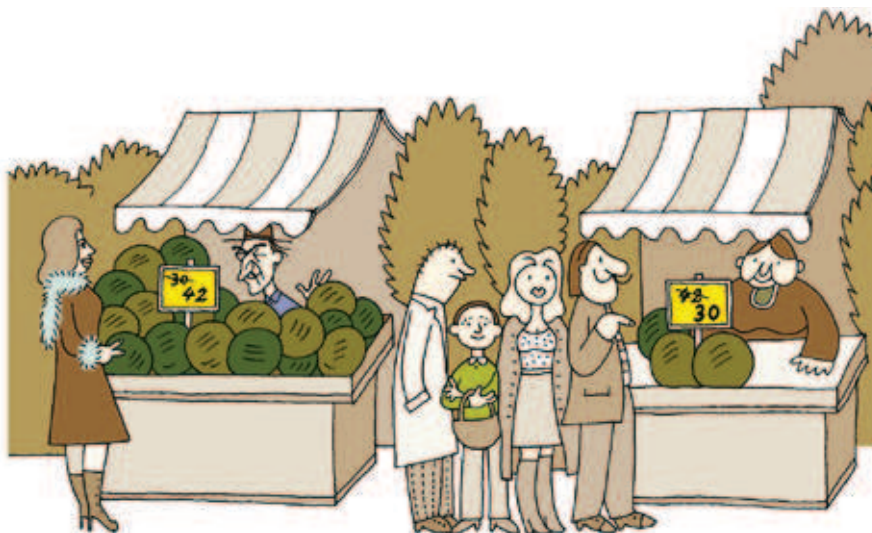


5.2. Mechanizmy rynkowe



Działalność gospodarcza może być prowadzona w różnych systemach ekonomicznych (gospodarczych).



System ekonomiczny – to zespół instytucji oraz mechanizmów koordynujących i kontrolujących podejmowanie oraz realizację działalności gospodarczej w kraju.

Wśród systemów ekonomicznych rozróżnia się:

- ▶ system gospodarki nakazowo-rozdzielczej,
- ▶ system gospodarki rynkowej.

System gospodarki nakazowo-rozdzielczej – zwany też systemem gospodarki centralnie planowanej, scentralizowanej, socjalistycznej lub komunistycznej – charakteryzuje się publiczną (uspołecznioną) własnością środków produkcji oraz centralnym określaniem celów ekonomicznych. Publiczna własność środków produkcji, mimo że są one w dyspozycji wielu przedsiębiorstw, pozwala państwu zarządzać całą działalnością gospodarczą, podejmować centralnie decyzje o rozmiarach produkcji i konsumpcji. Podstawową metodą zarządzania całą gospodarką jest opracowywanie centralnych planów wieloletnich i rocznych, które określają zadania dla wszystkich podmiotów uczestniczących w działalności gospodarczej. Dyrektywom, wynikającym z planów centralnych, podporządkowana jest cała gospodarka. Ten system jest mało efektywny, powoduje stagnację i zacofanie gospo-

darce ze względu na zbiurokratyzowanie planów i nieuwzględnianie rachunku ekonomicznego przy podejmowaniu wielu decyzji.

System gospodarki rynkowej – zwany też systemem gospodarki kapitalistycznej – charakteryzuje się prywatną (niepubliczną) własnością środków produkcji oraz dążeniem wielu podmiotów działalności gospodarczej do maksymalizowania swoich efektów (dochodów, zysków). Prywatna własność środków produkcji zapewnia konkurencję pomiędzy wieloma podmiotami działającymi na rynku, co motywuje do racjonalizowania i ulepszania działalności gospodarczej, a jej regulatorem są mechanizmy rynkowe. Gospodarka taka sprzyja wydajnemu i oszczędnemu zużyciu zasobów ekonomicznych oraz szybkiemu wzrostowi gospodarczemu. Duża inicjatywa prywatnych podmiotów nie wymaga bezpośredniego udziału państwa w prowadzeniu gospodarki. Jego rola ogranicza się do ochrony własności prywatnej i konsumenta oraz ustanowienia systemu prawnego, umożliwiającego funkcjonowanie rynku, a także do wspierania przedsiębiorczych działań społeczeństwa.

W Polsce do 1989 roku funkcjonował system gospodarki nakazowo-rozdzielczej. Jednak już pod koniec 1988 roku Sejm uchwalił ustawę o działalności gospodarczej, która przygotowywała gospodarkę do zmian rynkowych, a także ustawy Prawo bankowe i o Narodowym Banku Polskim, które stworzyły możliwość prywatyzacji banków państwowych i powstawania banków prywatnych. Począwszy od 1990 roku w Polsce rozpoczęto proces **budowy gospodarki rynkowej** (plan Balcerowicza). Polegał on na przyjęciu dziesięciu ustaw, które reformowały finanse państwowe i prowadziły do odzyskania równowagi budżetowej, wprowadzały mechanizmy rynkowe oraz zmianę struktury własnościowej gospodarki:

- ▶ uwolniono ceny spod kontroli państwa, co spowodowało ich gwałtowny wzrost. Jednocześnie ustalili się taki ich poziom, który zapewnił równowagę rynkową między liczbą nabywców, chcących kupić towar, a jego ilością (zniknęły kolejki po towar),
- ▶ ograniczono wysokość płac pracowników przedsiębiorstw poprzez wprowadzenie karnego podatku (zwanego popiwkiem – nazwa pochodzi od skrótu PPWW, czyli podatku od ponadnormatywnych wypłat wynagrodzeń) od zbyt szybkiego wzrostu wynagrodzeń (nacisk pracowników na wzrost płac był wynikiem wzrostu cen),
- ▶ zwiększono stopy procentowe w bankach, przez co ograniczono udzielanie kredytów; zmniejszyło się przez to tempo wzrostu ilości pieniędzy na rynku. Jednocześnie podniesiono stopy procentowe od oszczędności, aby stworzyć zachętę do gromadzenia pieniędzy (w ten sposób też zmniejszając ilość pieniędzy na rynku),
- ▶ wprowadzono wewnętrzną wymienialność złotówki, co oznaczało, że w kraju można było ją legalnie wymieniać na waluty obce w bankach i kantorach,
- ▶ uchwalono ustawę o prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych. Przedsiębiorstwa państwowe dominowały w gospodarce nakazowo-rozdzielczej. Tworzone były przez państwo, głównie jako duże organizacje, którym wy-

dzielono majątek Skarbu Państwa i nakazywano prowadzić działalność gospodarczą. Ponieważ zarządzający przedsiębiorstwami państwowymi nie identyfikowali się z jego właścicielem, ich gospodarka była nieefektywna. Wiele z nich nie umiało dostosować się do powstającej gospodarki rynkowej i było deficytowych, czyli przynosiło straty. Od 1990 roku na szeroką skalę przeprowadza się prywatyzację przedsiębiorstw państwowych, przekształcając je w spółki Skarbu Państwa (tzw. komercjalizacja), a następnie udostępnia się udziały w tych spółkach różnym podmiotom (najczęściej poprzez sprzedaż akcji). W 1990 roku zarejestrowanych było 8453 przedsiębiorstw państwowych, a obecnie działają jeszcze 174.

W gospodarce rynkowej istnieją **rynki** wszystkich zasobów ekonomicznych. Do podstawowych rynków należą:

- ▶ rynek produktów,
- ▶ rynek usług,
- ▶ rynek pracy,
- ▶ rynek finansowy (pieniężny, walutowy i kapitałowy).

Każdy z nich może obejmować lub dzielić się na określone podryniki, np. rynek kapitałowy dzieli się na rynek papierów wartościowych, rynek nieruchomości i rynek dóbr inwestycyjnych. Na każdym z rynków działają konkurujące ze sobą podmioty, tworzące wielkość podaży i wielkość popytu. Funkcjonują określone instytucje i kategorie ekonomiczne, takie jak: giełda, aukcja, przetarg, targi, makler, cena, płaca, stopa procentowa. Działają prawa ekonomiczne i mechanizmy rynkowe, a całość jest podporządkowana określonym przepisom prawnym.

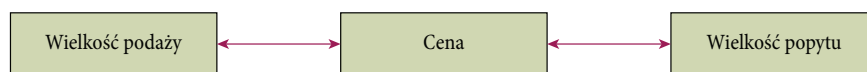


Rynek produktów – zwany też rynkiem dóbr i usług – to każda zorganizowana działalność kojarząca sprzedawców (dostawców) i nabywców (odbiorców) w celu dokonania transakcji kupna-sprzedaży wyrobów i usług.

Forma organizacyjna tego **rynku** może być różna. Jest nią sklep detaliczny, supermarket, restauracja, stacja benzynowa, hurtownia, punkt skupu, instytucja zaopatrzenia lub zbytu, zakład usług, agencja, jarmark, giełda towarowa.

Transakcje kupna-sprzedaży produktów na rynku zależą od kształtowania się wielkości cen, podaży i popytu.

Między tymi trzema wielkościami występują wzajemne relacje, które kształtują **prawa ekonomiczne**, a szczególnie prawo podaży i prawo popytu, określające zależności pomiędzy ceną a wielkością podaży i wielkością popytu (ryc. 8).



Ryc. 8. Relacje pomiędzy ceną a wielkością podaży i popytu



Cena jest wartością jednostki produktu wyrażoną w pieniądzu.

Wielkość podaży – to ilość danego produktu oferowana do sprzedaży na rynku po określonej cenie i w określonym czasie.

Wielkość popytu – to ilość danego produktu, która może być sprzedana na rynku po określonej cenie i w określonym czasie.

Prawo podaży stanowi, że: gdy cena rośnie, to wielkość podaży wzrasta; gdy cena spada, to wielkość podaży maleje.

Prawo popytu stanowi, że: gdy cena spada, to wielkość popytu wzrasta; gdy cena rośnie, to wielkość popytu maleje.

Na wielkość podaży i popytu, poza ceną, może wpływać także wiele innych czynników, np. możliwości produkcyjne, koszty, potrzeby, dochody ludności, promocja, moda, wydarzenia nadzwyczajne (epidemia, choroby). Działanie na rynku prawa podaży i prawa popytu powoduje nie tylko zależność między cenami a wielkością podaży lub wielkością popytu, ale również wpływa na współzależność między wielkością podaży i wielkością popytu, która wynika z kształtowania się ceny. Zjawiskiem najkorzystniejszym na rynku jest **równowaga** pomiędzy wielkością podaży i wielkością popytu. Oznacza ona, że sprzedane zostają wszystkie produkty dostarczone na rynek i są zaspokojone potrzeby nabywców. Taki stan występuje rzadko. Najczęściej rynek jest **niezrównoważony**, czyli występuje nadwyżka produktów na rynku (wielkość podaży przewyższa wielkość popytu) lub ich niedobór (wielkość popytu przewyższa wielkość podaży). Zjawiska te występują okresowo i podlegają regulacjom poprzez działające prawa ekonomiczne.

Współzależność między wielkością podaży i popytu jest podstawowym mechanizmem rynkowym, regulującym wysokość cen oraz wielkość podaży i popytu.



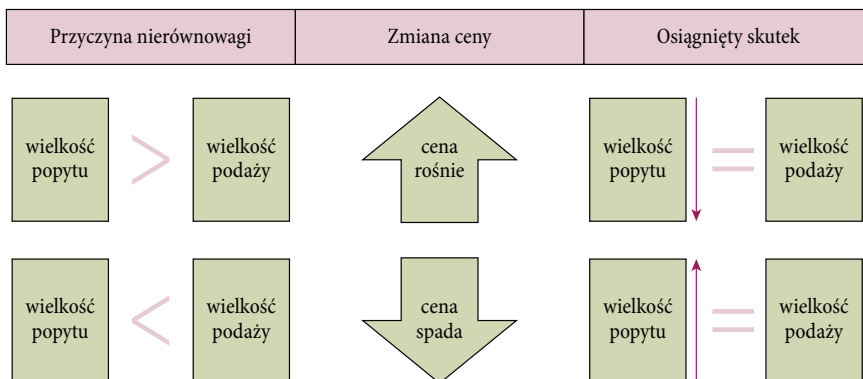
Mechanizm rynkowy – to proces dopasowywania do siebie wielkości podaży i popytu za pomocą cen, doprowadzający do równowagi rynkowej.

Mechanizm rynkowy, wykorzystując prawo podaży i popytu, działa następująco (ryc. 9):

- ▶ jeżeli wielkość popytu przewyższy wielkość podaży, to cena rośnie – wpływa to na zwiększenie wielkości podaży, ale również na zmniejszenie wielkości popytu,

- ▶ jeżeli wielkość podaży przewyższy wielkość popytu, to cena spada – wpływa to na zmniejszenie wielkości podaży, ale również na zwiększenie wielkości popytu.

Jeżeli wielkość podaży i wielkość popytu przez dłuższy czas utrzymują się na osiągniętym poziomie, to znaczy, że rynek jest zrównoważony, a transakcje kupna-sprzedaży zawierane są po **cenie równowagi**.

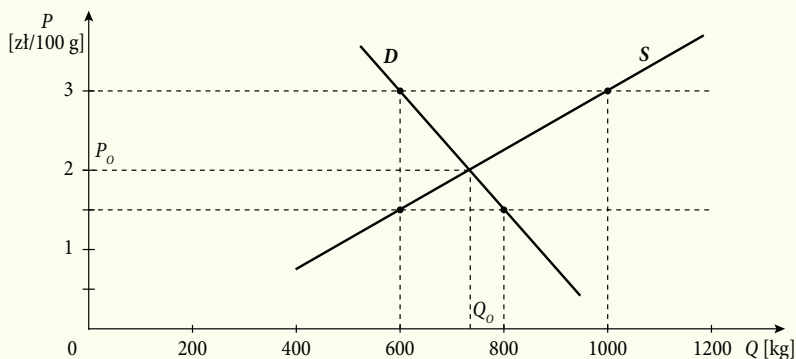


Ryc. 9. Równoważenie rynku produktów



Przykład

Przy cenie 1,50 zł za tabliczkę czekolady nabywcy chcieliby kupić 800 kg czekolady, przy wzroście ceny do 3,00 zł nastąpiłby spadek sprzedaży do 600 kg. Fabryki czekolady przy cenie 1,50 zł za tabliczkę produkowały 600 kg czekolady, przy cenie 3,00 zł zwiększą produkcję do 1000 kg.



W punkcie przecięcia krzywej popytu (D) z krzywą podaży (S) znajduje się **ceną równowagi rynkowej**, a więc ceną (P_o), po której cała wyprodukowana czekolada znajduje nabywców.

Podstawowym elementem, wpływającym na zjawiska rynkowe, jest **konkurencja**, która jest siłą napędową gospodarki rynkowej.



Konkurencja – to rywalizacja pomiędzy sprzedającymi, a także pomiędzy kupującymi, którzy ubiegają się o zawarcie jak najwięcej i jak najkorzystniejszych transakcji kupna-sprzedaży.

Przedmiotami konkurencji są cena i jakość produktu objętego transakcją kupna-sprzedaży. **Konkurencja cenowa** dominuje na rynku produktów częstego zakupu (powszechnego użytku) o niewielkiej wartości jednostkowej (cenie), bez możliwości znacznego różnicowania oferowanych produktów. Natomiast **konkurencja jakościowa** dominuje na rynku produktów okresowego i sporadycznego zakupu, o dużej wartości jednostkowej (cenie), z możliwością znacznego różnicowania oferowanych produktów pod względem cech, stylu, parametrów użytkowania, gwarancji.

Sprzedawcy, w celu podniesienia swojej konkurencyjności, rozwijają **działania marketingowe**, polegające na:

- ▶ kształtowaniu produktu (badanie rynku – jaka jest konkurencja, z czym i w jakich relacjach można wejść na rynek, podnoszenie cech jakościowych, wyróżnianie za pomocą marki, powiększanie asortymentu, wzbogacanie nowymi wersjami, stosowanie nowych, atrakcyjnych opakowań, porcjowanie, tworzenie zestawów, serwis),
- ▶ prowadzeniu polityki cen (badanie rynku – jak kształtuje się wielkość podaży i popytu oraz ceny; wysokie ceny na renomowane produkty, na nowe produkty i gdy brak konkurencji, natomiast w innych warunkach ceny niższe od konkurentów, opusty, okresowe obniżki, okresy płatności, warunki kredytu, np. 50/50),
- ▶ dystrybucji (tworzenie sieci stacjonarnej sprzedaży oraz poprzez dilerów, agentów, akwizytorów, sprzedaż ratalna, leasing, a także sklepy internetowe, transport),
- ▶ promocja (reklama, kształtowanie renomy produktu i firmy, personel odpowiedzialny za sprzedaż, kultura sprzedaży).

Konkurencja pomiędzy sprzedawcami jest zjawiskiem powszechnym na rynku i jest zależna od aktywności przedsiębiorcy, a przede wszystkim od jego przedsiębiorczości i innowacyjności, przejawiających się w różnych działaniach marketingowych.

Konkurencja pomiędzy nabywcami widoczna jest w niektórych formach sprzedaży, np. sprzedaży giełdowej, aukcyjnej lub na przetargach. Natomiast między sprzedawcami a nabywcami zamiast konkurencji występuje zjawisko negocjacji, dotyczące zawierania najkorzystniejszych transakcji kupna-sprzedaży.



PRZEMYSŁ LUB PRZEDYSKUTUJ



1. *Jaki system ekonomiczny funkcjonował w Polsce do lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia? Jakie powodował skutki?*
2. *Na czym polegała transformacja polskiej gospodarki w związku z wprowadzeniem gospodarki rynkowej?*
3. *Jakie skutki niesie ze sobą gospodarka rynkowa?*
4. *Jakie formy organizacyjne istnieją na rynku w Twojej miejscowości, gminie lub powiecie?*
5. *Jaka jest sytuacja w zakresie podaży i popytu w Twojej miejscowości, gminie lub powiecie?*
6. *Czy zależność pomiędzy ceną a wielkością podaży i wielkością popytu kształtuje się wprost, czy odwrotnie proporcjonalnie?*
7. *Jakie nadwyżki i niedobory produktów występują w Twojej miejscowości, gminie lub powiecie?*
8. *Co poza ceną może wpływać na wielkość podaży i popytu?*
9. *Czy jesteś przekonany o działaniu mechanizmu rynkowego? Podaj przykłady.*
10. *Kiedy na rynku pojawia się równowaga rynkowa?*
11. *Czy zjawisko równowagi w długim okresie jest korzystne?*
12. *Co pozytywnego, a co negatywnego wnosi konkurencja?*
13. *Podaj zjawiska marketingowe występujące na rynku.*
14. *Do czego mogą przyczynić się negocjacje w transakcjach kupna-sprzedaży?*