

## SEMESTR 1

Odpowiedz na poniższe pytania:

1. Opisz plan Barcelowicza
2. Wymień funkcje i opisz
3. Co to jest deficyt budżetowy

# Jak uniknąć deficytu w domowych finansach?

Stworzenie domowego budżetu, a następnie zarządzanie nim (czyli planowanie wydatków, śledzenie realizacji tego planu i jego ewentualne modyfikacje) może się wydawać żmudne i niepotrzebne. Jednak wysiłek włożony w te działania pozwoli uniknąć deficytu w domowych finansach.

## Określenie miesięcznych dochodów rodziny

- W celu zaplanowania domowego budżetu oblicz miesięczne dochody swojej rodziny:
  - zsumuj kwoty dochodów uzyskiwanych przez poszczególnych jej członków,
  - uwzględnij tylko stałe dochody, bez premii.
- Uzyskana po zsumowaniu dochodów kwota to budżet, którym dysponuje twoja rodzina.

## Określenie miesięcznych wydatków rodziny

- Sporządź dokładną ewidencję wydatków całej rodziny:
  - zapisuj przez cały miesiąc każdy (nawet najmniejszy) wydatek,
  - pogrupuj wydatki, dzieląc je np. na wydatki stałe (rachunki za telefon prąd, gaz itp.) oraz wydatki konsumpcyjne (żywność, odzież, transport, zdrowie itp.).

## Porównanie miesięcznych dochodów i wydatków rodziny

- Porównaj sumę miesięcznych dochodów swojej rodziny z jej wydatkami
- Jeśli wydatki przewyższają dochód, to znaczy, że występuje deficyt.
- Jednym ze sposobów zapobiegania deficytowi jest racjonalizacja wydatków. Skuteczna racjonalizacja wymaga omówienia z członkami rodziny sposobu jej realizacji.

## Wyeliminowanie zbędnych wydatków

- Zanalizuj strukturę wydatków:
  - części wydatków nie da się uniknąć – są to tzw. sztywne wydatki, np. czynsz,
  - spróbuj znaleźć takie opłaty, które można obniżyć (np. rachunki za abonament telefoniczny), oraz takie, z których można zrezygnować (np. płatne kanały telewizyjne).

## Monitorowanie budżetu

- Pamiętaj o regularnym monitorowaniu wysokości wydatków oraz wielkości dziury budżetowej.
- Nie zapominaj o wprowadzaniu potrzebnych zmian.

## Budżet domowy

Budżetem domowym nazywamy zestawienie dochodów i wydatków członków gospodarstwa domowego w danym okresie (np. w miesiącu). Przewaga wydatków nad dochodami oznacza **deficyt budżetowy**, czyli tzw. dziurę budżetową. W sytuacji, w której wydatki są mniejsze niż dochody, mówimy o nadwyżce budżetowej. Natomiast kiedy wydatki równoważą dochody, to mówimy o budżecie zrównoważonym.

## Wydatki gospodarstw domowych

Członkowie gospodarstw domowych przeznaczają uzyskane dochody na pokrycie wydatków związanych z zaspokojeniem ich potrzeb. Wydatki te można podzielić na dwie główne grupy:

- **wydatki konsumpcyjne**, ponoszone na bieżące potrzeby, np. zakup żywności czy ubrań;
- **wydatki inwestycyjne**, które w przyszłości mają przynieść korzyści finansowe, np. opłacenie kursu językowego.

Wydatki należące do obu tych grup można z kolei podzielić na:

- **wydatki stałe**, czyli takie, których wartość nie zmienia się w czasie i są one ponoszone regularnie;
- **wydatki zmienne**, które są ponoszone w różnych kwotach i w różnym czasie.

Proporcje między wydatkami konsumpcyjnymi a inwestycyjnymi w poszczególnych gospodarstwach domowych są różne i zależą głównie od wielkości uzyskiwanych dochodów. Im dochody są wyższe, tym większa ich część może zostać przeznaczona na wydatki inwestycyjne.

*Czy wiesz, że...*

Niemiecki ekonomista Ernst Engel zauważył w połowie XIX w., że wraz ze wzrostem dochodów spada udział wydatków na żywność. Prawidłowość ta, nazwana **prawem Engla**, występuje także obecnie.

### konsumpcyjne

### inwestycyjne

stałe, np.:

- żywność
- opłaty mieszkaniowe (m.in. czynsz)
- opłaty za media (energię elektryczną)
- abonament telefoniczny

zmiennie, np.:

- remont domu czy mieszkania
- wyjazd na wycieczkę zagraniczną
- zakup elementów wyposażenia wnętrza domu

stałe, np.:

- czesne za studia
- składka z tytułu polisy na życie
- raty kredytu hipotecznego na zakup nieruchomości pod wynajem

zmiennie, np.:

- opłata za kurs językowy, kurs prawa jazdy
- zakup papierów wartościowych
- zakup mieszkania pod wynajem

## Podaż

Podaż to ilość towarów lub usług oferowana na sprzedaż przy określonym poziomie ceny w danym miejscu i czasie. Jest ona wprost proporcjonalna do ceny. Oznacza to, że im wyższa jest cena, tym więcej produktów jest dostarczanych na rynek – prawo podaży. Wzrost ceny powoduje wzrost opłacalności produkcji (przy innych czynnikach niezmiennych), co motywuje przedsiębiorców do zwiększenia wielkości podaży. Graficznym obrazem tej zależności jest krzywa podaży.

## Pozacenowe czynniki kształtujące podaż

Najważniejszymi pozacenowymi czynnikami kształtującymi podaż są:

- koszty produkcji (m.in. koszty surowców),
- liczba producentów (sprzedawców) danego towaru lub usługi,
- czynniki klimatyczne w wypadku niektórych działalności, np. w rolnictwie.

Prawo podaży – podaż danego towaru lub usługi zwiększa się wraz ze wzrostem ceny (pod warunkiem, że inne czynniki pozostają niezmiennie).

## Jak są ustalane ceny?

Ceny towarów i usług są kształtowane w wyniku wzajemnego oddziaływania popytu i podaży. Gdy podaż jest wyższa od popytu, występuje **nadwyżka rynkowa**. W tej sytuacji konkurencja między producentami (sprzedającymi) powoduje spadek ceny, który pociąga za sobą wzrost popytu i spadek podaży. W przeciwnym razie, gdy popyt przewyższa podaż, występuje **niedobór rynkowy**. Konkurencja, tym razem między konsumentami (kupującymi), prowadzi do wzrostu cen, który powoduje spadek popytu i wzrost podaży. Rezultatem trwających nieustannie procesów dostosowawczych jest **cena równowagi rynkowej**, przy której popyt jest równy podaży.

*Czy wiesz, że...*

Ważnym elementem Wspólnej Polityki Rolnej UE są kwoty produkcyjne ograniczające podaż produktów. Różnego rodzaju ulgi, subwencje czy dopłaty do produkcji rolnej podnoszą ryzyko wystąpienia nadprodukcji niektórych artykułów rolnych. Dlatego też ustalanie kwot produkcyjnych, czyli limitów produkcji (np. mleka czy cukru), stało się mechanizmem równoważącym podaż z popytem.

## Elastyczność cenowa popytu

Wraz ze zmianą cen poszczególnych towarów i usług zmienia się wielkość popytu na nie. Miarą służącą do określenia wpływu zmian cen na zmianę popytu jest współczynnik elastyczności cenowej popytu. Jest to stosunek procentowej zmiany ilości towaru/usługi do procentowej zmiany ceny. Jeżeli współczynnik wynosi jeden, to znaczy, że popyt jest neutralny. Jeśli jego wartość jest większa – popyt jest elastyczny. Mniejsza wartość oznacza, że popyt jest nieelastyczny.

Oglądając telewizję, słuchając radia lub czytając informacje zamieszczone w prasie czy internecie, nie sposób oprzeć się wrażeniu, że coraz częściej pojawia się w nich hasło „dziura budżetowa”. Co ono oznacza? W przypadku państwa dziura budżetowa to nic innego, jak przewaga wydatków nad dochodami. Z podobną sytuacją zmagają się także coraz więcej gospodarstw domowych.

## Gospodarstwo domowe

Gospodarstwo domowe to jeden z podmiotów gospodarki będący związkiem ludzi wspólnie zamieszkujących i podejmujących decyzje dotyczące sposobu zarabiania i wydawania pieniędzy. Może być ono jedno- lub wieloosobowe i współtworzone przez:

- osoby pracujące (w tym osoby samozatrudnione, pracowników najemnych lub pracujących w gospodarstwach rolnych);
- osoby pobierające emeryturę lub rentę;
- osoby utrzymujące się ze źródeł niezarobkowych, np. z inwestowania na giełdzie;
- osoby pozostające na utrzymaniu innych członków gospodarstwa domowego.

## Dochoły gospodarstw domowych

Celem prowadzenia gospodarstwa domowego jest zaspokajanie potrzeb tworzących je osób dzięki rozporządzaniu dochodami niektórych lub wszystkich jego członków. Źródłem przychodów gospodarstw domowych są dochody z pracy, spoza pracy oraz z majątku.

### z pracy

- Osiągane z tytułu zatrudnienia w przedsiębiorstwach, m.in.:
- wynagrodzenie za pracę najemną (otrzymywane ze stałej, etatowej pracy oraz z innych źródeł, np. z tytułu umowy o dzieło),
- zysk z tytułu prowadzenia własnej działalności gospodarczej,
- dochody z działalności rolniczej.

### spoza pracy

- Osiągane ze źródeł, które nie łączą się bezpośrednio z wykonywaniem pracy, m.in.:
- zasiłki i świadczenia socjalne, np. zasiłek dla bezrobotnych, dodatek mieszkaniowy,
- renty i emerytury,
- darowizny,
- spadki,
- zyski z gier losowych,
- stypendia.

### z majątku

- Osiągane z tytułu posiadania majątku, m.in.:
- odsetki, np. od lokat bankowych,
- dywidenda (dochód) z akcji,
- środki pieniężne uzyskane ze sprzedaży majątku, np. samochodu,
- środki pieniężne uzyskane z użyczenia dóbr w zamian za opłatę, np. czynsz za wynajmowane mieszkanie.

Kryterium podziału rynku może być również brak równowagi rynkowej. Wyróżnia się wówczas:

**rynek producenta** (rynek sprzedawcy) – mówi się o nim w sytuacji niedoboru rynkowego (nadwyżki popytu nad podażą), kiedy producent (sprzedawca) znajduje się na pozycji uprzywilejowanej, ponieważ nabywcy kupią wszystkie oferowane przez niego towary i usługi, bez względu na ich jakość, cenę czy inne cechy produktu;

**rynek konsumenta** (rynek nabywcy) – występujący podczas względnie trwałej nadwyżki rynkowej, tzn. kiedy podaż jest większa od popytu, co daje nabywcy uprzywilejowaną pozycję.

### Struktury rynkowe

Nieodłącznym elementem rynku jest konkurencja. W jej wyniku lub dzięki umowie producentów (sprzedawców) kształtują się **struktury rynkowe** pojedynczych produktów lub ich grup. Wyróżnia się cztery główne modele struktur rynkowych:

- monopol,
- oligopol,
- konkurencję monopolistyczną,
- konkurencję doskonałą.

**Monopol** występuje wówczas, gdy na rynku działa tylko jeden producent (sprzedawca). Ponieważ ustala on i kontroluje poziom cen oferowanych przez siebie produktów, nazywa się go **dawcą ceny** (ang. *price maker*). Wejście innych producentów na rynek w pełni zmonopolizowany jest praktycznie niemożliwe.

**Oligopol** odnosi się do sytuacji, w której niewielu producentów ma znaczny udział w rynku. Oferują oni zarówno produkty jednorodne (np. surowce), jak i zróżnicowane (np. samochody). Ceny są dyktowane przez największe przedsiębiorstwo oligopolu, tzw. **lidera cenowego**, lub ustalane w wyniku porozumienia między producentami (często jest ono nielegalne i tajne – ma charakter **zmony**). Wejście na rynek oligopolistyczny jest trudne, głównie z uwagi na bariery ekonomiczne.

*Cartel, Kartel...*

*Kartel to forma porozumienia między przedsiębiorstwami, dotycząca zazwyczaj poziomu cen, rozmiarów produkcji oraz rynków zbytu. Ograniczając produkcję, kartel sztucznie zawyża cenę, co umożliwia maksymalizację jego zysku. Przykładem międzynarodowego kartelu jest Organizacja Krajów Eksportujących Ropę i Naftową (OPEC).*

## Funkcje rynku

Rynek pełni wiele funkcji w gospodarce każdego państwa. Najważniejszymi spośród nich są funkcje: informacyjna, równowagi, akceptacji towarów i usług oraz alokacyjna.

dostarczanie producentom (sprzedawcom) i nabywcom (klientom) podstawowych informacji o rynku: popycie, podaży oraz cenie produktu	wyrównywanie poziomów i struktury podaży oraz popytu towarów i usług dzięki informacjom o parametrach rynku dostarczanych producentom i nabywcom	weryfikacja przydatności wytworzonych towarów i świadczonych usług przez udzielenie bądź odmowę akceptacji ze strony nabywców (brak akceptacji oznacza konieczność wycofania ich z rynku)	jest związana z przemieszczaniem się zasobów pracy, środków produkcji i kapitałów do tych rodzajów działalności gospodarczej, które przynoszą największy zysk, czyli są najbardziej efektywne
---	--	---	---

Na rynku konkurencji monopolistycznej producenci często dokonują różnicowania produktu. Poprzez różnego rodzaju działania, m.in. nadawanie wyrobom wyróżniających cech (związanych np. z jakością, trwałością lub wyglądem) czy też rozwijanie obsługi posprzedażowej (dostawa, instalacja czy naprawa produktu), wywołują w konsumentach przeświadczenie, że kupują produkt wyjątkowy; zupełnie inny niż ten, który oferuje konkurencja.

**Konkurencja monopolistyczna** charakteryzuje rynek, na który wielu producentów dostarcza podobne, choć nie takie same produkty (np. proszki do prania, buty, mleko). Dzięki temu mogą oni odrębnie ustalać ceny swoich wyrobów (pod warunkiem, że nie będą one zbyt odbiegać od cen podobnych produktów na rynku). Główną formą rywalizacji pomiędzy producentami jest tu **konkurencja niefinansowa**, polegająca m.in. na popularyzacji marki (głównie przez reklamę) oraz prowadzeniu aktywnej promocji sprzedaży. Duże nakłady finansowe przeznaczane na reklamę i promocję utrudniają nowym producentom wejście na rynek.

**Konkurencja doskonała** charakteryzuje rynek, na którym występuje wielu sprzedających i kupujących, a oferowane produkty są homogeniczne (jednorodne), np. ziemniaki. Dzięki temu ceny ustalane są przez rynek, a nie przez sprzedawców. W tej sytuacji mówi się, że sprzedający są **biorcami ceny** (ang. *price taker*). W konkurencji doskonałej wejście nowych producentów na rynek nie jest ograniczone żadnymi barierami.



## Plan Balcerowicza – sukces różnie oceniany

Plan Balcerowicza, zwany terapią szokową, jest różnie oceniany przez specjalistów. Choć w świetle większości opinii należy go uznać za sukces, to jednak nie brak też słów krytyki. Osoby negatywnie oceniające ten plan twierdzą, że reformę można było przeprowadzić równie sprawnie, ale mniejszym kosztem.

(...) Plan stanowił „konstytucję polskiej transformacji” wprowadzając w naszym kraju, na gruzach socjalizmu, pierwsze rynkowe instytucje typowe dla kapitalizmu. Nowy ustroj (...) przyczynił się do gwałtownego rozwoju przedsiębiorczości i własności prywatnej w Polsce. (...) jednak (...) transformacja ustrojowa była dla milionów Polaków wychowanych w „socjalistycznym państwie dobrobytu” prawdziwym szokiem.

(...) Z dzisiejszej perspektywy widać (...), że kierunek reform był dobrze obrany i pomimo zarzutów, że „szokowa terapia”, którą krajowi zaaplikował Balcerowicz, była w gruncie rzeczy „szokiem bez terapii” (...), szybkie podjęcie działań i reform (...) było niezbędnym, chociaż niepopularnym politycznie posunięciem.

(...) rok 1990 rozpoczęliśmy od głębokich i radykalnych przeobrażeń gospodarczych (...).

(...) rząd zakładał jednoroczny zaledwie spadek produkcji i ograniczone bezrobocie oraz szybką stabilizację finansową. Recesja miała ograniczyć się do spadku PKB w roku 1990 o 3,1 proc., a bezrobocie miało nie przekroczyć 400 tys. osób. Inflacja miała już po trzech miesiącach spaść do jednego procenta w ujęciu miesięcznym, a budżet miał być zrównoważony. Niepożądane życzenia! W wyniku doktrynerstwa i błędów polityki PKB załamał się aż o prawie 20 proc. (...), powstało masowe bezrobocie, które (...) przekroczyło 3 miliony osób, inflacja spadła do 1 proc. miesięcznie dopiero po siedmiu latach, a deficyt budżetowy w roku 1992 przekraczał 6 proc. PKB. Oto prawda o słynnym szoku bez terapii (...).

Rynek – główny plac miejski, na którym znajdują się najważniejsze budynki administracyjne oraz punkty handlowe i usługowe – istnieje niemal w każdym mieście. Zabytkowa zabudowa, muzea, stoiska z pamiątkami oraz restauracje, kawiarnie i puby powodują, że mieszkańcy miast i turyści przybywają tam obecnie głównie w celach rekreacyjnych. Dawniej jednak na rynku gromadzili się sprzedawcy i nabywcy z różnych regionów kraju i świata.

### Czym jest rynek?

Z czasem pojęcie rynku uzyskiwało coraz szerszy zakres znaczeniowy. Obecnie rynkiem nazywamy ogół transakcji kupna oraz sprzedaży, a także warunków, w których one przebiegają.

Istnieje wiele rodzajów rynku. Najczęstszy- mi kryteriami podziału są:

zasięg przestrzenny (geograficzny),  
przedmiot wymiany.

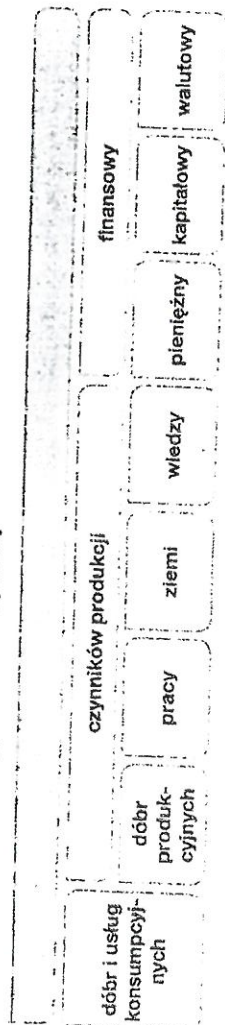
Ze względu na zasięg przestrzenny wyróżnia się rynki:

- lokalny, obejmujący niewielki obszar, np. miasta;
- regionalny, który rozciąga się na większym terenie, np. powiatu czy województwa;
- krajowy, obejmujący obszar państwa;
- międzynarodowy, rozciągający się na terytorium co najmniej dwóch państw;
- globalny, który obejmuje obszar całego świata.

Według przedmiotu wymiany rynek dzieli się na:

- rynek dóbr i usług konsumpcyjnych, gdzie przedmiotem obrotu są towary i usługi zaspokajające potrzeby konsumentów;
- rynek czynników produkcji, na którym przedmiotem wymiany są towary wykorzystywane do produkcji innych towarów i świadczenia usług, a także ziemia, praca oraz wiedza i informacja;
- rynek finansowy, na którym dokonywane są transakcje w formie pieniężnej. W zależności od rodzaju transakcji wyróżnia się:
  - rynek pieniężny (krótkoterminowe operacje środkami pieniężnymi),
  - rynek kapitałowy (średnio- i długoterminowe inwestycje kapitałowe oraz obrót papierami wartościowymi),
  - rynek walutowy.

Klasyfikacja rynku według przedmiotu wymiany



Monopol	jedna wielka		
Oligopol		duży, zwłaszcza lidera cenowego	
Konkurencja monopolistyczna			duże
Konkurencja doskonała			brak

Dla większości z nas decydujący wpływ na wybór towarów ma cena. Gdy uznamy, że dany produkt jest zbyt drogi – nie zdecydujemy się na jego zakup. Natomiast jeśli jego cena będzie dla nas atrakcyjna – kupimy go i to najprawdopodobniej w większej ilości. W ten sposób kształtujemy popyt i pośrednio podaż, a tym samym wpływamy na cenę produktów.

### Popyt

Popyt to ilość towarów lub usług, którą konsumenci (kupujący) są gotowi nabyć przy określonym poziomie ceny w danym miejscu i czasie. Jest on odwrotnie proporcjonalny do ceny. Oznacza to, że wraz z jej wzrostem, maleje ilość zakupionych towarów i usług. Jest to tzw. prawo popytu. Graficznym obrazem tej zależności jest krzywa popytu.

*Czy wiesz, że...*

*Wzrost ceny na dane dobro czy usługę nie zawsze prowadzi do spadku popytu. Jedną z nietypowych reakcji popytu na zmianę ceny opisuje paradoks Veblena. Zjawisko to dotyczy zapotrzebowania na dobra prestiżowe, takie jak sportowe samochody czy luksusowe zegarki, zaspokajające potrzebę demonstrowania statusu materialnego nabywcy. Popyt na te produkty zwiększa się wraz ze wzrostem ich cen.*

### Pozacenowe czynniki kształtujące popyt

Popyt jest kształtowany także przez wiele czynników pozacenowych. Najważniejszymi spośród nich są:

wysokość dochodów nabywców (wraz ze wzrostem dochodów zwiększa się popyt); moda, gust oraz preferencje konsumentów (np. modne w danym sezonie fasony czy kolory ubrań będą się sprzedawać najlepiej); liczba ludności (im większa liczba konsumentów, tym większy może być popyt na dany towar lub usługę) i jej struktura według np. płci, wieku czy wykształcenia.

Wielkość popytu zależy również od cen dóbr komplementarnych i substytucyjnych. Dobra komplementarne to dobra uzupełniające się, czyli takie, które zaspokajają określone potrzeby konsumentów tylko wtedy, gdy funkcjonują łącznie (np. samochód i paliwo). Dlatego wzrost ceny i zmniejszenie popytu na jedno z dóbr komplementarnych powoduje zmniejszenie popytu także na drugie dobro. Na przykład gdy samochody drożeją, maleje zapotrzebowanie na paliwo. Natomiast dobra substytucyjne to dobra zastępujące się. Wzrost ceny jednego z substytutów spowoduje zwiększenie popytu na drugi substytut, który w tej sytuacji stanie się relatywnie tańszy. Na przykład podniesienie cen masła spowoduje wzrost popytu na margarynę.

**Prawo popytu** – popyt na dany towar lub usługę maleje wraz ze wzrostem ich ceny (pod warunkiem, że inne czynniki pozostają niezmiennie).

**Cena** – wartość rynkowa towaru lub usługi w rażonej w pieniądzu.