

12. Jak se řekne kupní síla (kolik toho spotřebitel za své peníze pořídí)?

- A) purchasing power
- B) buying strength
- C) paying power
- D) spending force

13. The gap between what a buyer is willing to pay and what they actually pay is the ____.

- A) consumer deficit
- B) consumer surplus
- C) consumer margin
- D) consumer profit

14. Customers who switch to another provider often ____ extra costs.

- A) occur
- B) undergo
- C) inflict
- D) incur

15. Latinská fráze ceteris paribus znamená anglicky all else being ____.

- A) same
- B) fixed
- C) equal
- D) still

16. Která věta je gramaticky správně pro obecné tvrzení o užitku?

- A) Utility increases with consumption.
- B) The utility increases with consumption.
- C) An utility increases with consumption.
- D) Utilities increases with consumption.

17. Situaci, kdy získání jednoho znamená vzdát se druhého, anglicky vyjádříme slovem ____.

- A) bargain
- B) swap
- C) discount
- D) trade-off

18. If producers cannot ____ rising demand, prices tend to go up.

- A) hit
- B) meet
- C) fill
- D) catch

19. When a small price change causes a large change in quantity demanded, demand is ____.

- A) inelastic
- B) constant
- C) elastic
- D) rigid

20. Příjem domácnosti, který zbývá po zdanění a je k dispozici na útratu a úspory, se nazývá ____.

- A) disposable income
- B) spare income
- C) leftover income
- D) free income

Klíč - řešení s vysvětlením

Klíč je na samostatné straně, takže ho můžete rozdat až po vypracování.

1. D) make

Ustálená kolokace je make a purchase = uskutečnit nákup. Do/take/have a purchase neexistují – Čechy svádí doslovný překlad „udělat nákup“ k do, ale tvoření a výsledek (nákup) se pojí s make.

2. B) užitek - míra uspokojení ze spotřeby

V ekonomii utility = užitek, tedy míra uspokojení spotřebitele (total utility, marginal utility). V běžné angličtině utility znamená veřejnou službu (utilities = elektřina, plyn) nebo užitečnost – v odborném textu ale ne.

3. A) budget constraint

Rozpočtové omezení = budget constraint. České „omezení“ svádí k limitation či reserve, správný ekonomický termín je ale constraint – mez daná příjmem a cenami.

4. C) maximise

maximise utility = maximalizovat užitek, pevná ekonomická kolokace. Heighten/widen/deepen se s utility nepojí. (BrE maximise, AmE maximize – obojí je správně.)

5. B) diminishing

Ustálený název zákona je the law of diminishing marginal utility – každá další spotřebovaná jednotka přináší menší užitek. Sloveso diminish (klesat, zmenšovat se) je zde pevně daný odborný termín.

6. D) ochota zaplatit - nejvyšší cena, kterou je zákazník ochoten dát

Willingness to pay (WTP) = ochota zaplatit, tedy maximální cena, kterou je zákazník ochoten za statek dát. Není to platební schopnost (zda vůbec může zaplatit) ani kupní síla.

7. A) marginal rate of substitution

Sklon indifferenční křivky = marginal rate of substitution (MRS, mezní míra substituce) – kolik jednoho statku je spotřebitel ochoten obětovat za jednotku druhého. Price ratio je naopak sklon rozpočtové přímky; v optimu se obě hodnoty rovnají.

8. C) Consumers tend to purchase goods when prices fall.

Formální registr volí purchase místo buy, goods/consumers místo stuff/folks a neutrální when prices fall místo hovorového cheap/pricey/deal. V akademických a byznys textech hovorové výrazy (stuff, folks, grab) nepatří.

9. D) reaches

Ustálená kolokace je reach equilibrium = dosáhnout rovnováhy. Arrive by vyžadovalo předložku (arrive at), get a make se s equilibrium nepojí.

10. B) subject to

Subject to a constraint = s ohledem na / za podmínky omezení, pevná akademická vazba. Pozor na rozdíl: subject to (přídavné jméno + to), ne subjected to (sloveso „být vystaven čemu“).

11. C) brand loyalty

Brand loyalty = věrnost značce (zákazník opakovaně kupuje tutéž značku). Brand awareness = povědomí o značce, brand equity = hodnota značky, brand image = vnímaný obraz značky.

12. A) purchasing power

Kupní síla = purchasing power. Klesá, když ceny rostou rychleji než příjmy. Buying strength, paying power ani spending force nejsou ustálené anglické termíny.

13. B) consumer surplus

Consumer surplus = spotřebitelský přebytek – rozdíl mezi maximální cenou, kterou je kupující ochoten zaplatit, a cenou, kterou skutečně zaplatí. Ostatní spojení v tomto významu v ekonomii neexistují.

14. D) incur

Incur costs = vzniknou (komu) náklady, nést náklady. Pozor na falešného přítele occur = nastat, vyskytnout se (náklady samy „nenastávají“). Inflict = způsobit újmu někomu jinému, undergo = podstoupit.

15. C) equal

Ceteris paribus = all else being equal (za jinak stejných podmínek). Ustálený překlad používá equal, ne same ani fixed – jde o pevně danou ekonomickou frázi.

16. A) Utility increases with consumption.

Abstraktní ekonomické pojmy (utility, demand, supply) se v obecném smyslu používají bez členu → Utility increases... Člen the přidáme jen u konkrétního případu (the utility derived from bundle A). „An utility“ je navíc špatně i výslovnostně.

17. D) trade-off

Trade-off = protichůdná volba, kompromis (více jednoho jen za cenu méně druhého). Bargain = výhodná koupě, swap = výměna, discount = sleva – žádné z nich tuto protichůdnost nevyjadřuje.

18. B) meet

Meet demand = pokrýt/uspokojit poptávku, ustálená kolokace. Hit, fill ani catch se s demand nepojí (fill se váže na a gap nebo a vacancy, ne na demand).

19. C) elastic

Pružná (elastic) poptávka silně reaguje na změnu ceny. Inelastic (nepružná) by reagovala málo, constant a rigid nejsou pro elasticitu poptávky odborné termíny.

20. A) disposable income

Disposable income = disponibilní (čistý) příjem – co domácnosti zbude po zdanění na útratu a úspory. Disposable zde neznamena „jednorázový“, ale „k dispozici“; spare/leftover/free income nejsou ekonomické termíny.