

3.2.2 Zákony trhu

V tržním systému se ekonomické subjekty (na jedné straně výrobci, prodávající, na druhé straně nakupující zákazníci - domácnosti, firmy, vláda a státní instituce) rozhodují v zásadě samy, což by zdánlivě mohlo budit dojem chaosu a anarchie. Chování tržních subjektů je však ovlivněno zákony trhu (někdy se hovoří o neviditelné ruce trhu). Ale pozor - nepředstavme si, že tyto zákony fungují jako zákony fyzikální nebo matematické. Ekonomické zákony se prosazují jako tendenze, dlouhodobé průměry za větší statistické celky. Bude pro nás určitě výhodné, pokud se přesuneme do makroekonomicke roviny, odtud bude lepší přehled.

Než tak učiníme, přiblížme si nejdůležitější pojmy této kapitoly - poptávka a nabídka.

Poptávku můžeme rozlišit:

- ✓ • **individuální poptávka** = poptávka jednoho kupujícího po určitém statku nebo službě,
- ✓ • **dílčí poptávka** (tržní poptávka) = poptávka všech lidí z určitého regionu (resp. z určitého státu) po určitém statku nebo službě,
- ✓ • **agregátní poptávka** = poptávka všech lidí v určitém státě po všech možných statcích a službách.

Individuální poptávku si představíte snadno - vymyslete si nějaké zboží (například zmrzlinu), napište si na papír tabulku se dvěma sloupci, do jednoho sloupce si zapište ceny od nejnižší po nejvyšší (například od 1 Kč do 20 Kč) a zkuste si do druhého sloupce zapsat, kolik zmrzlin byste si při dané ceně koupili (např. při ceně 1 Kč 30 kusů, při ceně 2 Kč 25 kusů atd.). Tím si vytvoříte svou vlastní poptávkovou tabulku a můžete ji zobrazit do grafu, kde na ose y budou ceny a na ose x vámi poptávané množství. Rozhlédnete-li se kolem sebe, zjistíte, že individuální poptávky se velmi liší (někdo třeba nemá rád zmrzlinu a žádná cena ho nepresvědčí, aby si ji koupil). Pro studování zákonitostí trhu nám proto individuální poptávky moc nepomohou. Důležitější jsou dílčí poptávky (především pro mikroekonomické úvahy) a agregátní poptávka (pro makroekonomické úvahy).

Dílčí poptávku získáte například tak, že sečtete všechny individuální poptávky žáků vaší třídy po určitém zboží (to ovšem předpokládá, že jste se všichni předem domluvili na jednom konkrétním zboží). Dílčí poptávka vaší třídy však může být hodně odlišná od dílčí poptávky vedlejší třídy. Pokud bychom chtěli z grafu dílčí poptávky vaší třídy usuzovat, kolik zmrzliny a při jakých cenách se prodá v ČR, asi bychom neuspěli. Pro ekonomické úvahy je proto lepší sčítat individuální poptávky na celonárodní úrovni. Zde už bychom získaná čísla mohli porovnat s nabídkou všech výrobců zmrzliny v ČR a získali bychom pěkný přehled o fungování trhu se zmrzlinou, což je naším základním cílem. Faktické sčítání všech poptávajících v ČR by bylo ovšem těžko v praxi realizovatelné, takže tady si vypomáháme statistickými metodami. Hodně blízko bychom zde měli k výzkumu trhu, o kterém si budeme povídат v kapitole o marketingu.

Agregátní poptávka je pak už čistokrevnou makroekonomickou veličinou, protože tady dáme na jednu velkou hromadu všechny statky a služby, které jsou poptávány v celém státě a můžeme odvozovat taková doporučení, jako vliv schodku státního rozpočtu na posuny křivek nabídky a poptávky a jejich dopady na inflaci atd. I agregátní poptávku budeme brzo potřebovat.

Obdobně postupujeme u nabídky:

- ✓ • **individuální nabídka** = nabídka jednoho výrobce určitého statku nebo služby (např. kolik nabídne jeden pekař rohlíků při ceně 1 Kč a kolik jich nabídne při ceně 5 Kč);
- ✓ • **dílčí nabídka** = nabídka všech výrobců určitého zboží v určitém regionu (např. kolik rohlíků celkem nabídnu všichni pekaři v ČR při ceně 1Kč a kolik při ceně 5 Kč). Dílčí nabídka je součtem individuálních nabídek;
- ✓ • **agregátní nabídka** = nabídka všech výrobců všech druhů zboží v jednom státě.

I zde nás bude zajímat především dílčí nabídka v celém státě - např. nabídka všech výrobců zmrzliny v ČR. Agregátní nabídku budeme potřebovat později.

Bez ohledu na to, zda sledujeme individuální, dílčí nebo aggregátní nabídku a poptávku, můžeme vyvodit následující zákony trhu:

1. **zákon nabídky** = s rostoucí cenou roste i nabídka zboží;
2. **zákon poptávky** = s rostoucí cenou klesá poptávka po zboží.

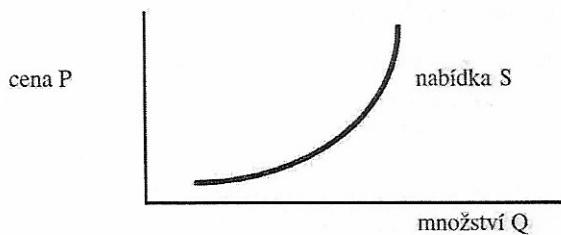
Oh! Tyto dvě věty že řídí celé tržní hospodářství? Čekali jste něco složitějšího? Nebojte se, za chvíli vám z aplikace těchto zákonů půjdou oči kolem hlavy. Nejprve upozornění - řada studentů má tendenci pořadí slov v závorech libovolně převrátit a říci např. "S rostoucím množstvím poptávky klesá cena". Při důsledné aplikaci této myšlenky byste v samoop

sluze dali do košíku třicet zmrzlin a očekávali byste, že za jednu nezaplatíte u pokladny 20 Kč, tak jak bylo deklarováno na cenovce, ale pouze 3 Kč, tak jak byste si přáli. Sami uznáte, že toto asi v praxi fungovat nebude. Nejdřív chcete vidět cenu a pak se rozhodujete, kolik tohoto zboží koupíte. Takže pozor na příčinu a následek.

Pomocí zákonů nabídky a poptávky vysvětlujeme, jak se v zásadě chovají na trhu prodávající a kupující a následně jsme schopni vysvětlit mechanismus tvorby ceny na trhu. Zopakuji podmínky:

- jsme v prostředí **dokonalé konkurence**, tzn. na trhu neexistují monopoly a jediný námi zohledňovaný parametr ovlivňující rozhodování o koupi zboží je cena,
- studujeme **trh určitého zboží za celé národní hospodářství**.

Nabídka je pro nás množství zboží Q (quantity) nabízeného všemi prodávajícími při určité ceně P (price). Nabídku označíme S (supply). Představte si například trh s automobily. Nabízet budou všichni výrobci a prodejci automobilů u nás (tedy obrovské množství subjektů, nikoliv pouze jeden nabízející) a graf statistické závislosti nabízeného množství automobilů na ceně automobilů bude následující:

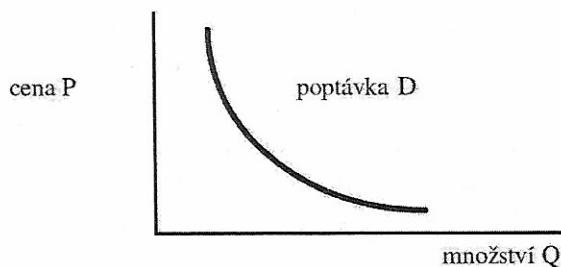


Obr. 4 Zákon nabídky

Poptávka je pro nás množství zboží Q, které jsou kupující ochotni koupit při určité ceně P.

Poptávku označíme D (demand).

Zůstaříme u trhu s automobily - poptávku tvoří všichni potencionální kupci automobilů (občané, firmy i instituce), tedy opět nikoliv jediný kupující. Průběh statistické závislosti množství nakoupených vozů na jejich ceně bude následující:



Obr. 5 Zákon poptávky

Vliv ceny na velikost poptávky a nabídky je významný, v praxi ovšem nikoliv jediný. I když zůstaneme v prostředí dokonalé konkurence (nebudeme tedy zohledňovat vliv monopolů), najdeme řadu dalších faktorů a vlivů. Zkusme vyjmenovat alespoň některé.

Faktory ovlivňující poptávku:

- **cena;**
- **demografické změny** (změny v počtech a charakteristikách kupujících);
- **změny velikosti důchodů** (mzdys zaměstnanců, renta vlastníků půdy, úroky a zisky vlastníků kapitálu);
- **změny v preferencích** (zvyky, móda, změny potřeb atd.);
- **změny cen jiných zboží**
 - **substituty** - jiné zboží, které může nahradit při spotřebě zboží sledované (jablka - hrušky)
 - **komplementy** - jiné zboží, které doplňuje při použití zboží sledované (auto - benzín).

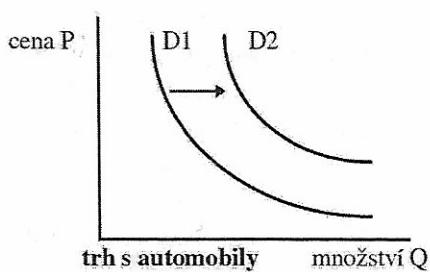
Faktory ovlivňující nabídku:

- **cena;**
- **náklady výroby a obchodu** (dražší suroviny a energie, zvyšování nominálních mezd, nebo naopak snižování nákladů zaváděním nejnovějších technologií zvyšujících produktivitu práce atd.);

- změny vnějších podmínek podnikání (organizace trhu, počasí pro zemědělce, daně a ostatní příjmy veřejných rozpočtů, atd.);
- změny kapitálové výnosnosti - kapitál má přirozenou tendenci směřovat do podnikání s vyšší rentabilitou a tedy i vyššími výnosy z daných vstupů. To je důvodem přelévání kapitálu mezi odvětvími i uvnitř odvětví samotných. Protože vysoké zisky nejsou díky konkurenci dlouhodobě udržitelné, je pouze otázkou času, kdy kapitál bude směřovat zase do výroby jiných statků a služeb. To má za následek, že v určitém období je množství výrobců daného výrobku nižší, což znamená nižší konkurenční potenciál pro zvýšení cen. Vyšší výnosnost však přiláká nové výrobce, konkurence se zvýší a bude srážet zisky níž. Výrobců opět ubude a přelévání kapitálu může pokračovat. Některá odvětví staví přelévání kapitálu přirozenou bariéry např. vysokou kapitálovou náročností (těžký průmysl, automobilový průmysl, energetika, těžební průmysl atd.).

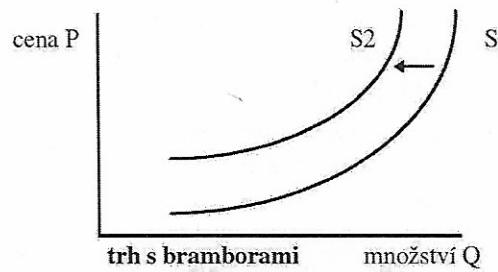
Díky výše uvedeným faktorům dochází k posouvání křivek, a to jak nabídky tak poptávky.

Příklad 1. Zvýšení příjmů domácností (změna poptávky)



Obr. 6 Vliv faktorů na poptávku

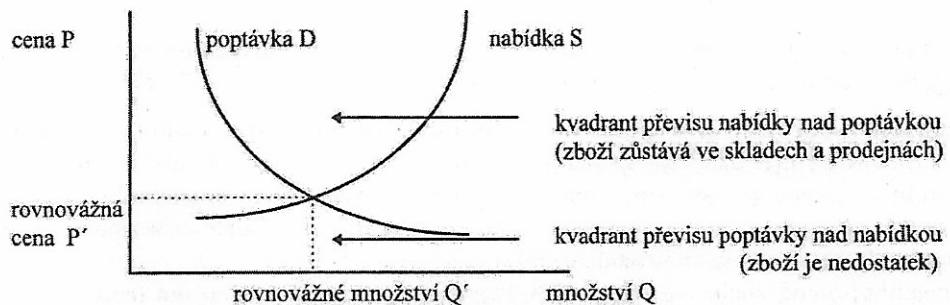
Příklad 2. Neúrodný rok (změna nabídky)



Obr. 7 Vliv faktorů na nabídku

Samotná nabídka bez poptávky nebo samotná poptávka bez nabídky však nemají smysl, musíme je studovat společně. Podstatou trhu je vzájemná interakce (střet) nabídky a poptávky. Výrobci tuší, v jakých cenových relacích se mají pohybovat, aby měli vůbec nějakou poptávku po svých výrobcích a kupující tuší, že nový automobil asi za stovku nepořídí. Nicméně i tak je rozpětí ceny mezi ideálně nízkou pro kupujícího a ideálně vysokou pro prodávajícího dost velké pro vzájemnou licitaci a hledání kompromisu. V každém konkrétním střetu nabízejícího a kupujícího nemusí dojít k uzavření obchodu. Pokud k obchodu dojde, je mezi prodávajícím a kupujícím sjednána individuální cena (to platí i v samoobsluze, kde vidíte dopředu napsanou cenu zboží - je to návrh obchodníka, který akceptujete a zboží koupíte, nebo neakceptujete a k obchodu nedojde). Individuální cena určitého obchodu může být velmi rozdílná od obdobného obchodu uzavřeného mezi jiným prodávajícím a kupujícím.

Kde tedy hledat nějaké zákonitosti tvorby ceny na trhu? Už jsem předeslala, že při objasnění těchto zákonitostí se nebudeme zabývat jednotlivými obchody, ale jejich statistickým vyhodnocením za celou ekonomiku - budeme vyhodnocovat průměrné chování všech výrobců určitého zboží na národním trhu a průměrné chování všech nakupujících tohoto zboží na národním trhu. Nakresleme si křivky nabídky a poptávky automobilů na našem trhu a pojďme společně uvažovat, jak budou o cenách přemýšlet výrobci a jak na ně zareagují zákazníci.



Obr. 8 Interakce nabídky a poptávky

Interakce nabídky a poptávky

Obě křivky se nám protly v bodě, který nazýváme rovnovážný bod, kdy $D = S$. Tak získáme rovnovážnou cenu a jí odpovídající rovnovážné množství statků. Je to takový stav na trhu, kdy vše, co se vyrobí se i prodá. To je samozřejmě stav ideální. Má jediný drobný háček, všichni nabízející se rozhodují individuálně a nezávisle (to už jsme si říkali),