

PAWEŁ UMIŃSKI

## ZNACZENIE MONOPOLIZACJI W POSTKEYNESOWSKICH TEORIACH CENOTWÓRSTWA\*

### I. WSTĘP

Ekonomistom prowadzącym analizę w duchu ekonomii neoklasycznej John M. Keynes zarzucał brak realizmu, ponieważ zakładali oni znajomość czynników kształtujących przyszłe zdarzenia oraz rozkłady prawdopodobieństwa ich występowania. W realnym świecie, jak twierdził Keynes, wieloma procesami rządzi jednak niepewność<sup>1</sup>. Odrzucenie założenia o ergodyczności otoczenia gospodarczego oznacza, że przyszłe zdarzenia gospodarcze nie mogą być przewidziane w sposób wiarygodny na podstawie przeszłych i teraźniejszych danych gospodarczych<sup>2</sup>. Powszechne przyjęcie, że rzeczywistość gospodarcza ma charakter nieergodyczny, że ekonomia jest integralną częścią nauk społecznych oraz że decyzje podmiotów gospodarczych są podejmowane w czasie historycznym, doprowadziło do powszechnego uznania krytycznego realizmu (*critical realism*) jako metodologicznej podstawy postkeynesizmu<sup>3</sup>.

W naukach ekonomicznych realizm krytyczny, jako podejście metodologiczne, został w znacznej mierze ufundowany na koncepcji transcendentnego realizmu (*transcendental realism*). Zgodnie z tym podejściem świat material-

---

\* Artykuł powstał w ramach realizacji grantu sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki (DEC-2013/09/N/HS4/03699). — Autor dziękuje prof. Izabeli Bludnik za wszelkie uwagi, które w wydatny sposób zwiększyły wartość merytoryczną i stylistyczną artykułu.

<sup>1</sup> J. M. Keynes, *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*, WN PWN, Warszawa 2011; J. M. Keynes, *The General Theory of Employment*, „Quarterly Journal of Economics” 1937, February, s. 212-215.

<sup>2</sup> P. Davidson, *Is probability theory relevant for uncertainty? A post Keynesian perspective*, „Journal of Post Keynesian Economics” 5(1), 1991; P. Davidson, *Reality and economic theory*, „Journal of Post Keynesian Economics” 18(4), 1996; idem, *Post Keynesian Macroeconomic Theory, Second Edition – A Foundation for Successful Economic Policies for the Twenty-First Century*, Edward Elgar 2011, s. 17.

<sup>3</sup> S. C. Dow, *Post Keynesianism as political economy: a methodological discussion*, „Review of Political Economy” 2(3), 1990; T. Lawson, *The nature of post Keynesianism and its links to other traditions*, „Journal of Post Keynesian Economics” 16(4), 1994; P. Arestis, *Post Keynesian economics: towards coherence*, „Cambridge Journal of Economics” 20(1), 1996, s. 115; P. Arestis, S. P. Dunn, M. Sawyer, *Post Keynesian economics and its critics*, „Journal of Post Keynesian Economics” 21(4), 1999, s. 531-535; F. S. Lee, *Theory creation and the methodological foundation of Post-Keynesian microeconomics*, „Cambridge Journal of Economics” 26, 2002.

ny i społeczny istnieje niezależnie od jednostkowej świadomości i jest przez nią poznawalny<sup>4</sup>, a wszystkie zdarzenia gospodarcze są wynikiem działania pewnych mechanizmów przyczynowo-skutkowych i struktur, które za nimi stoją. Struktura społeczna nie jest stała, ponieważ podlega nieustannej transformacji przez człowieka i z tego względu nauki społeczne są z konieczności oparte na perspektywie historycznej i geograficznej. Celem ekonomii jest zatem wskazanie struktur, które rządzą działaniami ludzkimi oraz warunków, w ramach których one zachodzą<sup>5</sup>.

Konsekwencją takiego podejścia jest postkeynesowska teoria przedsiębiorstwa i teoria kształtowania cen. Przedsiębiorstwo działające w nieergodycznym otoczeniu ma ograniczoną informację, na podstawie której podejmuje decyzje gospodarcze. Przejawem tego jest poziom produkcji poszczególnych przedsiębiorstw, który jest niższy od optymalnego, co rzutuje na proces ustalania cen jego wyrobów<sup>6</sup>. Ważnym elementem funkcjonowania przedsiębiorstwa jest także jego strategia, która jest realizowana przez politykę cenową. Według postkeynesistów przedsiębiorstwa kształtują ceny, kierując się przede wszystkim chęcią przetrwania, działania i rozwoju<sup>7</sup>. Przez to, że proces ustalania cen odbywa się, zanim zostanie ukończona produkcja, a ich podstawą są koszty, są to ceny mające zagwarantować ciągłość procesu produkcyjnego, a nie równowagę rynku (*clearing market prices*)<sup>8</sup>.

Zgodnie z powszechnie przyjętą w ramach postkeynesizmu metodologią krytycznego realizmu wyróżnia się następujące postkeynesowskie teorie cen: teoria cen administrowanych (*administered prices*), teoria cenotwórstwa opartego na kosztach normalnych (*normal cost prices*)<sup>9</sup> oraz teoria cenotwórstwa opartego na narzucie (*mark up prices*)<sup>10</sup>. Teorie te stanowią mikropodstawy postkeynesowskiej makroekonomii.

Powszechne wśród postkeynesistów jest także przekonanie o znaczeniu wielkich przedsiębiorstw i monopolizacji we współczesnej gospodarce<sup>11</sup>. Przedsiębiorstwa realizują swoje strategie także przez ceny wyrobów, które wytwarzają. Czy takie działanie przedsiębiorstw o znaczącej sile rynkowej ma swo-

<sup>4</sup> T. Lawson, *Abstraction, tendencies and stylised facts: a realist approach to economics analysis*, „Cambridge Journal of Economics” 13, 1989, s. 60-61.

<sup>5</sup> T. Lawson, *The Nature...*, s. 519-521.

<sup>6</sup> M. Lavoie, *Foundations of Post-Keynesian Economic Analysis*, Edward Elgar, 1992, s. 118-119.

<sup>7</sup> N. Shapiro, M. Sawyer, *Post Keynesian price theory*, „Journal of Post Keynesian Economics” 25(3), 2003, s. 355-356.

<sup>8</sup> F. S. Lee, *Marginalist controversy and Post Keynesian price theory*, „Journal of Post Keynesian Economics” 13(2), 1990-1991, s. 258; M. Lavoie, op. cit., s. 95.

<sup>9</sup> W ramach tej teorii opisana też zostanie *full cost pricing* opracowana przez Halla i Hitcha, a włączana także do postkeynesowskiej teorii cen. Zob. P. Downward, *A realist appraisal of Post-Keynesian pricing theory*, „Cambridge Journal of Economics” 24, 2000.

<sup>10</sup> M. Lavoie, op. cit.; P. Downward, op. cit.; F. S. Lee, *Post Keynesian Price Theory*, CUP, Cambridge 2003.

<sup>11</sup> Por. J. K. Galbraith, *Economics and the Public Purpose*, Penguin, Harmondsworth 1973; A. S. Eichner, *The Megacorp and Oligopoly: Micro Foundations of Macro Dynamics*, CUP, Cambridge 1976; M. Lavoie, op. cit.



je odbicie w postkeynesowskich teoriach cenotwórstwa? Czy w teoriach tych kwestia monopolizacji ma znaczenie i wpływa na kształtowanie się cen?

Celem artykułu jest prezentacja teoretycznych korzeni wymienionych wyżej trzech teorii ustalania cen przez przedsiębiorstwa, typowych dla myśli postkeynesowskiej, ze szczególnym naciskiem na te ich elementy, w których stopień monopolizacji rynku ma znaczenie. Przedstawiona w niniejszym artykule analiza prowadzi do odpowiedzi na pytanie, czy w którejś z trzech typowych postkeynesistom teorii ustalania ceny istotne znaczenie odgrywa kwestia monopolizacji. Jeśli tak, to czy przejawia się to w częstotliwości zmiany ceny lub w wielkości marży narzucanej na koszty produkcji? Określona zostanie także istotność zmian popytu i zmiany czynników podażyowych dla kształtowania się cen.

W związku z tym niniejszy artykuł zorganizowany został w ten sposób, że w pierwszej kolejności przedstawia trzy postkeynesowskie teorie ustalania cen. Na podstawie literatury zrekapitulowano te koncepcje i zaprezentowano ich najważniejsze elementy z punktu widzenia celu artykułu. W podsumowaniu artykułu zebrano te elementy opisanych teorii, które odnoszą się do głównych problemów, którym został on poświęcony.

## II. TEORIA CEN ADMINISTROWANYCH

Teoria cen administrowanych (*administered prices*) jest nierozzerwalnie związana z Gardinerem Meansem. Jego praca napisana wspólnie z Adolfe Berle – *The Modern Corporation and Private Property*<sup>12</sup>, stała się dla postkeynesistów jedną z najważniejszych prac XX w.<sup>13</sup> Recepcja jej głównych tez miała jednak odmienny charakter w różnych szkołach myśli ekonomicznej. Dla ekonomii neoklasycznej najważniejszym wnioskiem płynącym z *The Modern Corporation* jest ten, który stwierdza rozdzielenie własności od kontroli w wielu ówczesnych przedsiębiorstwach<sup>14</sup>. Najważniejszą konstatacją płynącą z prac Gardinera Meansa, zgodnie z którą to nie gra popytu i podaży determinuje cenę danego wyrobu, ekonomiści neoklasycyści albo odrzucili albo wypaczyli<sup>15</sup>.

Obserwując rzeczywistość gospodarczą lat trzydziestych XX w., Gardiner Means doszedł do wniosku, że dominujące wówczas w ekonomii podejście Al-

<sup>12</sup> A. A. Berle, G. C. Means, *The Modern Corporation and Private Property*, Macmillan, New York 1932.

<sup>13</sup> W. J. Samuels, S. G. Medema, *Gardiner C. Means's institutional and Post-Keynesian economics*, „Review of Political Economy” 1(2), 1989. Autorzy ci piszą, że wpływ *The Modern Corporation* na ówczesne rozumienie nowoczesnej gospodarki był tej samej rangi, co wpływ *Ogólnej teorii* J. M. Keynesa. Ibidem.

<sup>14</sup> F. S. Lee, *The modern corporation and Gardiner Means's critique of neoclassical economics*, „Journal of Economic Issues” 24(3), 1990, s. 673-674.

<sup>15</sup> Syntetyczne ujęcie prób odrzucania i wypaczania badań G. Meansa przez ekonomistów neoklasycznych zawiera rozprawa doktorska GyunCheolGu. Zob GyunCheolGu, *Pricing, price Stability, and Post Keynesian Price Theory*, University of Missouri – Kansas City 2012, (nieopublikowana), s. 13-32.

freda Marshalla nie przystaje do rzeczywistości, a co najwyżej do gospodarki ponad sto lat wcześniejszej. Na początku XIX w., zdaniem G. Meansa, można było mówić o niewielkim przedsiębiorstwie jako dominującej strukturze w gospodarce, którego kontrola i własność spoczywały w rękach właściciela, co z kolei determinowało maksymalizację zysku jako cel jego działania. Następnym takim krajobrazem gospodarczym była konkurencja rynkowa i popytowo-podażowy mechanizm cenowy, jako sposób koordynacji działań poszczególnych uczestników rynku prowadzący do optymalnego wykorzystania zasobów. Około roku 1840, zdaniem G. Meansa, w gospodarce zdominowanej przez zatamizowane przedsiębiorstwa coraz częściej zaczynały występować większe organizacje gospodarcze, a system taki określił jako fabryczny. Wraz z rozwojem technologicznym postępowała koncentracja produkcji i zmiany organizacyjne w wielu gałęziach gospodarki, tak by z końcem XIX w. można było mówić, o gospodarce korporacyjnej<sup>16</sup>.

Badania G. Meansa pokazały, jak bardzo korporacje zdominowały krajobraz gospodarczy początku XX. w. oraz zakres rozdzielenia kontroli i własności. Z tego wniosku G. Means wywiódł tezę o realizacji innych celów przez zarządzających korporacją niż maksymalizacja zysku, która była celem właściciela-zarządcy w przedsiębiorstwie opisanym przez A. Marshalla<sup>17</sup>. Wzrost rozmiarów przedsiębiorstwa pociągnął za sobą możliwość aktywnego kształtowania ceny jego wyrobów, a nie wyłącznie reagowania na sygnały rynkowe. Możliwość ta, zdaniem G. Meansa, stała się udziałem korporacji jako struktury dominującej w ówczesnej gospodarce. W ten sposób zarządzanie i administrowanie zdominowało przedsiębiorstwa a potem całą gospodarkę, co było jednoznaczne z wyparciem rynku jako mechanizmu koordynacji działań poszczególnych podmiotów gospodarczych. Korporacja wewnętrznie administrowała produkcją, a skierowana do zewnątrz administrowała swoimi cenami na rynku<sup>18</sup>.

Wraz ze wzrostem przedsiębiorstw i wzrostem stopnia skomplikowania procesu produkcyjnego koniecznością stało się funkcjonowanie według strategii, ponieważ działanie na podstawie sygnałów płynących z kapryśnego rynku byłoby zbyt ryzykowne. Strategia taka obejmowała strukturę produkcji, kosztów oraz procedurę określania ceny. Jeśli przedsiębiorstwo działa zgodnie z długofalową strategią, ustala swoje ceny, w znacznej mierze nie zważając na popytowe sygnały płynące z rynku. W ten sposób G. Means doszedł do koncepcji cen administrowanych. Rozumiał je jako ceny ustanawiane poprzez działanie administracyjne określonej komórki w przedsiębiorstwie i utrzymywane na stałym poziomie przez pewien okres<sup>19</sup>. Ceny te zwykle ustalane są przed procesem produkcyjnym i dostarczeniem produktu na rynek, a kierujący przedsiębiorstwem, ustalając je, dążą do dobrej kondycji firmy i do jej wzrostu. Kierując się bieżącymi potrzebami i polityką inwestycyjną oraz biorąc pod

<sup>16</sup> F. S. Lee, *Post Keynesian Price Theory*, CUP, Cambridge 2003, s. 49-50.

<sup>17</sup> F. S. Lee, *The Modern Corporation and Gardiner...*, s. 680.

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 684-685.

<sup>19</sup> G. C. Means, *Price inflexibility and the requirements of a stabilizing monetary policy*, „Journal of the American Statistical Association” 30(190), 1935, s. 401.



uwagę stopień konkurencji rynkowej i ceny konkurentów, przedsiębiorstwa ustalają oczekiwaną stopę zwrotu (*target rate of return*)<sup>20</sup>. Ogólny charakter procedury ustalania ceny wynikającą z teorii cen administrowanych można zapisać w następujący sposób<sup>21</sup>:

$$p = [SATC][1 + t], \quad (1)$$

gdzie:

*SATC* – standardowe przeciętne koszty całkowite (*standard average total cost*);

*t* – marża zysku, która wygeneruje oczekiwaną stopę zwrotu w odniesieniu do wartości aktywów kapitałowych przedsiębiorstwa.

Zdaniem G. Meansa to właśnie procedurą oczekiwanej stopy zwrotu kierowały się przedsiębiorstwa administrujące swoją działalnością. Tworzyły one sektor administrowany, który w gospodarce amerykańskiej współczesnej Meansowi funkcjonować miał obok sektora rynkowego, a ten z kolei składał się ze zatamizowanych przedsiębiorstw działających zgodnie z opisem dostarczoną przez ekonomię neoklasyczną. Do sektora rynkowego G. Means zaliczał rolnictwo, budownictwo, rynek zasobów naturalnych i rynek papierów wartościowych, jednak to sektor administrowany dominował w gospodarce<sup>22</sup>. To właśnie wyłonienie się sektora administrowanego sprawiło, że zrewidować należy postrzeganie funkcjonowania mechanizmu cenowego. Ceny administrowane kształtowane przez korporacje blokują bowiem funkcjonowanie mechanizmu zapewniającego pełne zatrudnienie<sup>23</sup>. Właśnie ceny administrowane Means uważał za główną przyczynę tego, że wielki kryzys był tak głęboki. To ceny administrowane, jego zdaniem, sprawiły, że zamiast spadku cen adekwatnego do spadku popytu, ceny zachowały relatywną sztywność przez co doszło do wzrostu bezrobocia i do dalszego spadku popytu i pogłębiania katastrofy gospodarczej<sup>24</sup>.

Choć wzrost stopnia monopolizacji produkcji G. Means uważał za warunek konieczny wyłonienia się sektora korporacji i cen administrowanych, to nie uważał, by koncentracja produkcji przekładała się bezpośrednio na wysokość cen. Przedsiębiorstwa brały pod uwagę stopień monopolizacji i ceny konkurentów przy ustalaniu ceny, jednak Means nie utożsamiał podziału na ceny rynkowe i administrowane z podziałem dokonany przez innych ekonomistów na ceny rynkowe i monopolowe. Ceny administrowane występują bowiem także w sektorach o znacznym stopniu konkurencji, jednak nie jest to konkurencja cenowa. Ceny administrowane występują w tych przedsiębiorstwach, które osiągnęły określoną skalę produkcji, bez względu na liczbę ich konkurentów w danej branży, dlatego też zdominowały gospodarkę, przez co mechanizm popytowo-podażowy kształtujący ceny w modelu neoklasycznym nie funkcjonuje<sup>25</sup>.

<sup>20</sup> F. S. Lee, *Post Keynesian...*, s. 56-57.

<sup>21</sup> F.S. Lee, *From Post-Keynesian to historical price theory*, Part I: *Facts, theory and empirically grounded pricing model*, „Review of Political Economy” 6(3), 1994, s. 310.

<sup>22</sup> F. S. Lee, *Post Keynesian...*, s. 50.

<sup>23</sup> G. Means, *Big business, administered prices, and the problem of full employment*, „Journal of Marketing” 4(4), 1940, s. 376-377.

<sup>24</sup> G. C. Means, *Price inflexibility...*, s. 405.

<sup>25</sup> Ibidem.



### III. CENOTWÓRSTWO OPARTE NA KOSZTACH NORMALNYCH

Drugą teorią wyróżnianą w ramach myśli postkeynesowskiej jest cenotwórstwo oparte na kosztach normalnych (*normal cost prices*). Ważnym krokiem w przybliżaniu teorii ekonomii do rzeczywistości gospodarczej były badania Oxford Economists' Research Group (OERG), a w pierwszej fazie w szczególności R. L. Halla i C. J. Hitcha<sup>26</sup>. Na podstawie prowadzonych wywiadów z przedsiębiorcami stwierdzili, że przedsiębiorstwa nie zachowują się tak, jak obrazowała to neoklasyczna teoria firmy. Kategorie kosztu i przychodu krańcowego są przedsiębiorcom nieznane, a w swoich decyzjach cenowych kierują się oni przeciętnymi kosztami całkowitymi, na które nakładają z góry określoną marżę<sup>27</sup>. Mimo gruntownej analizy procedury ustalania cen i sformułowaniu odmiennej od marginalistycznej procedury znanej jako cenotwórstwo oparte na kosztach całkowitych (*full cost prices*), tego elementu pracy Halla i Hitcha środowisko nie doceniło. Bardziej znanym efektem ich pracy stało się wyjaśnienie sztywności cen modelem załamanej krzywej popytu (*kinked demand curve*), która w swym charakterze jest jednak marginalistyczna.

Niemarginalistyczny charakter cenotwórstwa opartego na kosztach normalnych (*normal cost prices*)<sup>28</sup> rozwinął inny uczestnik OERG – Philip Andrews, a swoją teorię zaprezentował w artykule *A reconsideration of the theory of the individual business*<sup>29</sup> oraz w rozszerzonej formie w książce *Manufacturing Business*<sup>30</sup>. Andrews przeprowadził gruntowną analizę kosztów ponoszonych przez przedsiębiorstwo i doszedł do wniosku, że krzywe kosztów krótko- i długookresowych, jakie napotyka przedsiębiorstwo, w rzeczywistości są inne niż te, które zakłada ekonomia neoklasyczna. Przede wszystkim sytuacją normalną i celową w przedsiębiorstwie są rezerwowe moce produkcyjne. Normalny poziom produkcji jest mniejszy niż taki, dla którego został zaprojektowany dany aparat. Poprzez to, że przeciętne koszty zmienne mają jednakową wartość dla każdej wielkości produkcji, a przeciętne koszty stałe spadają, kiedy produkcja rośnie, przeciętne koszty całkowite w krótkim okresie spadają aż do momentu pełnego wykorzystania aparatu wytwórczego<sup>31</sup>. W długim okresie, kiedy przedsiębiorstwo ma swobodę w kształtowaniu metod produkcji i wielkości aparatu wytwórczego, przeciętne koszty całkowite spadają, co wynika z korzyści skali<sup>32</sup>. Właśnie kategoria kosztów przeciętnych przy normalnym

<sup>26</sup> O znaczeniu badań Halla i Hitcha dla rozwoju mikroekonomii patrz: J. Boehlke, *Firma we współczesnej myśli ekonomicznej: studium teoretyczno-metodologiczne*, WN UMK, Toruń 2010, s. 69-89.

<sup>27</sup> R. L. Hall, C. J. Hitch, *Price theory and business behaviour*, „Oxford Economic Papers” 1939, May, nr 2, s. 18-19.

<sup>28</sup> Andrews uznał określenie *full cost proces* używane przez Halla i Hitcha za mylące i zmienił je na *normal cost prices*. P. W. S. Andrews, *Manufacturing Business*, Macmillan, London 1949, s. 81-82, przyp. 5.

<sup>29</sup> P. W. S. Andrews, *A reconsideration of the theory of the individual business*, „Oxford Economic Papers” 1(1), 1949b.

<sup>30</sup> P. W. S. Andrews, *Manufacturing...*, passim.

<sup>31</sup> P. W. S. Andrews, *A Reconsideration...*, s. 61-64.

<sup>32</sup> Ibidem, s. 66-76.



poziomie produkcji (*normal average total costs*) jest kluczowym elementem cenotwórstwa opartego na kosztach normalnych. Ogólną formułę kształtowania ceny zgodnie z tą teorią można zapisać<sup>33</sup>:

$$p = NATC(1 + r), \quad (2)$$

gdzie:

*NATC* – normalne przeciętne koszty całkowite (*normal average total costs*)<sup>34</sup>,

*r* – marża zysku.

*NATC* jest wynikiem kalkulacji kosztów przez przedsiębiorstwo. Z kolei *r*, czyli marża zysku nakładana na koszty, ograniczone jest konkurencją. Nie jest jednak tak, że marża jest wskaźnikiem monopolu<sup>35</sup>. Ph. Andrews bowiem, w przeciwieństwie do dominujących ówczesznie poglądów, postrzegał rzeczywistość gospodarczą jako silnie konkurencyjną, a nie jako zmonopolizowaną. Niewielka liczba przedsiębiorstw działających w danej branży nie oznacza, że jest tam znikoma konkurencja. Poza przedsiębiorstwami funkcjonującymi już w branży presja konkurencyjna wynika także z działania przedsiębiorstw w branżach sąsiednich<sup>36</sup>, a także z możliwości powstania zupełnie nowych przedsiębiorstw. Groźba wejścia do danej branży jest bowiem tak duża, że mimo iż dana gałąź gospodarki ma charakter oligopolistyczny (występuje w niej tylko kilka przedsiębiorstw), to presja na zbyt wysoką marżę zysku będzie znaczna. Przy danych *NATC* przejawem presji konkurencyjnej jest taki poziom marży zysku *r*, przy którym w długim okresie struktura rynku pozostanie niezmienną<sup>37</sup>. Tak ustalona cena jest ceną sztywną, ponieważ przedsiębiorstwa świadome są działania na rynku oligopolistycznym i zakładają świadomą politykę cenową innych firm. Obniżenie ceny przez jedno przedsiębiorstwo doprowadzi do redukcji cen także przez inne, a jej podwyżka z kolei nie doczeka się tożsamej odpowiedzi od innych uczestników branży. W ten sposób dla danego *NATC* ustali się stabilna cena, co jest według Andrews'a przejawem konkurencji, a nie monopolizacji rynku<sup>38</sup>.

Mimo że cena będzie jednakowa dla wszystkich przedsiębiorstw, marża zysku będzie się różnić pomiędzy nimi. W branży wyłoni się lider odznaczający się najniższymi *NATC* i pobierający w związku z tym najwyższą marżę zysku (stanowiącą różnicę pomiędzy ceną rynkową i *NATC*). Pozostałe przedsiębiorstwa do ustalonej przez przedsiębiorstwo-lidera ceny muszą się dostosować,

<sup>33</sup> Jest to najbardziej ogólna z formuł cenotwórstwa opartego na kosztach normalnych F.S. Lee, *From Post-Keynesian to historical...*, s. 310.

<sup>34</sup> *NATC* to przeciętne koszty całkowite, jakie przedsiębiorstwo będzie ponosić przy normalnym poziomie produkcji. Normalny poziom produkcji jest wielkością szacowaną przez przedsiębiorstwo na podstawie doświadczenia i oczekiwań co do przyszłej sprzedaży. Zob. F. S. Lee, *Post Keynesian...*, s. 109.

<sup>35</sup> P. W. S. Andrews, *A reconsideration...*, s. 54.

<sup>36</sup> Które stosunkowo łatwo mogą wejść do danej branży.

<sup>37</sup> F. S. Lee, *Post Keynesian...*, s. 114-115.

<sup>38</sup> P. W. S. Andrews, *Some aspects of competition in retail trade*, „Oxford Economic Papers” 2(2), 1950, s. 138-146.



a ich marża zysku będzie niższa, ponieważ ich *NATC* są wyższe<sup>39</sup>. W długim okresie, wraz ze wzrostem produkcji i co za tym idzie – ze spadkiem *NATC* lidera branży, oczekiwać można stopniowego obniżania się ceny.

#### IV. CENOTWÓRSTWO OPARTE NA NARZUCIE

Trzecią teorią ustalania cen, którą wyróżniają postkeynesiści, jest cenotwórstwo oparte na narzucie (*mark up prices*). Składa się na nią narzucanie na przeciętne koszty bezpośrednie, ustalone przy standardowej wielkości produkcji, marży wystarczającej na pokrycie kosztów całkowitych oraz wygenerowanie zysku<sup>40</sup>. Za teoretyczne podstawy cenotwórstwa opartego na narzucie uznaje się mikroekonomiczne analizy Michała Kaleckiego. Nie jest to jednak kwestia bez zastrzeżeń, ponieważ prace Kaleckiego z lat 1929-1945 osadzone były w marginalistycznej teorii ustalania ceny. Wskazanie twórczości Kaleckiego z tamtych lat jako źródła cenotwórstwa opartego na narzucie wynika z faktu, że właśnie te prace były fundamentem rozwoju tej teorii ustalania cen dla wielu innych ekonomistów<sup>41</sup>.

W latach 1929-1945 M. Kalecki przedstawił kilka modeli stanowiących mikropodstawy jego koncepcji makroekonomicznych<sup>42</sup>. W modelach tych przedsiębiorstwa ustalają ceny zgodnie z podejściem marginalistycznym. Najbardziej szczegółowe ukazanie koncepcji ustalania cen zgodne z tą procedurą Kalecki przedstawił w artykule *Krzywa podaży produkcji przemysłu przy niedoskonaliej konkurencji* (1940). W stanie równowagi spełniona jest równość między kosztem krańcowym i przychodem krańcowym. W takim przypadku<sup>43</sup>:

$$p_i = \left[ 1 + \frac{1}{\varepsilon_i - 1} \right] MC_i, \quad (3)$$

gdzie:

$p_i$  – cena przedsiębiorstwa  $i$ ,

$\varepsilon_i$  – elastyczność popytu przedsiębiorstwa  $i$ ,

$MC_i$  – koszt krańcowy przedsiębiorstwa  $i$ .

Ponieważ M. Kalecki prowadził analizę w ramach konkurencji niedoskonaliej, raz przy dużej liczbie przedsiębiorstw, a innym razem na rynku oligopolistycznym, funkcja popytu danego przedsiębiorstwa nie jest doskonale elastyczna. O stopniu niedoskoności rynku świadczy elastyczność popytu przy danej wartości względnych cen – im mniej elastyczny jest popyt, tym rynek jest bardziej niedoskonały. Właśnie elastyczność popytu każdego przedsiębiorstwa określa narzut na koszt krańcowy<sup>44</sup>. Prowadzenie analizy za pomocą

<sup>39</sup> P. W. S. Andrews, *A reconsideration...*, s. 87.

<sup>40</sup> F. S. Lee, *Post Keynesian...*, s. 10.

<sup>41</sup> Ibidem, s. 7.

<sup>42</sup> Syntetyczny przegląd tych modeli zawiera artykuł J. Osiatyńskiego, *Mikroekonomiczne podstawy makroekonomii Kaleckiego*, „*Ekonomista*” 1989, nr 3.

<sup>43</sup> J. G. Lopez, M. Assous, *Michał Kalecki*, PTE, Warszawa 2011, s. 110-112.

<sup>44</sup> Ibidem, s. 110-117.





kategorii elastyczności popytu oraz funkcji popytu znanej przedsiębiorstwu oraz przy założeniu maksymalizacji zysku prowadzi do wskaźnika siły monopolowej przedsiębiorstwa na rynku – indeksu Lerner<sup>45</sup>:

$$L = \frac{p-mc}{p}, \quad (4)$$

gdzie:

$p$  – cena,  
 $mc$  – koszt krańcowy.

Odchodzenie od powyższych ram analizy mikroekonomicznej wiązało się z nierealistycznym założeniem o maksymalizacji zysku przez przedsiębiorstwo oraz z nieznaną krzywą popytu na jego wyroby. Julio Lopez i Michaël Assous twierdzą, że właśnie z powodów metodologicznych i nierealności wcześniejszych założeń Michał Kalecki „zerwał z istniejącą teorią cen” i zaproponował zupełnie inną fundamentalną zasadę mikroekonomiczną dla swoich modeli makroekonomicznych<sup>46</sup>. Wobec niepewności, w jakiej funkcjonuje przedsiębiorstwo, wiedza, jaką dysponuje, pozwala mu na stosowanie następującej formuły cenowej<sup>47</sup>:

$$p = mu + n\bar{p}, \quad (5)$$

gdzie:

$p$  – cena danego przedsiębiorstwa,  
 $u$  – jednostkowe koszty zmienne,  
 $\bar{p}$  – ważona średnia cena wszystkich przedsiębiorstw,  
 $m, n$  – dodatnie współczynniki charakteryzujące politykę kształtowania cen przez przedsiębiorstwo.

Przy powyższej formule, po odpowiednich przekształceniach, wyższy stopień monopolizacji będzie się przejawiał we wzroście współczynnika<sup>48</sup>. Współczynniki  $m$  i  $n$  charakteryzują politykę ustalania cen przez przedsiębiorstwo i przez to oddają to, co M. Kalecki nazywał „stopniem monopolizacji”. Było to pojęcie zawierające w sobie te instytucjonalne czynniki otoczenia przedsiębiorstwa, które Kalecki uznawał za mające największy wpływ na kształtowanie ceny przez przedsiębiorstwo, a są to: 1) proces koncentracji przemysłu, którego następstwem jest tworzenie wielkich korporacji (a także milczące porozumienia między przedsiębiorstwami); 2) forsowanie sprzedaży za pomocą reklamy, tj. zastąpienie konkurencji cenowej konkurencją marketingową; 3) zmiana stosunku kosztów ogólnych do kosztów zmiennych; 4) siła związków zawodowych<sup>49</sup>. Na wzrost wartości współczynników  $m$  i  $n$  w równaniu ceny (5) wpływa wysokie znaczenie trzech pierwszych z wymienionych instytucjonalnych czynników oddziałujących na politykę cenową przedsiębiorstwa oraz

<sup>45</sup> A. P. Lerner, *The concept of monopoly and the measurement of monopoly power*, „The Review of Economic Studies” 1(3), 1934.

<sup>46</sup> Ibidem, s. 101-104.

<sup>47</sup> M. Kalecki, *Teoria dynamiki gospodarczej*, wyd. 3, PWN, Warszawa 1986, s. 11.

<sup>48</sup> Ibidem, s. 13.

<sup>49</sup> Ibidem, s. 16-19.



niewielkie znaczenie związków zawodowych. Te czynniki, określane jako egzogeniczne w stosunku do teorii ustalania cen i w dalszej perspektywie wobec teorii podziału dochodu sformułowanej przez M. Kaleckiego, determinują stopień monopolizacji otoczenia przedsiębiorstwa. Wysoki stopień monopolizacji oznacza, że przedsiębiorstwo jest w stanie ustanawiać stosunkowo wysoką marżę zysku. Niski stopień monopolizacji oznacza z kolei, że owe instytucjonalne czynniki składające się na otoczenie przedsiębiorstwa wywierają na tyle silną presję na przedsiębiorstwo, że jest ono zmuszone do ograniczania wysokości swojego narzutu na koszty zmienne<sup>50</sup>.

## V. PODSUMOWANIE

Przedstawione wyżej postkeynesowskie teorie ustalania cen wychodzą przede wszystkim naprzeciw postulatowi realizmu prowadzonych analiz mikroekonomicznych. Postkeynesiści jednoznacznie odrzucają marginalistyczne podejście do kształtowania cen jako niezgodne z praktyką gospodarczą. Istotne jest także to, że to przedsiębiorstwo, a nie rynek ustala cenę produktów. Ceny te są z kolei ustalane często nawet przed procesem produkcji danego dobra.

Odnosząc się do głównego problemu postawionego w artykule – istotności stopnia monopolizacji danej branży w poszczególnych teoriach ustalania cen typowych dla myśli postkeynesowskiej, należy stwierdzić, że znaczenie to jest niewielkie. Tylko w teorii, której początek dały prace M. Kaleckiego, zauważyć można znaczenie stopnia koncentracji w danej branży dla wysokości cen jej wyrobów. Oczekiwać można zatem wyższych cen w sektorach zmonopolizowanych, a niższych w sektorach bardziej konkurencyjnych. Stopień koncentracji nie ma jednak jednoznacznego wpływu na wysokość cen w teorii G. Meansa (przedsiębiorstwo uwzględnia stopień koncentracji przy ustalaniu ceny, ale najważniejsza jest obrona strategii przedsiębiorstwa) i nie ma żadnego wpływu w teorii Ph. Andrewsa (cena w branży będzie jednakowa).

W odniesieniu do pytań szczegółowych sformułowanych we wstępie artykułu należy stwierdzić, że po pierwsze, zasadniczym elementem każdej teorii centwórstwa są koszty produkcji. Mimo że procedury kalkulacji kosztów w każdej z omawianych teorii cenowych różnią się od siebie, to jednak właśnie zmiany kosztów determinują zmiany cen w największym stopniu. Analiza znaczenia kosztów produkcji doprowadziła także do wspólnego wniosku, że wzrost popytu nie prowadzi do wzrostu cen, jak przyjmowano w ekonomii neoklasycznej. Wzrost popytu prowadzi do wzrostu produkcji, powoduje zatem dostosowanie ilościowe, a nie cenowe. Ten typ reakcji będzie trwał dopóty, dopóki nie doprowadzi do wzrostu kosztów produkcji. Dopiero wówczas przedsiębiorstwa zaczną podnosić ceny swoich wyrobów. Niemniej zmiana ceny, zgodnie z opisanymi trzema teoriami cenotwórstwa, dokonana na skutek zmiany popytu, nastąpi tak naprawdę z przyczyn podażowych. Dopiero ograniczenia

<sup>50</sup> P. J. Reynolds, *Kalecki's degree of monopoly*, „Journal of Post Keynesian Economics” 5(3), 1983, s. 494-496.



technologiczne doprowadzą do wzrostu kosztów produkcji. Popyt sam w sobie nie jest reprezentowany w postkeynesowskich teoriach ustalania ceny, tak jak przyjmowano w teorii neoklasycznej wykorzystującej kategorię utargu krańcowego. Zmiana popytu nie oddziałuje zatem na cenę w sposób bezpośredni, a jedynie za pośrednictwem zmiennej podaży, jaką są koszty produkcji.

Wniosek dotyczący częstotliwości zmian cen jest także jednakowy dla wszystkich opisanych w artykule teorii cenotwórstwa. Nie ma podstaw, by doszukiwać się większej częstotliwości zmiany ceny w sektorach bardziej konkurencyjnych niż w sektorach bardziej zmonopolizowanych. Liczba przedsiębiorstw w danej branży i co za tym idzie – liczba impulsów odbieranych przez przedsiębiorstwo, na podstawie których podejmuje ono swoje decyzje cenowe, nie ma tu znaczenia<sup>51</sup>.

Wnioski nie są jednoznaczne, jeżeli chodzi o związek wielkości marży, jaką nakłada przedsiębiorstwo na koszty produkcji ze stopniem monopolizacji. G. Means twierdził, że takiego związku nie ma. Owszem, jedne przedsiębiorstwa mogły mieć większe marże niż inne, jednak wynikało to z ich polityki cenowej i strategii działania, a nie z ich siły rynkowej. Także mniejsze przedsiębiorstwa zgodnie z teorią cen administrowanych mogły pobierać stosunkowo wysokie marże. W cenotwórstwie opartym na narzucie, któremu początek dały prace M. Kaleckiego, taki związek już jest. Przedsiębiorstwo o stosunkowo dużej sile rynkowej pobierało wyższą marżę, co przejawiało się w wyższej cenie jego produktów. Z kolei w teorii Ph. Andrews przedsiębiorstwo o największym udziale w rynku pobiera największą marżę, jednak nie przejawia się to w wyższej cenie jego wyrobów. Cena produktów przedsiębiorstw danej branży, zgodnie z cenotwórstwem opartym na kosztach normalnych, jest jednakowa. Wielkość marży jest uzależniona od udziału przedsiębiorstwa w rynku. Im większy udział, tym większa skala produkcji i co za tym idzie, większa różnica pomiędzy kosztami ponoszonymi przez dane przedsiębiorstwo a ceną rynkową (ze względu na niższe koszty przedsiębiorstw o większej skali produkcji).

Ostatnią kwestią jest ta dotycząca znaczenia popytu i podaży dla zmian cen. Zaznaczyć należy, że we wszystkich teoriach to czynnik podaży jest kluczowy przy zmianie ceny, a czynnik popytowy nie jest w tych teoriach reprezentowany i na zmianę ceny może wpływać jedynie przez zmianę kosztów produkcji. Jest to być może najważniejszy wniosek dla postkeynesowskich koncepcji makroekonomicznych – wzrost zagregowanego popytu nie prowadzi sam z siebie do zmian cen.

*dr Paweł Umiński*  
*Politechnika Gdańska*  
*Pawel.Uminski@zie.pg.gda.pl*

---

<sup>51</sup> W teorii cen administrowanych większą częstotliwość zmiany cen obserwować oczywiście można w sektorze rynkowym, jednak zdaniem Meansa jest to sektor stanowiący niewielką część gospodarki, w której dominuje sektor cen administrowanych.



---

THE SIGNIFICANCE OF THE MONOPOLY DEGREE  
IN POST-KEYNESIAN PRICING THEORIES

S u m m a r y

The article is a theoretical basis for the empirical analysis of prices conducted in accordance with Post-Keynesian economics. Post-Keynesians, taking into consideration critical realism as a methodological base of Post-Keynesian economics, distinguish three pricing theories: administered prices, normal cost prices and mark up prices. In this article, a particular attention is paid to those elements of the three theories that indicate the significance of industry concentration in price setting. The analysis which has been carried out indicates a modest significance of concentration in Post-Keynesian pricing theories. Only the in mark up theory, which originated from Michał Kalecki's works, concentration matters explicitly. In the normal cost prices theory, the monopoly degree matters only in the profit rate, and in the administered prices theory there is no such clear relation. None of the theories discussed confirmed the impact of the monopoly degree on the variability of prices. It should be pointed out that in Post-Keynesian price theories, it is the variable which represents the supply side (e.g. the production costs) which is of key importance. The reason for a price change is not the change in the demand but the change in the costs or in the strategy of the enterprise.