



PRZEDSIĘBIORCZE SZKOŁY



**WYŻSZA SZKOŁA
INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA**
z siedzibą w Rzeszowie

Kurs II. Rynek

Autor kursu: dr Agata Gemzik-Salwach



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Spis treści

Moduł I. Wprowadzenie do teorii rynku	3
1. Wprowadzenie	3
2. Cele gospodarowania	3
2.1. Potrzeby ludzkie.....	3
2.2. Przykłady celów gospodarowania.....	4
3. Czynniki wytwórcze w gospodarce.....	4
4. Cechy, funkcje i rodzaje rynków	5
4.1. Cechy rynku	5
4.2. Funkcje rynku	6
4.3. Rodzaje rynku.....	6
5. Ruch okrężny w gospodarce.....	7
5.1. Główne podmioty gospodarcze na rynku	7
5.2. Przepływy pieniężne pomiędzy podmiotami gospodarczymi	8
Moduł II. Transformacja gospodarki Polski po 1989 r.	9
1. Systemy społeczno-gospodarcze.....	9
2. Działania służące poprawie sytuacji gospodarczej	10
3. Sukcesy planu Balcerowicza.....	10
4. Koszty planu Balcerowicza.....	11
Moduł III. Popyt i podaż.....	12
1. Pojęcie popytu	12
2. Krzywa popytu	12
3. Przesunięcia krzywej popytu	13
4. Determinanty popytu.....	14
5. Pojęcie podaży	18
6. Krzywa podaży	18
7. Przesunięcia krzywej podaży	19
8. Determinanty podaży.....	20
Moduł VI. Równowaga rynkowa	22
1. Wprowadzenie	22
2. Pojęcie równowagi rynkowej.....	22
2.1. Cena i ilość równowagi.....	23
2.2. Nadwyżka i niedobór rynkowy	23
3. Równowaga na rynku – przykład.....	24

Moduł I. Wprowadzenie do teorii rynku

1. Wprowadzenie

Ekonomia jest nauką rozmaicie definiowaną. W literaturze przedmiotu najczęściej spotyka się jedno z trzech wyjaśnień pojęcia ekonomii:

1. **Ekonomia** – jest nauką badającą, w jaki sposób społeczeństwo gospodarujące decyduje o tym, **co, jak i dla kogo wytwarzać**¹.
2. **Ekonomia** jest nauką badającą, jak ludzie radzą sobie z **rzadkością** – brakiem nieograniczonej dostępności dóbr, jak rozwiązują dotkliwy problem alokacji ograniczonych zasobów w celu zaspokojenia konkurencyjnych chęci aby zaspokoić ich tyle, ile jest w danej sytuacji możliwe².
3. **Ekonomia** – jest nauką o prawidłowościach rządzących procesem gospodarowania, czyli o **gospodarczej działalności ludzi**³.



Źródło: <http://www.sxc.hu>

2. Cele gospodarowania



Źródło: <http://www.sxc.hu>

Ludzie starają się dokonywać **wymiany** tak, aby ich korzyści przekraczały koszty, tj. chcą osiągać **zysk**. Na ogół mówi się o zyskach w kategoriach pieniężnych (firma A osiągnęła zysk a złotych), lecz nie jest to pełna prawda. Człowiek podejmuje decyzje i działa po to, aby osiągnąć pewne **cele** – **zaspokoić swoje potrzeby materialne czy duchowe**. Spełnienie tych dążeń nazywa się w ekonomii **użytecznością**. Bezpośrednie źródło użyteczności stanowią zwykle dobra konsumpcyjne, które mogą zaspokoić potrzeby. Zarabianie pieniędzy samo w sobie nie przynosi więc pożytku, a jest jedynie środkiem do celu⁴.

2.1. Potrzeby ludzkie

Celem procesu gospodarowania jest zaspokajanie **potrzeb ludzkich**. Potrzeba jest stanem odczucia braku czegoś. Istnieją takie potrzeby, których aspekt ekonomiczny ma podstawowe znaczenie i które dają bezpośredni impuls do gospodarowania. Ludzie gospodarując osiągają swoje życiowe cele.

¹ D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 29.

² D. R. Kamerschen, R. B. McKenzie, C. Nardinelli, *Ekonomia*, fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”, Wydanie III, Gdańsk 1993, s. 7.

³ R. Milewski, *Elementarne zagadnienia ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 15.

⁴ J. Lewiński, *Rola warunków w wymianie*, http://www.nbportal.pl/pl/np/artykuly/na_poczatek/rola_warunkow_w_wymianie

Potrzeby ludzkie są różnorodne, poczynając od tzw. biologicznych (jak np. potrzeba zaspokojenia głodu), a kończąc na kulturowych (jak np. potrzeba wiedzy czy rozrywki). Potrzeby ludzkie mają charakter społeczny, gdyż potrzeby poszczególnych ludzi (**potrzeby indywidualne**) i zbiorowości ludzkich (**potrzeby zbiorowe**) kształtują się pod wpływem warunków współżycia ludzi w społeczeństwie⁵.

2.2. Przykłady celów gospodarowania

Zarządzanie czasem - gdy zbliża się sesja egzaminacyjna, studenci stają przed koniecznością szybkiego opanowania obszernego materiału. Zwykle nie mają czasu, aby przyswoić wszystko, co powinni. Muszą więc dokonać wyboru, na co przeznaczą cenne godziny: jakich przedmiotów nauczą się rzetelnie, a jakie opanują jedynie pobieżnie, ograniczając się do przekartkowania książki. Przyjęta strategia to właśnie **zarządzanie czasem**, który jest uniwersalnym deficytowym **zasobem**, dającym się wykorzystać na wiele sposobów.



Gospodarowanie pieniędzmi - założmy, że ktoś kupuje samochód i może na ten cel przeznaczyć określoną kwotę. Nie wystarcza ona na ogół, żeby wybrać auto spełniające wszystkie jego wymogi, takie jak: atrakcyjna sylwetka, wielkość, wysoki poziom bezpieczeństwa, zużycie paliwa, dodatkowe wyposażenia. Nabywca musi w związku z tym iść na pewne kompromisy; odpowiedzieć sobie na pytanie, na czym zależy mu najbardziej, a z czego może zrezygnować. **Wybory** jego nie pozostają bez wpływu na decyzje firm, jakie samochody produkować. W ten sposób zawiązują się **relacje gospodarcze**, które wynikają z wspólnych **celów konsumentów i producentów**.

Cele gospodarowania są obecne nie tylko w działaniach jednostek – studentów, przedsiębiorców, nabywców samochodów – ale także w wyborach dokonywanych niejako przez całe społeczeństwo albo za pośrednictwem państwa, albo spontanicznie za pośrednictwem rynku. Decyzje ich dotyczą przede wszystkim **dóbr publicznych**: wykorzystania wspólnych przestrzeni, bezpieczeństwa, ochrony środowiska itp. Mechanizmy rozstrzygania tego typu problemów również stanowią odpowiedzi na **potrzeby podmiotów gospodarujących**⁶.

3. Czynniki wytwórcze w gospodarce

Możliwości produkcyjne zależą zawsze od ilości posiadanych zasobów. Dobra, które są wykorzystywane w procesie produkcji nazywa się **czynnikami wytwórczymi, środkami produkcji**, albo jeszcze inaczej – **zasobami**.

Czynniki produkcji mogą mieć postać materialną lub niematerialną.

Już w XIX wieku ekonomista **Jean Baptiste Say** podzielił wykorzystywane przez firmy czynniki wytwórcze na trzy grupy: **pracę, kapitał, ziemię**.

⁵ R. Milewski, *Elementarne zagadnienia ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 17.

⁶ Zob. K. Pogorzelski, *Definicja ekonomii*, http://www.nbportal.pl/pl/np/artykuly/na_poczatek/definicja-ekonomii.



Jean Baptiste Say

Źródło:
<http://www.newschool.edu>

Do dzisiaj ten podział nosi nazwę „klasyfikacji czynników wytwórczych w ujęciu sayowskim”. Mówiąc o **pracy** mamy na myśli zasoby **siły roboczej**, czyli wszystkich ludzi zaangażowanych w powstawanie danego dobra, wraz z ich umiejętnościami i zdolnościami, cechami fizycznymi i psychicznymi. **Kapitał** to oczywiście środki pieniężne, papiery wartościowe (akcje, obligacje i inne), ale również i budynki, maszyny, urządzenia, materiały, surowce i półprodukty. **Ziemia** oznacza nie tylko grunt, na którym umieszczona jest fabryka danego przedsiębiorstwa. O ziemi mówimy również w znaczeniu tego, co nam daje natura, a co może zostać wykorzystane w procesie produkcji. Będą to, np. rośliny, zwierzęta, surowce mineralne⁷.

W teorii ekonomii każda z tych grup czynników wytwórczych ma swoją cenę. Ceną pracy jest płaca, wynagrodzenie, jakie należy zapłacić osobom zatrudnionym, ceną kapitału są odsetki, a cena ziemi to renta gruntowa.

W ostatnich czasach dużo mówi się o znaczeniu takich czynników, jak przedsiębiorczość czy informacja. Przedsiębiorczość jest cechą charakteru, w związku z tym można by ją umieścić w grupie „praca”. Stanowi ona tzw. kapitał ludzki, jednak niektórzy ekonomiści uważają przedsiębiorczość za kolejny, czwarty rodzaj czynników wytwórczych.

4. Cechy, funkcje i rodzaje rynków

Zakres pojęciowy rynku jest zróżnicowany. **Rynek** może być definiowany jako:

- ▣ **zespół warunków**, które doprowadzają do kontaktu pomiędzy sprzedającymi i kupującymi w celu dokonania transakcji kupna-sprzedaży⁸;
- ▣ **Transakcje** zawierane pomiędzy kupującymi i sprzedającymi;
- ▣ **mechanizm**, za pomocą którego konsumenci i producenci ustalają ilość sprzedanych dóbr.



Źródło: <http://www.sxc.hu>



Źródło: <http://www.sxc.hu>

4.1. Cechy rynku

Warunkiem zaistnienia aktu kupna-sprzedaży jest współwystępowanie podmiotów i przedmiotów wymiany. Niezbędne jest tutaj współwystępowanie co najmniej dwóch podmiotów wymiany, tj. **producenta-sprzedawcy** i **konsumenta-nabywcy**. W rozwiniętej gospodarce rynkowej pełnoprawnym podmiotem wymiany staje się również **pośrednik**, przy czym często pomiędzy kupującym a

⁷ D. R. Kamerschen, R. B. McKenzie, *Ekonomia*, fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”, Wydanie III, Gdańsk 1993, s. 6.

⁸ D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 29.

sprzedającym pojawia się nie jeden, a kilku pośredników. Pośrednictwo często przyjmuje formę **instytucji**⁹.

4.2. Funkcje rynku

W literaturze przedmiotu wymienia się następujące funkcje rynku:

- ▣ **Informacyjna** - dostarcza informacji o popycie, podaży i cenie,
- ▣ **Równowagi** - dostosowuje wielkość produkcji oraz jej jakość do oczekiwań klienta,
- ▣ **Akceptacji produktu** - następuje potwierdzenie przydatności danego produktu lub jego odrzucenie przez rynek,
- ▣ **Alokacyjna** - decyzje inwestycyjne umożliwiają zwiększenie produkcji towarów cieszących się największym powodzeniem,
- ▣ **Selekcyjna** - akceptowane są produkty dobre i ich producenci, a eliminowane są produkty i producenci niekonkurencyjni.

4.3. Rodzaje rynku

W zależności od przyjętego kryterium klasyfikacji wyróżnia się różne rodzaje rynków. I tak:

Ze względu na **zasięg terytorialny** mamy rynek:

- ▣ **lokalny, regionalny, krajowy, międzynarodowy.**

Ze względu na **przedmiot obrotu** można wyróżnić rynek:

- ▣ **pracy, dóbr i usług, towarowy, pieniężny, itp.**

Ze względu na skalę lub wielkość transakcji

- ▣ **hurtowy, detaliczny.**

Ze względu na swobodę dokonywania transakcji na rynku:

- ▣ **rynek wolny** – swoboda obrotu, podjęcia działalności, minimalizacja ograniczeń dostępu do poszczególnych rynków międzynarodowych.
- ▣ **rynek reglamentowany**
- ▣ **szary rynek** - posiadanie reglamentowanych dóbr jest legalne, ale obrót nimi poza wyznaczonym systemem reglamentacji jest zakazany.
- ▣ **czarny rynek** - obrót wartościami, których posiadanie jest nielegalne lub ograniczone do pewnych organizacji, zakazany jest także obrót tymi wartościami.



Źródło: <http://www.sxc.hu>

⁹ Z. Dach, *Elementy mikroekonomii*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1993, s. 11-12.

5. Ruch okrężny w gospodarce

Gospodarka składa się z wielu milionów podmiotów gospodarczych, o różnych charakterystykach, które jednak można pogrupować w zależności od roli i miejsca, jakie pełnią one w systemie gospodarczym. Indywidualne decyzje tych podmiotów wyznaczają najważniejsze wielkości gospodarki.

Ruch okrężny to model pokazujący, jak dochodzi do ustalenia się w gospodarce: całkowitych wydatków, całkowitych dochodów oraz ogólnej wielkości produkcji dóbr i usług. Model ten może pokazywać równocześnie **strumienie rzeczowe** i odpowiadające im **strumienie finansowe**, lecz dla czytelności wystarczy przedstawić przepływy finansowe, pamiętając o przeciwnie skierowanych strumieniach fizycznych¹⁰.



5.1. Główne podmioty gospodarcze na rynku

Gospodarstwa domowe, prywatne przedsiębiorstwa i państwo to trzy najważniejsze typy podmiotów gospodarczych. To ich decyzje dotyczące wytwarzania i zakupu dóbr kształtują życie gospodarcze. Działalność tych trzech typów podmiotów jest ze sobą ściśle powiązana, tworząc tzw. **obieg okrężny dóbr, usług i płatności**.

Gospodarstwa domowe

Termin ekonomiczny **gospodarstwa domowego** odpowiada najczęściej pojęciu **konsumenta**. Terminu „konsument” używa się zwykle dla określenia każdego, kto w celu zaspokojenia swoich potrzeb nabywa określone dobro lub usługę. W tym znaczeniu konsumentem jest każdy człowiek.



Proces konsumpcji uwarunkowany jest w gospodarce rynkowej koniecznością pozyskania dóbr i usług zaspokajających potrzeby, a wcześniej środków pieniężnych na ich zakup, z czym wiąże się konieczność podejmowania określonych decyzji. Tych działań nie może podejmować konsument w znaczeniu powyższej definicji, dlatego też w teorii ekonomii przyjmuje się jako podmiot gospodarczy częściej **gospodarstwo domowe** niż **indywidualnego konsumenta**.

Gospodarstwo domowe jest jedno- lub wieloosobowym podmiotem gospodarczym, działającym w sferze konsumpcji, opartym zwykle na więzach rodzinnych, którego celem jest wszechstronne zaspokajanie potrzeb wszystkich jego członków dzięki uzyskiwanym, również przez wszystkich lub tylko niektórych członków, dochodom¹¹.

¹⁰ <http://coin.wne.uw.edu.pl/jgorski/pliki/SNA%20i%20VA.pdf>

¹¹ Z. Dach, *Elementy mikroekonomii*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1993, s. 32.

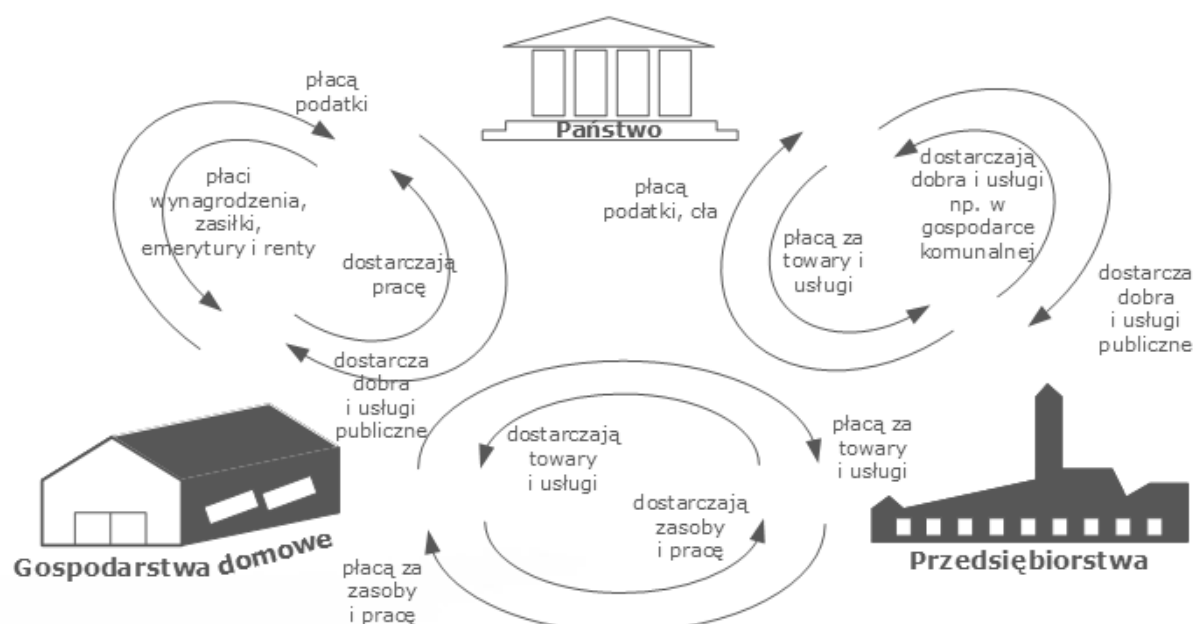
Przedsiębiorstwa

W literaturze zachodniej **przedsiębiorstwo** najczęściej definiuje się jako **instytucję systemu ekonomicznego**, w której zostały zorganizowane zasoby produkcyjne w celu pomnażania włożonego kapitału, czyli osiągnięcia zysku¹².

Inną często spotykaną definicją jest określenie przedsiębiorstwa jako **wyodrębnionej pod względem ekonomicznym jednostki**, prowadzącej działalność produkcyjną, handlową lub usługową¹³.

Zgodnie z Kodeksem cywilnym przedsiębiorcą jest **osoba fizyczna, prawna i jednostka organizacyjna, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową**¹⁴. Definicja przedsiębiorcy zawarta w tym kodeksie wyznacza szeroko podmiotowy zakres regulacji prawnych dla różnego rodzaju postaci zarobkowego uczestnictwa w obrocie gospodarczym (handlowym)¹⁵.

5.2. Przepływy pieniężne pomiędzy podmiotami gospodarczymi



Obieg okrężny dóbr, usług i płatności między gospodarstwami domowymi, przedsiębiorstwami i państwem

Źródło: http://www.h-net.org/~eopolska/Kształcenie/Roz7/na_czym.htm

¹² Z. Dach, *Elementy mikroekonomii*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1993, s. 65.

¹³ R. Milewski, *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 163.

¹⁴ *Kodeks cywilny*, Dz. U. z dnia 18 maja 1964 r., Dz. U. 64.16.93, art. 43(1).

¹⁵ A. Kidyba (red.), K. Kopyczyńska-Pieczniak, E. Niezbecka, Z. Gawlik, A. Janiak, A. Jedliński, T. Sokołowski, *Kodeks cywilny. Komentarz*, Tom I. Część ogólna, Lex, 2009.

Moduł II. Transformacja gospodarki Polski po 1989 r.

1. Systemy społeczno-gospodarcze

W tej części zostaną omówione dwa podstawowe systemy społeczno-gospodarcze: **system rynkowy (gospodarka rynkowa)** oraz **system nakazowo-rozdzielczy (gospodarka centralnie planowana, nakazowa)**. Zrozumienie ich cech będzie pomocne przy omawianiu transformacji gospodarki polskiej.

Gospodarka rynkowa – to taka, w której najważniejsze **decyzje ekonomiczne** (czyli co, jak i dla kogo produkować) **podejmowane są przez rynek**. Czynniki wytwórcze są w takiej gospodarce **własnością prywatną**, a bardzo ważną rolę w systemie gospodarczym odgrywa **konkurencja**.

Gospodarka centralnie planowana – to taka, w której najważniejsze **decyzje ekonomiczne** (czyli co, jak i dla kogo produkować) **podejmowane są przez rządy danego kraju** i przestawiane społeczeństwu w postaci wieloletnich planów działania. Czynniki wytwórcze są w tej gospodarce **własnością państwa**.



Źródło: <http://www.sxc.hu>

W Polsce gospodarka centralnie planowana została wprowadzona po II wojnie światowej, a zniesiona w 1989 roku.



Źródło: <http://www.sxc.hu>

Jej wprowadzenie uzasadniano chęcią **zniesienia różnic pomiędzy poszczególnymi klasami społecznymi**. Po jej wprowadzeniu państwo przejęło na własność wszystkie przedsiębiorstwa, kopalnie, górnictwo i inne sektory przemysłu. Rząd tworzył wtedy **plany gospodarcze, niezależne od potrzeb rynku**. Miała wtedy miejsce **redystrybucja (wielokrotne rozdzielanie) dóbr i usług** pomiędzy członków społeczeństwa oraz **ograniczenie możliwości obrotu pewnymi towarami**.

Funkcjonowanie gospodarki centralnie sterowanej w Polsce doprowadziło do powstania hiperinflacji, którą państwo starało się zredukować m.in. poprzez dodruk pieniędzy. Ostatecznie inflacja została zdławiona dzięki **planowi Balcerowicza – pakietowi reform gospodarczych**. Obecnie system gospodarki centralnie planowanej obowiązuje m.in. na Kubie i Korei Północnej.

W 1989 został opracowany, przez wybrany wtedy nowy rząd z ministrem finansów **Leszkiem Balcerowiczem**, plan stabilizacji gospodarki, zwany też **planem Balcerowicza**. Plan ten miał obejmować trzy główne dziedziny a mianowicie **stabilizację, liberalizację** oraz reformy **strukturalne**.



Dla zainteresowanych: Artykuł „Demokracja a gospodarka”, który wyjaśnia sposób, w jaki ustrój wpływa na gospodarowanie

http://www.nbportal.pl/pl/np/artykuly/na_poczatek/demokracja_a_gospodarka

2. Działania służące poprawie sytuacji gospodarczej

Podjęto wtedy szereg działań, które miały służyć poprawie sytuacji gospodarczej. Oznaczało to m. in.¹⁶:

- ▶ **Uwolnienie cen** – pozwolono, aby mechanizm rynkowy kształtował swobodnie ceny na rynku. Wyjątkiem były ceny i opłaty za takie produkty, jak: paliwo, alkohol, bilety kolejowe, autobusowe i tramwajowe, opłaty za mieszkanie, prąd, gaz i wodę.
- ▶ **Wprowadzenie wewnętrznej wymiennalności złotego** – kursy walut zagranicznych były regulowane w NBP, natomiast w kantorach kształtowały się swobodnie.
- ▶ **Rygorystyczna polityka budżetowa** – zwiększenie rygoru w zakresie wydatków państwowych, ostrzejsze egzekwowanie wpływów do budżetu, zmniejszenie dotacji dla przedsiębiorstw państwowych, itp.
- ▶ **Dość surowa polityka pieniężna** – wprowadzono wtedy zakaz pokrywania deficytu budżetowego z dodatkowej emisji pieniądza, urealniono stopy procentowe, ograniczono kredyty dla przedsiębiorstw,
- ▶ **Zwiększenie samodzielności przedsiębiorstw państwowych,**
- ▶ **Liberalizacja handlu zagranicznego,**
- ▶ **Zapoczątkowanie prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych,**
- ▶ **Zapoczątkowanie przebudowy systemu podatkowego,**
- ▶ **Zapoczątkowanie okresu demonopolizacji gospodarki** (w tym powołanie urzędu antymonopolowego),
- ▶ **Zapoczątkowanie przebudowy systemu bankowego,**
- ▶ **Stworzenie podstaw rynku kapitałowego** (w tym powstanie Giełdy Papierów Wartościowych).

3. Sukcesy planu Balcerowicza

Główne sukcesy związane z realizacją planu Balcerowicza, to¹⁷:

- ▶ **Zrównoważenie rynku** – poprawa zaopatrzenia sklepów, likwidacja kolejek, itp. Po wielu latach polska gospodarka przestała być gospodarką niedoborów.
- ▶ **Znaczny wzrost obrotu handlu zagranicznego i zmiana jego struktury** – szczególnie wzrosły wtedy obroty z Niemcami.



Źródło: <http://www.sxc.hu>

¹⁶R. Milewski, *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 73-74.

¹⁷Por. R. Milewski, *Elementarne zagadnienia ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 483-483.

- ▣ **Zmniejszenie inflacji, czyli stopy wzrostu cen w gospodarce** – z 2000% w ostatnim kwartale 1989 r. do 70% w 1991 r., 43% w 1992 r. i 35% w 1993 r. Hiperinflacja została stłumiona w drodze terapii „szokowej”, poprzez skokowe podniesienie cen na początku 1990 r., a następnie wyhamowanie wzrostu cen poniżej 10% miesięcznie.
- ▣ **Wprowadzenie wewnętrznej wymienialności złotego** – dzięki temu złoty stał się prawdziwym pieniądzem na polskim rynku, którego rolę wcześniej często odgrywał dolar amerykański.
- ▣ **Poprawa efektywności gospodarowania czynnikami produkcji** – zmniejszenie marnotrawstwa zasobów pracy i kapitału.

4. Koszty planu Balcerowicza

Najważniejsze **koszty realizacji planu Balcerowicza, to**[3]:

- ▣ **Gwałtowny spadek tempa wzrostu gospodarczego** – PKB spadło w porównaniu z rokiem poprzednim o 11,6% w 1990 r. i o 7% w 1991 r.
- ▣ **Pojawienie się masowego bezrobocia** – stopa bezrobocia wyniosła 6,3% w 1990 r., 11,8% w 1991, 13,6% w 1992 i 16,4% w 1993 r., co w wartościach bezwzględnych oznaczało 3 mln bezrobotnych.
- ▣ **Duży spadek średniej płacy realnej** – około 25% w 1990 r. i około 30% w latach 1990-1993. Pojawiły się wtedy też znaczne obszary ubóstwa.
- ▣ **Załamaniem się budownictwa mieszkaniowego** - liczba oddanych do użytku mieszkań spadła z średniej 170,1 tys. w latach 1986-1990 do 94,4 tys. w 1993 r.
- ▣ **Pojawienie się dużych obszarów niezagospodarowanej ziemi** – powstały one po likwidacji PGR-ów.



Źródło: <http://www.sxc.hu>



Dla zainteresowanych: Fragmenty książki prof. Leszka Balcerowicza opisującej przemiany gospodarcze. (L. Balcerowicz, Socjalizm. Kapitalizm. Transformacja. Szkice z przełomu epok., Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 1997)

http://czytelnia.pwn.pl/pdf/balcerowicz_3.pdf

Moduł III. Popyt i podaż

1. Pojęcie popytu

Popyt jest to ilość dóbr i usług, które chcą i mogą nabywać konsumenci przy różnych poziomach ceny przy założeniu ceteris paribus. Założenie ceteris paribus oznacza, że wszystkie czynniki poza omawianymi przyjmujemy za stałe i niezmiennie.

Głównym wyznacznikiem popytu jest cena, ponieważ to od niej w przeważającej mierze zależy, czy zdecydujemy się na zakup danego dobra. Możemy więc powiedzieć, że popyt jest funkcją ceny. Zależność pomiędzy ceną a ilością kupowaną wyjaśnia prawo popytu, które mówi:

Wraz ze wzrostem ceny ilość nabywana maleje, a wraz ze spadkiem ceny ilość nabywana rośnie.

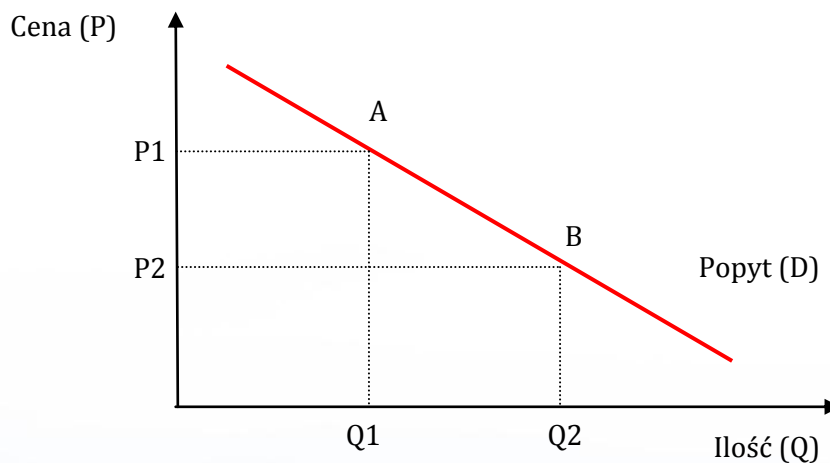


Źródło: <http://www.sxc.hu>

Stwierdza się więc odwrotną zależność pomiędzy ilością nabywaną przez konsumentów a ceną.

2. Krzywa popytu

Prawo popytu odzwierciedla kształt krzywej popytu. Oznaczając na jednej osi wykresu ceny, a na drugiej odpowiadające im ilości nabywanych dóbr lub usług można otrzymać krzywą o nachyleniu ujemnym, jest to właśnie **krzywa popytu**.



Krzywa popytu

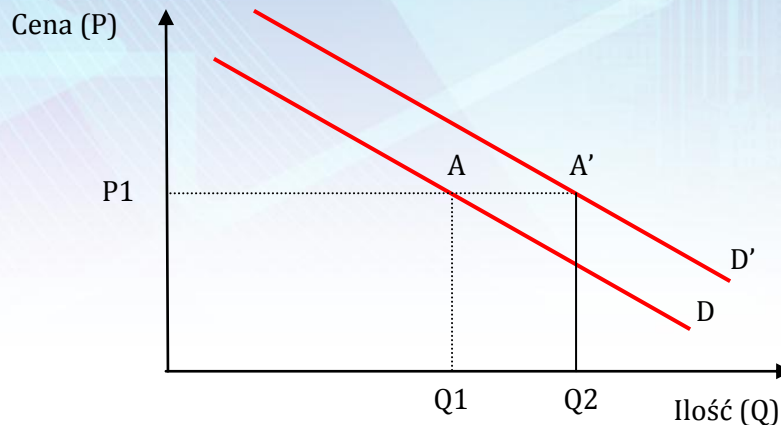
Źródło: opracowanie własne

W przypadku, gdy cena spada, dane dobro staje się tańsze i zachęca to konsumentów do zakupu danego dobra. Na wykresie sytuacja taka oznaczałaby przesunięcie się z jednego do drugiego punktu na krzywej popytu. Widać, iż spadek ceny z poziomu P_1 na P_2 spowoduje wzrost ilości

nabywanej z Q_1 do Q_2 i przesunięcie na krzywej z punktu A do punktu B. Krzywa popytu ma nachylenie ujemne. Przy wzroście ceny mielibyśmy do czynienia z sytuacją odwrotną¹⁸.

3. Przesunięcia krzywej popytu

Rozważmy teraz co się stanie, jeśli krzywa popytu zmieni swoje położenie.



Wzrost popytu

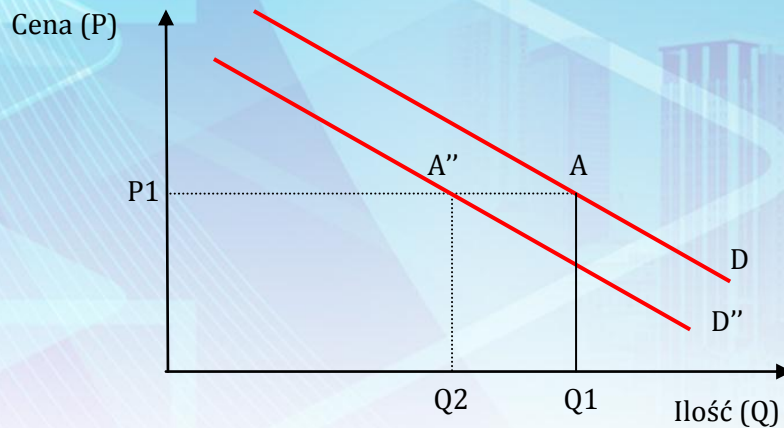
Źródło: opracowanie własne

Punktem wyjścia jest krzywa D. Przy cenie ukształtowanej na poziomie P_1 wielkość popytu wyniesie Q_1 i będziemy znajdować się w punkcie A na krzywej D. Jeżeli teraz krzywa popytu zmieni swoje położenie z D na D' , czyli przesunie się równoległe w górę, to ilość jaką kupią konsumenci nie będzie już teraz wynosić Q_1 - tylko Q_2 . Q_2 oznacza większą ilość zakupów niż Q_1 , położone jest bowiem dalej od początku układu współrzędnych, musi więc być większą liczbą. Konsument będzie znajdował się teraz w punkcie A' na krzywej D' .

Widzimy więc, że przy tej samej cenie konsument jest teraz skłonny kupić więcej danego dobra lub usługi. Taką zmianę nazywa się **wzrostem popytu**.

W sytuacji odwrotnej, gdyby krzywa popytu D przesunęła się równoległe do dołu, czyli do położenia D'' mielibyśmy do czynienia ze spadkiem popytu. Przy tej samej cenie konsument kupiłby wielkość Q_2 , która jest mniejsza od Q_1 , znajduje się bowiem bliżej początku układu współrzędnych. Aktualny byłby teraz punkt A'' na krzywej D'' .

¹⁸H. R. Varian, *Mikroekonomia. Kurs średni – ujęcie nowoczesne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 34.

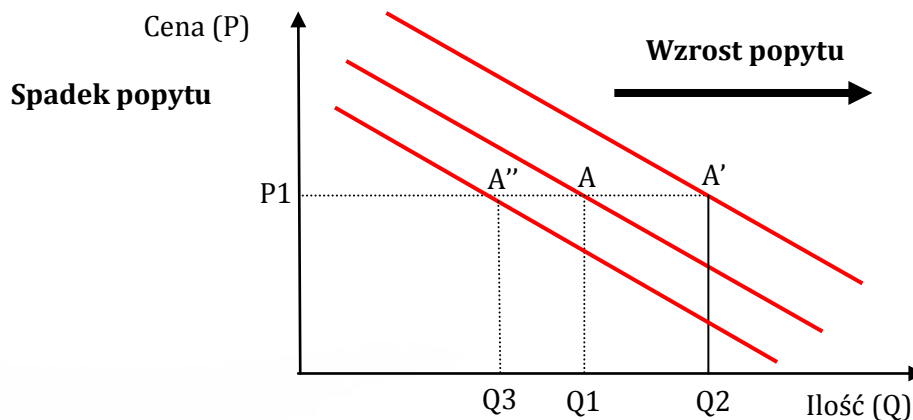


Spadek popytu

Źródło: opracowanie własne

Podsumowując powyższe rozważania można stwierdzić, że ze **wzrostem popytu** mamy do czynienia wtedy, kiedy krzywa popytu przesuwa się równoległe w górę, wtedy przy tej samej cenie konsumenci kupują więcej dóbr lub usług.

Spadek popytu występuje, gdy przy niezmienionej cenie konsumenci ograniczają ilość kupowanych dóbr i usług. Na wykresie sytuację tą obrazuje przesuwanie się równoległe w dół krzywej popytu.



Przesunięcia krzywej popytu

Źródło: opracowanie własne

4. Determinanty popytu

Na ilość kupowanych przez konsumentów dóbr wpływa, oprócz ceny, wiele czynników. Do podstawowych zalicza się tu:

- ▣ Strukturę demograficzną: wiek, płeć, wykształcenie;
- ▣ Położenie geograficzne, klimat, porę roku;
- ▣ Sezonowość dóbr;
- ▣ Modę, gusta, preferencje;

Sale!

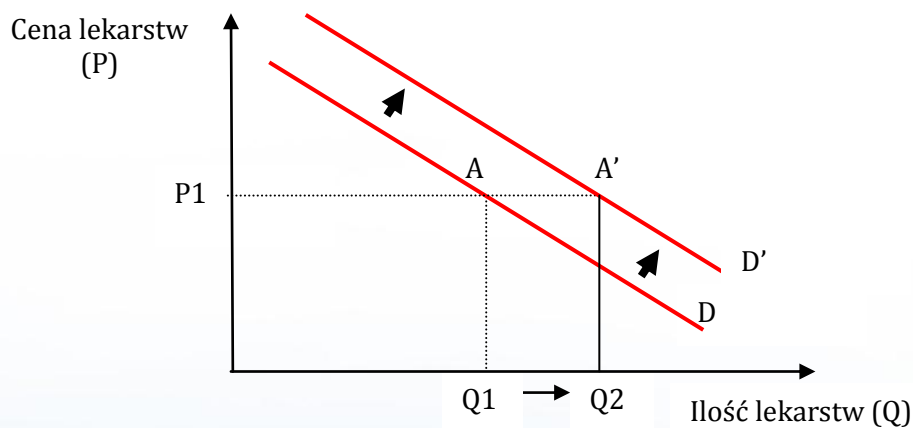
Źródło: <http://www.sxc.hu>

- ▣ Dochody konsumentów;
- ▣ Ceny innych dóbr;
- ▣ Liczbę ludności;
- ▣ Religię.

Struktura demograficzna – jest to czynnik, który ma duży wpływ na popyt. Od tego w jakim wieku, jakiej płci i z jakim wykształceniem przeważają ludzie w danym społeczeństwie zależą będzie rodzaj nabywanych dóbr i usług. Przykładowo:

- ▣ Jeżeli nasze społeczeństwo się starzeje, to będzie rósł w nim popyt na chociażby lekarstwa. Jeśli w społeczeństwie jest dużo dzieci, to możemy spodziewać się dużego popytu na zabawki.
- ▣ Jeżeli w danym kraju mamy przewagę kobiet, to prawdopodobnie istnieje duży popyt na kosmetyki kolorowe, a jeżeli mężczyzn, to na produkty do golenia.
- ▣ Wśród przeważającej liczby osób z wyższym wykształceniem z pewnością istnieje spory popyt na książki, a jeśli poziom wykształcenia w danym kraju obniża się, to możemy oczekiwać również spadku popytu na te produkty.

Poniższy wykres przedstawia popyt na lekarstwa. Wyjściową krzywą popytu jest krzywa D, cena lekarstw ukształtowała się na poziomie P_1 , co odpowiada ilości kupowanej Q_1 . Razem wyznaczają nam one punkt A na krzywej popytu D. Jeżeli teraz w tym społeczeństwie gwałtownie wzrosłaby liczba osób starszych, to można przypuszczać, że wzrośnie również zapotrzebowanie na lekarstwa. W efekcie krzywa popytu przesunie się równoległe z położenia D do położenia D' , a ilość kupowanych lekarstw wzrośnie z Q_1 do Q_2 , przy niezmiętej cenie P_1 . Sytuację tę możemy zakwalifikować jako **wzrost popytu**.



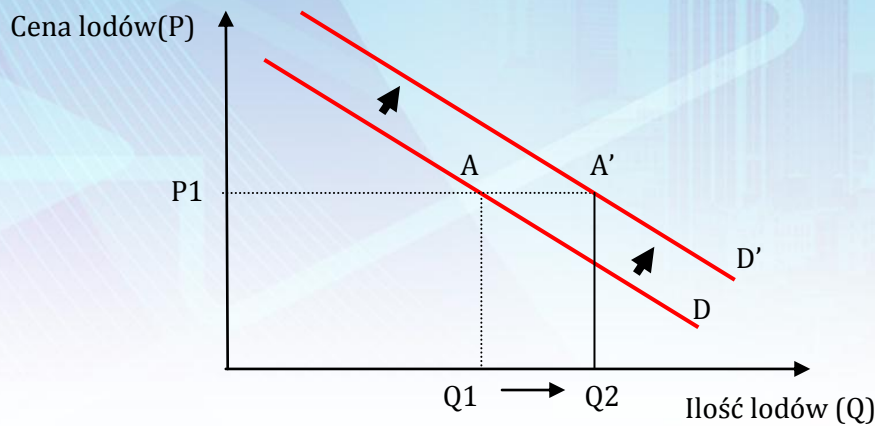
wzrost popytu na lekarstwa

Wpływ starzenia się społeczeństwa na popyt na lekarstwa

Źródło: opracowanie własne

Położenie geograficzne, klimat, pora roku – od tych czynników również zależy rodzaj nabywanych w społeczeństwie dóbr i usług. Na przykład, możemy przypuszczać, iż popyt na ciepłe ubrania będzie większy jesienią i zimą lub w ogóle w krajach o surowym klimacie. Za to popyt na lody i zimne napoje zdecydowanie rośnie latem. Poniższy wykres pokazuje jak pod

wpływem zmiany pory roku na cieplejszą wzrasta popyt na lody. Graficznym obrazem tego wzrostu jest przesunięcie się równoległe krzywej popytu z położenia D do D', przy niezmięniętej cenie P1 konsumenci kupią teraz więcej lodów w ilości Q2.

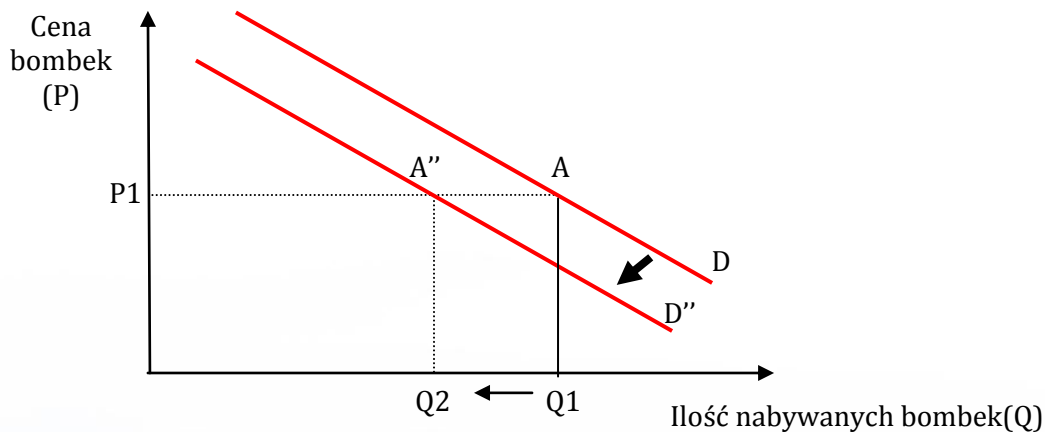


wzrost popytu na lody

Wpływ zmiany pory roku na cieplejszą na popyt na lody

Źródło: opracowanie własne

Sezonowość dóbr – niektóre dobra cechuje tzw. sezonowość, czyli popyt na nie rośnie w określonym czasie. Przykładem mogą być tutaj znicze, na które popyt w Polsce rośnie w okolicach listopada, a później spada. Podobnie ozdoby choinkowe najlepiej sprzedają się przed świętami Bożego Narodzenia.



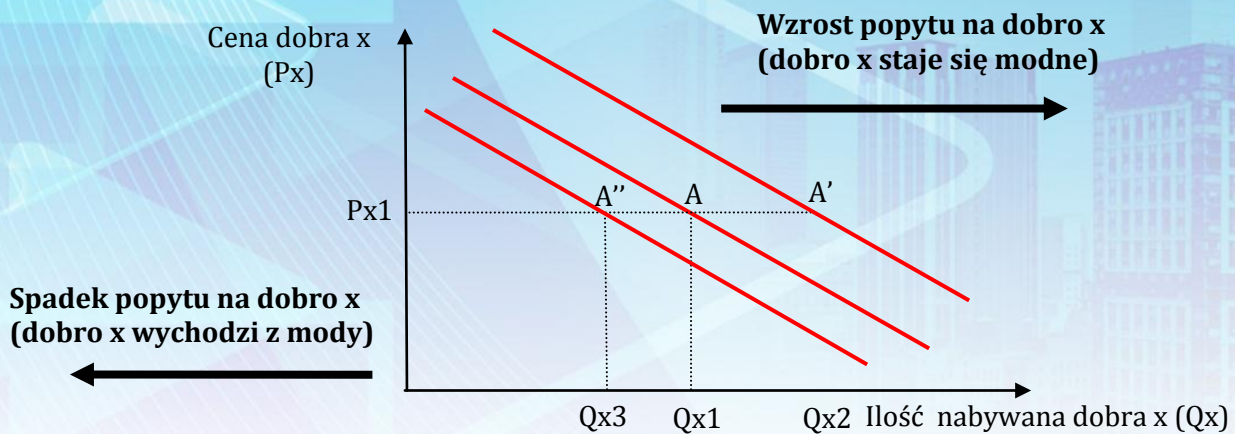
spadek popytu na bombki choinkowe

Zmiana popytu na bombki choinkowe po zakończeniu okresu świąt Bożego Narodzenia

Źródło: opracowanie własne

Wykres przedstawia spadek popytu na bombki choinkowe. W styczniu, po zakończeniu świąt, gdy sezon na zakupy ozdób choinkowych mija, można zaobserwować na rynku spadek popytu na bombki choinkowe. Krzywa popytu D zmieni wtedy swoje położenie z D do D'' i przy niezmięniętej cenie P1 konsumenci zakupią mniejszą niż wcześniej ilość bombek Q2.

Moda – jest to kolejny czynnik, który może powodować przesuwanie się krzywej popytu. Jeżeli jakieś dobro staje się modne, wtedy gwałtownie rośnie na nie popyt i krzywa popytu przesuwa się w górę, gdy wychodzi z mody, krzywa popytu przesuwa się w dół.



Wpływ mody na położenie krzywej popytu

Źródło: opracowanie własne

Podobnie **gusta i preferencje** wpływają na to, jaki rodzaj dobra chcą ludzie kupić. Jeżeli jakieś dobro przypadnie do gustu danemu społeczeństwu można spodziewać się wzrostu popytu na to dobro.

Dochody konsumentów – zmiany dochodów konsumentów muszą wpływać na ilość dokonywanych zakupów. Duże znaczenie ma przy tym rodzaj dobra, na które popyt rozważamy. Biorąc pod uwagę wpływ dochodu na popyt wyróżnia się dwie główne grupy dóbr:

- ▣ **Dobra wyższego rzędu** (normalne) – są to dobra, które na wzrost dochodów reagują wzrostem popytu, i odwrotnie – przy spadku dochodów popyt na te dobra zmniejsza się. Przykładem dobra wyższego rzędu może być samochód – jeśli rosną dochody społeczeństwa, to rośnie również popyt na samochody.
- ▣ **Dobra niższego rzędu** – reagują na wzrost dochodu spadkiem popytu, a na spadek dochodu – wzrostem popytu. Mogą to być, np. jakieś gorsze gatunki mięsa, które przestajemy kupować, gdy zaczyna nam się lepiej powodzić.

Źródło: <http://www.sxc.hu>

Ceny innych dóbr – w zależności od tego, w jaki sposób zmiana ceny jednego dobra wpływa na popyt na inne dobro, wyróżniamy:

- ▣ **dobra substytucyjne** – są to dobra, które wzajemnie mogą się zastępować, np. masło i margaryna. Wzrost popytu na dobro A powoduje spadek popytu na dobro B.
- ▣ **dobra komplementarne** – są to takie dobra, które wzajemnie się uzupełniają i wykorzystujemy je równocześnie. Przykładem może tu być paliwo i samochód. Jeżeli rośnie/maleje popyt na dobro A, to analogicznie rośnie/maleje popyt na dobro B.

Źródło: <http://www.sxc.hu>

Liczba ludności – liczba ludności jest równocześnie liczbą konsumentów. Im większą mamy liczbę ludności, tym większa jest szansa, że dany towar zostanie sprzedany. Wzrost liczby ludności oznaczać więc będzie wzrost popytu i przesunięcie krzywej popytu w górę.

Religia – w pewnym stopniu wyznacza rodzaje kupowanych dóbr. Popyt na wieprzowinę będzie znikomy w krajach, w których religia nakazuje spożywanie wyłącznie dań koszernych.

5. Pojęcie podaży

Podaż jest to ilość dóbr i usług, które chcą i mogą sprzedać producenci przy różnych poziomach ceny przy założeniu *ceteris paribus*. *Założenie ceteris paribus* oznacza, że wszystkie czynniki poza omawianymi przyjmujemy za stałe i niezmiennie.

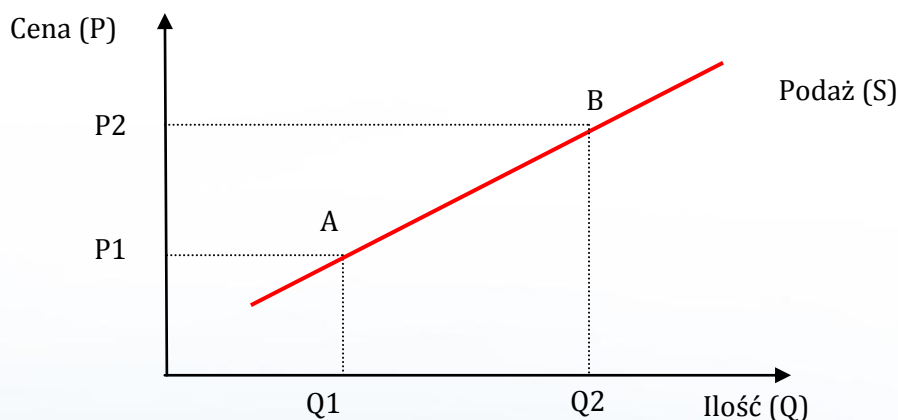


Głównym wyznacznikiem podaży, podobnie jak popytu, jest cena, od niej zależy ilość danego dobra lub usługi, którą chcą zaoferować sprzedawcy. Podaż jest zatem funkcją ceny. Zależność pomiędzy ceną a ilością oferowaną przez producentów wyjaśnia **prawo podaży**, które mówi: **Wraz ze wzrostem ceny ilość dóbr i usług oferowana przez producentów rośnie, a wraz ze spadkiem ceny - spada.**

Stwierdza się więc dodatnią zależność pomiędzy ilością oferowaną a ceną.

6. Krzywa podaży

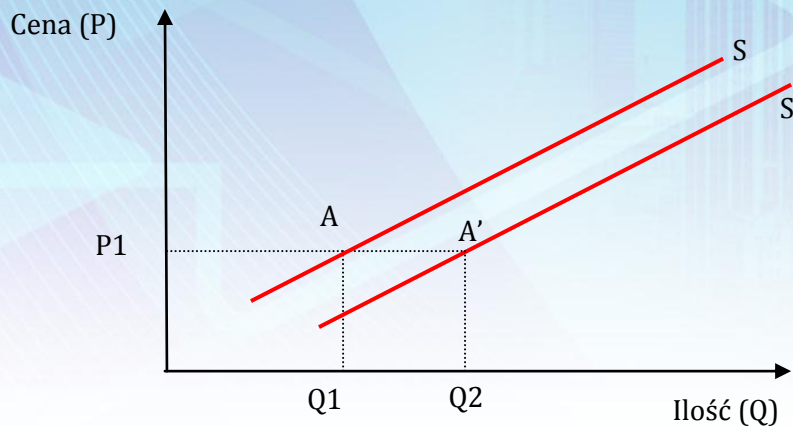
Prawo podaży określa kształt krzywej podaży. Oznaczając na jednej osi wykresu ceny, a na drugiej odpowiadające im ilości oferowanych dóbr lub usług otrzymujemy krzywą o nachyleniu dodatnim, jest to właśnie **krzywa podaży**.



W przypadku, gdy cena danego dobra rośnie, producenci widzą większe możliwości zysku na jego sprzedaży i oferują większą ilość takiego dobra. Na wykresie sytuacja taka oznaczałaby przesunięcie się z jednego do drugiego punktu na krzywej podaży. Widać, iż wzrost ceny z poziomu P1 na P2 powoduje wzrost ilości oferowanego dobra lub usługi z Q1 do Q2 i przesunięcie na krzywej podaży z punktu A do punktu B. Przy spadku ceny zaistniałaby sytuacja odwrotna – zmniejszyłaby się ilość oferowanych dóbr i usług. Krzywa podaży ma nachylenie dodatnie.

7. Przesunięcia krzywej podaży

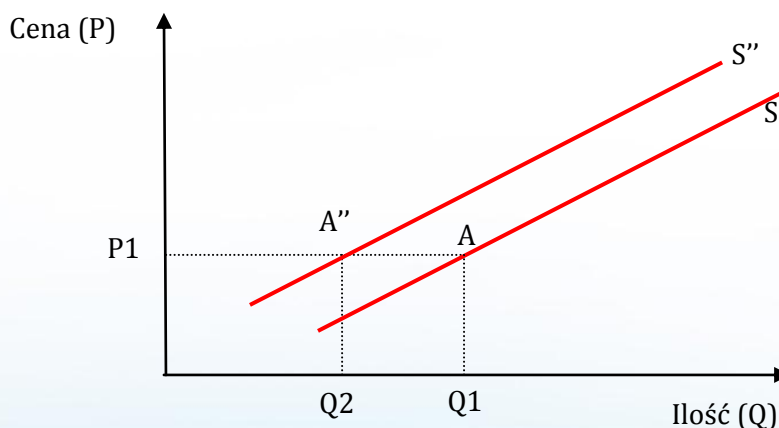
Rozważmy teraz co się stanie, jeśli krzywa podaży zmieni swoje położenie.



Punktem wyjścia jest krzywa S . Przy cenie ukształtowanej na poziomie $P1$ wielkość podaży wyniesie $Q1$ i będziemy znajdować się w punkcie A na krzywej S . Jeżeli teraz krzywa podaży zmieni swoje położenie z S na S' , czyli przesunie się równoległe w dół, to ilość jaką zaoferują producenci nie będzie już teraz wynosić $Q1$ - tylko $Q2$. $Q2$ oznacza większą ilość oferowanych produktów niż $Q1$, położone jest bowiem dalej od początku układu współrzędnych, musi więc być większą liczbą. Producent będzie znajdował się teraz w punkcie A' na krzywej S' .

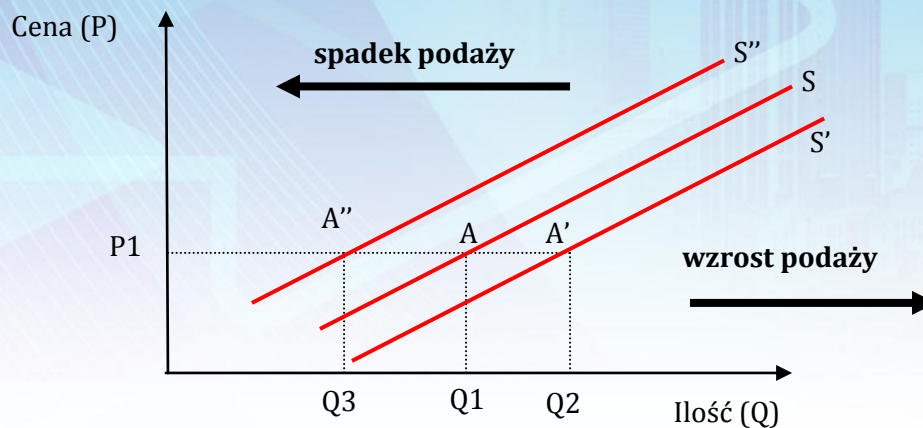
Widzimy więc, że przy tej samej cenie producent jest teraz skłonny zaoferować więcej danego dobra lub usługi. Taką zmianę nazywa się **wzrostem podaży**.

W sytuacji odwrotnej, gdyby krzywa podaży S przesunęła się równoległe w górę, czyli do położenia S'' mielibyśmy do czynienia ze **spadkiem podaży**. Przy tej samej cenie producenci zaoferowaliby ilość dobra $Q2$, która jest mniejsza od $Q1$, znajduje się bowiem bliżej początku układu współrzędnych. Aktualny byłby teraz punkt A'' na krzywej S'' .



Podsumowując powyższe rozważania można stwierdzić, że ze **wzrostem podaży** mamy do czynienia wtedy, kiedy krzywa podaży przesuwa się w dół, wtedy przy tej samej cenie producenci oferują więcej dóbr lub usług.

Spadek podaży występuje, gdy przy niezmienionej cenie producenci ograniczają ilość oferowanych dóbr i usług. Na wykresie sytuację tą obrazuje równoległe przesunięcie się krzywej podaży w górę.



Przesunięcia krzywej podaży
Źródło: opracowanie własne

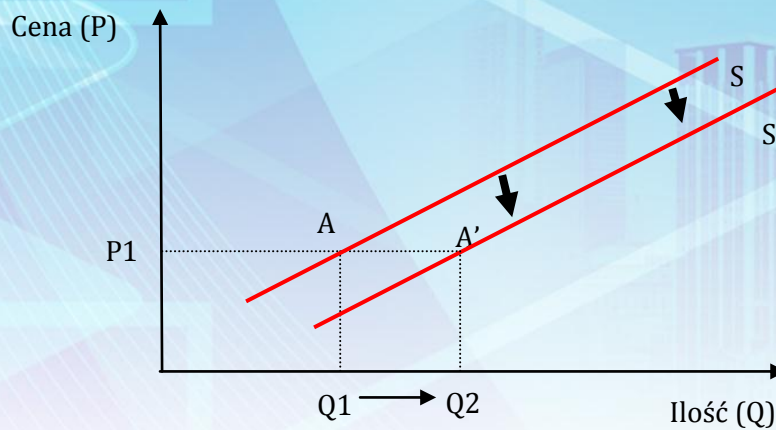
8. Determinanty podaży

Na ilość kupowanych przez konsumentów dóbr wpływa, oprócz ceny, wiele czynników. Do podstawowych zalicza się tu:

- ▣ Koszty produkcji;
- ▣ Postęp techniczny;
- ▣ Decyzje państwa;
- ▣ Liczbę producentów.



Postęp techniczny – wszelkie usprawnienia umożliwiające zwiększenie produkcji przy tych samych nakładach sprzyjają wzrostowi sprzedaży. Określona krzywa podaży jest wyznaczana dla danego poziomu techniki; postęp techniczny powoduje przesunięcie krzywej w prawo, gdyż producenci będą w tych warunkach wytwarzać więcej niż przedtem dóbr przy każdym poziomie ich ceny rynkowej.



Wzrost podaży w wyniku zaistnienia postępu technicznego
Źródło: opracowanie własne

Wpływ postępu technicznego na podaż dóbr



Źródło: <http://www.sxc.hu>

Decyzje państwa – jeżeli decyzje państwa będą mieć wpływ na opłacalność produkcji, to odbije się to również na podaży dóbr. Może się to przejawiać, np. poprzez zmiany stawek podatkowych, ograniczenia eksportu lub importu, wytyczne dotyczące rodzaju stosowanych technologii, dotacje do produktów, itp.

Liczbę producentów – wejście na rynek nowych producentów oznacza zawsze zwiększenie się podaży dóbr, jeżeli producenci wycofują się z rynku – podaż maleje.

Moduł VI. Równowaga rynkowa

1. Wprowadzenie

Na rynku następuje spotkanie **konsumentów** i **producentów** oraz określenie relacji pomiędzy wielkością popytu i podaży przy różnych cenach. W takiej sytuacji kształtuje się cena równowagi, po której sprzedawana i kupowana jest określona ilość dóbr i usług przy danej cenie. Nabywcy chcieliby kupić jak najtaniej, a producenci chcieliby sprzedać jak najdrożej; istnieją jednak granice, gdyż:

- ▣ Żaden nabywca nie może zapłacić każdej ceny – po osiągnięciu pewnego jej poziomu zrezygnuje z zakupu;
- ▣ Żaden sprzedawca nie może sprzedać swojego produktu taniej niż wynika to z kosztów produkcji i określonego zysku minimalnego.



Zobacz: Film „Prawo popytu i podaży”, który stanowi wprowadzenie do tematyki równowagi rynkowej

http://www.nbportal.pl/pl/np/animacje/filmy_animowane/rynki

2. Pojęcie równowagi rynkowej

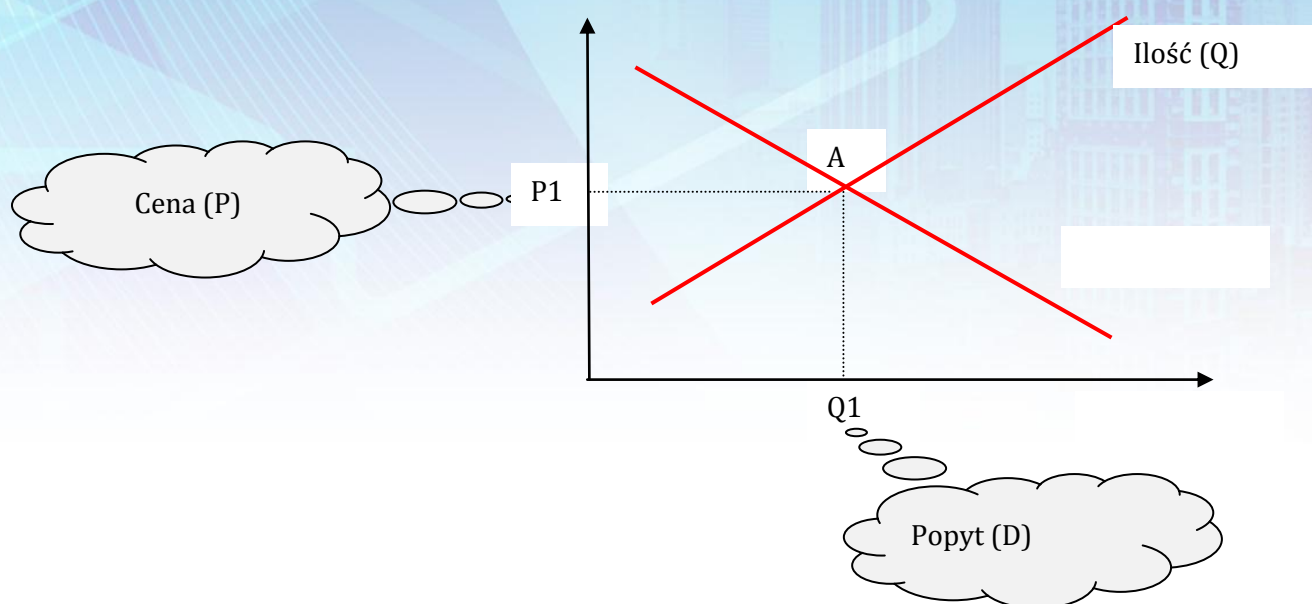
Z równowagą rynkową mamy do czynienia wtedy, gdy popyt jest równy podaży, czyli producenci chcą kupić dokładnie tyle dóbr i usług, ile oferują im producenci. W takiej sytuacji kształtuje się cena równowagi, po której sprzedawana i kupowana jest ilość równowagi.



Źródło: <http://nbportal.pl>

2.1. Cena i ilość równowagi

Warto zauważyć, iż przedstawiane wcześniej wykresy popytu i podaży mają te same oznaczenia na osiach. Spróbujmy zatem przedstawić popyt i podaż na jednym wykresie.



Na powyższym rysunku widać, iż jedynie w przypadku, gdy cena ukształtuje się na poziomie P_1 , wielkość popytu będzie równa wielkości podaży i wyniesie Q_1 . Poziomą cenę P_1 nazywamy ceną równowagi, a ilość kupowaną i sprzedawaną Q_1 – ilością równowagi.

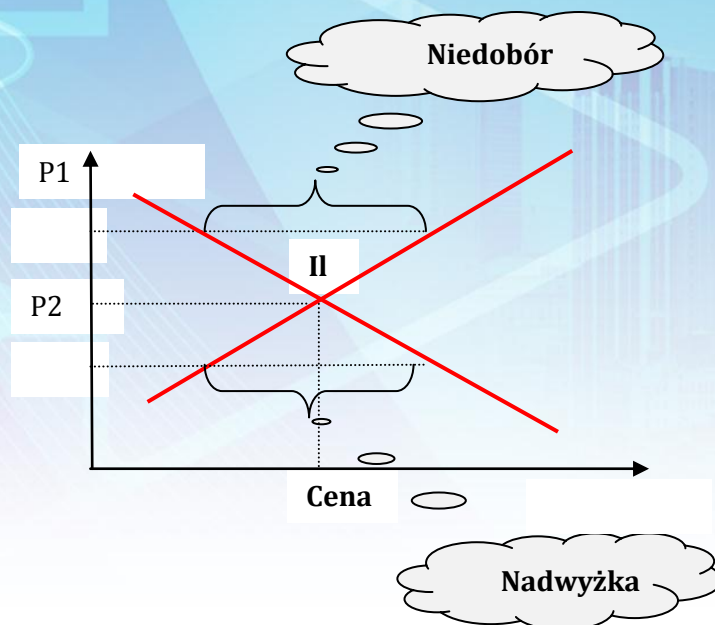
2.2. Nadwyżka i niedobór rynkowy

Cena równowagi (P_E) i ilość równowagi (Q_E) występują w punkcie przecięcia się krzywych popytu i podaży (E). W cenie równowagi nie ma nadwyżki popytu ani podaży.

Gdyby cena ukształtowała się powyżej poziomu równowagi, np. w punkcie P_1 to przy wysokiej cenie na pewno znalazłoby się wiele producentów, którzy chcieliby kupić dany produkt. Równocześnie wysoka cena zniechęca konsumentów do dokonywania zakupów. W efekcie podaż przewyższyłaby popyt i powstałaby sytuacja zwana **nadwyżką dóbr i usług na rynku**.

Przy cenie niższej od ceny równowagi P_E mamy do czynienia z sytuacją odwrotną. Dobro jest tanie, więc konsumenci chętnie by je kupowali, natomiast niska cena zniechęca producentów do zaoferowania większej ilości sprzedaży. Popyt przewyższa więc podaż, co oznacza, że mamy do czynienia z **niedoborem dóbr i usług na rynku**¹⁹.

¹⁹H. R. Varian, *Mikroekonomia. Kurs średni – ujęcie nowoczesne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 37-38.



Nadwyżka i niedobór rynkowy

Źródło: opracowanie własne



Zobacz: Artykuł „Równowaga gospodarcza”

<http://www.nbportal.pl/pl/commonPages/EconomicsEntryDetails?entryId=12&pageId=11236>


Zobacz: Film „Nadwyżka popytu i podaży”, gdzie za pomocą wykresów przedstawiane są te zjawiska

http://nauczyciel.pl/page.php/resources/view_all?id=funkcjonowanie_rynek_t_page_12&from=search

3. Równowaga na rynku – przykład

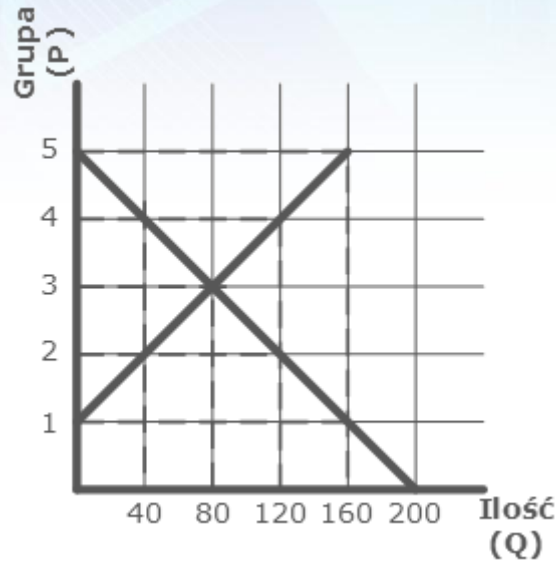
Poniższa tabela przedstawia kształtowanie się cen oraz wielkości popytu i podaży na masło. Na podstawie tych danych wyznaczone zostały krzywe popytu i podaży, a miejsce ich przecięcia się wyznacza punkt równowagi.

Cena (zł/kostkę)	Popyt (mln kostek/rok)	Podaż (mln kostek/rok)
0,00	200	0
1,00	160	0
2,00	120	40
3,00	80	80
4,00	40	120
5,00	0	160

Cena równowagi na rynku masła kształtuje się na poziomie 3 zł, co oznacza że przy tej cenie ilość, którą chcą kupić konsumenci wynosi dokładnie tyle, ile chcą sprzedać producenci, a więc jest to **ilość równoważąca rynek**. W tym przykładzie ilość równowagi wynosi 80 mln kostek masła rocznie.

Przy cenach **poniżej 3 zł** miary zapotrzebowania (popyt) przewyższają ilość oferowaną (podaż) – nadwyżka popytu.

Przy cenach **powyżej 3 zł** ilość oferowana (podaż) przewyższa rozmiary zapotrzebowania (popyt) – nadwyżka podaży.



Popyt i podaż na masło
Źródło: opracowanie własne