

Dwie strony rynku*

Teach a parrot the terms "supply and demand" and you've got an economist.

Thomas Carlyle

Niezależnie od faktu, że T. Carlyle miał chyba nieco wygórowane mniemanie o zdolnościach papug, słowa jego trafnie oddają znaczenie **popytu i podaży** w ekonomii. Potoczne rozumienie słowa popyt oznacza po prostu to, czego ludzie chcą. Z punktu widzenia ekonomii sprawa jest nieco bardziej skomplikowana: popyt rozumiany jest jako **relacja** między ceną dobra a ilością tego dobra, którą konsumenci są skłonni i są w stanie nabyć w danym czasie, przy założeniu, że wszystkie inne elementy charakteryzujące sytuację rynkową pozostaną bez zmiany (łac. *ceteris paribus*). Zakłada się, że w przeciętnych warunkach jest to ujemna relacja – jeśli cena danego towaru podnosi się, to ilość dobra spada; i odwrotnie – jeśli cena dobra obniża się, ilość rośnie. Zatem popyt nie jest po prostu ilością, ale relacją; dla określenia konkretnej ilości danego dobra, która jest sprzedana przy konkretnej cenie używa się pojęcia wielkości popytu, (ilość nabywana). Chociaż cena jest ważną częścią definicji popytu, nie jest ona jedynym czynnikiem określającym, ile danego dobra ludzie będą chcieli kupić. Do najważniejszych poza ceną czynników określających popyt należą: upodobania konsumentów (np. moda ma znaczący wpływ na to, co konsumenci chcą kupować w danym okresie), dochody konsumentów, liczba konsumentów, ceny innych dóbr, oczekiwania dotyczące przyszłych cen i dochodów. Zmiana jakiegokolwiek z tych niecenowych determinant popytu spowoduje zmianę popytu (a więc zmianę nie tylko ilości nabywanej, ale również relacji między ilością a ceną).

Po drugiej stronie rynku występują producenci. Podaż potocznie rozumie się jako pewną ilość dobra, którą producenci dostarczają na rynek. Ale dla ekonomistów podaż oznacza relację między ilością dobra, którą producenci są skłonni zaoferować w danym czasie a ceną tego dobra, *ceteris paribus*. Zatem podobnie jak popyt, podaż nie jest określoną wielkością - taka konkretna ilość oferowana przy danej cenie to wielkość podaży – lecz relacją mającą dodatni charakter. Gdy cena danego dobra rośnie, producenci są

zwykle skłonni zaoferować większą ilość towaru; i odwrotnie – gdy cena spada, spada również wielkość podaży. Ilość towarów, które producenci będą skłonni oferować na rynku, zależy od ponoszonych przez nich kosztów produkcji. Wszystkie czynniki oddziałujące na koszty produkcji, wpływają na podaż; najważniejszymi z determinant podaży są: zmiany produktywności wywołane zmianą technologii produkcji, zmiany opłacalności produkcji innych dóbr, zmiany dostępności zasobów produkcyjnych.

Podaż i popyt reprezentują dwie strony **rynku**, kupujących i sprzedających. Myśląc "rynek" przywołujemy na myśl pewne miejsce – targowisko, centrum handlowe, salę aukcyjną etc. Z perspektywy ekonomii rynek uznawany jest za pewien proces, w ramach którego kupujący i sprzedający określają co mają zamiar kupować i sprzedawać i na jakich warunkach. W ramach tego procesu poszczególni uczestnicy rynku poszukują informacji mających znaczenie dla ich interesów. Kupujący pytają o dostępne modele, rozmiary i kolory dóbr oraz ich ceny. Sprzedający zdobywają informacje o rodzajach dóbr i usług, których pragną nabywcy oraz o cenach, które są gotowi zapłacić. Proces ten ma charakter samokorygujący, funkcjonując jako nieprzerwanie działający system informacji i wymiany.

Równowagą rynkową nazywamy sytuację, w której przy danej cenie panującej na rynku wielkości popytu i podaży są sobie równe. Przy każdej innej cenie będzie zachodzić niespójność pragnień nabywców i sprzedawców, w związku z tym na rynku pojawi się nadwyżka lub niedobór. Jeżeli cena masła jest wysoka, wielkość popytu zgłaszanego przez konsumentów jest dużo niższa niż wielkość podaży oferowana przez producentów. Różnica tych ilości stanowi nadwyżkę (nadpodaż). Co się wtedy stanie? Proces konkurencji zepchnie ceny w dół, zwiększając ilość dobra, którą konsumenci będą skłonni kupić oraz zmniejszając ilość towaru, jaki producenci będą skłonni sprzedać. Wynikiem tego będzie kurczenie się nadwyżki aż do momentu, w którym zostanie ona całkowi-

cie wyeliminowana. Podobnie dzieje się, gdy cena jest niższa od ceny równowagi – następuje wtedy niedobór towaru (przy niskiej cenie wielkość popytu przekracza wielkość podaży). Nabywcy chcący kupić dany towar a nie mogący go dostać będą proponować wyższe ceny; dostawy będą zwiększane, a wielkość popytu będzie spadać, aż do poziomu równowagi rynkowej.

Skąd właściciel sklepu wie, jak ustalać ceny towarów, które sprzedaje? Stosuje on takie ceny, by klienci kupili te ilości dóbr, które chce sprzedać. Jeśli nie może sprzedać wszystkich owoców, które posiada, obniża ceny by przyciągnąć klientów i jednocześnie zmniejsza na nie zamówienia. Jeżeli natomiast wyczerpują mu się zapasy, wie że może podnieść swoje ceny i zwiększyć zamówienia. Jego klienci odpowiednio dostosowują swoje zakupy. Podobne działania podejmowane przez innych sprzedawców i klientów w całym mieście prowadzą rynek do stanu równowagi. A informacja dostarczana przez zamówienia, ponowne zamówienia oraz rezygnacje z zamówień zgłaszane przez sklepy docierają do producentów i dostawców zasobów produkcyjnych.

Istotnym elementem procesu rynkowego jest **konkurencja**, którą można określić jako proces, przy pomocy którego uczestnicy rynku, dążąc do realizacji swych interesów, próbują przedstawić korzystniejsze od innych oferty pod względem ceny, jakości bądź innych cech wpływających na decyzję zawarcia transakcji. Konkurencja nie zachodzi między kupującym a sprzedającym, ale między kupującymi i (osobno) między sprzedającymi. Konkurencja między sprzedającymi przyjmuje rozmaite formy – dotyczy ceny, jakości, wagi, objętości, barwy, wyglądu, mocy, trwałości czy zapachu produktów, jak również kredytu oferowanego kupującym. Wszystkie te formy konkurencji można podzielić na dwie zasadnicze kategorie: konkurencję cenową i niecenową. Analiza konkurencji stanowi ważący obszar ekonomii, na którym skupia się szczególna uwaga ekonomistów - i nasza również, być może następnym razem.

* Przy pisaniu niniejszego artykułu korzystałam z *Ekonomii* autorstwa D. R. Kamerschena, R. B. McKenziego, C. Nardinellogo wydanej przez Fundację Gospodarczą NSZZ "Solidarność", Gdańsk 1991.