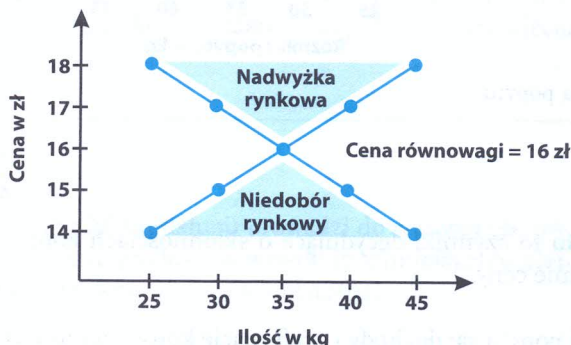


ZAPAMIĘTAJ

Cena równowagi rynkowej to cena równoważąca rynek: rozmiary zapotrzebowania (ilość nabywana) są równe ilości oferowanej, czyli popyt zrównuje się z podażą.

PRZYKŁAD

Cena równowagi wyznaczona na rysunku 6.3 wynosi 16 zł. Satisfakcjonuje ona zarówno sprzedawców, jak i nabywców i jest skutkiem wzajemnego oddziaływania podaży i popytu (rys. 6.3).



Rys. 6.3. Cena równowagi rynkowej produktu

Przy cenie niższej niż 16 zł za 1 kg wielkość zapotrzebowania jest większa niż oferowana ilość. Taka sytuacja oznacza *niedobór rynkowy*. Na rysunku 6.3 niedobór rynkowy wyznacza odstęp pomiędzy krzywą podaży a krzywą popytu poniżej punktu równowagi. Odwrotną sytuację obserwujemy w przypadku każdej ceny wyższej niż 16 zł. Wówczas ilość oferowana jest większa niż zapotrzebowanie i powstaje *nadwyżka rynkowa*. Nadwyżkę rynkową wyznacza odstęp pomiędzy krzywą podaży a krzywą popytu powyżej punktu równowagi. Gdy cena kształtuje się na poziomie wyższym niż cena równowagi, wówczas wytwórcy są zmuszeni ją obniżyć. Powinna zostać osiągnięta cena równowagi, co umożliwi zlikwidowanie nadwyżki podaży.

Paradoksy rynkowe

Na niektórych rynkach mamy do czynienia z naruszeniem prawa popytu. Zdarza się, że gdy wzrasta cena produktu, rośnie także wielkość popytu, tj. liczba jednostek produktu, którą konsumenci są skłonni nabyć w danym okresie przy konkretnym poziomie rynkowej ceny tego produktu.

PRZYKŁADY

- Paradoks Giffena** ma miejsce przy bardzo niskich dochodach konsumentów i przy wzroście cen dóbr niższego rzędu. Angielski ekonomista i statystyk Robert Giffen (1837–1919) w II połowie XIX w. stwierdził, że mimo wzrostu cen chleba, wielkość popytu na to dobro również wzrasta. Zaobserwował to przede wszystkim w najuboższych gospodarstwach domowych, których wydatki na chleb były wysokie w stosunku do całości wydatków. Chleb jest specyficznym dobrem konsumpcyjnym, które nie ma bliskich substytutów. Sam stał się substytutem innych dóbr żywnościowych, których ceny były relatywnie wyższe od ceny chleba. Taka sytuacja powoduje wzrost spożycia chleba.

- **Paradoks Veblena** – nazwa pochodzi od nazwiska amerykańskiego ekonomisty i socjologa Thorsteina Veblena (1857–1929), który w książce *Teoria klasy próżniaczej* przedstawił pogląd, zgodnie z którym ludzie kupują dobra materialne, by używać ich na pokaz (tzw. konsumpcja na pokaz).
- **Efekt snoba** – zjawisko jest podobne do wcześniej opisanego paradoksu Veblena. Efekt snoba polega na ograniczaniu lub rezygnacji z zakupu pewnych dóbr, ponieważ są one chętnie nabywane przez inne gospodarstwa domowe. Na przykład, grupa snobów z USA nie jada hamburgerów, gdyż według nich jest to jedzenie dla zwykłego Amerykanina. Snobi uważają się za wyjątkowych i jedzą potrawy droższe (odmiana konsumpcji na pokaz). W tym zjawisku krzywa popytu przebiega poniżej krzywej popytu dla typowego konsumenta.
- **Efekt owczego pędu** jest przeciwieństwem efektu snoba. Charakteryzuje go potrzeba utożsamiania się z innymi konsumentami i ich stylem życia – na zasadzie: kolega coś ma, więc ja też muszę to mieć. Efekt snoba i efekt owczego pędu opisał amerykański ekonomista Harvey Leibenstein (1922–1994).

Oprócz popytu rynkowego na dany produkt wyróżniamy także **popyt indywidualny**, tj. popyt konkretnego konsumenta (gospodarstwa domowego) na dany produkt. **Popyt rynkowy** stanowi sumę popytów poszczególnych konsumentów będących uczestnikami danego rynku.

W przykładzie dotyczącym czereśni przedstawiono **rynek produktu**. W analogiczny sposób możemy analizować popyt na czynniki produkcji (np. popyt na pracę) albo popyt na instrumenty finansowe (np. popyt na obligacje, akcje, pieniądze, walutę zagraniczną, oszczędności). Wówczas wielkość popytu zostaje wyrażona w innych jednostkach – np. liczba osób na rynku pracy, liczba akcji na rynku akcji, liczba jednostek waluty zagranicznej na rynku walutowym. Dla różnych rodzajów rynków stosujemy także inne określenia ceny, po której są zawierane transakcje. Przykładowo, na rynku pracy ceną jest płaca, a na rynku oszczędności – stopa procentowa.

SPRAWDŹ SWOJĄ WIEDZĘ

1. Co rozumiesz przez pojęcie mechanizmu rynkowego?
2. Na czym polegają prawo popytu i prawo podaży?
3. Podaj nazwy kilku produktów znajdujących na polskim rynku, na które popyt przewyższa podaż.
4. Podaj kilka przykładów paradoksów rynkowych.

ĆWICZENIE

Na które z wymienionych produktów popyt jest sztywny: samochody, usługi stomatologiczne, mąka, sól, jachty, usługi zegarmistrzowskie, obuwie, mleko, wędki?