

ANNALES  
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA  
LUBLIN — POLONIA

Vol. XX, 2

SECTIO H

1986

Katedra Ekonomii Politycznej  
Wydziału Ekonomicznego UMCS

Wacław GRZYBOWSKI

**Ceny a warunki równowagi rynkowej**

Цены и условия рыночного равновесия

Prices and Conditions of Market Balance

CENA A GRA PODAŻY I POPYTU

Cena rynkowa powstaje przede wszystkim jako wynik zderzenia się popytu i podaży, przy czym przez popyt rozumiemy wielkość zapotrzebowania ludności, jednostek gospodarczych i instytucji na towary będące przedmiotem oferty sprzedaży pod warunkiem, że znajduje ono pokrycie w środkach płatniczych nabywców. Podażą natomiast jest wspomniana oferta rynkowa sprzedawców, czyli wielkość produkcji towarów i usług, jaką producenci i handlowcy skierowują do obrotu rynkowego<sup>1</sup>.

Popytem rynkowym nie jest więc całe zapotrzebowanie nabywców, lecz tylko ta jego część, która ma pokrycie w pieniądzu lub innych prawnie uznanych środkach płatniczych, natomiast podażą staje się tylko produkcja lub zakup (np. z importu) dóbr i usług w celach ich zbycia na rynku. Zarówno więc popyt, jak i podaż są kategoriami czysto rynkowymi i tylko w tym znaczeniu są czynnikami kreującymi ceny rynkowe.

Cena powstająca jako wynik zderzenia się popytu i podaży jest w zasadzie ceną równowagi rynkowej, gdyż w przypadku wzrostu popytu a stałej podaży cena wzrośnie do poziomu równowagi, zaś w sytuacji odwrotnej, czyli wzrostu podaży a stałego popytu cena rynkowa spadnie o odpowiednią wielkość. Zasady współdziałania popytu i podaży nazywamy grą rynkową, której reguły mogą działać swobodnie bez

<sup>1</sup> Por. J. Mujżel: *Stosunki towarowe w gospodarce socjalistycznej*. PWE Warszawa 1963, s. 9.

ingerencji z zewnątrz, np. państwa (wolna konkurencja) lub też mogą być sterowane za pomocą ingerencji zewnętrznej (oligopole, monopol państwowy). W zasadzie we współczesnym świecie nie spotykamy już rynku funkcjonującego w klasycznie czystych warunkach wolnej konkurencji i stąd ceny rynkowe powstają dziś nie tylko w rezultacie działania prawa podaży i popytu, ale również w mniejszym lub większym stopniu pod wpływem ingerencji zewnętrznej dokonywanej przez monopol lub państwo. Współczesne rynki są bowiem mniej lub bardziej zmonopolizowane. Odnosi się to także do rynków socjalistycznych, na których podaż jest bądź w całości, bądź w przytłaczającej części zmonopolizowana przez przedsiębiorstwa uspołecznione lub ich zrzeszenia, natomiast gros uprawnień cenotwórczych jest skoncentrowanych w rękach państwa. Nie jest natomiast zmonopolizowana większa część popytu rynkowego. Odnosi się to przede wszystkim do popytu ludności na dobra i usługi konsumpcyjne, gdyż w praktyce również popyt może zostać całkowicie zmonopolizowany, oczywiście nie popyt ludności, lecz popyt niektórych przedsiębiorstw i organizacji uspołecznionych. W pełni zmonopolizowany charakter będzie miał np. popyt na buraki cukrowe reprezentowany przez cukrownie państwowe lub skup innych produktów rolnych realizowany np. przez gminne spółdzielnie „Samopomoc Chłopska”.

Na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych popyt występuje w zasadzie w postaci zatowarowanej, gdyż przedsiębiorstwa i instytucje zakupują tylko nieznaczną część oferowanych do sprzedaży towarów tego rodzaju. Już sam ten fakt stawia konsumentów indywidualnych w znacznie gorszej sytuacji, gdyż nawet gdyby cena powstawała na rynku bez jakiegokolwiek ingerencji zewnętrznej, to zmonopolizowana podaż posiadać będzie pozycję silniejszą. Przy interwencji zewnętrznej w proces stanowienia ceny, nawet tylko niewielkiej, pozycja producentów-sprzedawców będzie również silniejsza, gdyż ich możliwości oddziaływania, np. na decydenta centralnego, będą znacznie większe niż niezorganizowanych z reguły konsumentów indywidualnych. Ponadto interweniujący na rynku decydent centralny może być bezpośrednio zainteresowany w ustanowieniu wyższej ceny ze względu na zależność, jaka istnieje pomiędzy dochodami budżetu a poziomem cen rynkowych. Jeśli do tego dodać inne możliwości producentów wywierania wpływu na poziom stanowionych cen, to ich pozycja rynkowa wydaje się być zawsze korzystniejsza niż pozycja konsumentów.

W obrocie dobrami i usługami produkcyjnymi popyt nie jest zbyt silnie zatowarowany zwłaszcza w tych dziedzinach, w których występuje znaczny stopień koncentracji produkcji. Pozycja nabywców jest w takich warunkach znacznie silniejsza. W przypadku części dóbr produkcyjnych występuje nawet popyt zmonopolizowany.

W obrocie środkami produkcji wpływ prawa podaży i popytu na kształtowanie cen jest więcej niż znikomy, gdyż przeważnie nie są to ceny równowagi lub nawet tylko do niej zbliżone. W gospodarowaniu środkami produkcji nadal dominują kryteria nierynkowe, które wykształciły system zaopatrzenia zwany rozdzielnictwem. Ceny w tym systemie pełnią przede wszystkim funkcje ewidencyjne i rachunkowe<sup>2</sup>.

Na rynkach dóbr i usług konsumpcyjnych występują również ceny, które w sposób trwały odbiegają od wymogów równowagi. Dotyczy to przede wszystkim cen na wiele artykułów pierwszej potrzeby, np. cena detaliczna mleka, ale nie tylko. Można przytoczyć przykłady cen rynkowych odbiegających od warunków równowagi na dobra uznawane za luksusowe, np. państwowe ceny samochodów produkcji polskiej i krajów socjalistycznych. Funkcjonowanie cen na rynku, które nie spełniają warunku równowagi może prowadzić do powstania poważnych strat ekonomicznych i społecznych w postaci marnotrawstwa dóbr i usług materialnych i to nie tylko w produkcji, ale również w sferze konsumpcji. W tym kierunku oddziałują np. niskie ceny dóbr konsumpcyjnych, które nie skłaniają do oszczędnych zakupów, lecz przeciwnie powodują wzrost zakupów. W podobnym kierunku mogą działać ceny innych dóbr, jeśli stan braku równowagi utrzymuje się przez dłuższy okres. Istniejące wówczas trudności w nabyciu towarów skłaniają nabywców do robienia zakupów na zapas, na wszelki wypadek, co powiększa stan nierównowagi i doprowadza do spekulacji cenowej deficytowymi towarami.

W Polsce występowanie cen rynkowych nie spełniających warunku równowagi podaży i popytu jest częściowo uzasadniane względami społecznymi, np. koniecznością ochrony warunków życia ludności najmniej zarabiającej, ale część cen tego typu funkcjonuje również na zasadzie przyzwyczajenia lub też na skutek nieformalnych nacisków grup społecznych zainteresowanych względnie niską ceną. Można tu przytoczyć nieformalne wpływy osób liczących na talony samochodowe lub możliwość zakupu innych atrakcyjnych towarów.

#### CENY W RÓWNOWADZE KRÓTKOOKRESOWEJ I DŁUGOFALOWEJ

Ceny rynkowe odzwierciedlają w zasadzie, jeśli tworzone są w oparciu o wymogi prawa podaży i popytu, warunki równowagi krótkiego okresu, która to równowaga jest najbardziej zbliżona do pojęcia równowagi statycznej, która nie uwzględnia ani zmian

<sup>2</sup> B. Minc wyraźnie podkreśla, że ceny środków produkcji nie muszą być cenami równowagi. Por. *Ekonomia polityczna socjalizmu*. PWN, Warszawa 1963, s. 466—467.

w poziomie podaży i popytu, ani też ruchu cen. Równowaga statyczna nie uwzględnia bowiem czynnika czasu, który powoduje wymienione zmiany wielkości rynkowych. W równowadze krótkiego okresu zmiany takie oczywiście zachodzą, choć przyjmuje się, że nie są to zmiany zbyt istotne zarówno w odniesieniu do wielkości popytu i podaży, jak też ich struktury<sup>3</sup>.

W równowadze dynamicznej, którą można by określić mianem równowagi długookresowej, ceny są nie tylko wynikiem zderzenia się popytu i podaży, ale same wpływają na wielkość i strukturę produkcji oraz na wielkość i strukturę popytu, co znowu wywołuje zmianę ceny rynkowej, która staje się motywem podejmowania decyzji produkcyjnych i decyzji konsumentów<sup>4</sup>.

W praktyce stanowienia cen rynkowych podstawowe znaczenie mają warunki równowagi krótkookresowej, gdyż o poziomie cen decydują realne wielkości popytu i podaży. Ingerencja zewnętrzna państwa w procesy cenotwórcze może jednak polegać na kształtowaniu takich relacji cenowych, które ułatwią osiągnięcie oczekiwanej za lat kilka podaży rynkowej i pożądanych zmian w poziomie i strukturze popytu ludności. Godzenie wymogów równowagi krótkookresowej i długookresowej nie jest jednak sprawą łatwą, gdyż są one często ze sobą sprzeczne.

Jak już zauważyłem wcześniej cena jest rezultatem zderzenia się popytu i podaży, ale w przypadku kiedy powstaje ona poza rynkiem i posiada względnie sztywny charakter, wówczas jej siła oddziaływania na kształtowanie się popytu i podaży może się zmniejszać z uwagi na to, że cena rynkowa nie reaguje na zmiany w popycie i podaży wywołane czynnikami pozacenowymi, np. dochodowymi. Jeśliby więc nawet przyjąć, że ustanowiona poza rynkiem, w drodze postępowania administracyjnego, cena rynkowa odpowiada warunkom równowagi, to ze względu na jej sztywny względem zmian w popycie i podaży charakter przekształci się z czasem w cenę nierównowagi. Jest to główna wada cen rynkowych stanowionych poza rynkiem. Takich cen nie spełniających warunku równowagi jest na naszym rynku wiele i nie trzeba ich szukać tylko wśród cen stanowionych przez decydentów centralnych (ceny państwowe, obecnie urzędowe), ale również nie są wyjątkami wśród cen stanowionych w trybie zdecentralizowanym przez przedsiębiorstwa uspołecznione (aktualnie ceny regulowane i umowne).

Konsekwencją funkcjonowania cen rynkowych nie spełniających wa-

<sup>3</sup> W związku z tym równowaga rynkowa w okresie krótkim może być interpretowana jako stan pośredni pomiędzy równowagą statyczną i dynamiczną.

<sup>4</sup> Konieczność posługiwania się kategorią długiego horyzontu czasowego jest obecnie szeroko podkreślana. Czas w ekonomii staje się coraz częściej przedmiotem analiz i rozważań.

runków równowagi jest istnienie spekulacji i cen spekulacyjnych. Oczywiście są takie rynki cząstkowe, na których spekulacja nie może być szybko zlikwidowana z uwagi na nieskuteczne oddziaływanie cen rynkowych na wielkość podaży i popytu (szereg artykułów spożywczych o podstawowym dla ludności znaczeniu), ale są również takie rynki, gdzie ustanowienie ceny rynkowej spełniającej wymóg równowagi zlikwidowałoby szybko problem spekulacji. Można to odnieść np. do cen samochodów osobowych, na które cena państwowa jest o kilkaset tysięcy złotych niższa od ceny giełdowej — wolnorynkowej<sup>5</sup>. Trudno naprawdę uzasadnić istnienie tych dwóch cen na tak wciąż jeszcze luksusowy towar, jakim w Polsce jest samochód osobowy. Podwójna cena istnieje zresztą nie tylko na samochody produkcji krajowej, ale również na importowane z krajów socjalistycznych. Sam fakt nabycia od państwa samochodu osobowego daje nabywcy wcale niemały zysk w stosunku do ceny, jaką musiałby za taki sam samochód zapłacić na giełdzie, a który często jest realnym faktem przy sprzedaży (właściwie odsprzedaży), nabytego samochodu na giełdzie. Dla ludzi, którzy otrzymują samochody osobowe na talony lub asygnaty regularnie co 4 lata, oznacza to pełny zwrot zapłaconej sumy za samochód, czyli jazdę za darmo.

Powstaje pytanie, czy funkcjonowanie na rynku cząstkowym ceny nierównowagi może pozwolić na osiągnięcie tej równowagi za pomocą wzrostu produkcji, a więc zwiększenia podaży. Jeśli cena rynkowa jest niższa niż ta, która ukształtowałaby się na rynku przy swobodnej lub regulowanej grze podaży i popytu, a produkcja jest mimo to rentowna, to mogą się zdarzyć co najmniej dwie możliwości: produkcja będzie rosła, ale popyt będzie rósł jeszcze szybciej ze względu na stosunkową atrakcyjność ceny oraz produkcja będzie rosła bardzo powoli, aby utrzymać niezaspokojoną lukę pomiędzy rosnącym szybko popytem i podażą z uwagi na dużą łatwość sprzedaży towarów przez producentów. Istnieje bowiem wówczas trwały rynek producenta, który jest dobrym dla niego rynkiem. Pojęcie bowiem „dobrego” rynku nie jest jednoznaczne. Inny jest dobry rynek dla konsumenta a inny dla producenta.

Przy cenie rynkowej nie spełniającej wymogu równowagi, ale nie zapewniającej rentowności produkcji, jej rozmiary nie będą rosły, jeśli nie zostanie użyty nieekonomiczny system motywacji (np. nakaz), albo będą rosły bardzo powoli, natomiast popyt może okazać się bardzo dynamiczny z uwagi na ekonomiczną atrakcyjność ceny dla nabywcy.

W omawianych wyżej przypadkach braliśmy pod uwagę cenę rynkową niższą niż ta, która ukształtowałaby się pod wpływem działania po-

<sup>5</sup> Problem ten daje się wyjaśnić, kiedy uwzględnimy poziom płac, które jednak od dłuższego czasu nie pozwalają na zakup samochodu osobowego, często nawet na jego utrzymanie.

daży i popytu. Nie można jednak eliminować przypadków, kiedy cena rynkowa ustalona poza rynkiem jest wyższa od ceny, którą ukształtowałyby równowaga podaży i popytu. Przy normalnym działaniu praw rynkowych cena taka nie mogłaby się po prostu na rynku utrzymać. Cena narzucona z zewnątrz, czyli cena ustanowiona dla rynku mocą decyzji administracyjnej, będzie obowiązywała ograniczając oczywiście popyt rynkowy, ale nie koniecznie produkcję, gdyż przedsiębiorstwa wykorzystując swoją pozycję monopolistyczną będą wytwarzały bardzo opłacalne produkty na skład.

Wyższa od ceny równowagi cena rynkowa powinna oczywiście wzmocnić motywację wzrostu produkcji przeznaczonej na zaopatrzenie rynku, ale producenci lub producent podejmując decyzję znacznego wzrostu produkcji powodowałby konieczność obniżenia ceny, a więc i rentowności pogarszając jednocześnie warunki sprzedaży własnych wyrobów rynkowych ze względu na zwiększoną podaż i rozszerzone możliwości wyboru dla nabywcy. Wątpliwe więc, czy producenci posiadając pozycję monopolisty rynkowego zdecydowałiby się na takie przedsięwzięcie.

#### MOTYWACYJNE I STYMULACYJNE ODDZIAŁYWANIE CEN RYNKOWYCH NA DECYZJE UCZESTNIKÓW RYNKU

Ceny rynkowe spełniają szereg funkcji społeczno-ekonomicznych, które jednocześnie decydują o ich roli w procesie gospodarowania społecznego. Poglądy na temat funkcji spełnianych przez ceny są bardzo zróżnicowane i właściwie nie do pogodzenia, gdyż wynikają one z odmiennego podejścia autorów do roli cen w gospodarce, zakresu ich wykorzystywania i sposobów stanowienia. Najczęściej wyróżnia się od 3—5 funkcji cen. W. B. Szytber wyróżnia pięć funkcji cen: redystrybucyjną, rozdzielczą, informacyjną, bodźcową i zasilającą. L. Miastkowski natomiast wymienia tylko cztery funkcje: 1) jako narzędzia rachunku ekonomicznego, 2) jako narzędzia podziału dochodu narodowego, 3) jako bodźca ekonomicznego, 4) jako narzędzia równowagi rynkowej. A. Lipowski wymienia zaś tylko trzy funkcje cen: a) informacyjną, b) zasileniową c) bodźcową<sup>6</sup>. Na tym zakończę wyliczanie różnych poglądów na temat funkcji społeczno-ekonomicznych spełnianych przez ceny, gdyż w moim przekonaniu na uwagę zasługuje nie tyle zróżnicowanie poglądów poszczególnych autorów w kwestii spełnianych przez ceny zadań społeczno-

<sup>6</sup> Por. W. B. Szytber: *Teoria i polityka cen w gospodarce socjalistycznej*. PWN, Warszawa 1967; L. Miastkowski: *Systemy cen w gospodarce socjalistycznej*. UŁ, Łódź 1983; A. Lipowski: *Ceny dla dostawców w teorii i praktyce gospodarki socjalistycznej*. PWN, Warszawa 1978.

-ekonomicznych, ile konieczność takiego uporządkowania tych funkcji, aby możliwie najpełniej odzwierciedlały z jednej strony ich hierarchię, a z drugiej — ich bezpośrednią zależność od rynku i sprawności jego funkcjonowania.

Analizując społeczno-ekonomiczne funkcje cen, trzeba przede wszystkim zacząć od przypomnienia powszechnie znanej prawdy, że ceny są kategorią rynku tworzoną przez grę podaży i popytu, czyli zderzanie się preferencji sprzedawcy i nabywcy. W tym znaczeniu cena rynkowa jest po prostu kompromisem pomiędzy preferencjami i interesami sprzedawców i nabywców. Tworzenie równowagi tych interesów jest pierwszym i najważniejszym zadaniem ceny. Bez spełniania tego zadania cena w znaczeniu ekonomicznej kategorii rynku nie może w ogóle istnieć. Pojęcia ceny można oczywiście używać do innych celów, ale nie będzie to wtedy cena w jej znaczeniu rynkowym.

Ta oczywista prawda nie nastrocza wielu kłopotów, kiedy analizujemy procesy tworzenia cen na rynku wolnokonkurencyjnym, gdzie gra podaży i popytu jest przyczyną sprawczą powstawania cen równowagi i te ceny dopiero stanowią motyw powiększania lub pomniejszania produkcji rynkowej oraz powiększania lub pomniejszania zakupów. Wolna gra popytu i podaży tworzy cenę, która dla jednych producentów jest opłacalna lub nawet wysoce opłacalna, natomiast dla innych wytwórców jest zbyt niska nie mieszcząc w sobie nawet ich kosztów własnych produkcji. Cena równowagi nie tylko bilansuje, ona również wynagradza i eliminuje. Nagradza za pomysłowość, aktywność, często po prostu za trafnie podjęte i dobrze skalkulowane ryzyko, eliminuje zaś nieudolność, niesprawność, brak inicjatywy i umiejętności wygrania ryzyka bądź z obawy przed jego pojęciem, bądź też z braku umiejętności jego eliminacji w trakcie działania. Trzeba przy tym wyraźnie podkreślić, że cena równowagi eliminuje bezlitośnie nie biorąc pod uwagę żadnych okoliczności łagodzących ani obiektywnych, ani subiektywnych. Cena równowagi reprezentuje więc na wolnym rynku, a w konsekwencji w gospodarce, swoistą siłę naturalną powodującą selekcję producentów. Podobnie eliminuje z rynku tych potencjalnych nabywców, których pieniężna oferta rynkowa (oferta zakupu) nie mieści się w cenie równowagi. Cena ta bowiem działa obusiecznie i po obydwu stronach jednakowo bezwzględnie. Dlatego wolny rynek stwarzał motywację do podejmowania przedsięwzięć produkcyjnych i handlowych, ale dysponował również sankcją dla tych, którym się nie wiodło. Cena równowagi nagradzała więc tylko sukcesy i powodzenia, karała zaś potknięcia i niepowodzenia. Stąd w cenie były: sukces i powodzenie; w nielące natomiast — niepowodzenia. Rynek wolnokonkurencyjny dzielił więc sprzedawców na dwie grupy: tych, którym się lepiej lub gorzej udało i wyszli zwycięsko z konfrontacji

z ceną równowagi oraz tych, którzy w tej konfrontacji ponieśli porażkę i w związku z tym muszą rynek opuścić.

Rynek wolnokonkurencyjny działa nie tylko w sferze obrotu towarami — rzeczami, ale również w sferze obrotu siłą roboczą, której ceną jest płaca. Płaca podlega mniej więcej tym samym regułom, które wyznaczają cenę. Kto taniej oferuje swoją pracę, ten ją szybciej otrzymuje, a ten, który taniej kupuje, zyskuje większe szanse w walce o sukces i powodzenie na rynku. Czas wprowadza na kapitalistyczny rynek pracy określone ograniczenia w kształtowaniu poziomu płac i stwarza określone siły społeczne, które ograniczają wolną grę płac, ale sama istota płacy zachowuje charakter ceny.

Sukcesy i powodzenia na rynku wolnokonkurencyjnym prowadzą w gruncie rzeczy do jego unicestwienia, gdyż tworzą coraz to silniejszych ekonomicznie producentów i dostawców rynkowych, którzy stopniowo, ale systematycznie, monopolizują podaż narzucając rynkowi konieczność uznania ich priorytetów za nadrzędne. Rosnący coraz bardziej w siłę ekonomiczną producenci rynkowi stają się coraz bardziej uprzywilejowanymi uczestnikami rynku, który też nabiera więcej cech rynku monopolistycznego. Wkroczenie na rynek państwa jako swego rodzaju „trzeciej siły” zagmatwało nieco charakter współczesnego rynku kapitalistycznego, chociaż nie zmieniło w zasadzie istoty ceny rynkowej. Reprezentuje ona teraz wyraźnie przewagę preferencji zmonopolizowanych producentów i dostawców, ale równoważenie popytu i podaży dalej stanowi istotę procesów cenotwórczych, przy czym cena także i na rynku monopolistycznym jest motywem zwiększania i zmniejszania podaży oraz popytu rynkowego. Jeśli jednak na rynku wolnokonkurencyjnym odchylenia cen od stanów równowagi mogły być tylko krótkotrwałe, to monopole są w stanie przetrwać dłuższe sytuacje nierównowagi. Stąd cena rynkowa przestaje być jednym i głównym narzędziem konkurencji monopolistycznej oczywiście dla potentatów rynkowych. Dla przedsiębiorstw mniejszych i drobnych, których przecież nie brak w gospodarce kapitalistycznej, zachowuje ona nadal te same cechy, które ją charakteryzowały na rynku wolnokonkurencyjnym.

Gdyby chcieć krótko wyrazić *differentia specifica* rynku monopolistycznego w stosunku do poprzedzającego go rynku wolnokonkurencyjnego, to z interesującego nas punktu widzenia da się ona wyrazić w tym, że cena rynkowa oddziałuje tu bardziej długofalowo na kształtowanie się podaży i popytu. Inaczej mówiąc monopole wywierając wpływ na poziom cen, który wyraża teraz ich preferencje znacznie silniej niż preferencje nabywców, zwiększa tym samym rolę cen w kształtowaniu się wielkości podaży i popytu. Cena na rynku wolnokonkurencyjnym była przede wszystkim rezultatem żywiłowo kształtującej się podaży i tak samo



żywiolowo tworzonego popytu. Powiedzmy, że była ona bardziej ceną wynikową gry podaży i popytu, gdy tymczasem cena na rynku zmonopolizowanym ma bardziej charakter sprawczy stwarzając monopolom możliwości ulokowania na rynku maksymalnej podaży na najbardziej opłacalnych warunkach. Cena dalej przeto zachowuje działanie motywacyjne i jednocześnie sankcyjne. Zachodzą przeciw zmiany na liście największych producentów rynków kapitalistycznych. Nie są one może zbyt częste, ale są faktem. Oznacza to istnienie zagrożeń dla producentów, którzy poziomem kosztów własnych produkcji odbiegają od konkurentów i osiągają mniejsze zyski, które nie pozwalają im na zachowanie dotychczasowej konkurencyjności i zdolności do podejmowania ryzyka.

Zarówno na rynku wolnokonkurencyjnym, jak i monopolistycznym cena wchodzi do rachunku ekonomicznego producentów jako motyw kalkulacji oczekiwanych zysków bądź grożących strat. Jest ona motywem powiększania lub pomniejszania podaży w zależności od stopnia atrakcyjności ceny uzyskiwanej za dostarczane na rynek towary.

Rachunek ekonomiczny jest charakterystyczny nie tylko dla działalności producentów kapitalistycznych. Charakteryzuje on również postępowanie nabywców indywidualnych, którzy powstrzymują się od określonych zakupów przy wzroście ceny rynkowej i zwiększają ich rozmiary przy obniżeniu ceny rynkowej. Elementami tego rachunku jest uzyskiwany dochód pieniężny i ceny rynkowe, a jego rezultatem podejmowane decyzje zakupu lub powstrzymania się od zakupu. Nadmierne zakupy są z reguły oczywistą stratą ograniczając lub w ogóle uniemożliwiając realizację innych celów finansowanych z dochodu własnego. Dla ludzi utrzymujących się z pracy dochodem tym jest uzyskiwana płaca. Dlatego nie można jej odrywać od rachunku ekonomicznego.

Te same ceny rynkowe wywołują inną motywację u dostawców i u nabywców. Cena, która zachęca producenta do powiększania produkcji rynkowej, powstrzymuje z reguły nabywcę od zakupu albo też nakazuje ograniczyć jego rozmiary. Stąd właściwie należałoby, w oparciu o dotychczasowe rozważania, wyróżniać motywację cen w rachunku ekonomicznym dostawców i nabywców. Są to rachunki odrębne dotyczące uczestników rynku różniących się interesami i priorytetami. Z ostatecznymi wnioskami odnoszącymi się do roli cen w rachunku ekonomicznym poczekajmy jednak do momentu, kiedy przedstawimy funkcjonowanie cen na rynku socjalistycznym.

Rynek socjalistyczny traktować należy jako rynek zmonopolizowany i to nie głównie dlatego, że jest to rynek (dotyczy to większości rynków cząstkowych) uspołecznionych dostawców dostarczających całą lub prawie całą podaż rynkową towarów, ale głównie na zmonopolizowanie procesów cenotwórczych i oderwania decyzji cenowych od wymogów równo-

wagi rynkowej. Dewiacje cen stanowionych centralnie, a także znacznej części cen stanowionych przez przedsiębiorstwa uspołecznione od cen równowagi, mają, bardzo często charakter trwałe. Tylko część cen obowiązujących na rynku tworzona jest w oparciu o reguły równowagi podaży i popytu, natomiast większość powstaje w oparciu o inną podstawę wyjściową.

Ceny tworzone w oparciu o decyzje administracyjne, czyli ceny administracyjne bardzo rzadko i raczej przypadkowo są cenami równowagi. Przeważnie odbiegają one poziomem od tego wymogu i jeśli są niższe od ceny równowagi (hipotetycznej w takich warunkach), to nie zachęcają producentów i dostawców do powiększania podaży ze względu na nieatrakcyjność ceny sprzedaży, a jeśli są od tej ceny wyższe, to stwarzają warunki osiągnięcia łatwych zysków, które mogłyby się pogorszyć w przypadku znacznego powiększania podaży. Ceny administracyjne nie są więc skutecznym motywem podejmowania przez producentów przedsięwzięć stymulujących wzrost produkcji rynkowej.

Te same ceny administracyjne mogą nie być aktywnym i racjonalizującym elementem rachunku ekonomicznego indywidualnych nabywców i nie będą powstrzymywać ich od nieracjonalnych zakupów. W sytuacji występowania niskiej ceny mogą mieć miejsce zakupy na wszelki wypadek, zakupy związane z marnotrawstwem w konsumpcji i zakupy powodowane przez ewentualną nierytmiczność dostaw rynkowych. Podniesienie ceny w drodze następnej decyzji administracyjnej może nie zmienić sytuacji, gdyż część nabywców może mieć możliwości pokrycia wzrostu wydatków rynkowych poprzez zwiększenie dochodu pieniężnego, np. w wyniku podjęcia dodatkowej pracy (oficjalnie lub nieoficjalnie). Ponadto przedsiębiorstwa mogą potraktować zwiększenie ceny jako ułatwienie warunków sprzedaży i nie zwiększą rozmiarów produkcji lub zwiększą ją tylko nieznacznie. Przy obowiązywaniu ceny tworzonej administracyjnie nie funkcjonuje wspomniana zależność pomiędzy ceną i jej racjonalizującym oddziaływaniem na decyzje producentów i konsumentów. Cena tworzona administracyjnie nie posiada dostatecznej siły oddziaływania ekonomicznego, chociażby takie przyświecały jej cele.

Cena administracyjna jest przeważnie względnie stabilna, tj. nie zmienia się w ślad za każdym ruchem podaży i popytu oraz z drugiej strony nie pobudza tego ruchu. Przeważnie tę stabilność cen traktuje się jako ich pierwszorzędną zaletę, gdy tymczasem w sytuacjach, kiedy stabilność cen nie jest uwarunkowana stabilnością podaży i popytu może ona stanowić istotną przeszkodę w zachowaniu trwałej równowagi ekonomicznej i rynkowej.

Ceny tworzone administracyjnie towarzyszą z reguły rynkom mniej lub bardziej zamkniętym, na których nie występuje żadna konkurencja,

gdyż z reguły administracyjnie dzielone są zadania produkcyjne w zakresie kreowania podaży. Przy równowadze tworzonej na styk nie ma silniejszej motywacji znaczącego przekraczania zadań produkcyjnych, gdyż w tym kierunku nie skłaniają ustalone reguły współdziałania producentów, którzy bardzo często są zorganizowani w jednostki branżowe tworzące już pełny monopol produkcyjny.

Sytuację zmienia nieco decentralizacja kompetencji cenotwórczych, która w rezultacie przeprowadzonej, w roku 1982 reformy cen zmieniła zasadniczo mapę kompetencji cenotwórczych, ale w zasadzie pozostawiła nienaruszone, ukształtowane przyzwyczajenia i praktyki cenotwórcze. Nie nastąpiła więc istotniejsza zmiana w metodologii stanowienia cen, gdyż przedsiębiorstwa przy podejmowaniu decyzji cenowych kierują się nie rynkowymi regułami tworzenia cen, ale preferowaną przez decydentów centralnych podstawą kosztów własnych produkcji. Jest to metoda wygodna dla producentów, bo pozwala włączyć do ceny skutki niegospodarności lub nawet zwykłego marnotrawstwa.

Ukształtowane przez lata przyzwyczajenia cenotwórcze stanowią wciąż istotną przeszkodę nadania cenom ich właściwego charakteru kategorii rynkowej. Oznaczałoby to całkowite odejście od wyznaczania cen na innych podstawach niż wymogi gry podaży i popytu. W tym celu niezbędne jest jednak skuteczne przełamanie niechęci decydentów cenowych do kierowania się przede wszystkim ekonomicznymi kryteriami podejmowania decyzji cenowych. Kryteria społeczne są bowiem bardzo trudne do uchwycenia i często nie dają się kwantyfikować, gdyż mają głównie jakościowy charakter. Równocześnie powstaje wcale niełatwy do rozwiązania problem, kto powinien wyrażać w procesach cenotwórczych preferencje i interesy społeczne?

Z dotychczasowej praktyki cenotwórstwa w Polsce można prawie jednoznacznie wnioskować, że tego rodzaju funkcje może spełniać tylko państwo. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że dotychczasowa praktyka cenotwórcza była stosunkowo uboga. Nie oznacza to wcale, że zmierzam w kierunku wyłączenia państwa z procesu kształtowania społecznych uwarunkowań stanowienia cen i cenotwórstwa. Byłoby to zresztą w praktyce niemożliwe ze względu na ekonomiczną pozycję zdeterminowaną między innymi ustawowym monopolem państwa, w tym również monopolem na stanowienie cen bądź też wyznaczanie reguł ich stanowienia bezpośrednio przez producentów. Z wielu względów jednak państwo nie powinno dążyć do tworzenia monopolu wyrażania preferencji społecznych w procesach cenotwórczych, gdyż jest ono związane z przedsiębiorstwami dochodami budżetowymi, co w praktyce może ułatwiać producentom stosowanie licznych praktyk monopolistycznych, a sfera cen jest najbardziej na takie praktyki podatna. Stąd w celu skutecznego przeła-

mania praktyki administracyjnej dekretowania cen rynkowych należałoby dopuścić do procesów i decyzji cenowych czynniki reprezentujące preferencje i interesy załogi oraz rozwiązać kwestię uczestnictwa nabywców, których pozycja jako uczestników rynku jest najsłabsza.

Trudności z aktywizacją cen na rynku planowanym centralnie byłyby niepełne, gdyby pominąć charakter monopolu producenta. Otóż ze względu na brak wszelkiej konkurencji producentów i sprzedawców monopol ten także posiada administracyjny charakter co oznacza, że nie może on być osłabiony przez rynek, gdyż wyznaczane administracyjnie ceny albo zabezpieczają jego rentowność, albo też funkcjonujący system wyrównań chroni monopolistę przed poniesieniem ekonomicznych konsekwencji jego niegospodarności i nieefektywności.

W kalkulacji prowadzonej przez monopolistyczne przedsiębiorstwa ceny oczywiście pełnią funkcję informacyjną, ale w wielu wypadkach informacje cenowe mają wydzźwięk obojętny, gdyż nie są podstawą dokonywanych wyborów ekonomicznych. Podejmowane decyzje, również cenowe, są bardzo często rezultatem różnego rodzaju oddziaływań zewnętrznych i nieformalnych<sup>7</sup>. Nie są to przy tym wypadki wyjątkowe.

Na koniec trzeba zauważyć, że słabsze motywacyjne oddziaływanie cen na producentów i konsumentów jest również rezultatem funkcjonowania pieniądza niewymienialnego względem innych walut, co zresztą jest konsekwencją zamkniętego charakteru rynku socjalistycznego. Gdyby na tym rynku funkcjonowała konkurencja, np. producentów zagranicznych, niekoniecznie kapitalistycznych, funkcjonowanie waluty niewymienialnej względem innych walut byłoby praktycznie niemożliwe. Nie oceniamy tutaj, czy funkcjonowanie państwowego monopolu handlu zagranicznego jest korzystne, czy też nie, gdyż interesuje nas tylko jeden aspekt tego monopolu, jakim jest jego wpływ na brak konkurencji rynkowej.

Mówiąc o walucie niewymienialnej trzeba także podkreślić, że wywiera ona poważny wpływ na kształtowanie się rozmiarów popytu. Tego rodzaju pieniądź charakteryzuje się niższą atrakcyjnością ekonomiczną i wobec tego rzadziej jest oszczędzany lub też w innej formie wycofywany z obiegu. Łatwiej więc przy funkcjonowaniu takiego pieniądza o gwałtowne skoki w rozmiarach popytu powodowane głównie przez przypadki nagłego wycofywania oszczędności lub uruchamianie zasobów pieniężnych przechowywanych w gospodarstwach domowych. W praktyce zresztą znane są przypadki masowego wykupu towarów nawet w okresach charakteryzujących się względnym spokojem na rynku.

---

<sup>7</sup> Por. W. Grzybowski, J. Węclawski: *Procesy stanowienia cen regulowanych i umownych w przedsiębiorstwach przemysłowych* (Synteza wyników badań). Materiały Informacyjne Urzędu Cen, kwiecień 1984, s. 1—18.

Wskazując na wiele słabości cen stanowionych administracyjnie zmierzam do sformułowania tezy, że rynek socjalistyczny również powinien być rynkiem równowagi, czyli stanowione ceny winny być rezultatem zderzania się popytu i podaży. Nie musi to być przecież od razu zderzanie się niekontrolowane — żywiołowe. Państwo powinno zatem głównie rynkiem sterować lub też go regulować, ale nie przez zastępowanie reguł ekonomicznych wyłącznie nakazami administracyjnymi. Sterować należy procesami tworzenia cen a nie wyłącznie cenami, gdyż wówczas całkowicie lub częściowo pozbawiamy rynek jego cech naturalnych, bez których nie może on skutecznie działać sankcyjnie, np. w odniesieniu do niegospodarnych producentów i rozrzutnych konsumentów.

Rynek socjalistyczny powinien przeto nabrać nieco więcej zaufania do cen równowagi, a więc do funkcjonowania reguł podaży i popytu. Nie muszą one wcale działać przeciw interesom i preferencjom społecznym, chociaż pewne postawy nie będą mogły być przy funkcjonowaniu cen równowagi tolerowane. Nie mogą być tolerowane zbyt wysokie koszty własne produkcji, podobnie jak ceny tego rodzaju stworzą naprawdę trudne warunki bytowania ludziom niepracującym lub pracującym niedostatecznie wydajnie. Powszechne funkcjonowanie cen równowagi stawia jednak określone wymagania zarówno w odniesieniu do rodzaju i wielkości tworzonych mocy produkcyjnych, jak też w odniesieniu do płac. Równowaga rynkowa musi być przeto interpretowana dostatecznie szeroko.

Trudno jednak oczekiwać stworzenia rynku o trwałej równowadze rynkowej, jeśli pojęcie rynku ograniczymy do obrotu dobrami konsumpcyjnymi, gdyż wówczas obok cen równowagi na rynku dóbr konsumpcyjnych funkcjonować będą ceny nierównowagi w obrocie dobrami produkcyjnymi. Nie jest możliwe, aby ceny te funkcjonując nie oddziaływały na siebie. Trzeba raczej przyjąć, że łatwiejsze w stanowieniu ceny nierównowagi na dobra produkcyjne będą silniej oddziaływać na trudniejsze w stanowieniu ceny dóbr konsumpcyjnych wypierając z czasem z rynku ceny równowagi lub też ograniczając ich zakres do niewielkiego obszaru. Wniosek taki opieram na prostej i powszechnie przyjętej zasadzie, że łatwiejsze reguły działania wypierają trudniejsze. Historia naszej polskiej gospodarki doskonale to zjawisko potwierdza.

Równoważenie popytu i podaży trzeba przeto przyjąć za pierwszą i najważniejszą funkcję cen rynkowych. Przy takim założeniu chodzi o stworzenie takiego rynku, który funkcjonując na zasadzie trwałej równowagi tworzy ceny rynkowe będące silnym i skutecznym motywem wymuszającego oddziaływania na producentów w kierunku powiększania wielkości i doskonalenia struktury produkcji rynkowej oraz na konsumentów w celu racjonalizacji ich popytu jedno-

stkowego. Przez racjonalizację popytu rozumiemy tutaj ograniczenie ich decyzji zakupu tylko do towarów zaspokajających ich potrzeby bieżące. Inne jest przeto motywacyjne działanie ceny rynkowej w rachunku ekonomicznym producentów i dostawców, a inne w rachunku ekonomicznym nabywców. Ta sama cena, która silnie motywuje produktywność producenta i dostawcę rynkowego w rachunku ekonomicznym nabywcy działa w przeciwnym kierunku wymuszając na nim ograniczenie popytu. Stąd wyróżniłbym dwie funkcje cen w rachunku ekonomicznym: 1) cenę jako narzędzie rachunku ekonomicznego producenta, 2) cenę jako narzędzie rachunku ekonomicznego nabywców.

Wyróżnienie rachunku ekonomicznego producentów — sprzedawców i rachunku ekonomicznego nabywców ma w obecnej sytuacji Polski ogromne znaczenie, gdyż odbudowa równowagi rynku wymaga zaostreżenia sankcyjnego oddziaływania rynku zarówno na producentów, jak i na nabywców jest nie mniej istotna niż postaw producentów, gdy tylko nabywców jest nie mniej istotna niż postaw producentów, gdyż tylko równoczesne powiększanie podaży i ograniczanie popytu rynkowego może doprowadzić do stworzenia trwałej równowagi rynkowej.

Rachunek ekonomiczny jest jednak w Polsce jednym ze słabszych ogniw procesu gospodarowania. Często ogranicza się on wyłącznie do ewidencji majątku, wydatków i dochodów. Ceny są w tej sytuacji bardziej narzędziem ewidencji zachodzących zdarzeń gospodarczych niż motywem poszukiwań rozwiązań optymalnych. Reprezentują sobą określone informacje gospodarcze, których znaczenia nie sposób kwestionować, ale nie zawsze są to informacje wywołujące odpowiednie działania szczególnie o charakterze innowacyjnym. Duża część informacji cenowych, przy dominacji nakazowych form gospodarowania, ma dla producentów wymowę prawie obojętną, a dla nabywców, szczególnie indywidualnych, stanowi motyw powiększania zakupów.

Funkcjonowanie cen łączy się bezpośrednio z szeroko rozumianymi procesami podziału, przy czym ukształtował się pogląd, zwłaszcza wśród decydentów centralnych, że ceny narzucane rynkowi w trybie decyzji arbitralnych są bardziej „sprawiedliwe” niż ceny tworzone przez rynek. Nikt nie przeprowadził dowodu na słuszność takiej tezy, chociaż w niektórych środowiskach społecznych jest ona dość popularna. Bierze się częściowo stąd, że w okresach występowania trudności gospodarczych ceny tworzone bezpośrednio przez rynek są bardziej dokuczliwe z uwagi bądź na ich szybki wzrost spowodowany często brakiem równowagi przy wrześnie stanowiących administracyjnie cenach, bądź też ze względu na to, że przy braku konkurencji wzrost cen nie eliminuje produkcji złej jakości ani nie pogarsza w sposób istotny sytuacji ekonomicznej osób źle lub w ogóle nie pracujących.

Myślę, że przy konsekwentnym przestrzeganiu określonych zasad płacowo-dochodowych niesłuszność tego poglądu łatwo byłoby uzasadnić. Cała trudność tkwi w tym, że procesom „urynkowienia” cen nie towarzyszy nadanie płacom i dochodom ludności a także dochodom jednostek gospodarczych bardziej ekonomicznego charakteru. Kiedy obowiązują rynkowe reguły tworzenia cen nie można zachować administracyjno-nakazowych form kreowania płac i dochodów, gdyż wówczas musi dojść do zaostrzenia się sprzeczności pomiędzy rynkowymi i administracyjnymi regułami działania. Ze zderzenia tego reguły rynkowe wcale nie muszą wyjść zwycięsko, gdyż reguły nakazowe wspierane są, przeważnie nieformalnie, przez siłę monopolu handlowego i cenotwórczego.

#### ZAGROŻENIE RÓWNOWAGI W WARUNKACH PEŁNEGO MONOPOLU PRODUCENTA

W gospodarce uspołecznionej, planowanej centralnie jednym z podstawowych warunków racjonalizacji decyzji producentów i konsumentów jest wzmocnienie siły motywacyjnej kategorii i instrumentów rynkowych głównie cen, zysków i strat. Podkreślano wcześniej, że motywacji takiej nie mogą stworzyć łatwe zyski, mało dokuczliwe straty i dowolne ceny. Nie można zaprzeczyć, że część producentów chciałaby stworzenia takiego właśnie modelu rynku, co w praktyce oznaczałoby przeniesienie wszystkich najdotkliwszych wad nakazowego systemu zarządzania do modelu parametrycznego poprzez uzyskanie zasadniczego wpływu na kształtowanie się parametrów rynkowo-cenowych. Nie wpłynęłoby to oczywiście na większe ograniczenie dopływu na rynek pieniądza pustego, bez czego nie można poważniej myśleć o skutecznej polityce demonopolizacji rynku, przynajmniej w warunkach istnienia szeregu monopolii ustawowych (monopol handlu zagranicznego). Stworzenie, chociażby tylko częściowe, konkurencji producentów i sprzedawców wymaga usunięcia tych wszystkich przyczyn, które powodują, że producent dysponuje nieporównywalnymi w stosunku do konsumenta możliwościami wymuszania odpowiadających mu decyzji zakupu.

Wady funkcjonującego w Polsce monopolu producenta są raczej powszechnie uświadamiane. Rodzą one różne reperkusje społeczne, a wśród nich także tęsknotę do modelu rynku wolnokonkurencyjnego. Trzeba od razu podkreślić, że są to tęsknoty nierealne, bo rynek wolnokonkurencyjny w postaci rynku dziewiętnastowiecznego był tylko etapem rozwojowym — etapem który nie może być powtórzony. Wydaje się także, że nierealny w warunkach uspołecznienia środków produkcji jest rynek oligopolistyczny, przynajmniej nie jest on możliwy jako powszechnie funkcjonujący mechanizm gospodarczy. Już tylko ograniczenie tęsknoty

za konkurencją rynkową do jakiegoś modelu konkurencji monopolistycznej musi stwarzać dla gospodarki uspołecznionej szereg problemów o zasadniczym znaczeniu. Przede wszystkim brak modelowych opracowań konkurencji monopolu uspołecznionego, zwłaszcza monopolu organizacji i przedsiębiorstw państwowych. Do niedawna jeszcze problem konkurencji rynkowej w socjalizmie nie był brany poważniej pod uwagę, chociażby nawet jako alternatywne rozwiązanie gospodarcze.<sup>8</sup> Praktyka wyprzedziła pod tym względem teorię ekonomii, gdyż z elementami konkurencji rynkowej spotykamy się na rynku węgierskim, nie mówiąc już o rynku w gospodarce jugosłowiańskiej. Rozwiązania reformy gospodarczej rozpoczętej w roku 1982 także zakładają funkcjonowanie rynku w oparciu o niektóre reguły konkurencji.

W warunkach monopolu producenta podstawowym zagrożeniem dla równowagi jest głównie występowanie dogodnych możliwości dostarczenia na rynek towarów o pogarszających się stale parametrach jakościowych, gdyż producent może tak manewrować ilością oferowanej produkcji rynkowej, że znajdzie się również nabywca na towary niepełnowartościowe sprzedawane na rynku jako towary pełnowartościowe. Dochodzenie przez nabywcę swoich praw i pretensji jest z reguły trudne i nie zawsze kończy się sukcesem, ponieważ producent może znaleźć także sojusznika w handlu. Rynek producenta charakteryzuje się bowiem słabością pozycji przedsiębiorstw handlowych w stosunku do pozycji przemysłu. Handel jest silnie na tym rynku uzależniony od producentów i dlatego reprezentuje bardziej interesy tych producentów niż interesy nabywców, do czego jest właściwie powołany. Brak jednak konkurencji również pomiędzy przedsiębiorstwami handlowymi i bardzo ograniczony margines wyboru dostawcy powodują, że producenci narzucają handlowi swoje własne preferencje, które musi realizować pod groźbą, oczywiście nieformalną, ograniczenia dostaw towarów o niższej jakości. Jest to zjawisko często występujące w praktyce naszego rynku.

Pogarszająca się jakość towarów rynkowych wzmaga popyt, gdyż towary o niskiej jakości charakteryzuje niedostateczna zdolność do pełnego zaspokojenia określonych potrzeb lub też zbyt krótki okres ich użytkowania. Stąd rynek producenta wyróżnia się prawie permanentnym niedoborem części zamiennych w odniesieniu do produktów konsumpcyjnych trwałego użytku lub części dóbr produkcyjnych. W warunkach pełnego monopolu zjawisko to trudno wyrugować, przynajmniej na stałe, gdyż normy wielkości produkcji tych części nie biorą pod uwagę właśnie po-

---

<sup>8</sup> Problem konkurencji został włączony w sferę zainteresowań praktyki gospodarczej dopiero ostatnio jako część składowa reformy gospodarczej. Szerzej na ten temat wypowiem się w IV rozdziale książki: *Stanowienie i kontrola cen*, Warszawa 1986.



garszającej się stale jakości wyrobów. W odniesieniu do produktów nie-trwałych niska jakość pomnaża po prostu popyt na nie. Tylko podniesienie jakości wypiekanego w Polsce chleba pozwoliłoby oszczędzić ogromne ilości zboża, które można by następnie skierować na podniesienie stanu hodowli i likwidację niedoborów mięsnych.

Demonopolizacja rynku jest więc społeczną i ekonomiczną koniecznością, uświadamianą sobie jeszcze nie przez wszystkie środowiska decydenckie. Często nawet jak jest oficjalnie podnoszone, to bardziej traktuje się ją jako zadanie stosunkowo jeszcze odległe. Istnieje również niebezpieczeństwo silnego sformalizowania przedsięwzięć demonopolizacyjnych, co w rezultacie może doprowadzić do tego, że po jej przeprowadzeniu nie osiągnie się żadnych znaczących efektów ekonomicznych i społecznych.<sup>9</sup>

Występowanie pełnego monopolu rynkowego producenta pogarsza nie tylko społeczno-ekonomiczne warunki produkcji wyrobów wysokiej jakości, ale jakość stosunków rynkowych, przez co należy przede wszystkim rozumieć naruszenie zwyczajowych norm i reguł zawierania transakcji rynkowych np. narzucanie preferencji i interesów producenta kosztem już nie tylko interesu nabywcy, ale również przy naruszeniu preferencji ogólnospołecznych. Prowadzi to przeważnie do dalszego obniżenia jakości produkcji i stopniowego zaniku rynkowych kryteriów efektywności działania uspołecznionych jednostek gospodarczych. Nasilanie w tych warunkach sformalizowanej kontroli zewnętrznej w przedsiębiorstwach jest przeważnie mało skuteczne, a ujmowane w kategoriach dłuższego okresu nawet ekonomicznie szkodliwe, gdyż może prowadzić do dalszego ograniczenia inicjatywy jednostek gospodarczych, która przecież nie jest zbyt wysoka.

Istnienie pełnego monopolu producenta, łagodnie określanego mianem rynku producenta, posiada więc dla równowagi rynkowej zasadnicze, chociaż ujemne znaczenie. Monopol producenta jest bowiem nie tyle skutkiem braku równowagi rynkowej lub występowania równowagi na styk, ile przyczyną występowania tego rodzaju zjawisk. Oczywiście przyczyną nie jedyną, ale jedną z zasadniczych. Monopol producenta oznacza przecież wykształcenie się określonego systemu ocen jego funkcjonowania zabezpieczających trwałość istnienia określonych reguł i kryteriów oceny. W ocenie tej dominują pozorne kryteria ekonomiczne w postaci osłabionych kategorii ekonomicznych, które nie są w stanie wymusić racjonalizacji postaw i działań.

---

<sup>9</sup> Demonopolizacja nie może się ograniczyć tylko do wydania przepisów demonopolizacyjnych, ale musi praktykom monopolistycznym przeciwstawić realne możliwości działań antymonopolowych.

Pełny monopol producenta jest oczywiście mniej dokuczliwy w początkowym okresie swego istnienia, kiedy jeszcze są przestrzegane określone reguły kształtowania stosunków rynkowych, a przede wszystkim istnienie znacznej swobody wyboru towaru. Po dłuższym okresie istnienia tego monopolu swoboda wyboru rynkowego praktycznie przestaje istnieć z uwagi na nasilające się trudności w zrównoważeniu rynku. Monopol producenta staje się bowiem coraz powszechniejszy, opajnowując stopniowo cały obrót towarowy. Wyrazem rosnącej pozycji monopolu producenta jest polityka gigantomanii produkcyjnej, która przecież odzwierciedla nie tylko tendencje w polityce inwestycyjnej, ale również określone tendencje organizacyjne w przemyśle, handlu i rolnictwie. To przecież gigantomania doprowadziła do zniszczenia w Polsce przemysłu drobnego, do całkowitej likwidacji konkurencji w handlu przez stworzenie gigantów handlowych. Skutki pełnej monopolizacji w samym tylko przemyśle są bardzo dotkliwe zwłaszcza, jeśli rozpatrywać je z punktu widzenia ograniczenia inicjatywnego i innowacyjnego działania przedsiębiorstw. To nie tylko kryzys społeczno-ekonomiczny w Polsce spowodował, że innowacje i inicjatywy stały się zjawiskiem rzadkim, ale uporczywe trzymanie się określonych reguł myślenia i działania. Monopol rynkowy to nie tylko stan organizacyjny, lecz również dominacja ukształtowanego sposobu myślenia i reguł działania. W tej ostatniej interpretacji jest on chyba najgroźniejszy, bo od lat skutecznie opiera się wszelkim głębszym zmianom ekonomicznym.

#### KIERUNKI DEMONOPOLIZACJI RYNKU W POLSCE W OPARCIU O ZAŁOŻENIA REFORMY GOSPODARCZEJ

Uznając istniejący stan wysokiej monopolizacji rynku w Polsce za zjawisko niekorzystne, zarówno z punktu widzenia interesów ogólnospołecznych, jak i preferencji nabywców należy się zastanowić, jakie przedsięwzięcia mogłyby osłabić monopol producenta i stworzyć przesłanki dla powodzenia przedsięwzięć zmierzających w kierunku stopniowego kształtowania rynku konsumenta. Warunkiem takiego przekształcenia jest stworzenie skutecznie działającego mechanizmu konkurencji rynkowej.<sup>10</sup>

Istnienie w Polsce monopolu producenta posiada jednak nie tylko wewnętrzne uwarunkowania, ale również jest rezultatem zamkniętego charakteru naszej gospodarki i oderwania jej od wpływu międzynarodowego

---

<sup>10</sup> Rynek konsumenta, lub też rynek do takiego wzorca bardzo zbliżony jest w Polsce ostatnio zwany „dobrym” rynkiem, jako stanem docelowym reformy gospodarczej. Nie mam pewności, czy wszyscy uczestnicy rynku rozumieją przez „dobry” rynek konsumenta (?).

podziału pracy. W latach siedemdziesiątych nastąpiło oczywiście w Polsce znaczne otwarcie gospodarki, ale miało ono charakter otwarcia ograniczonego dla przyływu towarów i środków, nie zostało natomiast odpowiednio zrównoważone odpływem polskiej produkcji towarowej. Brak zbilansowania kierunków tego otwarcia musiał przynieść ujemne rezultaty, gdyż przyływowi środków i towarów z zewnątrz nie towarzyszył odpowiedni przyrost wewnętrznych możliwości płatniczych.<sup>11</sup>

Jednokierunkowe otwarcie polskiej gospodarki w latach siedemdziesiątych nie było też tak zorganizowane, aby wywierało dostatecznie silną presję na producentów poprzez stworzenie działań konkurencyjnych, które wywierałyby skuteczną presję na producentów krajowych, wymuszając na nich wzrost efektywności produkcji i istotne powiększenie ekspansywności na rynkach zagranicznych. Myślę, że dalsze utrzymywanie zamkniętego charakteru gospodarki narodowej prowadzić musi do powiększenia dystansu technicznego, organizacyjnego i ekonomicznego do krajów najwyżej rozwiniętych. Otwarcie na Zachód jest obecnie z wielu względów mało realne, ale przecież istnieją określone możliwości takiego otwarcia na Wschód i Południe, w ramach krajów i rynków RWPG. Nie zależy to oczywiście tylko od Polski, chociaż Polska mogłaby odegrać w tej dziedzinie rolę pionierską. Nie sądzę jednak, aby konkurencyjne działania producentów innych krajów socjalistycznych na naszym rynku mogło mieć miejsce przy obecnym kształcie wielu monopolii państwowych, w tym również państwowego monopolu handlu zagranicznego.<sup>12</sup>

Demonopolizację rynku mogą również wspierać decyzje cenotwórcze, chociaż wydaje się mocno wątpliwe, aby mogły w ten sposób oddziaływać na rynek aktualnie obowiązujące reguły stanowienia cen nie tylko urzędowych, ale również cen regulowanych i umownych. Ceny regulowane coraz częściej stanowią obraz i podobieństwo cen urzędowych, a ceny umowne upodabniają się coraz bardziej do cen regulowanych. Potrzebna jest w praktyce rynkowej taka metodologia stanowienia cen, które mogłyby oddziaływać wymuszająco na decyzje producentów. Z aktualnie stosowanych metod tylko metoda równowagi podaży i popytu spełnia wymieniony warunek. Problem jest jednak, zdaniem autora, do rozwiązania. Może to ułatwić udział państwa socjalistycznego jako strony w procesach stanowienia cen pod warunkiem, że będzie on

<sup>11</sup> Aby na dłuższą metę kupować za granicą, trzeba tam również sprzedawać, chociaż wydaje się, że coraz częściej do głosu dochodzi dewiza: „aby sprzedawać, trzeba kupować”.

<sup>12</sup> Ustanowienie monopolu handlu zagranicznego nie przesądziło i nie przesądza dalej sposobów jego realizacji. Może on bowiem być realizowany w sposób silnie scentralizowany lub zdecentralizowany. W tym drugim przypadku może on ożywić konkurencję.

realizowany nie metodami administrowania, a sterowania rynkiem i cenami za pomocą środków ekonomicznych.

Drugim kierunkiem poszukiwań powinno być zasadnicze wzmocnienie pozycji handlu względem przemysłu, która dotąd jest więcej niż słaba. Przedsiębiorstwa przemysłowe traktują handel wyłącznie jako klienta, który czasami bywa dokuczliwy, ale ostatecznie od przemysłu jest całkowicie uzależniony. Myślę, że potrzebne jest przede wszystkim wzmocnienie cenotwórczej roli handlu, czego nie da się chyba osiągnąć inaczej niż drogą wzmocnienia jego pozycji ekonomicznej przy równoczesnych przedsięwzięciach zmierzających do osłabienia pozycji przemysłu. Przywrócenie przemysłowi drobnemu jego dawnego znaczenia ekonomicznego na rynku musi być jednym z pierwszych przedsięwzięć tego rodzaju.

Trzecim kierunkiem działań antymonopolowych na rynku powinno być wzmocnienie roli konsumentów i nabywców rynkowych. Zdaję sobie sprawę, że nie jest to możliwe wprost ze względu na omówione już zatamizowanie popytu, ale pośrednio przez wzmocnienie znaczenia działań instytucji i organizacji stawiających sobie za zadanie obronę interesów konsumenta. Federacja Konsumentów jest jedną z takich organizacji. Jej rola na rynku nie jest jeszcze zbyt duża, ale mogłaby zostać znacznie zwiększona, gdyby organizacja ta uzyskała poparcie związków zawodowych. Ponadto nie należałoby hamować inicjatywy społecznej w zakresie tworzenia podobnych organizacji. Na razie byłoby to wprowadzenie pewnego chaosu na rynek, ale z czasem organizacje te umocniłyby się, stając się zdolnymi poważnie ograniczyć działania monopolistów rynkowych.

Potrzebne jest również odpowiednie ustawodawstwo zabraniające praktyk monopolistycznych na rynku. Trzeba jednak brać pod uwagę groźbę, że ustawodawstwo takie może być mało skuteczne, jeśli nie zostanie wzmocnione działaniami innej natury. Ustawy nie mogą ograniczać się tylko do zakazu podejmowania określonych praktyk uznanych za szczególnie szkodliwe, gdyż samo istnienie monopolu stwarza warunki dla tego rodzaju przedsięwzięć. Myślę, że pewne praktyki organizacyjne powinny być zabronione dla istniejących zrzeszeń przedsiębiorstw przemysłowych, gdyż w przeciwnym razie staną się one promotorami tego rodzaju praktyk.

Działania antymonopolowe muszą więc być dostatecznie szerokie i kompleksowe. Fakt, że chodzi tu często o monopol państwowy, nie powinien stanowić przeszkody w jego ograniczaniu, gdyż celem tego rodzaju przedsięwzięć jest interes wyższego rzędu. W dobrze rozumianym interesie państwa socjalistycznego leży przecież ożywienie innowacyjnych i inicjatywnych działań polskiego przemysłu, a to jest utrudnione działaniem monopolu.

## РЕЗЮМЕ

В статье ставится прежде всего вопрос о значении цен в формировании и сохранении прочного рыночного равновесия. Автором выделяется притом роль цен в кратковременном и постоянном равновесии, а также подчеркивается, что цены формируются главным образом на основе условий кратковременного равновесия. Цены равновесия обладают тем достоинством, что они разделяют результаты деятельности участников рынка на успешные и неудачные, устраняя таким образом с рынка участников, несущих постоянные потери.

В центрально планируемом социалистическом народном хозяйстве только часть рыночных цен устанавливается на основе требований рыночного равновесия. Цены, устанавливаемые путем административных решений, очень редко представляют собой цены равновесия, что бывает скорее случайным. Они могут образовать условия для получения производителем легкой прибыли, что ослабляет их мотивационное воздействие на производителей. Одновременно слабее чувствуются потери, которые несет производитель.

В дальнейшей части исследования обсуждаются различные аспекты формирования и функционирования рыночных цен. Особо подчеркивается, что главная задача цен — уравнивание спроса и предложения. Только такие цены в состоянии быть активным элементом экономического расчета. Цены равновесия вынуждают как производителей, так и потребителей рационально принимать решения.

В последней части статьи обсуждаются направления демонаполизации рынка в ПНР на фоне основных положений экономической реформы. Демонаполизация должна, однако, сочетаться с вводом на рынок некоторых существенных элементов равновесия, к которым следует отнести прежде всего увеличение роли рынка в процессах становления условных цен, укреплении позиции торговых организаций по отношению к промышленности, а также рост роли потребителей и других покупателей на рынке.

## SUMMARY

The article deals first of all with the problem of the importance of prices in the formation and maintenance of permanent market balance. The author distinguishes the importance of prices in short-term and long-term balance, emphasizing that prices are formed mainly on the basis of conditions of short-term balance. Prices of the balance have an advantage of dividing effects of the activity of market partakers into successful and unsuccessful ones, in this way eliminating those suffering systematic losses on the market.

In centrally planned socialist economy, only a part of market prices is established on the basis of requirements of market balance. Prices established by way of administrative decisions are very rarely process of balance, and have rather accidental character. They may create conditions for producers to obtain easy profits, which weakens their motivational influence on producers. At the same time, the losses suffered by producers are less troubling.

In the further part of the paper, the author discusses different aspects of the creation and functioning of market prices, stressing once again that a balance between demand and supply is the main task. Only such prices can be an active

element of economic calculation. Balance process force to rational decision making of both producers and consumers.

In the closing part of the article, the author deals with directions of de-monopolization of Polish market against the background of economic reform. However, de-monopolization must be associated with introducing certain significant elements of balance into the market, these elements including first of all greater marketing of processes of establishing contract prices, strengthening the position of trade in relation to industry, and strengthening the role of consumers and other market purchasers.