

4

Tržní rovnováha

Svobodný trh je základním pilířem každé vyspělé civilizace. Kupující získávají na trhu zboží a služby, kterými uspokojují své potřeby, prodávající naopak prostřednictvím trhu nacházejí kupce pro své produkty. Protože veškeré obchodní transakce jsou na svobodném trhu aktem svobodné vůle, uskuteční se každá směna mezi prodávajícím a nakupujícím jen tehdy, pokud z ní profitují obě strany – jak nakupující, tak prodávající. Jestliže by na obchodní transakci některý z účastníků trafil, ke vzájemnému obchodu mezi nakupujícím a prodávajícím nedojde. Svobodná směna zboží a služeb na trhu je tedy procesem zvyšujícím bohatství (užitek) celé společnosti.

I když lidstvo po celá staletí a tisíciletí tušilo, že svobodná tržní směna zboží a služeb přináší všem řadu výhod, nikdo nedokázal odpovědět na otázku, proč to tak je. Popsat funkci tržních mechanismů se v obrysech podařilo až v 18. století anglickému (skotskému) ekonomovi Adamu Smithovi. Od něj mimo jiné

pochází slavný výrok o „**neviditelné ruce trhu**“, kterému se s oblibou „posmívají“ ty osoby, jež nemají zpravidla ani hrubou představu o tom, jaké procesy se na trhu odehrávají. Smithova neviditelná ruka trhu není přitom ničím jiným než podobenstvím, podle něhož hájení individuálních zájmů přispívá k rozvoji společnosti jako celku.

Grafická podoba funkce nabídky a poptávky, se kterou se dnes setkáváme v každé ekonomické učebnici (i na stránkách ekonomického portálu euroekonom.cz), pochází od Alfreda Marshalla (19. století). Jméno tohoto ekonomy dalo vzniknout tzv. „Marshallovým nůžkám“, pomocí nichž se dodnes provádí ekonomická analýza tržního procesu (nabídky i poptávky). Teprve Alfred Marshall nám tedy dal do ruky nástroj, se kterým jsme schopni popsat „problém“ tržní rovnováhy.

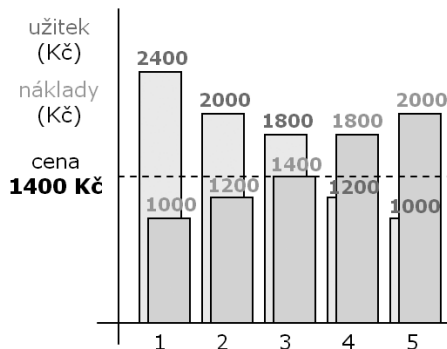
Tržní rovnováha na drobném trhu

Abychom dokázali plně porozumět tržním procesům na velkém trhu, je vhodné se nejprve podívat, jak vypadá proces směny zboží mezi malou skupinkou prodávajících (výrobců) a nakupujících.

- Vydejme se tedy na venkovskou zemědělskou „burzu“, na kterou dorazilo pět farmářů přijímat objednávky na prodej vykrmených selat. Každý farmář je přitom schopen nabídnout potenciálnímu zájemci jedno vykrmené sele. Protože jsme na trhu, objevují se zde po chvíli i potenciální nakupující. Pro potřeby našeho modelového příkladu jich je také pět (může jich být klidně deset nebo padesát). Každý přitom poptává jedno sele.

Už víte, že ke vzájemné směně mezi nakupujícím a prodávajícím dochází jen tehdy, když z obchodní transakce mají prospěch obě strany. Jestliže dáme tento poznatek do souvislosti s druhou a třetí kapitolou tohoto kurzu (poptávka x nabídka), zjistíme, že nakupující bude mít z obchodní transakce prospěch jen v tom případě, že za sele zaplatí méně, než kolik činí jeho subjektivní mezní užitek získaný z jednoho selete. Prodávající naopak neprodá svého vepřika levněji, než kolik činí mezní ekonomické náklady spojené s jeho výkrmem. Cena selat na trhu se tedy logicky bude pohybovat mezi ekonomickými náklady prodávajícího (výrobce) a mezním užitekem nakupujícího (spotřebitele).

Pokud vyčíslíme mezní ekonomické náklady na výkrm vepře u jednotlivých farmářů, získáme tmavě šedé sloupky (viz následující graf). Ty po vzestupném seřazení vypadají například takto: První farmář je schopen vykrmit vepře za 1000 korun, druhý za 1200 korun, třetí za 1400 korun atd.



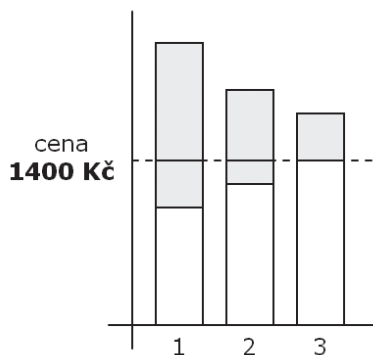
Mezní užítky jednotlivých zákazníků označme světle šedými sloupky. První zákazník by byl ochoten za sele zaplatit 2400 korun, druhý si jednoho vepřítka cení na 2000 korun, třetí na 1800 korun, čtvrtý na 1200 a pátý za něj nedá více než 1000 korun.

Jakmile známe mezní užítky jednotlivých kupujících a mezní náklady jednotlivých prodávajících, můžeme se pokusit zjistit, za jakou cenu se dnes budou vykrmená selata na trhu prodávat. Zkusme nejprve nastavit cenu na extrémně nízkou úroveň – na 100 korun za jedno sele. Dojde při této ceně k nějakému obchodu? Nedojde! Všichni kupující by sice byli ochotní se na selata za stovku přímo vrhnout, farmáři by však museli být blázni, kdyby jim selata prodali hluboko pod svými ekonomickými náklady. To by si raději pašika ještě několik dnů ponechali a pokusili by se ho prodat na příští „burze“.

A co za 1000 korun? Dojde k prodeji? Opět nedojde. První farmář by sice byl ochoten prodat, o jeho čuníka by se však popralo všech pět zájemců. Cena jde proto ještě nahoru, tentokrát na 1200 korun. Na trh se při této ceně dostává další vepř a zároveň odpadá pátý kupující. Ten není ochoten zaplatit více než 1200 korun, trh proto opouští a jde se raději porozhlédnout po jiných zemědělských produktech. Ani za této situace obchod neprobíhá. Pořád totiž zbývají čtyři zákazníci na dva farmáře. Čuníci proto opět zdražují.

Při ceně 1400 korun za jeden kus nastává zlom, protože na trhu zůstávají tři selata, o něž jeví zájem právě tři kupující. Obchod proto bez problémů probíhá a „tři čuníci jdou“ ke svým novým majitelům (patrně na pekáč). Zbývá položit si ještě jednu otázku: Proč cena selat nestoupá ještě výše? Odpověď zní: Protože by se mohlo stát, že by trh opustil další kupující a na čtyři vepře by tak zůstali pouze dva zákazníci. Obchod by teoreticky mohl proběhnout i při ceně 1700 korun, protože však farmáři neznají mezní užitek jednotlivých spotřebitelů (ti jim to předem neprozradí), prodávají raději hned, jak se naskytne možnost.

Ještě předtím, než náš malý venkovský trh opustíme, podívejme se na jednu ekonomickou zajímavost. Prostřednictvím dobrovolné směny, které jsme byli svědky (tři selata prodaná po 1400 korunách) došlo k maximalizaci (společenského) přebytku. Jak je patrné z grafu, podařilo se kupujícím dosáhnout přebytku 2000 Kč (1000 + 600 + 400) – šedá barva nad hodnotou 1400 Kč. Přebytek prodávajících (výrobců) činil 600 korun (400 + 200) – šedá barva pod hodnotou 1400 Kč. Protože se celkové bohatství společnosti skládá z bohatství jednotlivců, zvýšilo se bohatství (přebytek) naší společnosti díky vzájemnému obchodu několika lidí o 2600 korun (2000 + 600).



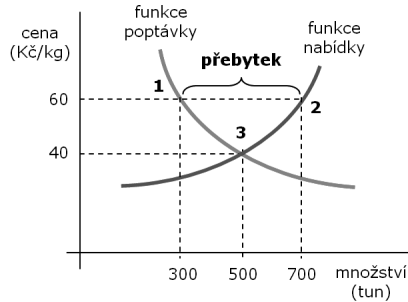
Jestliže bychom k obchodu donutili obě strany „násilím“ anebo trh zdeformovali nějakým cenovým omezením, přebytek všech by byl vždy nižší! Zkuste si například spočítat, jaký získáme přebytek, když donutíme všechny farmáře prodat za 1400 korun a všechny spotřebitele za 1400 korun nakoupit. *Nápověda: Bude to o mnoho set korun méně než za stavu svobodného trhu.* Produkce tržní rovnováhy je tedy jediná efektivní produkce, jaké lze dosáhnout.

Pro poučení si ještě připomeňme odstrašující příklad toho, jak by vypadal „trh“ v centrálně plánované ekonomice (například ekonomika komunistického Československa před rokem 1989). Jestliže by například úředník z plánovací komise stanovil prodejní cenu jednoho vepře na 1000 korun, došlo by v krátkém období k ekonomické ztrátě všech producentů selat, a v dlouhém období naopak k nedostatku vepříků na trhu (selata by se nevyplatilo chovat, a na to jedno, které by se na trh přece jen dostalo, by stála fronta pěti kupujících). Centrálně plánovaná ekonomika = nízký přebytek společnosti, ekonomické ztráty výrobců, nedostatek zboží a služeb na „legálním“ trhu, fronty na nedostatkové zboží + vznik „nelegálního“ trhu (prodej pod pultem za skutečné tržní ceny).

Tržní rovnováha

Exkurzi na drobný trh máme za sebou. Vydejme se tedy studovat dění na velkém trhu – například na úrovni města, regionu, státu nebo celého světa. Selata farmářů stačí převést na vepřové maso, mezní náklady jednoho výrobce na tržní nabídku a mezní užitek jednoho kupujícího na tržní poptávku (viz kapitoly 2 a 3).

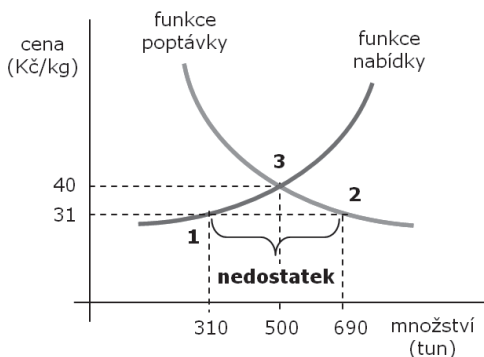
- Situace na našem novém trhu (např. region) je zobrazena v grafu pod textem. Tržní rovnováha se nachází v bodě, ve kterém se protíná křivka nabídky s křivkou poptávky (bod 3). Při ceně 40 korun za jeden kilogram vepřového masa ho spotřebitelé poptávají každým dnem 500 tun. A naopak, při denní produkci 500 tun činí ekonomické náklady producentů vepřového masa 40 korun. Trh je tedy v rovnováze.



Podívejme se ale, co by se stalo, kdyby farmáři zdražili kilogram vepřového masa na 60 korun (zdálo by se jim například, že 40 korun neodpovídá tržní hodnotě jejich vepříků). Poptávka spotřebitelů po vepřovém masu by se při ceně 60 korun snížila na 300 tun a nabídka vepřového masa by se zvýšila na 700 tun (vepřové maso by na trh dodali další producenti). Na trhu by se za této situace vytvořil přebytek masa v množství 400 tun. Toto maso by museli „nebozí“ farmáři odvézt do kafilerie nebo by jim nezbylo nic jiného než se vrátit s cenou zpět na 40 korun. Zapracovala by tedy Smithova „neviditelná ruka trhu“, která by vrátila celý trh opět do bodu 3 (tržní rovnováha).

Opačná situace na trhu s vepřovým masem by nastala v momentě, kdy by se dodavatelé masa (obchodní řetězce nebo farmáři) pokusili stlačit cenu vepřového masa hluboko pod 40 korun, například na 31 korun za jeden kilogram. Fungující a svobodný trh by postupně opustila část farmářů (v očekávání budoucí vyšší ceny masa), a spotřebitelé by se naopak začali dožadovat mnohem většího množství

vepřového než v období tržní rovnováhy. Při ceně 31 korun by na trhu vznikl nedostatek masa, který by nebylo možné odstranit nijak jinak než opětovným zdražením vepřového na 40 korun.



Tržní rovnováhou bychom mohli označit takovou situaci na trhu, při které nevznikne ani přebytek, ani nedostatek zboží (služeb). Cena, která zabezpečí tržní rovnováhu, se nazývá **rovnovážná cena**. Tržní rovnováha je jedinou stabilní situací na trhu.

Ekonomové často přirovnávají tržní rovnováhu ke kuličce v důlku. Můžete ji jakkoliv vychýlit, díky gravitaci se však pokaždé vrátí do výchozí polohy. Jak si ale ukážeme dále, situace na trhu se více než kuličce v důlku podobá spíše kuličce v míse. Nejenže kuličku stále někdo vychyluje z výchozí polohy, ale čas od času dokonce jednotliví účastníci trhu „kývají“ s celou mísou. Kulička i mísa jsou proto neustále v pohybu a neexistuje na světě nikdo, kdo by dokázal přesně určit, v kterém bodě se rovnováha na trhu právě nachází. Tato neznalost „přesné tržní rovnováhy“ přesto nikomu nebrání se na trhu bez problémů pohybovat. Každému účastníkovi trhu (kupujícímu i prodávajícímu) totiž k efektivnímu rozhodování stačí pracovat pouze s několika málo cenovými informacemi – spotřebitel si vystačí se znalostí aktuální ceny výrobku (služby) na trhu + ceny substitutu, výrobci postačí znalost aktuální tržní ceny výrobku + výše vlastních nákladů. Vše ostatní zařídí trh.

U úspěšných výrobců (podnikatelů, investorů) bychom vedle zmíněných aktuálních „cenových znalostí“ měli nalézt ještě jednu znalost, přesněji řečeno schopnost, a to schopnost správně odhadovat budoucí vývoj cen. Posledně zmíněnou znalost lze však považovat za jakýsi „nadstandard“, přispívající k efektivnějšímu rozhodování daného účastníka trhu. Čím přesněji dokáže daný jedinec odhadnout budoucí cenový vývoj libovolného produktu, tím větší bude

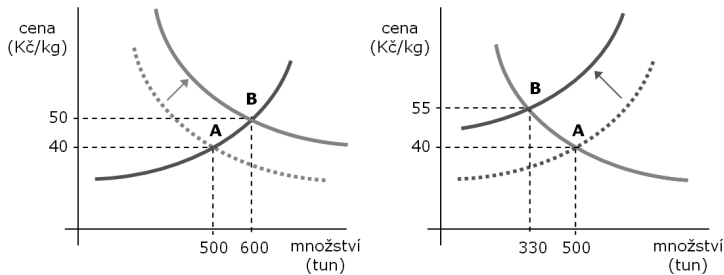
jeho náskok před případnou konkurencí. Schopnost správně odhadovat budoucí cenový vývoj lze proto považovat za velice cennou konkurenční výhodu.

SVobodný trh je tedy velice dynamické prostředí, ve kterém se informace šíří pomocí cen. **Cenový tržní mechanismus** připomíná něco na způsob lidského nervového systému. Jakmile ho někdo naruší, popřípadě zdeformuje (centrálním plánováním, regulací cen, nájmu, omezováním vstupu konkurence do určitého oboru, kartelovými dohodami, daněmi, korupcí, ...), dostávají se k jednotlivým účastníkům trhu „mylné a zkreslené cenové informace“, které snižují efektivitu rozhodování jednotlivých tržních subjektů, efektivitu celého tržního systému i bohatství celé společnosti. K (lidskému) nervovému systému často přirovnával cenový tržní mechanismus rakouský ekonom Friedrich August von Hayek (1899–1992).

Změna tržní rovnováhy

Před chvílí jsme přirovnali tržní rovnováhu ke kuličce pohybující se v neklidné míse. Nyní se podívejme, jaké síly tuto mísu čas od času naklánějí (mění tržní rovnováhu). První silou měnící tržní rovnováhu je změna vyvolaná poptávkou, druhou je změna vyvolaná nabídkou.

Ke změně poptávky dochází na trhu v momentě, kdy spotřebitelé změň nějakým způsobem své preference. Ěterem například proběhne reklamní kampaň farmářů s názvem „Jezte vepřové maso, je zdravé“, a tržní poptávka spotřebitelů se rázem posune směrem doprava (viz obrázek vlevo dole – posun světle šedé křivky). Podobný účinek může mít ptačí chřipka, kvůli které klesne poptávka po drůbeži, a naopak vzroste poptávka po vepřovém. Spotřebitelé jsou nyní ochotni při stejné ceně masa kupovat jeho větší množství. Tržní rovnováha se proto přesouvá z bodu A do bodu B. Spotřebitelé poptávají v bodě B 600 tun masa a výrobci nemají problém nové poptávané množství uspokojit, protože je k novým dodávkám na trh motivuje vyšší cena masa – 50 korun/1 kg.



Poptávka po vepřovém maso se může samozřejmě i snížit. Na Vánoce například část lidí „vymění“ vepřové za rybu apod. Podobné je to i s jiným zbožím. Preference

spotřebitelů (poptávku) mění reklama, módní trendy, vědecké studie, změna životního stylu, příjmy obyvatel, změna cen alternativního zboží (jakmile se sníží cena hovězího masa, klesne poptávka po vepřovém).

Druhým impulsem ke změně tržní rovnováhy je změna nabídky (viz předchozí graf vpravo – posun tmavě šedé křivky). Funkci nabídky mohou posunout směrem nahoru zvýšené výrobní náklady farmářů (drahé krmivo, zdražení nafty, zvýšení platů zaměstnanců na farmě) a naopak směrem dolů nové a moderní výrobní technologie, zlevnění nafty, zlevnění krmiva... Tržní rovnováha se podobně jako v prvním případě posouvá z bodu A do bodu B. Při ceně 40 korun za kilogram nejsou výrobci ochotni dodat na trh ani malý kousek masa. Cena proto roste až do té doby, než se poptávka s nabídkou vyrovnají – tj. 55 korun/1 kg.

Ještě než opustíme modelové příklady změny tržní nabídky, je třeba si připomenout další z mnoha užitečných ekonomických zajímavostí:

1. Pokud zboží na trhu zdražuje a zároveň roste jeho spotřeba, mohou za růst ceny spotřebitelé (růst cen je vyvolán poptávkou). Toto je například případ vysokých cen ropy na světovém trhu v období 2006–2008. Spotřeba ropy se zvyšovala, spolu s ní rostla i její cena (obdoba předchozího grafu vlevo).
2. Jestliže zboží na trhu zdražuje a zároveň dochází k poklesu jeho spotřeby, mohou za růst ceny výrobci (růst cen je vyvolán nabídkou). Na trhu s ropou nastala zmíněná situace při 1. a 2. ropném šoku (1973, 1979). Zdražení ropy bylo tehdy způsobeno uzavřením kohoutků některých ropných producentů pocházejících z kartelu OPEC. Světová spotřeba ropy klesala, cena se však zvyšovala (obdoba předchozího grafu vpravo).
3. Jakmile se stanete svědky zdražení určitého produktu, aniž by se změnila jeho spotřeba, lze zdražení přičítat kombinaci vyšších nákladů výrobců a vyšší poptávky spotřebitelů. Za vyššími cenami stojí zkrátka „obě strany“ trhu – jak výrobci, tak spotřebitelé.

Česko-anglický slovníček ekonomických pojmů

- **Trh/Market** – prostor, ve kterém dochází ke směně statků (zboží, služby, kapitál) a peněz. Střetává se zde nabídka s poptávkou.
- **Tržní rovnováha/Market Equilibrium (bod E)** – ideální stav na trhu, při kterém se nabízené množství (zboží, služby) rovná poptávanému množství. Tržní rovnováhu zajišťuje rovnovážná tržní cena.
- **Rovnovážná tržní cena/Equilibrium Market Price** – cena, jež zajišťuje rovnováhu na trhu. Při této ceně na trhu nevznikají přebytky ani nedostatky zboží (služeb). Jedná se však o ideální stav, k němuž ve skutečnosti dochází jen na velmi krátký okamžik.