

## 8. KOSZTY I CENY



*Z tego rozdziału dowiesz się:*

- w jaki sposób dane koszty decydują o cenie danego produktu,
- w jaki sposób cena produktu decyduje o kosztach jego wytworzenia,
- za co tak naprawdę płacisz, kupując produkty w sklepie,
- jak wyglądają zależności między przedsiębiorcami a konsumentami.

Najważniejsze pojęcia:

ceny, koszty, dobra odtwarzalne, dobra nieodtworzalne

### *Wpływ kosztów na ceny*

O finalnej cenie danego dobra decyduje gotowość konsumentów do jego kupienia. Jednakże ceny wszystkich dóbr na rynku są od siebie zależne. Na cenę danego dobra wpływa wiele dodatkowych czynników, nie tylko nasza gotowość do jego kupna. Żeby to sobie uświadomić, przeanalizujmy przykład takiego dobra jak chleb. Powiedzmy, że za chleb płacimy mniej więcej 2,5 złotego (wiele zależy od rodzaju chleba i naszego miejsca zamieszkania). Z pewnością jednak moglibyśmy zapłacić za niego więcej. Nawet gdyby bochenek kosztował dwa razy więcej, wielu konsumentów wciąż byłoby gotowych kupić chleb. Ilość nabywana nadal pozostawałaby na względnie wysokim poziomie. Jeśli więc prawdą jest, że konsumenci decydują o poziomie cen sprzedawanych dóbr, to dlaczego ceny dóbr bardzo pożądaných nie są bardzo wysokie?

Dlatego że któryś z producentów musiałby podnieść cenę. Tak się jednak nie stanie, ponieważ nie zrobiliby tego inni konkurencyjni dostawcy chleba. A przynajmniej nie mieliby powodu, bo utrzymując odpowiednio niższą cenę, zatrzymaliby u siebie klientów. Na tym polega siła konkurencji na rynku. Możemy jednak kontynuować nasze rozumowanie – dlaczego inni producenci mogą utrzymać niższą cenę?

Ponieważ pozwalają im na to niższe koszty produkcji. W wypadku produkcji chleba angażujemy różne czynniki produkcji: pracowników, mąkę,

drożdże, wodę, piec. Za wszystkie płacimy odpowiednią cenę. Do tego dochodzi również koszt alternatywny kapitału, który angażujemy w realizację produkcji (np. zamiast inwestować w przedsiębiorstwo, moglibyśmy odłożyć pieniądze na lokacie w banku). Wszystko to składa się na pewne koszty produkcji, które wskazują przedsiębiorcy na minimum opłacalności w jego działaniach. Jeśli te koszty są niskie, przedsiębiorca ma większe pole do tego, aby swój produkt sprzedawać za cenę niższą. Jeśli koszty są wysokie, przestrzeń do obniżania cen zmniejsza się.

Taki opis przebiegu produkcji pojawiał się we wczesnych pracach z dziedziny ekonomii – np. u wspomnianego już Davida Ricarda. Pierwsi ekonomiści zaczęli dostrzegać zależności między **kosztami** na rynku a **cenami** dóbr finalnych. Jednocześnie zdawali sobie sprawę z tego, że ów opis odnosi się przede wszystkim do **dóbr odtwarzalnych**, czyli takich, które można wytworzyć od nowa (na które można ponosić od nowa koszty produkcji). O takiej zależności trudno jednak mówić w wypadku **dóbr nieodtworzalnych** (np. oryginalnych obrazów Picassa, których liczba jest skończona), skoro kiedyś już poniesiono koszty na ich wytworzenie i nie można tego dokonać ponownie.

Tak ogólny opis procesu gospodarczego rozumie każdy, kto ma styczność z działalnością gospodarczą. Przedsiębiorca analizuje koszty, które musi ponieść, a następnie zaczyna się zastanawiać, jakie ceny zaakceptują konsumenci. Oczywiście rozważane są poziomy cen, które wystarczą na pokrycie wszystkich kosztów, a także pozwolą na osiągnięcie zarobku przez planującego przedsiębiorcę. Stąd wzięło się wnioskowanie – nie do końca poprawne – że o cenach produktów decydują koszty ich wytworzenia. Dodatkowych argumentów na rzecz tego twierdzenia dostarczają przypadki, gdy cała branża doświadcza wzrostu kosztów produkcji. Wtedy następuje coś, co nie wystąpiłoby wcześniej – ceny u większości sprzedawców również się podnoszą, mimo że istnieje między nimi konkurencja.

### *Czynniki wpływające na poziom kosztów*

Przez długi czas taki opis zadowalał ekonomistów. Z czasem jednak (w XIX wieku) zaczęto się zastanawiać nad samą naturą kosztów. Można tłumaczyć poziom cen poziomem kosztów, ale jak wytłumaczyć poziom samych kosztów?

Wróćmy do przykładu chleba. Powiedzmy, że koszt jego wytworzenia (uwzględniając także koszt alternatywny) wynosi minimum 2 złote. Konsument, który go kupuje (założmy, że producent nie robi nikomu prezentów), musi zapłacić przynajmniej taką cenę. Może się jednak okazać, że klient nie będzie zainteresowany kupnem (bo ma za daleko do piekarni albo woli piec chleb bezglutenowy w domu). Wtedy przedsiębiorca będzie musiał zamknąć swój biznes. Jego wytłumaczenie zaś może brzmieć: nie mogłem pokryć kosztów przychodami ze sprzedaży – a więc to koszty zdecydowały o zamknięciu piekarni.

Na tym jednak wytłumaczenie się nie kończy. Koszty to ceny oferowane przez sprzedawców czynników produkcji. Hipotetyczny piekarz nie był w stanie ponosić kosztów kupna mąki, pracy, pieców, wody, drożdży i energii. Ich ceny były zbyt wysokie. Skąd jednak brała się ich względnie wysoka cena? Stąd, że istnieli inni przedsiębiorcy, którzy gotowi byli je kupować: inni piekarze, którzy również chcieli kupować mąkę do produkcji chleba, ciastek, bułek; inni przedsiębiorcy, którzy chcieli zatrudniać pracowników; inni, którzy nabywali potrzebny sprzęt. Można zatem powiedzieć, że przedsiębiorca przegrał „licytację” o czynniki produkcji.

Sytuacja jest analogiczna do przypadku konsumentów licytujących dany przedmiot na portalu sprzedażowym. Jeśli czegoś nie udało nam się kupić, oznacza to, że ktoś przebił naszą ofertę. Podobnie działa rynek producentów. Oczywiście nie jest tak, że zwycięzca jest tylko jeden, jednak licytacja o czynniki produkcji sprawia, że niektórzy producenci nie mogą sobie pozwolić na ich kupno. W wyniku tego wypadają z rynku. Tak też jest w przypadku naszego hipotetycznego piekarza. Nie może on pozwolić sobie na to, aby ponosić tak wysokie koszty jak pozostali producenci, a więc wypada z rynku. Ta porażka wynika z gotowości innych producentów do zapłacenia odpowiednio wyższej ceny za czynniki produkcji.

Z czego jednak wynika ich gotowość? Z tego, że sami mają do zaoferowania konsumentom produkty, które ci będą mogli zakupić po dostatecznie wysokiej cenie. Nasz hipotetyczny piekarz przegrywa na rynku dlatego, że prawdopodobnie drożdże i mąka, które chce kupić, oraz pracownicy, których chce zatrudnić, mogą zostać użyte w bardziej opłacalnym projekcie. I jeśli chciałby te czynniki produkcji odciągnąć od tego projektu, to musiałby zapłacić za nie stosowną cenę, która wyraża się właśnie kosztem produkcji. W tym miejscu napotykamy ponownie na znaną nam już koncepcję kosztu alternatywnego.

## *Ceny i koszty jako pochodna decyzji konsumentów*

Możemy zauważyć, że o wszystkich cenach na rynku decydują ostatecznie konsumenci. Z punktu widzenia jednego sprzedawcy, piekarza, sytuacja rzeczywiście wygląda tak, że ceny jego ciastek i chleba są pochodną kosztów ich produkcji: cen drożdży, mąki, sprzętu. Jednakże te koszty produkcji zależą od cen wszystkich innych rzeczy, które można przy ich użyciu wytworzyć: od cen innych ciastek, chlebów, słodczy, lodów. Te ceny zależą z kolei od woli konsumentów, którzy są gotowi kupować konkurencyjne produkty. Tak samo przedsiębiorcy konkurują o wszelkie czynniki produkcji, również o ziemię. Cena ziemi wynika z gotowości przedsiębiorców do zapłacenia za nią. A ich gotowość wynika ze spekulowania, jakie mogą być przyszłe poziomy cen sprzedawanych przez nich dóbr (ponieważ działania te dotyczą przyszłości, zawsze istnieje ryzyko popełnienia błędu).



**Jeśli kupujesz produkt, to dajesz przedsiębiorcy informację, że dobrze zorganizował swoje przedsiębiorstwo. Jeśli zdecydujesz się na zakup, to znaczy, że przedsiębiorca odpowiednio zadbał o system sprzedaży, marketing, dowóz towaru do sklepu, właściwie wyszkolił ludzi itp. I odwrotnie – jeśli nie decydujesz się na zakup – to przedsiębiorca powinien się zastanowić, co w swoim zakładzie zmienić. Być może problem tkwi w samym produkcie, ale przeszkodą w osiągnięciu sukcesu może być też kiepska organizacja.**

Za każdym razem, gdy nabywamy produkt, pokrywamy koszty alternatywne czynników służących do jego wytworzenia. Jeśli nabywamy u sprzedawcy w galerii handlowej bawełnianą koszulkę, to jej cena musi odpowiadać kosztom alternatywnym. Płacimy pośrednio za to, że bawełna nie została zużyta na produkcję obrusa. Płacimy za to, że produkt nie trafił do innego sklepu. Płacimy za to, że sprzedawca został zatrudniony w sklepie, a nie w restauracji obok. Swoimi indywidualnymi decyzjami stawiamy konsumencki stempel, który potwierdza, że przedsiębiorca dobrze zrobił, odciągając czynniki produkcji od konkurencyjnych zastosowań i wytwarzając coś, co nabyliśmy. Ten wybór wraz z wyborami dokonywanymi przez innych kupujących składa się na aprobatę wcześniejszych

decyzji przedsiębiorcy o dostarczeniu czegoś do sklepu (bądź w wypadku niekupienia – dezaprobate).

Dlatego możemy powiedzieć, że wszelkie ceny na rynku są pochodną preferencji konsumentów. Konsumenti są „królami” procesów produkcji, ale dodajmy – „królami” nieobecniymi. Produkcja nie następuje automatycznie pod dyktando tego, czego konsumenti pragną najbardziej. Jej realizacja dokonuje się dzięki działalności przedsiębiorców, którzy starają się odkrywać możliwe sposoby produkcji i trafiać nimi w gusta konsumentów. I choć konsumenti są nieobecniymi „królami”, to przedsiębiorcy są działającymi na ich zlecenie bezpośredniymi kierownikami produkcji.



### *Pytania i zadania*

1. Wyjaśnij na przykładzie jednej branży, jak koszty ponoszone przez przedsiębiorstwo wpływają na jej decyzje o ustalaniu cen.
2. Opisz, odwołując się do odpowiedniego przykładu, jak zmiany preferencji konsumentów w jednej branży mogą wpływać na ceny w branżach pokrewnych.
3. Wyjaśnij, dlaczego koszty są pochodną cen dóbr finalnych.