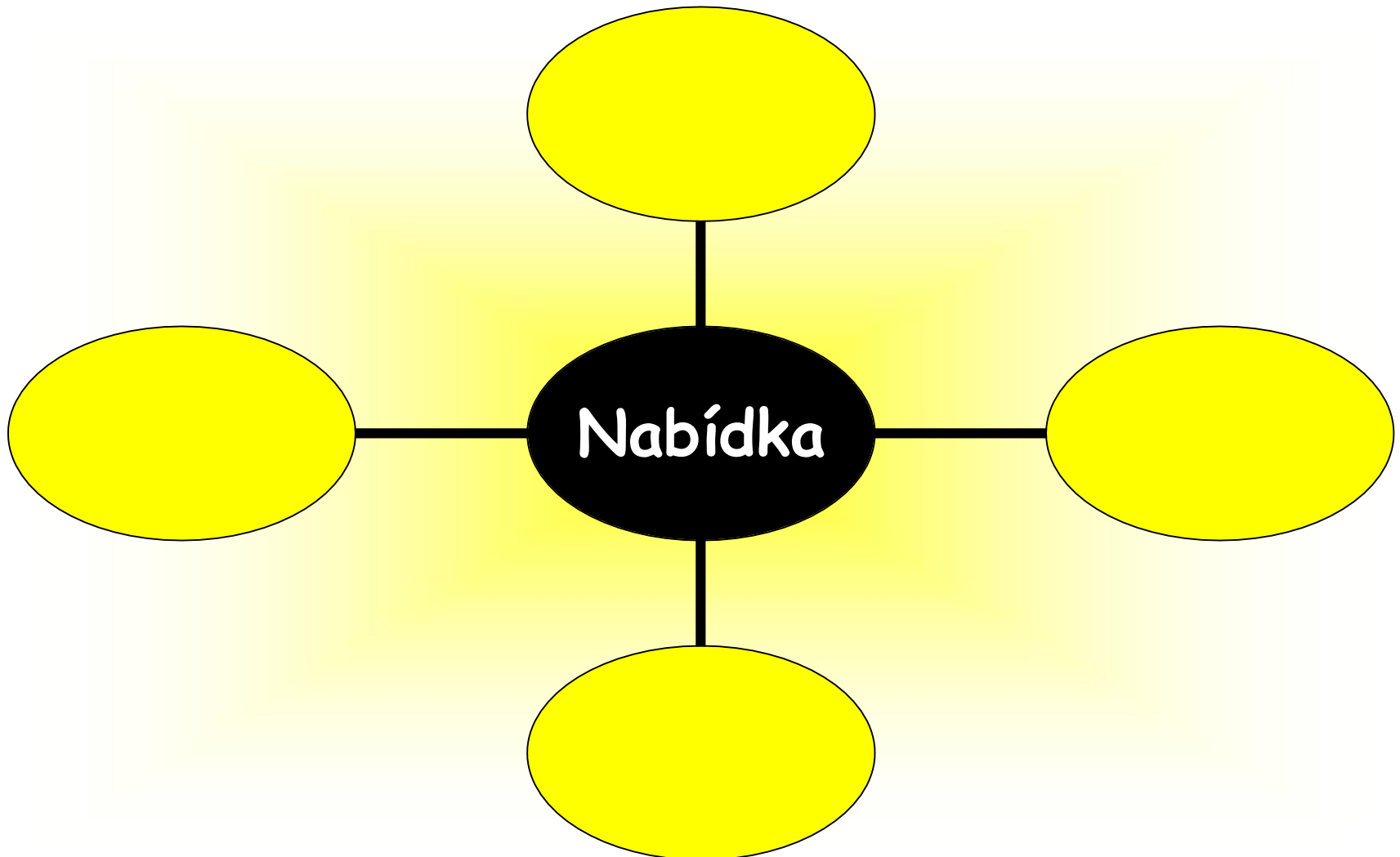
Obtížnost:

vyšší

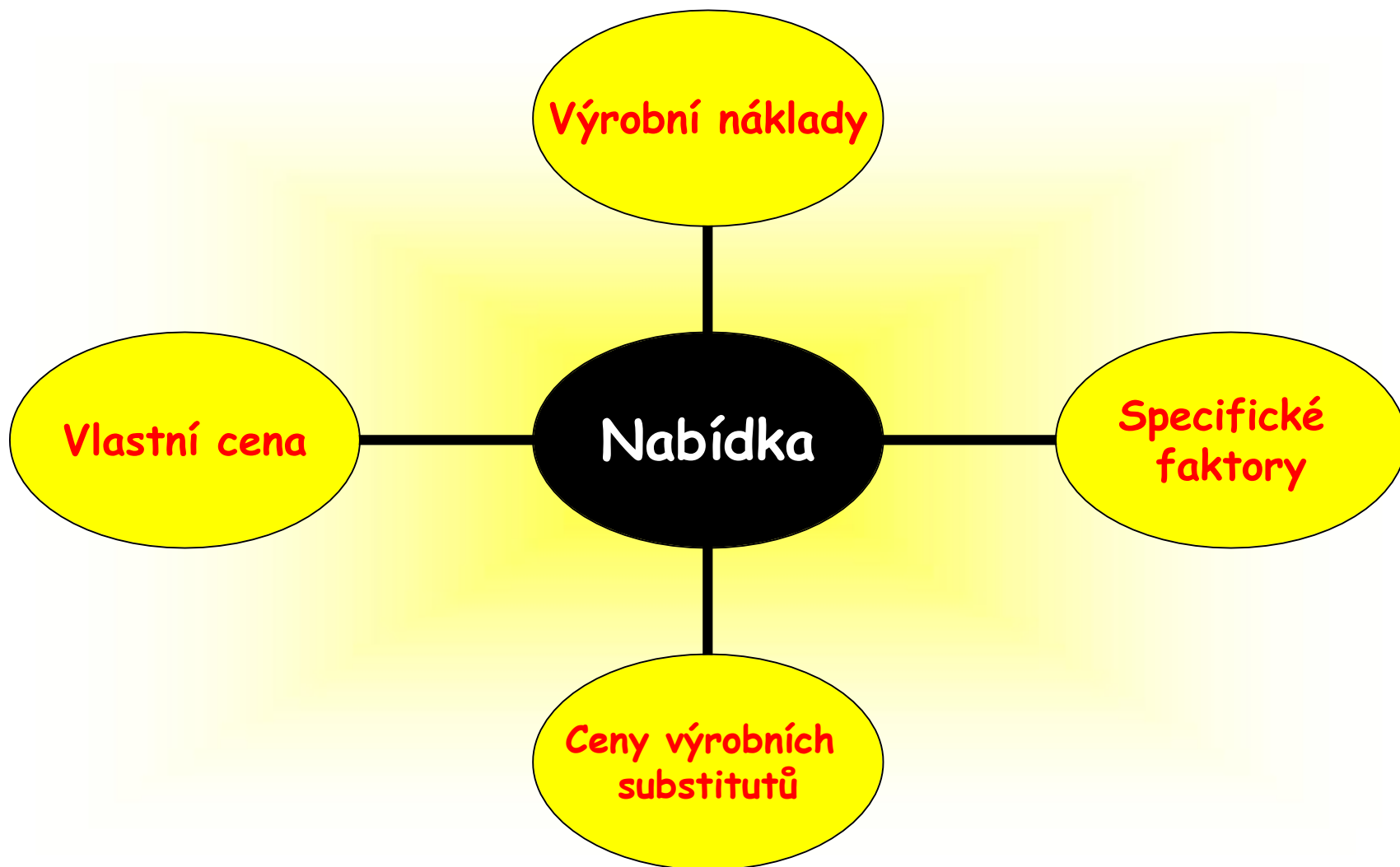


Časová náročnost: 25 min

# 1. Doplňte faktory ovlivňující nabídku:



# 1. ŘEŠENÍ: Doplňte faktory ovlivňující nabídku:



## 2. Rozhodněte:

- I. Při poklesu ceny  
    má nabídková křivka tendenci  
    nabízené množství
- a) stoupající  
    b) klesající  
    a) roste  
    b) klesá
- II. Při růstu ceny  
    má nabídková křivka tendenci  
    nabízené množství
- a) stoupající  
    b) klesající  
    a) roste  
    b) klesá
- III. K jakým posunům dojde u nabídkové křivky tohoto zboží?
- klesá cena benzínu a tím náklady  
    zvýší se cena výrobního substitutu  
    příznivé počasí pro poskytování služeb  
    modernizace a inovace
- a) doleva  
    b) doprava  
    a) doleva  
    b) doprava  
    a) doleva  
    b) doprava  
    a) doleva  
    b) doprava

## 2. ŘEŠENÍ: Rozhodněte:

- I. Při poklesu ceny  
má nabídková křivka tendenci  
nabízené množství
- a) stoupající  
b) klesající  
a) roste  
b) klesá
- II. Při růstu ceny  
má nabídková křivka tendenci  
nabízené množství
- a) stoupající  
b) klesající  
a) roste  
b) klesá
- III. K jakým posunům dojde u nabídkové křivky tohoto zboží?
- roste cena benzínu a tím náklady
- a) doleva  
b) doprava
- zvýší se cena výrobního substitutu
- a) doleva  
b) doprava
- nepříznivé počasí pro poskytování služeb
- a) doleva  
b) doprava
- modernizace a inovace
- a) doleva  
b) doprava

### 3. Znázorněte nabídkovou křivku „lyžařských areálů v ČR“ a vysvětlete, co se stane a proč, jestliže:

- a) klesne cena za permanentky na vleky a lanovky ČR
- b) budou velmi nepříznivé sněhové podmínky
- e) sníží se ceny za zimní lyžařské zájezdy do zahraničí
- f) výrazně vzrostou provozní náklady
- g) modernizace a rozšiřování lyžařských areálů ČR
- h) vyšší nabídka a standard doplňkových služeb v horských střediscích

### 3. ŘEŠENÍ: Znázorněte nabídkovou křivku „lyžařských areálů v ČR“ a vysvětlete, co se stane a proč, jestliže:

- a) klesne cena za permanentky na vleky a lanovky ČR - pokles nabídky, posun po křivce doleva
- b) budou velmi nepříznivé sněhové podmínky - pokles nabídky, posun křivky doleva
- e) sníží se ceny za zimní lyžařské zájezdy do zahraničí - pokles nabídky, posun křivky doleva
- f) výrazně vzrostou provozní náklady - pokles nabídky, posun křivky doleva
- g) modernizace a rozšiřování lyžařských areálů ČR - růst nabídky, posun křivky doprava
- h) vyšší nabídka a standard doplňkových služeb v českých horských střediscích - růst nabídky, posun křivky doprava



## 4. Doplňte faktory a determinanty působící na nabídku v cestovním ruchu:

Faktory a determinanty
1.
2.
3.
4.
5.
6.

## 4. ŘEŠENÍ: Doplňte faktory a determinanty působící na nabídku v cestovním ruchu:

### Faktory a determinanty

1. Celkový rozsah a struktura rekreačních možností
2. Místa cestovního ruchu, jejich charakter a vybavenost materiálně-technické základny
3. Úroveň poskytovaných služeb
4. Ceny služeb ve vztahu k cestovnímu ruchu
5. Dostupnost míst cestovního ruchu
6. Image míst cestovního ruchu

## 5. Zamyslete se nad různorodostí produktu cestovního ruchu. Kdo může být jeho producentem na úrovni podniku?

**ŘEŠENÍ: např. :**

- Produkt cestovní kanceláře
- Produkt hotelu
- Produkt dopravce
- Produkt zábavného parku
- Produkt stravovací provozní jednotky
- Produkt turistické informační kanceláře
- Produkt kulturního anebo přírodního bohatství
- Produkt rekreačního centra
- Produkt obchodního centra
- Produkt organizace destinačního managementu



# Použité zdroje

- Zdroje obrázků a animací - kliparty sady Microsoft Office
- ŠVARCOVÁ, Jena. *Ekonomie: Stručný přehled*. Praha: Ceed, 2012. ISBN 9788087301005.

