

# Rynek

## 2 sposoby koordynacji w gospodarce:

- za pośrednictwem rynku (koordynacja działań w sferze gospodarki, gdzie kwestie wielkości i struktury produkcji, sposobu wytwarzania i adresowania powstałych dóbr są rozwiązywane przez spontaniczne działania anonimowych uczestników - producentów i konsumentów)
- bezpośrednio przez państwo (nakazywanie co i jak oraz komu przekazywać wytworzone dobra ; niepowodzenie państwa na rynku: niezdolność do wzrostu przez długi czas, brak innowacyjności, permanentna równowaga)

państwo interweniuje w wybrane obszary działania rynku: nakłada w określony sposób podatki, cła, przydzielając dotacje lub stosując wprost limity produkcji

**Alokacja zasobów** - rozdział, rozdysponowanie środków pomiędzy różne konkurujące cele.

Ponieważ zasoby są ograniczone, natomiast możliwości ich zastosowania są liczne i różnorodne, dlatego gospodarowanie polega na alokacji- rozdzielaniu rzadkich zasobów między różnorakie i możliwe ich zastosowania w procesach produkcji oraz dystrybucji.

**Rynek** - koordynuje działania wszystkich podmiotów, decyduje, co, jak i dla kogo będzie produkowane.

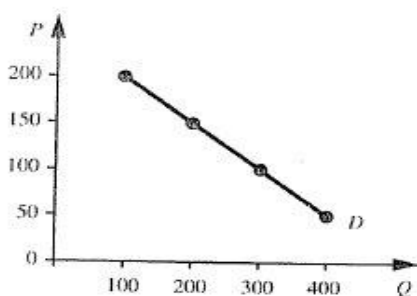
**Cena** - zostaje ustalona w rezultacie spontanicznego procesu: konfrontacji sprzedających i kupujących. Rynek tworzy cenę.

- **cena równowagi** jest wymuszona przez konkurencję (wysoka->konkurencja między sprzedającymi, następnie jest zmniejszana dla akceptacji, zbyt niska->konkurencja konsumentów, którzy podnoszą cenę i zaakceptują nową, wyższą)

**Popyt** - Odwrotna relacja między ceną dobra a jego ilością, którą konsumenci są skłonni nabyć w danym czasie i miejscu, pod warunkiem, że inne wielkości opisujące sytuację rynkową nie zmieniają się. Popyt jest zależnością funkcyjną. Wielkość popytu informuje nas, ile konsument chce kupić przy konkretnym poziomie ceny.

krzywa popytu - wielkość zapotrzebowania na towar przy różnych poziomach ceny

*Gdy cena rośnie, to wielkość popytu spada i vice versa*



*P — cena; Q — liczba jednostek produktu; D — krzywa popytu.*

### a. Zmiana kąta nachylenia

- **cenowa elastyczność popytu** - relacja procentowej zmiany wielkości popytu względem procentowej zmiany ceny.

$$E_d = \frac{\% \text{ zmiana wielkości popytu}}{\% \text{ zmiana ceny}} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

- ✚ **punktowa metoda liczenia** - zwykle wartość ujemna ( $|E_d|$ ), jeśli przesunięcia ceny lub wielkości popytu są niewielkie, to dla zmierzenia zmian względnych tych wielkości bierzemy relację ich zmian absolutnych do wielkości wyjściowych.

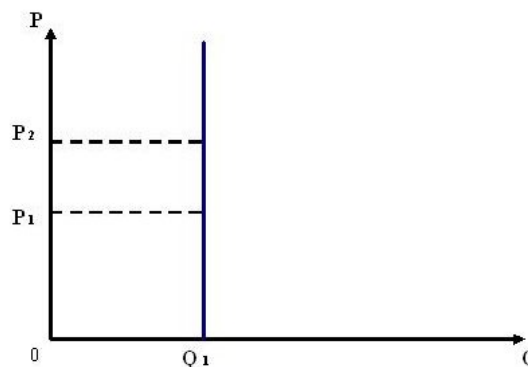
$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \cdot \frac{P_2 - P_1}{P_1}$$

gdzie:  $Q_1$  — wielkość popytu w momencie wyjściowym;  $Q_2$  — wielkość popytu w momencie końcowym;  
 $P_1$  — cena w momencie wyjściowym;  $P_2$  — cena w momencie końcowym.

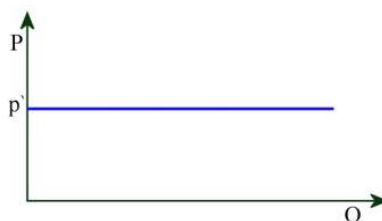
- ✚ **metoda łukowa pomiaru** - odnoszenie bezwzględnych zmian ceny i wielkości popytu do średniej arytmetycznej ich wielkości skrajnych (największej i najmniejszej), a nie wielkości w punkcie wyjściowym.

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{1}{2}(Q_2 + Q_1)} \cdot \frac{P_2 - P_1}{\frac{1}{2}(P_2 + P_1)}$$

- ✚ **popyt elastyczny względem ceny** -  $|E_d| > 1$ ; relatywnie niewielkie wahania ceny wywołują silne zmiany w wielkości popytu.
- ✚ **popyt nieelastyczny względem ceny** -  $0 < |E_d| < 1$ ; stosunkowo silne zmiany ceny wywołują tylko niewielkie wahania wielkości popytu.
- ✚ **Popyt neutralny** -  $|E_d| = 1$ ; zmiany ceny o określony procent wywołują zmianę wielkości popytu o ten sam procent.
- ✚ **popyt doskonale nieelastyczny (sztywny)** -  $|E_d| = 0$ ; bez względu na cenę, wielkość popytu pozostaje na niezmiennym poziomie; popyt nie reaguje, dotyczy dóbr pierwszej potrzeby

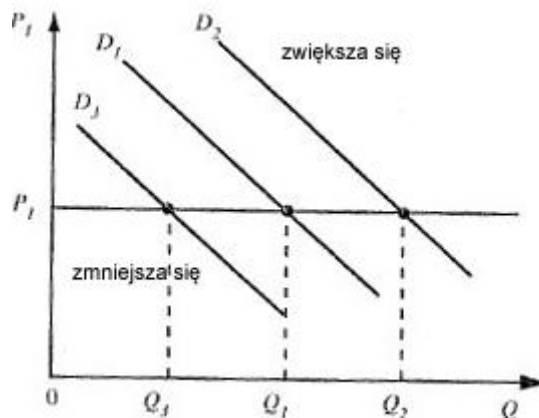


- ✚ **popyt doskonale elastyczny** -  $|E_d| = \infty$ ; po danej cenie może być kupiona dowolna ilość towaru, mianownik jest równy zero; całkowicie zamiera popyt.



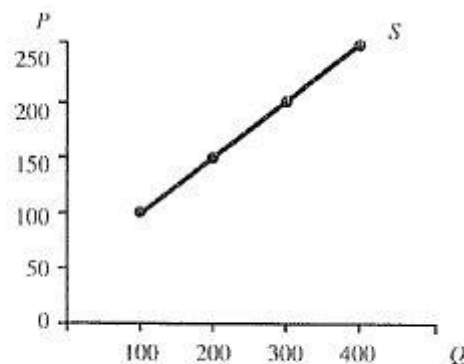
### b. Przesunięcie równoległe

- dochody, liczba konsumentów, moda i gusta
- przewidywania co do przyszłych dochodów i cen
- popyt rośnie z liczbą potencjalnych konsumentów
- popyt na badane dobro zmienia się w tym samym kierunku, co cena dobra substytucyjnego (kupujemy więcej masła, gdy zdrożeje margaryna) i odwrotnym niż cena dobra komplementarnego (kupujemy mniej samochodów, gdy zdrożeje benzyna)
- w warunkach przewidywania wzrostu cen popyt rośnie



**Podaż** - zależność funkcyjna, pozytywna relacja między ceną dobra a jego ilością, którą producenci są skłonni zaoferować w danym czasie i miejscu pod warunkiem, że inne wielkości opisujące sytuację rynkową nie zmieniają się.

- Kategoria wielkości podaży określa ile producent chce wytworzyć przy konkretnym poziomie cen
- Wykres krzywej podaży pokazuje, jak zmienia się ilość oferowanego produktu przy określonych zmianach cen, gdy inne czynniki mogące mieć tu wpływ nie ulegają zmianom (klauzula ceteris paribus)
- krzywa podaży - wielkości produkcji, oferowane przez wytwórców, przy różnych poziomach ceny



$P$  — cena;  $Q$  — liczba jednostek produktu;  $S$  — krzywa podaży.

### a. Zmiana kąta nachylenia

- **cenowa elastyczność podaży** - informuje, z jaką siłą zmiana ceny danego dobra oddziałuje na zmianę wielkości jego podaży przy zachowaniu klauzuli ceteris paribus (przyjęcie za niezmiennie wszystkich elementów danego modelu poza badanymi). Mierzy procentową zmianę wielkości podaży względem procentowej zmiany ceny.

$$E_s = \frac{\% \text{ zmiana wielkości podaży}}{\% \text{ zmiana ceny}} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

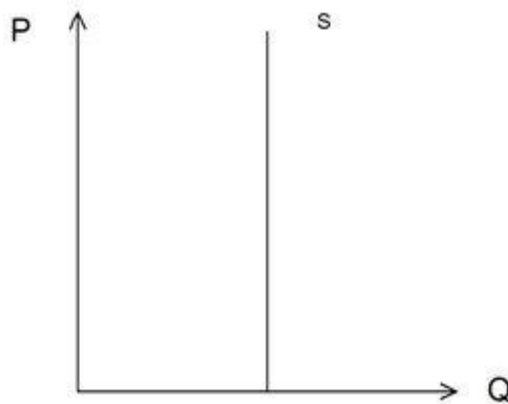
- ✚ **metoda punktowa** - przy niewielkich zmianach ceny lub wielkości podaży.

$$E_s = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \cdot \frac{P_2 - P_1}{P_1}$$

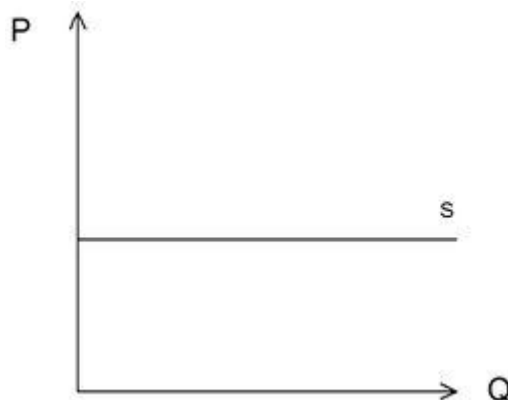
- ✚ **metoda łukowa** - zwykle wartość dodatnia; zmiany wielkości podaży lub ceny są bardziej znaczące.

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{1}{2}(Q_2 + Q_1)} \cdot \frac{P_2 - P_1}{\frac{1}{2}(P_2 + P_1)}$$

- ✚ **podaż elastyczna** -  $E_s > 1$  ; jej niewielkie wahania wywołują silne zmiany po stronie podaży
- ✚ **podaż nieelastyczna** -  $0 < E_s < 1$  ; silne jej wahania spowodują niewielkie zmiany wielkości podaży
- ✚ **podaż doskonale nieelastyczna** -  $E_s = 0$ ; wielkość podaży wogóle nie reaguje na zmianę ceny

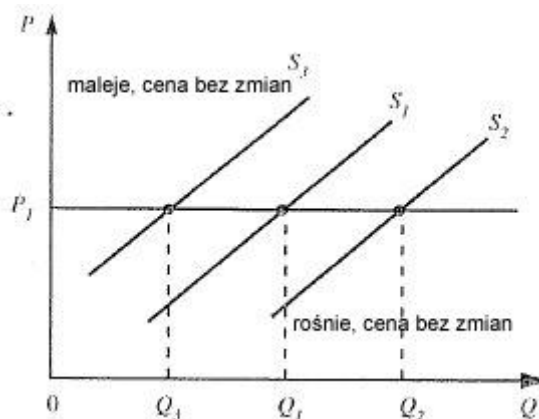


- ✚ **podaż doskonale elastyczna** -  $E_s = \infty$  ; możliwa jest każda wielkość podaży przy danej cenie



- ✚ **okres krótki** - nie można zmienić potencjału produkcyjnego (maszyn, ludzi, ziemi), co najwyżej manewrować rezerwami, elastyczność podaży względem ceny jest niska ; cena może rosnać istotnie, a produkcja najwyżej umiarkowanie, dodatkowa produkcja może pochodzić wyłącznie z lepszego wykorzystania istniejącego zasobu ; w bardzo krótkim okresie może się wręcz okazać doskonale nieelastyczna.
- ✚ **okres dłuższy** - cenowa elastyczność podaży będzie zwykle wzrastać, zaistnieje możliwość zmiany potencjału produkcyjnego, o ile ceny będą do tego zachęcać producentów; w odpowiedzi na wzrost cen pojawią się nowe inwestycje a podaż w dłuższym okresie zareaguje pozytywnie na wzrost cen.
- ✚ **cenowa elastyczność podaży zależy** w dużej mierze od specyfiki poszczególnych gałęzi wytwórczości. W pewnych gałęziach względnie łatwo zmienić ilość produkcji w krótkim czasie ze względu na działanie ceny. W innych nawet niewielkie zmiany podaży wymagają dłuższego czasu. (np.rolnictwo)

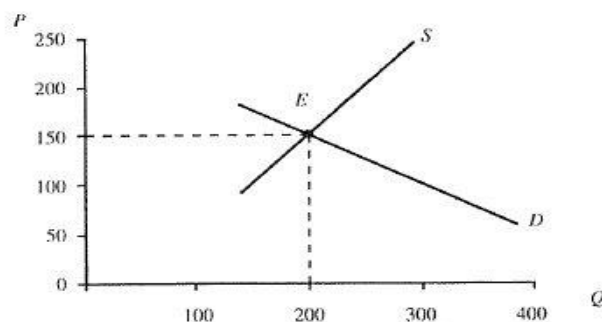
### b. Przesunięcie równoległe



- często wraz z kosztem produkcji kolejne wytworzone dobra będą kosztować coraz więcej - droższe i trudniej dostępne surowce, nocna zmiana
- zmiany w technologii i organizacji produkcji – tańsze wytwarzanie
- wahania płac i cen maszyn, surowców, podzespołów
- zmiana zyskowności produkcji innych dóbr (odpływanie zasobów np. z fabryk butów do fabryk galanterii skórzanej)

### c. Nałożenie krzywych popytu i podaży

- wyrównują się strumienie dóbr, które chcą wytworzyć producenci i dóbr, które pragną nabyć konsumenci (zmiana pod wpływem ceny)
- cena równowagi - równoważąca wielkość popytu i podaży dóbr, powstaje przez konfrontację obu krzywych ; ustala wielkość produkcji.

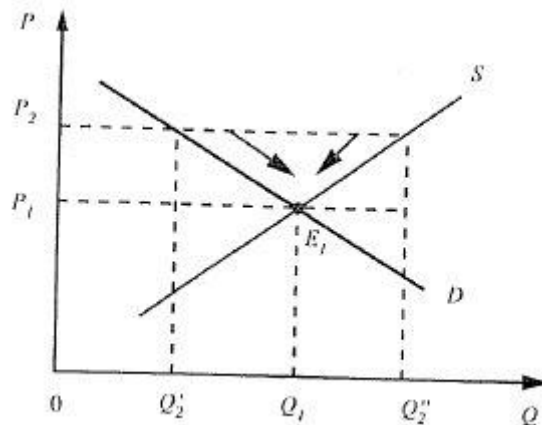


Oznaczenia:  $P$  — cena;  $Q$  — liczba jednostek produktu;  $E$  — punkt równowagi rynkowej;  $S$  — krzywa podaży,  $D$  — krzywa popytu.

#### d. Wielkość obrotów

- **nadwyżka podaży nad popytem (nadwyżka rynkowa)**

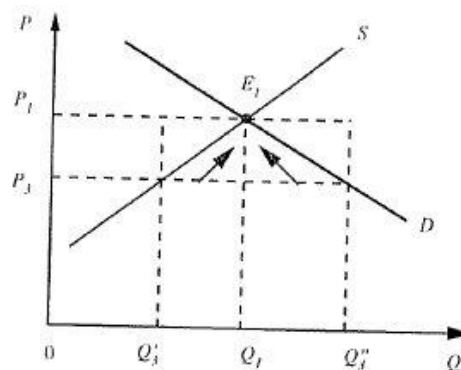
Gdyby w punkcie wyjścia cena była na poziomie  $P_2$  (wyższym od ceny równowagi), to zgodnie z informacją, jaką niesie położenie krzywej popytu, nabywcy byłoby skłonni nabyć  $Q_2'$  produktu. Jednak producenci przy tej cenie zaoferowaliby go dużo więcej, aż  $Q_2''$ , co pokazuje krzywa podaży. Powstałaby nadwyżka towaru, co pokazuje odcinek  $Q_2'Q_2''$ . W tej sytuacji producenci, dla których brakuje zbytu na towar, zaczynają konkurować ze sobą oferując niższą cenę. Spadek cen powoduje, że rośnie zapotrzebowanie, co pokazuje funkcja popytu, ale i spada ilość oferowanych produktów, co pokazuje funkcja podaży. W końcu przy cenie  $P_1$  nadwyżka wielkości podaży znika. Jesteśmy w punkcie równowagi  $E_1$ . Konkurowanie ceną kończy się, gdyż wszyscy zainteresowani sprzedają po cenie  $P_1$  mogą to uczynić.



- **charakter cen** - cena  $P_1$  ma charakter względnie stabilny. Może się utrzymywać, dopóki nie zmieni się sytuacja na rynku (czynniki zmieniające popyt/podaż), czego wyrazem będzie zmiana położenia krzywych podaży i/lub popytu. Inne ceny, na skutek działania mechanizmu konkurencji, nie mają charakteru trwałego.

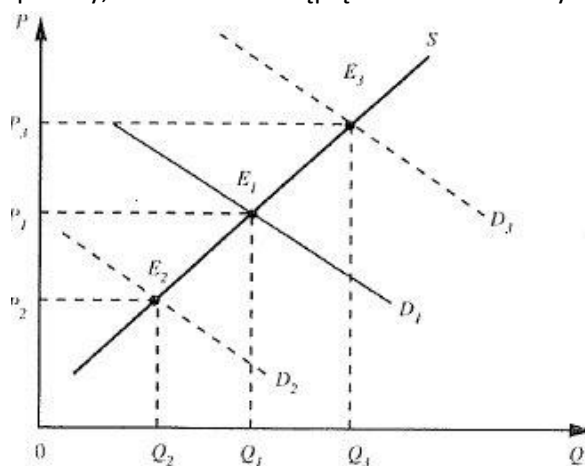
- **nadwyżka popytu nad podażą (niedobór rynkowy)**

W punkcie wyjścia na rynku jest cena  $P_3$ , niższa od ceny równowagi. W rezultacie wielkość popytu  $Q_3''$  przewyższa wielkość podaży  $Q_3'$ . Wynika to z zachowań producentów i konsumentów, którzy są gotowi takie właśnie ilości produkować i nabywać przy cenie  $P_3$ , co ilustruje położenie krzywych popytu i podaży. W rezultacie powstaje deficyt towarów na rynku, co ilustruje odcinek  $Q_3'Q_3''$ . Szukający towaru nabywcy zaczynają między sobą konkurować, oferując coraz wyższe ceny. Prowadzi to do zmniejszania wielkości popytu - nie wszyscy dotychczasowi nabywcy są skłonni kupować po wyższej cenie. Wyższe ceny z kolei zachęcają producentów do zwiększenia wielkości podaży. W rezultacie cena dochodzi do poziomu  $P_1$  i mamy równowagę w punkcie  $E_1$ .



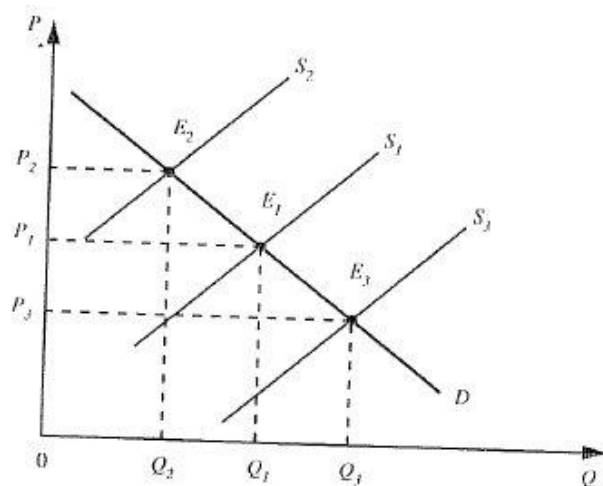
- **zmiany równowagi rynkowej na skutek zmian popytu**

Zostaje uchylony warunek ceteris paribus. Jeśli krzywa popytu równoległe przesunie się w dół, to cena równowagi obniży się do poziomu  $P_2$ . Jednocześnie spadnie ilość nabywanych produktów do poziomu  $Q_2$ . Rozważana zmiana popytu oznacza, że teraz mniejsze grupy konsumentów akceptują zakup przy danych poziomach cen, np. spadły ich dochody. Jednocześnie nowa cena równowagi dostosuje wielkość podaży do nowego poziomu wielkości popytu  $Q_2$ . Odwrotnie będzie w przypadku przesunięcia krzywej popytu w górę. Cena równowagi wzrośnie i również wzrośnie ilość nabywanych produktów do poziomu  $Q_2$ . Zmiana położenia krzywej popytu oznacza tu bowiem, że większa liczba konsumentów akceptuje zakup przy danych poziomach cen. Mogły ich skłonić do tego nowe tendencje w modzie. Jednocześnie cena równowagi  $P_3$  odpowiednio dostosuje wielkość podaży. Jeśli zmiany będą dotyczyły podaży, to również nastąpią stosowne korekty na rynku.

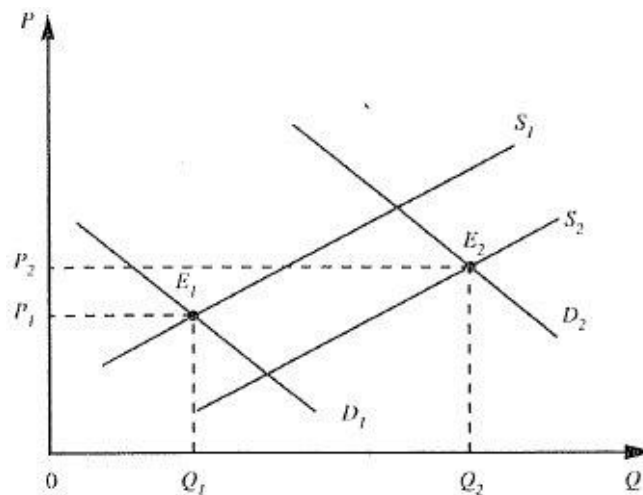


- **zmiany równowagi rynkowej na skutek zmian podaży**

Przesunięcie w górę krzywej podaży powoduje, że cena równowagi podnosi się do poziomu  $P_2$ , a ilość oferowanych produktów spada do poziomu  $Q_2$ . Dzieje się tak, ponieważ przedsiębiorstwa są skłonne produkować mniej towarów po danych cenach (np. wzrost cen surowców). Równoległe cena równowagi  $P_2$  dostosuje wielkość popytu do nowej podaży. Gdy z kolei krzywa podaży przesuwa się w dół, spada cena równowagi do poziomu  $P_3$  i wielkość podaży rośnie do poziomu  $Q_3$ . Pojawia się np. wydajniejsza technologia produkcji i przedsiębiorstwa oferują większą produkcję przy danych poziomach cen. I znów nowa cena równowagi dostosowuje wielkość popytu do nowej oferty.



- **zmiany równowagi rynkowej na skutek równoczesnych zmian popytu i podaży**  
Kierunki związanych z tym zmian mogą pokrywać się lub znosić. Efekt finalny, nowa cena równowagi, nowy poziom zapotrzebowania konsumentów i równy mu poziom oferowanej produkcji, będzie wypadkową zmian położenia obu krzywych.  
Rysunek prezentuje sytuację, gdy popyt wzrósł do  $D_2$ , a podaż do  $S_2$ . Punkt równowagi przesunął się z  $E_1$  do  $E_2$ . W efekcie cena niewiele wzrosła do pułapu  $P_2$ . Skłoniło to producentów do zaoferowania wielkości  $Q_2$  produktu równej zapotrzebowaniu konsumentów.



## Teoria zachowań konsumenta

**Konsument idealny (doskonały)** – konsument, który jest:

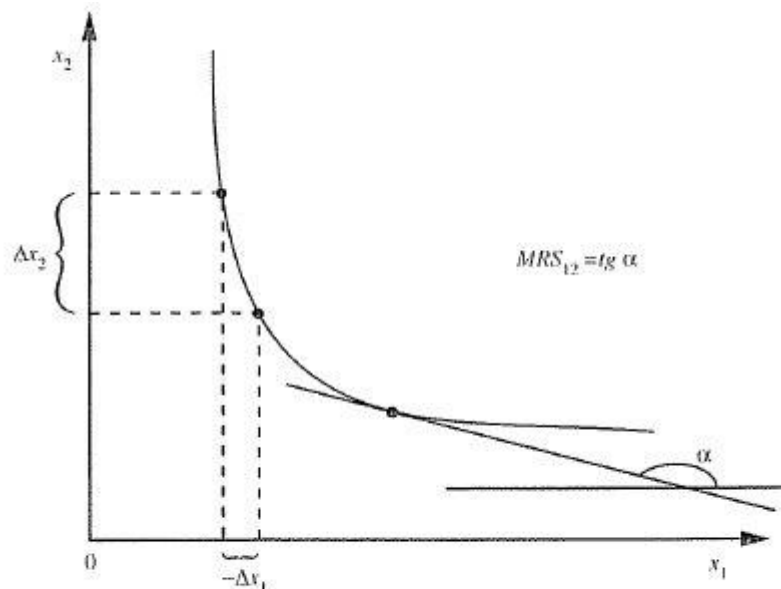
- racjonalny (wybiera w sposób racjonalny, zgodny ze swoim interesem);
- suwerenny (posiada pełną i prawdziwą informację o produkcie, potrafi ocenić, na czym polegają jego korzyści);
- nienasycony;
- posiada zdolność do zaspokajania własnych potrzeb;
- jego preferencje są kompletne (uporządkowane)
- jego preferencje podlegają zasadzie przechodniości
- umie dokonywać wewnętrznie spójnych wyborów
- dąży do maksymalizacji zadowolenia (użyteczności)

**Krzywa obojętności** - zbiór koszyków równoważnych, czyli zawierających kombinacje dwóch dóbr, które konsumentowi tak samo odpowiadają. Na dwuwymiarowym wykresie typowe krzywe obojętności mają ujemne nachylenie, bowiem zabierając z koszyka jednostki jednego dobra, trzeba ten ubytek zrekompensować, dodając jednostki drugiego dobra, o ile konsument ma pozostać na tej samej krzywej obojętności.

- **Substytucja** - zastępowanie jednego dobra drugim.



- **Krańcowa stopa substytucji** - relacja, wg. której trzeba ubytek drugiego dobra zastępować przyrostem pierwszego i odpowiada na wykresie krzywych obojętności nachyleniu stycznej.
- Czerpanie informacji o preferencjach konsumentów
- **Cechy krzywych obojętności:**
  - nieskończona liczba
  - nie mogą się przecinać
  - są nachylone negatywnie
  - wypukłe do środka układu współrzędnych
  - im dalej krzywa znajduje się od środka układu, tym większą satysfakcję ma konsument z tych produktów
  - krzywe nie przecinają się.
  - wszystkie koszyki na krzywej mają taką samą użyteczność. Różnią się jednak ceną.
- Jeśli preferencje są racjonalne, to krzywe obojętności pokrywają całą przestrzeń koszyków (ogół dóbr konsumowanych w ustalonej jednostce czasu) i nie mogą się przecinać. Dostarczają przy tym informacji podobnych do poziomicy na mapie. Konsument preferuje koszyki z wyższej krzywej obojętności. Jeśli zaś porusza się wzdłuż tej samej krzywej obojętności, to jej stromizna ( $MRS_{12}$ ) informuje o tym, ile jednostek dobra nr 2 należy dodać do koszyka, aby zrekompensować ubytek jednostki dobra nr 1. Stroma krzywa obojętności wskazuje, że trzeba wiele takich jednostek, natomiast płaska - że trzeba niewiele. Jeśli krzywa obojętności jest niemal pionowa, to prawie nie da się zrekompensować dobrem nr 2 ubytku dobra nr 1. Jeśli natomiast jest niemal pozioma, to wystarczy minimalna rekompensata dobrem nr 2, aby konsument zgodził się na znaczne nawet obniżenie ilości dobra nr 1 w koszyku.



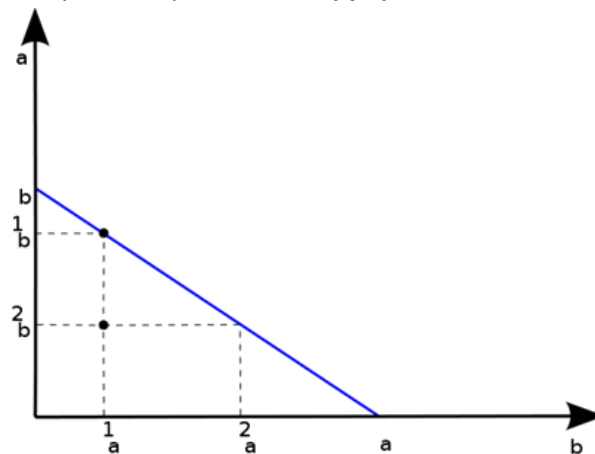
Oznaczenia:  $\operatorname{tg} \alpha$  — współczynnik kierunkowy stycznej;  $MRS_{12}$  — krańcowa stopa substytucji dobra  $x_1$  przez dobro  $x_2$ ;  $\Delta x_1$  — ujemna zmiana konsumpcji dobra  $x_1$  (zmniejszenie);  $\Delta x_2$  — dodatnia zmiana konsumpcji dobra  $x_2$  (zwiększenie).

**Linia budżetu** - jest graficznym odwzorowaniem ograniczenia budżetowego konsumenta. Łączy punkty odpowiadające dostępnym konsumentowi kombinacjom dóbr A i B, przy założeniu wydatkowania na nie całości dochodu. Przy zerowej konsumpcji dobra A, konsument może zakupić dobra B, z kolei powstrzymując się całkowicie od zakupów dobra B, może nabyć dobra A. Punkty odpowiadające innym kombinacjom dóbr A i B wykorzystującym całość dochodu konsumenta leżą na prostej danej wyrowadzonym wcześniej równaniem.

Na linii budżetu użyteczność koszyków się zmienia, a niezmienna pozostaje cena. Celem konsumenta jest wybór najbardziej użytecznego koszyka.

Ważne: w danym momencie mamy tylko jedną linię budżetu.

Linie budżetu są liniami prostymi, a krzywe użyteczności krzywymi – dlaczego? Ponieważ w drugim przypadku mamy do czynienia z prawem malejącej wartości krańcowej.



- a. **Zmiana kąta nachylenia** - Przy zmianie cen zmieni się kąt nachylenia linii budżetu. Prele drożej = gdybyśmy chcieli wydać na nie wszystko (wariant bezpieczny), kupimy ich mniej, natomiast gdybyśmy chcieli wydać wszystko na piwo, kupilibyśmy ich tyle samo.
- b. **Równoległe przesunięcie** - w górę oznacza wzrost dochodów nominalnych. Przy stałych cenach, jest to równoznaczne ze wzrostem dochodów realnych. Równoległe przesunięcie linii budżetu w dół oznacza spadek dochodów.
- c. **Optimum konsumenta** :
  - preferencje (mapa krzywych obojętności)
  - ograniczenie budżetowe (środki, którymi dysponuje)
  - konsument znajduje optimum w punkcie styczności linii budżetu i krzywej obojętności.

### analiza popytu konsumenta

#### a. Zmiany

- wraz ze **wzrostem dochodu** rośnie konsumpcja wszystkich dóbr w koszyku. w niektórych przypadkach wzrost dochodu może prowadzić do zmiany stosunku konsumpcji danego dobra w koszyku względem drugiego. Dzieje się tak w przypadku dóbr podrzędnych. (-)

$$\eta_{m,x} = \frac{dx}{dm} \cdot \frac{x}{m} \quad \text{x-popyt, m-dochód}$$

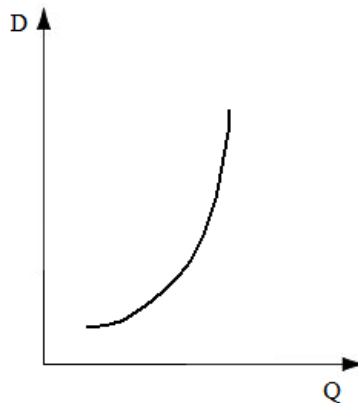
- jeżeli **tanieje jeden produkt** to wzrasta konsumpcja wszystkich produktów. (+)

$$\eta = \frac{\Delta x}{\Delta p} \cdot \frac{x}{p} \quad \text{x-popyt, p-cena}$$

## b. Rodzaje dóbr

- **dobro normalne** - jeśli wzrost dochodu powoduje wzrost popytu ( $n_m$  jest dodatnie)
- **dobro luksusowe** - jeśli wzrost dochodu powoduje więcej, niż proporcjonalny wzrost popytu ( $n_m > 1$ )
- **dobro podstawowe** - jeśli wzrost dochodu jest mniej, niż proporcjonalny ( $0 < n_m < 1$ )
- **dobro podrzędne (poślednie)** - na które popyt spada wraz ze wzrostem dochodu ( $n_m < 0$ )

c. **Krzywa Engla** - Analiza pojedynczego dobra. Wraz ze wzrostem dochodu udział wydatków na żywność maleje. W Polsce na żywność wydaje się ok. 25% dochodów. Jest to średnia wartość.



d. **Efekty zmiany ceny** (zmiana kąta nachylenia linii budżetu):

- **Efekt substytucyjny** - działa na rzecz dobra które relatywnie tanieje, a przeciw temu, które relatywnie drożeje (wyższa cena i dochód – ujemność)
- **Efekt dochodowy** - zmiana ceny powoduje zmianę dochodu (jeśli dobro jest normalne – ujemny)

e. **Zmiana popytu jako suma efektów**

- **Paradoks Giffena** - gdy dane dobro podrzędne drożeje, popyt na nie rośnie.
- **Paradoks Veblena** - gdy dane dobro luksusowe drożeje, popyt na nie rośnie.
- **Efekt owczego pędu** - cena na dane dobro spada w niewielkim stopniu, a popyt na nie rośnie gwałtownie.
- **Efekt snobizmu** - spadek ceny na dane dobro powoduje niewspółmierny wzrost konsumpcji, gdyż snob opuszcza rynek.

## Przedsiębiorstwo

**Przedsiębiorstwo** - podmiot gospodarczy wyodrębniony pod względem technicznym, organizacyjnym, ekonomicznym, prowadzący na własną rękę działalność produkcyjną lub usługową w celu zarobkowym

#### a. Wielkość

- **Własność indywidualna (jednoosobowe)** – małe (sklepy, kioski, punkty handlowe), wysokie koszty, mała efektywność, bezpośrednie powiązanie podmiotu własności z funkcją dysponowania ją (wyraźne powiązanie celów właściciela z celami działania firmy)
- **Własność komunalna** - własność określonej społeczności lokalnej (gminy, miasta), umożliwia prowadzenie działalności zaspokajającej jej potrzeby (np. komunikacja, utrzymanie czystości), finansowana z budżetów danych społeczności i uzyskiwanych przychodów
- **Własność państwowa** - jednostki tworzone/przejmowane w celu realizacji interesów ogólnospołecznych, finansowanie z budżetu i uzyskiwanych przychodów, ze względu na posiadanie wsparcia finansowego w budżecie państwa i brak zagrożenia bankructwem osłabione jest oddziaływanie bodźców proefektywnościowych
- **Spółka prawa cywilnego** - wspólnicy odpowiadają solidarnie za zobowiązania, majątek spółki i cały majątek własny, sami kierują firmą i dzielą zyski proporcjonalnie do wkładów kapitału, potrzebne zaufanie i umiejętności wspólników, brak możliwości gromadzenia większych kapitałów, nie mają osobowości prawnej
- **Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością** - spółka prawa handlowego, wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki do wysokości wniesionych wkładów, uczestniczą w zyskach proporcjonalnie do wniesionych wkładów, pozwala na gromadzenie większych kapitałów, bezpieczniejsza dla wspólników mogących uczestniczyć w zarządzaniu, umożliwia tworzenie większych firm (kierownictwo zawodowych menadżerów)
- **Spółka akcyjna (korporacja)** - występują udziałowcy wnoszący wkłady kapitału (potwierdzeniem są akcje posiadające określoną wartość nominalną i rynkową; **akcje** - papiery wartościowe, sprzedawane i kupowane na rynku kapitałowym), wartość rynkowa akcji zależy od osiągniętych przez korporację efektów, właściciele odpowiadają za zobowiązania spółki do wysokości posiadanych akcji, uzyskują dochód w postaci dywidendy stanowiący udział w zyskach, wielkość tego dochodu jest zmienna i zależy od rozmiarów zysku i decyzji jego przeznaczenia, zyski i wysokość dywidendy wpływają na kurs akcji (ich rynkową cenę), przy wzroście tej ceny właściciele uzyskują dodatkowo korzyść kapitałową - różnicę między poprzednią a obecną ceną akcji (odwrotnie przy spadku), spółki akcyjne mogą zwiększać swoje fundusze przez emisję i sprzedaż dodatkowych akcji (największe możliwości pozyskiwania dużych kapitałów i włączania do działań przedsiębiorczych nawet posiadaczy niewielkich oszczędności)
- **Spółdzielnie** - różne formy, klasyczna obejmuje wkład kapitału o możliwym zróżnicowaniu i wkład własnej pracy członka, członkowie otrzymują wynagrodzenie za pracę i udział w zyskach (proporcjonalny do wkładu kapitału), istnieją spółdzielnie z członkami wnoszącymi wkład kapitałowy i otrzymującymi udział w zyskach proporcjonalny do wkładu kapitału, są tworzone zwykle dla zaspokajania określonych potrzeb członków odpowiadających za zobowiązania spółdzielni do wysokości wniesionych wkładów
- wzrost wielkości przedsiębiorstw komplikuje zarządzanie nimi, potrzebna jest specjalistyczna wiedza i kwalifikacje – **menadżerowie**

## b. Cele

- **maksymalizacja zysków**, dążenie do jednego celu (zadowalające zyski, maksymalizowanie wartości firmy, maksymalizowanie zyskowej sprzedaży, umacnianie pozycji przedsiębiorstwa na rynku)
- **krytyka koncepcji jednego celu** (ustalenie i realizacja równoległe pewnych zbiorów celów, np. określona stopa zysku, uzyskiwanie wyznaczonego udziału w sprzedaży na rynku towaru, osiąganie przodującej pozycji w poziomie technicznym i jakości produktów, dobre stosunki z otoczeniem społecznym)
- **wieloaspektowność działań** (realizacja równoległa)
  - **cele społeczne wg. interesów i oczekiwań**, np. dobra jakość produktów zaspokajających potrzeby, optymalizowanie efektywności gospodarowania, rozwój techniki i możliwości produkcyjnych, przyczynianie się do rozwoju społecznego
  - **indywidualne cele przedsiębiorstw, interesy, oczekiwania i dążenia właścicieli oraz pracowników**, np. optymalizowanie dochodów, zapewnianie trwałości korzystnych stanów i poczucia bezpieczeństwa, uzyskiwanie pozytywnej oceny działań przez otoczenie, zwiększanie skali działania, umacnianie pozycji, rozszerzanie sfery wpływów i zajmowanie korzystnej pozycji w dziedzinie, zapewnianie dobrego stanu psychofizycznego zaangażowanych w firmie)
- **cele operacyjne** - realizacja indywidualnych celów, zależy od aktualnej sytuacji gospodarczej oraz systemu norm i zasad, regulujących procesy gospodarowania (mają wyrażać i chronić interesy społeczne). Od nich zależy też czy cele operacyjne będą ustalane zgodnie z celami społecznymi czy przedsiębiorstwa, które dążąc do realizacji swych celów indywidualnych, będą jednocześnie realizować cele społeczne

## c. Funkcje produkcji - zależności między wielkością produkcji a nakładami ; ile efektu liniowego przy pomocy produkcji uzyskujemy w określonych nakładach

f pewnego pakietu, Q - produkcja, n - czynniki produkcji, C - kapitał, L - praca

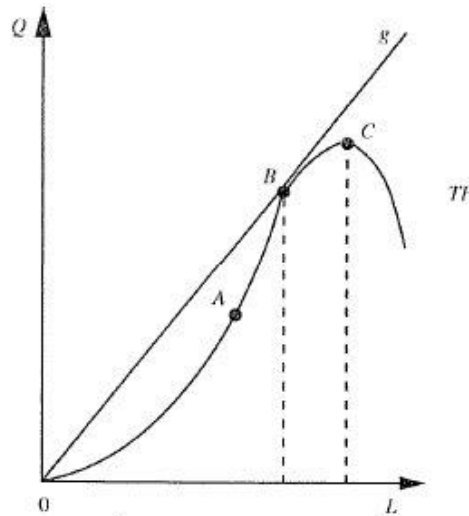
$$Q = f(n_1, n_2, \dots, n_n)$$

$$Q = f(C, L) - \text{f. dwuczynnikowa}$$

$$Q = f(L) - \text{f. jednoczynnikowa}$$

- **Przeciętna** - Miarą produkcji przeciętnej jest tangens kąta nachylenia prostej przechodzącej przez środek układu współrzędnych do pewnego punktu produkcji całkowitej. Produkcja przeciętna jest najwyższa, gdy ta prosta jest styczna do wypukłej części wykresu. Jest określana jako ilość całkowitego produktu na 1 jednostkę pracy ( $AP = \text{krzywa całkowitego produktu} / \text{praca}$ ).

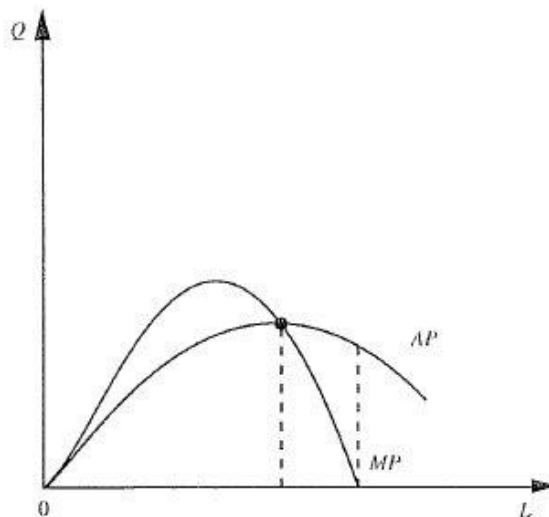
- **Całkowita** - przedstawia maksymalne ilości produktów, jakie można uzyskać stosując każdą kombinację ilości nakładów, mogą być różne w zależności od rodzaju produkcji i stosowanej technologii.



Oznaczenia:  $Q$  — liczba jednostek produktu;  $L$  — praca;  $TP$  — krzywa całkowitego produktu;  $A$  — punkt przegięcia — wyznacza maksimum krańcowego produktu;  $B$  — punkt styczności krzywej  $TP$  z promieniem  $g$  — wyznacza maksimum przeciętnego produktu;  $C$  — punkt maksimum całkowitego produktu;  $g$  — promień pozwalający badać kształtowanie się przeciętnego produktu.

- **Krańcowa** - krańcowy produkt jest zmianą wielkości całkowitego produktu, wynikającą ze zmiany nakładu zmiennego czynnika produkcji o 1 jednostkę

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

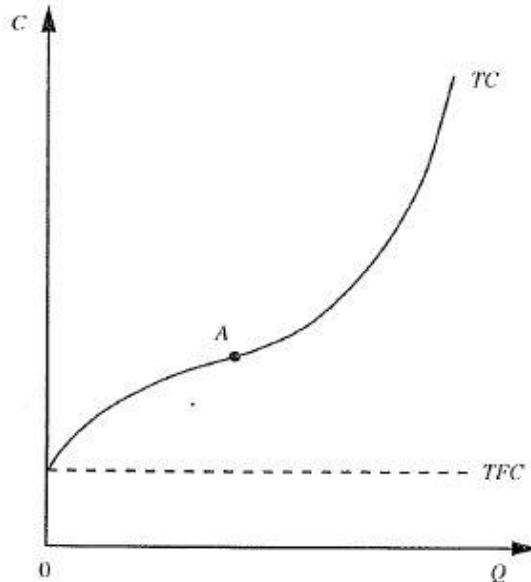


Oznaczenia:  $AP$  — krzywa przeciętnego produktu;  $MP$  — krzywa krańcowego produktu; pozostałe jak na rys. 4.1.

**prawo malejących krańcowych przychodów** - gdy dodawane są kolejne jednostki zmiennego czynnika produkcji, a technologia i inne nakłady pozostają na stałym poziomie, to od pewnego punktu wynikające stąd zwiększenia całkowitego produktu będą malejące

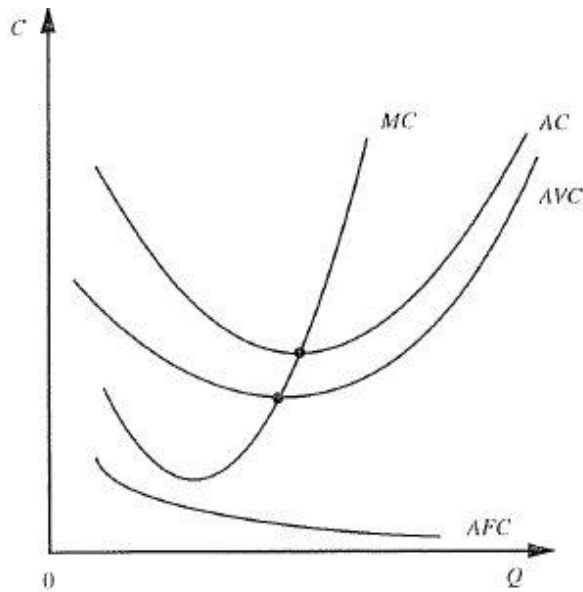
#### d. Funkcje kosztów

- **Stałe** – są niezależne od wielkości produkcji (zmienna jest tylko wielkość tych kosztów na jednostkę produkcji (im większa jest liczba wyprodukowanych jednostek, tym mniejszy jest stały koszt przypadający na jednostkę wyrobu i odwrotnie)
- **Zmienne** - zmieniają się wraz ze zmianą wielkości produkcji
- **Koszt całkowity** - jest sumą kosztów stałych i zmiennych ( $TC = TFC + TVC$ )



Oznaczenia:  $C$  — koszty;  $Q$  — ilości;  $TC$  — koszt całkowity;  $TFC$  — całkowity koszt stały;  $A$  — punkt przecięcia funkcji.

- **Koszt przeciętny** - jednostkowy koszt produkcji wyrobu, oblicza się dzieląc koszt całkowity przez liczbę wytworzonych jednostek ( $AC = TC/Q$ ). Za pomocą tego przedsiębiorca porównuje z ceną, jaką można uzyskać na rynku i ocenia, czy i w jakim stopniu jest opłacalna dana produkcja. Koszt jednostkowy stanowi też podstawę do kalkulacji cen nowych wyrobów i oceny, czy mają one szansę sprzedaży. Przeciętne koszty zmienne ( $AVC = TVC/Q$ ), przeciętne koszty stałe ( $AFC = TFC/Q$ ); PUNKT MINIMUM
- **Koszt krańcowy** - przyrost całkowitego kosztu produkcji powodowany przez (niezbędny dla) zwiększenie produkcji o 1 jednostkę ( $MC = \Delta TC / \Delta Q$ ). Koszty stałe są niezmiennne, więc krańcowe reprezentują przyrosty kosztów zmiennych. Dzięki nim można przyrównywać do utargu krańcowego (kwoty, jaka wpłynie ze sprzedaży dodatkowej jednostki produktu), ocenić opłacalność produkcji i podejmować decyzje. ; PUNKT MINIMUM
- RYSUNEK NIŻEJ (PRZECIĘTNY I KRAŃCOWY)



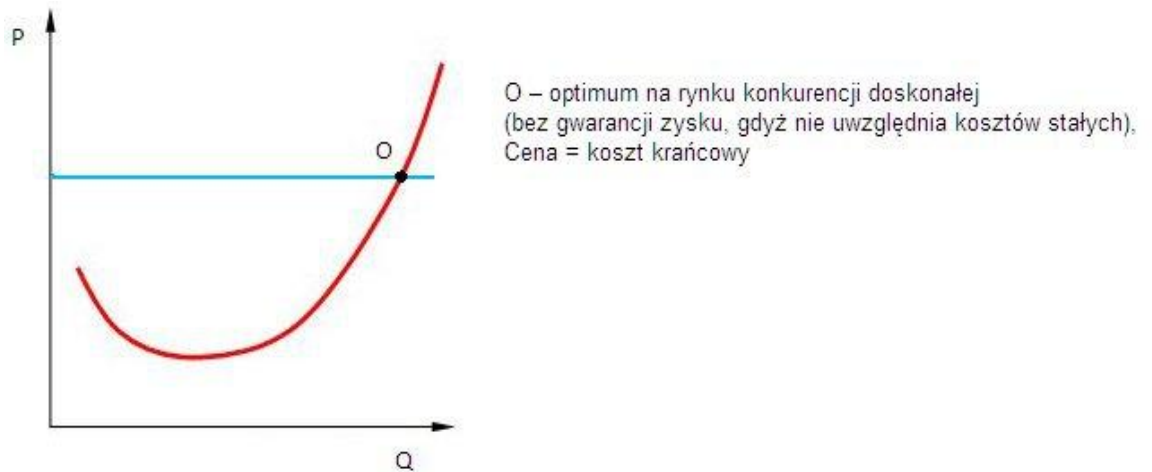
Oznaczenia:  $C$  — koszty;  $Q$  — ilości;  $AC$  — całkowity koszt przeciętny;  $TFC$  — całkowity koszt stały;  $AVC$  — przeciętny koszt zmienny;  $A$  — punkt przegięcia funkcji;  $AFC$  — przeciętny koszt stały;  $MC$  — koszt krańcowy.

- e. **Cena opłacalności (utarg)** - obliczanie wartości sprzedaży określonych ilości produktów związana ze znajomością cen, po których sprzedawane są wyroby. Porównanie kosztu każdej ilości z utargiem pozwala oceniać, czy dana produkcja jest opłacalna, tzn. czy to, co się uzyskało, jest większe od tego, co się zapłaciło
- **całkowity utarg TR** -  $TR = Q \cdot P$  (ilość razy cena)
- f. **Cena zamknięcia przedsiębiorstwa** - jest równa przeciętnym kosztom zmiennym. Gdy cena spada poniżej poziomu przeciętnego kosztu zmiennego, to przedsiębiorstwo może zostać zamknięte, by nie ponosić powiększania strat.

## Rynki

- a. **Rynek konkurencji doskonałej**
- **Ogólnie:** bardzo wielu kupujących i bardzo wielu sprzedających identyczny produkt, udział w rynku poszczególnych jego uczestników bardzo niewielki, cena niezależna od firm i muszą one akceptować cenę rynkową (popyt/podaż), trudno o ukształtowanie ceny, swoboda wejścia na rynek jest nieograniczona, reklama i marka nie odgrywają roli, firmy nie konkurują ze sobą, przykłady: kapusta, marchew, ziemniaki
  - **Optimum rynku konkurencji doskonałej** - optymalizacja możliwa tylko przez zmianę produkcji, popyt na produkt jest doskonale elastyczny (RYSUNEK NIŻEJ)



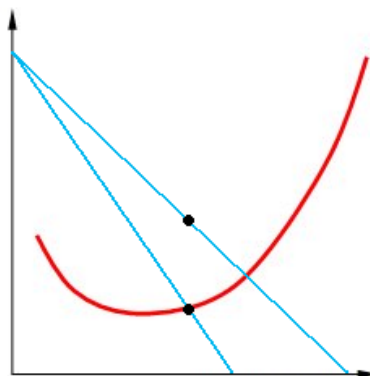


### b. Konkurencja niedoskonała

- zazwyczaj mamy z nią do czynienia, uczestnicy rynku mają ograniczony wpływ na cenę.
- im silniejsza na danym rynku jest konkurencja, a cena kształtuje się bardziej spontanicznie, tym lepiej dla rozwoju gospodarki.
- firmy mogą ustalić cenę powyżej kosztu krańcowego, czego rezultatem jest produkcja, której poziom nie jest efektywny w sensie Pareto. Optimum Pareto zostałoby osiągnięte przy wyższym poziomie produkcji, wyznaczonym przez zrównanie popytu z kosztem krańcowym
- zwiększenie produkcji oznacza zmniejszenie zysku producenta, jest jednak możliwe jednoczesne skompensowanie jego straty i zwiększenie użyteczności konsumentów (+potencjalna poprawa w sensie Pareto)
- rząd zapobiegając negatywnym skutkom NK może np. uniemożliwić działania zmierzające do ograniczenia konkurencji lub wprowadzić regulacje wysokości cen (monopol)

c. **Monopol** – jedna firma, bardzo ograniczona/zerowa swoboda wejścia na rynek, cechy produktów nieporównywalne, produkt nie posiada bliskich substytutów, wielu nabywców, firma jest cenodawcą, przykłady: elektrociepłownie, PKP, komunikacja miejska

- **Optimum monopolu** – monopol wytwarza taką ilość produktu, przy której koszt krańcowy jest równy utargowi krańcowemu, a cena pokrywa koszt przeciętny. Wtedy monopol maksymalizuje zyski. Utarg krańcowy w monopolu spada szybciej niż popyt. Monopol prowadzi do sprzedawania mniejszej liczby produktów po wyższych cenach.



- **Monopol a rynek konkurencji doskonałej**
  - swoboda kształtowania wielkości produkcji i ceny daje możliwość osiągnięcia wyższych zysków
  - produkuje mniej niż produkowałyby firmy doskonale konkurencyjne
  - wejście na rynek monopolu jest zablokowane, zatem monopolista ma możliwość realizowania zysków dodatnich w długim okresie
  - monopol sprzedaje swoje produkty na rynku po wyższej cenie niż miałyby to miejsce na RKD
  - monopol dążąc do maksymalizacji zysku, nie dąży do minimalizacji kosztów przeciętnych. Oznacza to nieoptymalność monopolu w wykorzystywaniu czynników produkcji. W konkurencji doskonałej sytuacja przedstawia się na odwrót.
  - nadwyżka konsumenta jest większa, gdy rynek danego produktu jest rynkiem konkurencyjnym niż w sytuacji, gdy jest to rynek monopolu. Monopolizacja rynku oznacza zatem poprawę sytuacji producenta, kosztem pogorszenia sytuacji konsumenta.
  
- **Dyskryminacja cenowa** - monopolista sprzedaje różnym nabywcom po różnych cenach. Muszą być spełnione dwa warunki
  - Na poszczególnych rynkach cenowa elastyczność popytu jest różna
  - Rynki muszą być izolowane

**d. Oligopol** - kilka firm (+2), ograniczona swoboda wejścia na rynek, cena zależy nie tylko od wielkości produkcji, ale również od działań innych konkurentów, niezbyt zróżnicowane produkty, cenodawcą jest producent, duża liczba konsumentów, doskonała wiedza o rynku, działania obciążone ryzykiem i niepewnością przykłady: cementownie, cukrownie

- **Konkurencja oligopolistyczna**
  - współzależność, podejmowane decyzje oddziałują na wszystkich
  - wzajemne oddziaływanie konkurentów na siebie

**e. Zawodność rynków**

- **Optimum pareto** - (optymalna alokacja w sensie pareto) – kiedy nie można polepszyć sytuacji jednej osoby, bez pogarszania sytuacji drugiej. Kiedy występuje optimum pareto, rynek alokuje zasoby w sposób najlepszy z możliwych. Rynek zawodzi, gdy nie prowadzi do optimum pareto.
- **Forma zawodności rynku**
  - **Efekty zewnętrzne** - konsekwencje działania podmiotów zawierających transakcję na sytuację innych podmiotów, które nie są odzwierciedlone w cenach. Negatywne (opodatkowanie w interesie trzeciej strony), pozytywne (dotacja w interesie trzeciej strony)
  - **Dobra publiczne i społecznie pożądane**
    - 🚧 **dobra prywatne** - takie dobra, gdzie konsumpcja jednej osoby ogranicza konsumpcję innych osób i dostępność do tych dóbr jest ograniczona. (tylko one prowadzą do optimum pareto)

✚ **dobra publiczne** - takie dobra, gdzie konsumpcja jednej osoby nie ogranicza konsumpcji innych osób i nie można dopuścić innych osób do konsumpcji. (zajmuje się państwo)

✚ **dobra klubowe** - takie dobra, gdzie konsumpcja jednej osoby nie ogranicza konsumpcji innych osób i dostępność do tych dóbr jest ograniczona.

✚ **dobra wspólne** - takie dobra, gdzie konsumpcja jednej osoby ogranicza konsumpcję innych osób i nie można dopuścić innych osób do konsumpcji.

- **Cykl koniunkturalny** - wahania produkcji i recesje gospodarcze, powodujące bezrobocie.
- **Asymetria informacji** (jedna ze stron transakcji ma więcej informacji od drugiej)
  - **Pokusa nadużycia** – jedna ze stron zmienia swoje zachowanie po zawarciu transakcji;
  - **Selekcja negatywna** – wycofywanie się lepszych produktów z rynku
  - **Problem agencji (pryncypała i agenta)** – asymetria informacji na korzyść agenta, dodatkowe koszty: ekstra kontrola agenta, zapłata agenta za uwiarygodnienie.
- **Informacja niedoskonała (niesymetryczna)**
  - **niekorzystna selekcja** - jedna ze stron transakcji ma więcej informacji odnośnie jakości towaru niż druga, która przed zawarciem transakcji nie jest w stanie w pełni ocenić jakości towaru
  - **pokusa nadużycia** - po zawarciu transakcji jedna ze stron zmienia swoje zachowanie w sposób niekorzystny dla drugiej