

II. CENY MAKSYMALNE I MINIMALNE WPROWADZANE PRZEZ PAŃSTWO



Z tego rozdziału dowiesz się:

- czym jest równowaga na rynku,
- czym są ceny maksymalne i jakie są skutki narzucenia ich,
- czym są ceny minimalne i jakie są skutki narzucenia ich.

Najważniejsze pojęcia:
cena równowagi, cena maksymalna, niedobór,
cena minimalna, nadwyżka

Cena równowagi

Jak dowiedzieliśmy się z poprzednich rozdziałów podręcznika, wszystkie produkty na rynku mają swoje ceny, które zależą od popytu i podaży. Jeśli ceny na rynku podniosły się, to na przykład wzrosły koszty produkcji danego towaru albo wzrósł na niego znacząco popyt. W każdym z tych scenariuszy działania konkurujących ze sobą przedsiębiorców przyczyniają się do zaistnienia równowagi wynikającej ze zrównania chęci sprzedawców do sprzedawania i chęci kupujących do kupowania.

Załóżmy, że w danym momencie zwiększa się chęć ludzi do kupowania butów. W wyniku tego następuje wzrost cen. Na tym etapie proces się nie kończy, ponieważ na wolnym rynku występuje konkurencja. Przedsiębiorcy zauważają, że z powodu wyższych cen bardziej opłacalna jest produkcja butów, więc przenoszą swoje zasoby, by produkować obuwie. Kupują także potrzebne materiały. W dłuższym okresie napływ nowych producentów, skuszonych możliwością osiągnięcia większych zysków, może spowodować wzrost podaży (przesunięcie się krzywej podaży w prawo) i co za tym idzie – obniżenie się cen obuwia (zob. rozdział 32).

W tej chwili ważne jest dla nas spostrzeżenie, że na rynku przedsiębiorcy działający dla zysku starają się doprowadzić ceny do ich naturalnych poziomów, czyli takich, które odpowiadają aktualnym warunkom na rynku: chęci kupowania i możliwościom produkcji. Właśnie w wyniku działań przedsiębiorców rynek zmierza w kierunku równowagi.

Ceną równowagi nazywamy cenę, przy której sprzedawcy i kupujący odnajdują dla siebie w danej chwili na rynku rozwiązanie ich zdaniem najkorzystniejsze. Graficznie cenę równowagi wyznacza przecięcie się krzywych podaży i popytu w **punkcie równowagi** – jak na wykresie 8. na stronie 68. Gdyby cena była wyższa, to z powodu mniejszej liczby kupujących zawarto by mniej transakcji (choć przy wyższej cenie więcej byłoby potencjalnych sprzedawców). Gdyby z kolei cena była niższa, to mniej osób chciałoby produkt sprzedać.

Cena maksymalna

Jedną z proponowanych przez rządy interwencji bywa zastosowanie **ceny maksymalnej**, czyli ceny niższej od tej, która ukształtowałaby się na rynku. Załóżmy, że rząd chciałby, aby wszyscy ludzie w Polsce mogli sobie kupić komputer. Nie każdego jednak na to stać. W związku z tym ministrowie podejmują decyzję: wprowadźmy cenę maksymalną, to znaczy: zabrońmy pod groźbą grzywny lub kary więzienia sprzedawania komputerów drożej niż za cenę 1 złotego.

Z prawa popytu wiemy, że tak niska cena skłoni wielu ludzi do kupowania dużych ilości komputerów. Z prawa podaży wiemy jednak, że wielu sprzedawców nie zdecyduje się na sprzedaż po takich cenach. Dlaczego? Ponieważ by wyprodukować komputer, trzeba opłacić niezbędne elementy elektroniczne, części składowe, monitor, pracę inżynierów i osób zarządzających procesem produkcji itd. Nie da się za te elementy zapłacić ceny poniżej 1 złotego (na jeden komputer) tak, by przedsiębiorca mógł sprzedawać komputery po 1 złoty. Dlatego w wyniku takiej regulacji zrezygnuje on z tworzenia komputerów i przeczuci się na inną, bardziej opłacalną działalność.

W efekcie zamiast mieć na rynku więcej komputerów dla wszystkich, przestaną one być w ogóle dostępne. W wyniku wprowadzenia ceny maksymalnej dochodzi do pojawienia się na rynku **niedoboru** produktu. A zatem skutek takiej regulacji jest odwrotny do zamierzonego. Zamiast spełnić piękną obietnicę tanich komputerów dla wszystkich, realizujemy politykę braku komputerów dla kogokolwiek. Najczęstszą konsekwencją cen maksymalnych jest także pojawienie się nieoficjalnego (czarnego) rynku, na którym ceny są wyższe od cen równowagi, jakie zaistniałyby na rynku legalnym (ponieważ działalność czarnorynkowa jest nielegalna, to wiąże się z nią dodatkowe ryzyko, za którego ponoszenie producenci też chcą być wynagradzani). Dzięki temu udaje się chociaż częściowo zaspokoić potrzeby

ludzi (przed 1989 rokiem za czasów systemu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, PRL, takie transakcje nazywano „transakcjami spod lady”). Ale rząd może wypowiedzieć wojnę takiemu sposobowi dostarczania produktów, podobnie jak czynił to w czasach PRL, zwalczając, jak to określał, „spekulantów”, którzy tak naprawdę dostarczali ludziom użyteczne dobra.

Rządy krajów zachodnich – np. Stanów Zjednoczonych czy członków Unii Europejskiej – raczej nie wprowadzają dzisiaj cen maksymalnych, gdyż skutkują one efektami odwrotnymi do zamierzonych. A jednak czasami wśród opinii publicznej odżywa sentyment wobec takich restrykcji. Wyobraźmy sobie, że w pewnym mieście ma nastąpić wyjątkowe wydarzenie. Może to być pogrzeb bardzo znanej osoby albo głośne wydarzenie sportowe. Najczęściej w takiej sytuacji następuje gwałtowny wzrost cen noclegów. Często klienci nie do końca świadomi mechanizmów ekonomicznych gotowi są narzekać, że tak być nie powinno. Niektórzy nawet śmieiej postulują, by wprowadzić ceny maksymalne i nakazać sprzedawcom obniżenie cen.

A tymczasem zwiększona cena sprzedaży odzwierciedla zmianę warunków na rynku. Skoro wzrósł popyt, to przy ograniczonej liczbie miejsc wzrastają wyraźnie ceny. Dzięki temu wszystkie miejsca nie znikają z rynku od razu i nie pojawia się niedobór. Pozostają miejsca z wyższymi cenami dla tych konsumentów, którym najbardziej zależy na wykupieniu noclegu w przededniu wydarzenia. Gdyby ceny nie wzrosły, tych miejsc dawno by już nie było. Co więcej, taki wzrost cen stanowi ważny bodziec dla tych, którzy mogą dodatkowo dostarczyć produkt. Okazja do zarobku może skłonić ludzi niezajmujących się na co dzień wynajmem mieszkań, do udostępnienia komuś pokoju albo nawet mieszkania i tymczasowego opuszczenia go w tym celu. Gdyby wprowadzono cenę maksymalną, to nie tylko byłby problem z istniejącymi miejscami noclegowymi, ale również z tworzeniem miejsc dodatkowych.

Podobnie rzecz ma się z latarkami czy chlebem w czasie powodzi. Ceny tych produktów gwałtownie rosną, ponieważ konsumenci bardzo ich potrzebują. Z jednej strony, sprawia to, że dobra te kupują ludzie, którzy najbardziej ich pożądamy (a nie ci, którzy kupią je relatywnie tanio po to, by je potem drogo odsprzedać na czarnym rynku albo magazynować). Z drugiej strony, motywuje to innych producentów, by dostarczać tych dóbr więcej. Skoro w danym regionie wzrasta cena latarek, to opłaca się je tam transportować z innych miejsc, gdzie są mniej potrzebne. Gdyby wprowadzono cenę maksymalną, osiągnięto by skutek odwrotny do zamierzonego. Pojawiłby się niedobór, a z rynku zniknąłby bodziec dla producentów do zwiększania produkcji.

Diagram 5. Cena maksymalna i minimalna

CENA MAKSYMALNA	CENA MINIMALNA
<input checked="" type="checkbox"/> Powoduje niedobór <input checked="" type="checkbox"/> Pogarsza jakość produktu	<input checked="" type="checkbox"/> Powoduje nadwyżkę

Źródło: opracowanie własne.

Cena minimalna

Drugim rodzajem kontroli cenowej, którą wprowadzały (a nawet wprowadzają dzisiaj) państwa jest **cena minimalna**, czyli cena, poniżej której pod groźbą kary pieniężnej lub więzienia zakazane jest sprzedawanie danego produktu. Skutek takiej regulacji jest bardzo podobny jak w wypadku ceny maksymalnej, z tą różnicą, że cena minimalna powoduje powstanie na rynku **nadwyżki**, a nie niedoboru.



Czy wiesz, że...?

Ceny biletów lotniczych na dany lot stają się tym droższe, im mniej jest wolnych miejsc w samolocie. Przynosi to odpowiednią korzyść konsumentom, ponieważ daje możliwość wykupienia biletu w ostatniej chwili tym, którym najbardziej na tym zależy. Gdyby ceny pozostawały cały czas niskie, wszystkie miejsca zostałyby wykupione szybciej. Stopniowanie cen sprzyja również planowaniu podróży. Gdyby ceny pozostały cały czas niskie, część osób czekałaby z zakupem biletu do ostatniej chwili.

Wyobraźmy sobie, że ktoś sprzedaje tani szampon, który nie jest tak dobry jak inne produkty. Szampon ten ma przeciętny zapach i konsystencję oraz słabo się pieni. Jednak słaba jakość jest rekompensowana niską ceną. Sprzedawca, obniżając cenę szamponu, zachęca biedniejszych konsumentów do kupowania tego produktu. Załóżmy teraz, że z wątpliwą pomocą postanawiają przyjąć urzędnicy państwowi i stwierdzają, że szampon nie może być sprzedawany tak tanio. Należy zapewnić sprzedawcom godziwy

zysk. Ustalają więc, że szampon, który dotychczas kosztował 4 złote, musi mieć cenę taką jak jego droższy odpowiednik – 10 złotych.

Jakie będą skutki takiego działania? Konsumenty przestaną kupować szampon gorszej jakości. Skoro produkt nie oferuje konsumentom wysokiej jakości, trudno oczekiwać, że będą chcieli go kupować tak, jakby był więcej wart. W rezultacie cena minimalna też nie zadziała na korzyść sprzedawców. Zamiast im pomóc i zapewnić wyższe zyski, skáže ich na zmniejszenie przychodów i kłopoty ze zbytem. Na rynku pojawi się nadwyżka towaru, którego nikt nie będzie chciał kupić. Cena minimalna, która teoretycznie ma wesprzeć słabszego producenta i pozwolić mu na większy zarobek, najbardziej uderza właśnie w niego, ponieważ zabrania mu konkurować ceną. Skutkiem tego producent zostaje wyparty z rynku, tracąc swoją i tak poboczną pozycję. Cena minimalna uderza najbardziej w najsłabszych producentów, którzy mają kłopoty z utrzymaniem na rynku solidnej i wartościowej marki. A zatem przymusowo wprowadzane ceny maksymalne i minimalne nie spełniają pokładanych w nich nadziei. Najczęściej przynoszą efekty odwrotne do deklarowanych (zob. diagram 5).



Pytania i zadania

1. Wyjaśnij, jak działa cena maksymalna.
2. Wyjaśnij, jak działa cena minimalna.
3. Jakie mogą być motywacje wprowadzania cen minimalnych i maksymalnych?
4. Wyjaśnij, czym jest równowaga rynkowa.
5. Przeanalizuj diagram 5 i spróbuj podać przykłady cen minimalnych i maksymalnych we współczesnej gospodarce, które powodują efekty wskazane w diagramie.