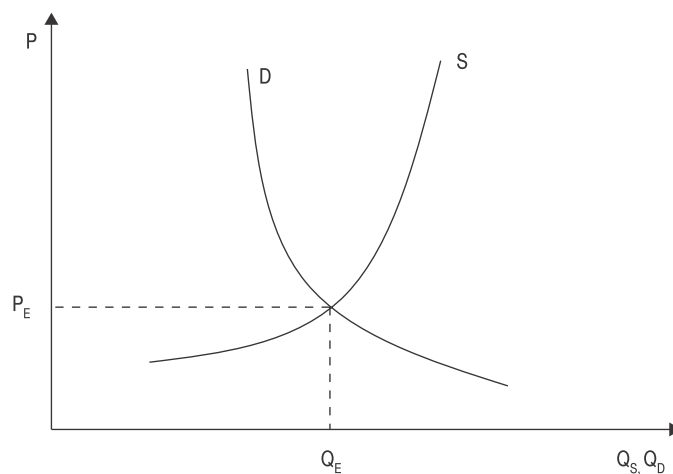


Równowaga rynku. Procesy dostosowawcze na rynku (mechanizmy rynkowe)

2.1. Równowaga rynku. Nadwyżka i niedobór na rynku

Rynek produktu x jest w równowadze, jeżeli przy bieżącej cenie rynkowej wielkość popytu na produkt x (planowany zakup) jest równa wielkości podaży produktu x (planowanej sprzedaży).

Rysunek 22. Równowaga na rynku produktu



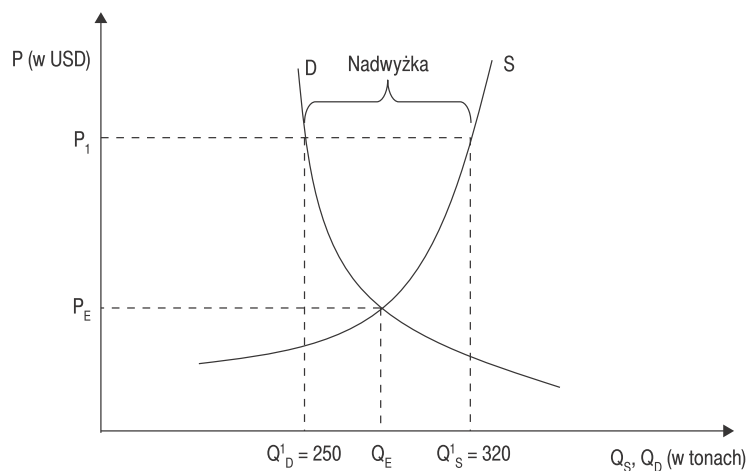
Stan równowagi rynku to sytuacja, w której liczba jednostek produktu x , którą jest skłonny nabyć ogół konsumentów, jest równa liczbie jednostek produktu x , którą jest skłonny zaoferować na rynku (sprzedać) ogół przedsiębiorstw.

Cena, która zapewnia równowagę na rynku, to cena równowagi. Można zatem powiedzieć, iż rynek jest w równowadze, jeżeli transakcje na nim zawierane są po cenie równowagi.

Istocie równowagi rynku (a zatem istocie równowagi w ekonomii) przyjrzyjmy się na podstawie poniższego przykładu.

Cena 1 tony kukurydzy wynosi aktualnie P_1 . Bieżąca wielkość popytu na kukurydzę (Q^1_D) kształtuje się na poziomie 250 ton, a bieżąca wielkość podaży (Q^1_S) to 320 ton. Aktualną sytuację na rynku kukurydzy przedstawia rysunek 23.

Rysunek 23. Nadwyżka na rynku produktu



Czy rynek kukurydzy znajduje się aktualnie w równowadze? Nie, ponieważ nie zgadzają się ze sobą dwa plany: aktualny plan konsumentów (przy cenie P_1 planują nabyć 250 ton kukurydzy) oraz aktualny plan producentów (przy cenie P_1 planują sprzedać 320 ton kukurydzy).

Ile będą wynosić faktyczny zakup i faktyczna sprzedaż? Konsumentci faktycznie nabędą 250 ton kukurydzy i tym samym zrealizują swój plan (nie napotyka on bowiem na barierę ze strony podażowej rynku, która nawet jest skłonna dostarczyć więcej produktu, niż konsumenci są skłonni go nabyć). W związku z powyższym faktyczna sprzedaż wyniesie także 250 ton (musi być równa faktycznemu zakupowi). Zatem producenci nie zrealizują swojego planu, napotykając na barierę ze strony popytowej rynku. Mimo iż faktyczny zakup jest równy faktycznej sprzedaży, rynek kukurydzy nie jest aktualnie w równowadze. Istota równowagi w ekonomii polega bowiem na równości odpowiednich kategorii planowanych (odpowiednie kategorie faktyczne są bowiem zawsze sobie równe). W przypadku rynku są to planowany zakup (wielkość popytu) oraz planowana sprzedaż (wielkość podaży).

Rynek kukurydzy byłby w równowadze, gdyby transakcje zawierane były po cenie P_E (patrz rysunek 23). Wówczas planowany zakup i planowana sprzedaż byłyby sobie równe, wynosząc Q_E . Ponadto zarówno konsumenci, jak i producenci realizowaliby swoje plany (gdy rynek nie jest w równowadze, któraś ze stron nie realizuje planu).

Ilość produktu, którą są skłonni nabyć konsumenci i sprzedać producenci przy cenie równowagi, to ilość równowagi (u nas Q_E).

Rynek produktu x może znajdować się w stanie równowagi bądź w jednym z dwóch stanów nierównowagi – nadwyżka bądź niedobór.

Nadwyżka

Na rynku produktu x mamy do czynienia z nadwyżką, jeżeli przy aktualnej cenie wielkość podaży produktu x (planowana sprzedaż) jest większa od wielkości popytu na produkt x (planowanego zakupu). Rynek, na którym występuje nadwyżka, to rynek kukurydzy z powyższego przykładu, gdy obowiązuje na nim na przykład cena P_1 (patrz rysunek 23).

Nadwyżka to zjawisko mające przede wszystkim wymiar ekonomiczny. Nadwyżka nie musi mieć natomiast postaci fizycznej. Bardzo często bowiem (zwłaszcza na rynkach produktów przemysłowych) produkcja, którą strona podażowa chce, lecz nie może (ze względu na barierę popytu) sprzedać, fizycznie nie istnieje. Producenci bowiem dostosowują wielkość produkcji do faktycznej sprzedaży (determinowanej przez planowany zakup), a nie do

planowej sprzedaży. Przykładem może być tu sytuacja na rynkach samochodów wielu krajów świata z przełomu XX i XXI wieku. Znaczny spadek popytu na samochody spowodował powiększenie się nadwyżek na rynkach samochodów. Po pewnym *time-lag* za spadkiem planowanego zakupu podążał spadek wielkości produkcji. Wyjątek stanowią tu na ogół rynki artykułów rolnych. Producenci rolni wytwarzają często produkcję na poziomie swoich skłonności w zakresie sprzedaży. Specyfiką rynków rolnych jest przekonanie każdego producenta, iż to nie jego produkcja napotka na barierę popytu. Dlatego w przypadku artykułów rolnych (czasami także niektórych artykułów żywnościowych) nadwyżka ma nie tylko wymiar ekonomiczny (różnica między planami dwóch stron rynku), lecz także postać fizyczną (słynne góry zboża, mięsa, cukru).

Rynek, na którym występuje nadwyżka, określamy rynkiem konsumenta. W takiej sytuacji rynkowej tylko konsumenci realizują swój plan, ponadto konsumenci decydują o faktycznie zawartej liczbie transakcji (faktyczna sprzedaż dostosowuje się do planów popytowej strony rynku).

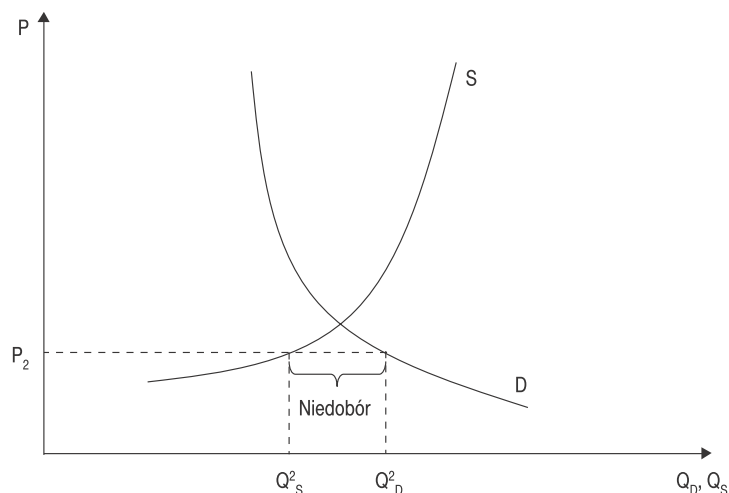
Niedobór

Na rynku produktu x mamy do czynienia z niedoborem, jeżeli przy aktualnej cenie wielkość popytu na produkt x (planowany zakup) jest większa od wielkości podaży produktu x (planowanej sprzedaży).

Na rysunku 24 przedstawiono rynek mleka. Gdy cena mleka wynosi P_1 , na rynku występuje niedobór ($Q_D^2 > Q_S^2$).

Rynek, na którym występuje niedobór, to rynek producenta. W takiej sytuacji rynkowej tylko producenci realizują swój plan (faktyczna sprzedaż jest równa planowanej sprzedaży). Ponadto producenci decydują tu o faktycznie zawartej liczbie transakcji (faktyczny zakup dostosowuje się do planów podażowej strony rynku).

Rysunek 24. Niedobór na rynku produktu



W zależności od tego, w jakim z trzech stanów (równowaga, nadwyżka, niedobór) znajduje się większość rynków w gospodarce, możemy określić rodzaj tej gospodarki:

- **gospodarka z dominacją rynków doskonale konkurencyjnych (klasyczna gospodarka rynkowa, gospodarka rynkowa *sensu stricto*)**

Na rynkach doskonale konkurencyjnych cenę kształtuje „rynek”, przedsiębiorstwa nie mają tu wpływu na cenę swoich produktów (przedsiębiorstw jest wiele, każde ma podobny udział w rynku; patrz wcześniejsza informacja o cechach rynku doskonale konkurencyjnego). Cena kształtowana przez „niewidzialną rękę rynku” jest giętka (taką cechą ma tylko cena na rynkach doskonale konkurencyjnych). Dzięki temu rynki w tej gospodarce są na ogół w równowadze (cena jest tu mechanizmem korekcyjnym automatycznie przywracającym równowagę na rynku). We współczesnym świecie nie ma już przykładów systemów ekonomicznych, które można by określić jako czystą gospodarkę rynkową, tzn. takich gospodarek, gdzie na większości rynków cenę kształtuje „rynek”.

- **gospodarka z dominacją rynków niedoskonale konkurencyjnych (współczesna gospodarka rynkowa) – GOSPODARKA NADWYŻEK**

Brak we współczesnym świecie przykładów klasycznej gospodarki rynkowej to wynik zmian, jakie na przestrzeni wielu ostatnich dziesięcioleci zachodziły w gospodarkach poszczególnych państw. Generalnie polegały one na zmniejszaniu się liczby istotnych przedsiębiorstw tworzących stronę podażową wielu rynków. Oczywiście zmniejszaniu się liczby przedsiębiorstw towarzyszył wzrost skali tych przedsiębiorstw. Dzisiaj głównymi aktorami gospodarek wielu krajów są olbrzymich rozmiarów przedsiębiorstwa oligopolistyczne. Występujące we współczesnej gospodarce przedsiębiorstwa są na tyle silne (mają na tyle duży udział w rynkach), iż same kształtują cenę swoich produktów (i przeciętną cenę rynkową jednocześnie), zastępując „niewidzialną ręką rynku”. Współczesna gospodarka rynkowa to gospodarka, gdzie ceny kształtują wielkie przedsiębiorstwa, a nie „rynek”. Proces zmniejszania się liczby istotnych przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce trwa nadal, przy czym zachodzi nie tylko w obrębie poszczególnych krajów, ale i w obrębie światowej gospodarki. W ostatnich latach rozwojowi tego zjawiska służyły m.in. rewolucja informatyczna (internet) oraz pogłębiające się procesy globalizacyjne.

Pierwotnym źródłem zmian zachodzących (do dziś) po stronie podaży rynków wydaje się być jednak rewolucja menedżerska. „Produktem” tej rewolucji była nowa forma własności przedsiębiorstwa, tak powszechna dziś spółka akcyjna. Spółka akcyjna pozwoliła pokonać dwie bariery przedsiębiorstwom: kapitałową oraz organizacyjną (zarządczą). Bariera kapitałowa została pokonana procesem emisji akcji, która to emisja umożliwiła łączenie wielu małych kapitałów w nieskończenie wielki kapitał. Bariera organizacyjna została pokonana przez rozdzielenie dwóch funkcji. Właścicielami stali się nabywcy akcji (akcjonariusze), a organizatorem procesu produkcyjnego menedżerowie różnych szczebli (ekonomistka Joan Robinson mawiała, iż „menedżerowie to architekci współczesnej gospodarki”). Zatrudnienie menedżerów pokonało bariery gromadzenia, przetwarzania i wykorzystywania informacji, na które napotykał (podobnie zresztą jak na barierę kapitałową) właściciel małego przedsiębiorstwa doskonale konkurencyjnego (tak typowego dla klasycznej gospodarki rynkowej).

Znalezienie sposobów na pokonanie bariery kapitałowej i organizacyjnej stanowiło drogę do zmniejszenia się liczby przedsiębiorstw i powiększenia się ich skali (rozmiarów kapitału trwałego). To z kolei wpłynęło na funkcjonowanie rynków. Jak wspomniano wcześniej, wielkie przedsiębiorstwa zaczęły kształtować ceny na rynkach, eliminując w tym zakresie „niewidzialną rękę rynku” (cena przestała być ustalana w wyniku wspólnej gry konsumentów i przedsiębiorstw). Cena kształtowana przez przedsiębiorstwa nie jest ceną giętką, tzn. nie reaguje automatycznie na pojawienie się na rynku nierówności między wielkością popytu a wielkością podaży. Cena kształtowana przez przedsiębiorstwa to cena sztywna („lepka”), tzn. taka, która zmienia się rzadko i z dużym opóźnieniem reaguje na zmiany zachodzące na rynku po stronach popytowej i podażowej. Cena taka nie jest zatem mechanizmem korekcyjnym, który zapewnia równowagę na rynku. Taki charakter cen ustalanych przez przedsiębiorstwa we współczesnej gospodarce wynika z tego, iż przedsiębiorstwa nie są w stanie natychmiast aktualizować swojego zbioru informacji na temat zmian zachodzących na rynku (jak ma to miejsce w przypadku „niewidzialnej ręki rynku”).

Rynki, na których przedsiębiorstwa ustalają ceny swoich produktów, to rynki niedoskonale konkurencyjne, których przykładami są przede wszystkim oligopole i monopole. Współczesna gospodarka rynkowa to gospodarka z dominacją takich właśnie rynków. Ponieważ cena, jak wspomniano, na tych rynkach nie jest mechanizmem oczyszczającym rynek z nierównowagi, nie są one z reguły w równowadze. Cena ustalona przez przedsiębiorstwa kształtuje się z reguły na poziomie wyższym od ceny równowagi rynku. To powoduje, iż dzisiejsza gospodarka to gospodarka z dominacją rynków, na których występuje nadwyżka (wielkość podaży jest większa od wielkości popytu). Gospodarkę taką określamy mianem gospodarki konsumenta. To właśnie takim charakterem współczesnej gospodarki można tłumaczyć takie zachowanie przedsiębiorców jak: dbanie o minimalizowanie kosztów produkcji, dbanie o wysoką jakość produktu, dbanie o przyciągające konsumentów opakowanie produktu, dbanie o wysoką jakość obsługi klientów w sieci sprzedaży, podejmowanie akcji marketingowych itp. Takich działań nie obserwujemy na przykład w gospodarce centralnie planowanej, która ma inny charakter.

- **gospodarka centralnie planowana – GOSPODARKA NIEDOBORÓW**

Z taką gospodarką mieliśmy do czynienia w Polsce i innych państwach Europy Środkowej i Wschodniej w latach 1945–1989 (w niektórych z tych krajów nieco dłużej). Na rynkach w takiej gospodarce ceny nie były tworzone ani przez „niewidzialną rękę rynku”, ani przez przedsiębiorstwa. Ceny były natomiast ustalane przez urzędników państwowych. Na większości rynków państwo („aby zwiększyć dostępność do produktów”) ustalało cenę na poziomie niższym od ceny równowagi rynku. Powodowało to, iż na rynkach powszechnie występowały niedobory (wielkość popytu była większa od wielkości podaży). Fizyczną postacią (miarą) tych niedoborów były kolejki (ich długość) przed sklepami. Gospodarka centralnie planowana była zatem gospodarką producenta. Dlatego też producenci nie dbali o jakość produktów (a nabywców znajdowały nawet buble), o poziom kosztów produkcji, o przyciąganie nabywców opakowaniem produktów, o wysoką jakość obsługi klientów, nie reklamowali produktów. Państwo natomiast powszechnie stosowało na przykład system kartek, talonów (np. Polska, zwłaszcza w latach 80.). Także, tak typowy dla gospodarki centralnie planowanej, rozwój w odniesieniu do wielu produktów czarnego rynku (gdzie transakcje były zawierane po cenach dużo wyższych od centralnie ustalonych) ma swoje źródło w dominacji w tej gospodarce rynków będących w stanie niedoboru. Nabywcy, którzy nie zdobyli produktów na oficjalnym rynku, próbowali je nabyć na czarnym rynku. W gospodarce centralnie planowanej, paradoksalnie to właśnie na czarnym rynku decydowały argumenty ekonomiczne jego uczestników (rządziły prawa popytu i podaży). Na oficjalnym rynku o powodzeniu konsumentów często decydowały inne czynniki, na przykład kto wcześniej wstanie, aby przyjść do sklepu, kto ma więcej siły, aby poprawić swoje miejsce w kolejce.

We współczesnym świecie niewiele jest już przykładów państw o systemie gospodarki centralnie planowanej (są nimi m.in. Kuba, Korea Północna).

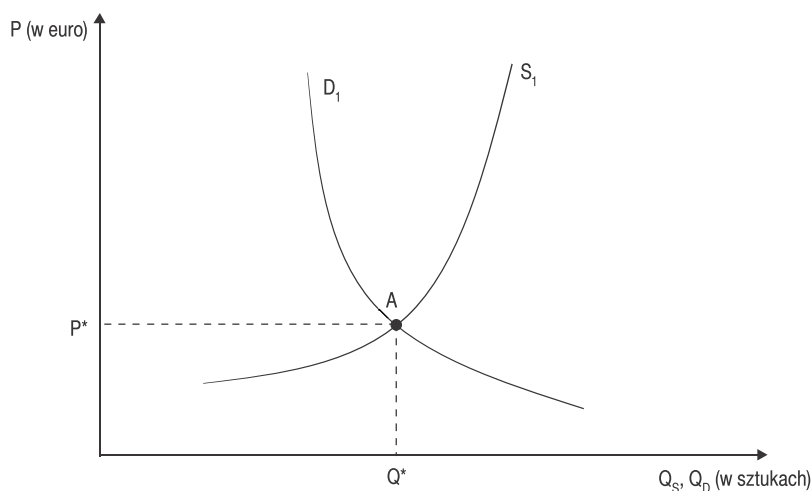
We współczesnej gospodarce rynkowej źródłem występowania nadwyżek i niedoborów też czasami jest polityka państwa. Na niektórych (stosunkowo niewielu) rynkach państwo ogranicza swobodne kształtowanie się cen przez ustalanie cen minimalnych i cen maksymalnych. Ceny minimalne (stosowane w praktyce na rynkach produktów rolnych w interesie producentów

oraz na rynku pracy w interesie pracowników) są na ogół źródłem nadwyżek. Z kolei na rynkach, gdzie obowiązują ceny maksymalne (stosowane bardzo rzadko w interesie konsumentów), z reguły występują niedobory.

2.2. Proces przywracania równowagi na rynku. Skutki zmiany popytu i podaży na rynku (dostosowania cenowe, dostosowania ilościowe)

Rynek lodówek jest w równowadze (punkt A na rysunku 25). Cena równowagi wynosi P^* , ilość równowagi Q^* (patrz rysunek 25)

Rysunek 25. Równowaga na rynku lodówek

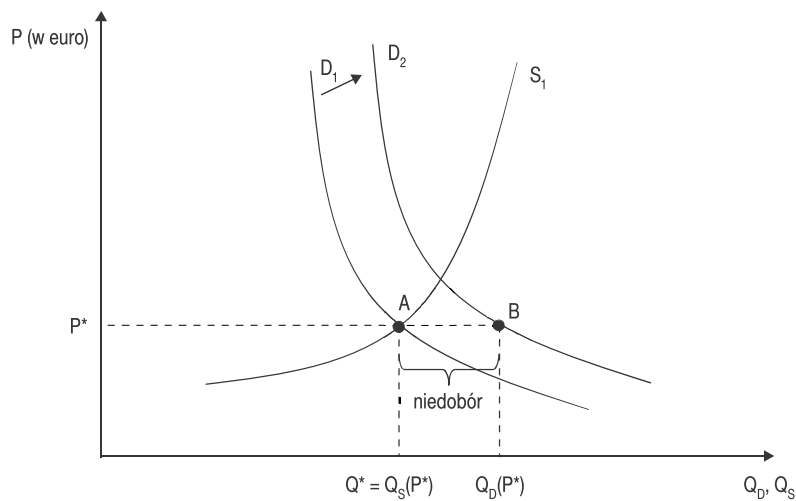


ZDARZENIE: W pewnym momencie następuje wzrost nominalnych dochodów konsumentów tworzących popytową stronę rynku.

Przeanalizujmy, jakie skutki wywoła to zdarzenie na rynku lodówek ze szczególnym uwzględnieniem ostatecznej zmiany ceny oraz nabywanej (i sprzedawanej) ilości produktu.

Wzrost nominalnych dochodów konsumentów spowoduje wzrost popytu na lodówki, czyli przesunięcie krzywej popytu w górę (patrz determinanty popytu), co ilustruje rysunek 26.

Rysunek 26. Wpływ wzrostu dochodów konsumentów na sytuację na rynku



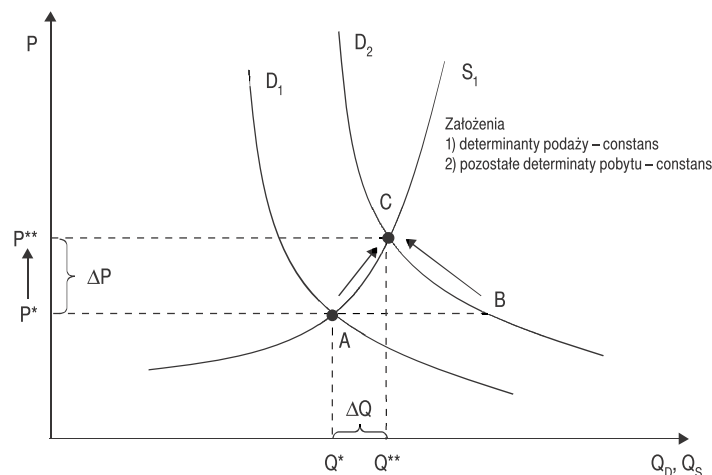
D_1, S_1 – pierwotne krzywe popytu i podaży,
 D_2 – nowa krzywa popytu (po zdarzeniu),
 Q^* – pierwotna wielkość popytu oraz pierwotna wielkość podaży.
 $Q_D(P^*), Q_S(P^*)$ – wielkość popytu i wielkość podaży tuż po zdarzeniu (po wzroście popytu, przed uruchomieniem się procesów dostosowawczych), przy czym $Q_S(P^*) = Q^*$.

Wzrost popytu doprowadzi z kolei do wypadnięcia rynku z równowagi. Tuż po zdarzeniu (przed uruchomieniem się mechanizmów dostosowawczych) wielkość popytu będzie większa od wielkości podaży $\{Q_D(P^*) > Q_S(P^*)\}$. Na rynku pojawi się zatem NIEDOBÓR, którego miarą jest długość odcinka AB – równy $Q_D(P^*) - Q_S(P^*)$.

Pojawienie się niedoboru na rynku uruchomi na nim procesy dostosowawcze. Najpierw na niedobór zareaguje cena, która zacznie wzrastać (aby oczyścić rynek z niedoboru). Jak wiemy, na zmiany ceny reagują konsumenci oraz producenci. Wzrost ceny uruchomi więc procesy zmniejszania

się wielkości popytu oraz zwiększania się wielkości podaży. Rosnąca cena sprawia zatem, iż konsumenci są skłonni nabyć mniej lodówek (ruch w górę po nowej krzywej popytu), a producenci oferować na rynku więcej lodówek (ruch w górę po krzywej podaży). Ruchy ceny, wielkości popytu, wielkości podaży będą trwały do momentu znalezienia się rynku w nowym punkcie równowagi (punkt C na rysunku 27). Przebieg procesów dostosowawczych (patrz strzałki) i ich skutki rynkowe pokazano na rysunku 27.

Rysunek 27. Procesy dostosowawcze na rynku i ich skutki



ΔP , ΔQ – skala efektów cenowego i ilościowego,

P^{**} – cena końcowa (po procesach dostosowawczych),

Q^{**} – końcowa wielkość popytu i końcowa wielkość podaży (a zatem końcowa nabyta i sprzedana ilość dobra).

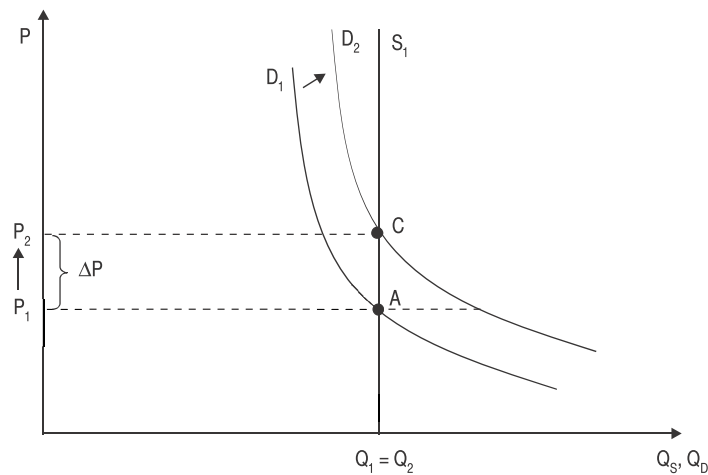
Ostatecznie więc wzrost popytu na rynku lodówek spowodował wzrost ceny lodówek z P^* do P^{**} (dostosowanie cenowe) oraz wzrost liczby nabytych i sprzedanych jednostek produktu z Q^* do Q^{**} (dostosowanie ilościowe).

Zmiany popytu i podaży wywołują na rynku (podobnie zresztą w całej gospodarce) efekt cenowy i efekt ilościowy bądź jeden z tych efektów. Zmiana ceny i zmiana ilości transakcji to podstawowe mechanizmy rynkowe.

Przy typowych krzywych popytu (opadająca) i podaży (wznosząca) ich przesunięcia (spowodowane zmianami determinantów popytu i podaży)

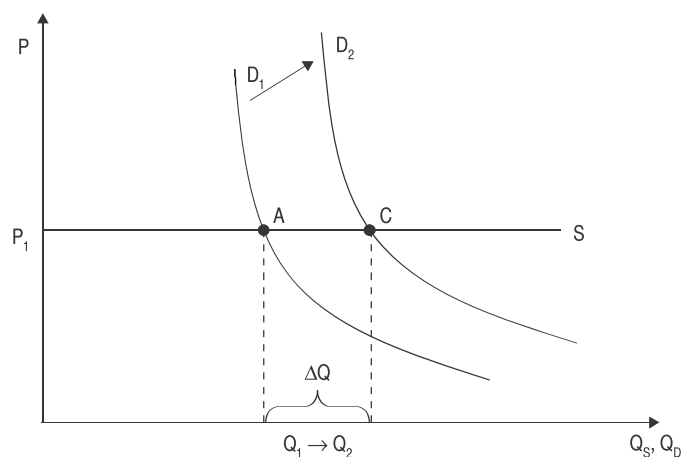
wywołują zarówno efekty cenowe, jak i ilościowe. Gdy któraś z krzywych rynkowych przybiera nietypową postać mamy do czynienia jedynie z dostosowaniami cenowymi bądź jedynie z dostosowaniami ilościowymi. Przykładowo, gdyby podaż lodówek z naszego przykładu była sztywna (pionowa krzywa podaży), wzrost popytu wywołałby jedynie wzrost ceny lodówek, nie zmieniłaby się natomiast liczba nabytych i sprzedanych lodówek. Sztywna podaż oznacza bowiem, iż producenci są skłonni dostarczyć przy każdym poziomie ceny identyczną liczbę jednostek danego dobra. Ten przypadek ilustruje rysunek 28.

Rysunek 28. Skutki wzrostu popytu przy podaży doskonale nieelastycznej



Gdyby z kolei podaż lodówek była doskonale elastyczna (pozioma krzywa podaży), czyli przedsiębiorstwa przy konkretnej cenie byłyby skłonne zaoferować dowolną liczbę jednostek produktu, wzrost popytu wywołałby jedynie dostosowania ilościowe (poziom ceny natomiast nie zmieniłyby się). Ten przypadek ilustruje rysunek 29.

Rysunek 29. Skutki wzrostu popytu przy podaży doskonale elastycznej



Teraz krótko przeanalizujemy, jakie efekty (przy typowych krzywych popytu i podaży) spowodowałyby na rynku lodówek: spadek popytu, wzrost podaży, spadek podaży (każde ze zdarzeń rozpatrzmy osobno). W punkcie wyjściowym dla każdego z tych przypadków rynek znajduje się w równowadze.

- **spadek popytu (przesunięcie krzywej popytu w dół)**

Źródłem spadku popytu może być na przykład zmiana preferencji konsumentów na niekorzyść lodówek. Skutki spadku popytu ilustruje rysunek 30.

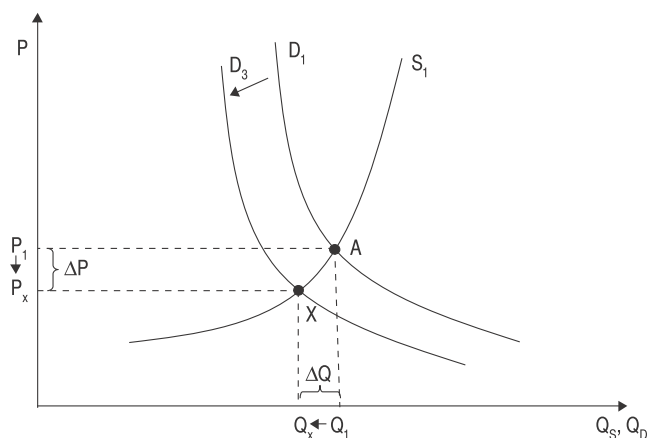
Przy typowych krzywych popytu i podaży spadek popytu prowadzi do spadku ceny oraz spadku nabywanej i sprzedawanej ilości dobra.

Kończąc analizę skutków zmiany popytu na rynku, należy podkreślić, iż zjawisko drastycznej zmiany popytu określamy mianem szoku popytowego.

- **wzrost podaży (przesunięcie krzywej podaży w dół)**

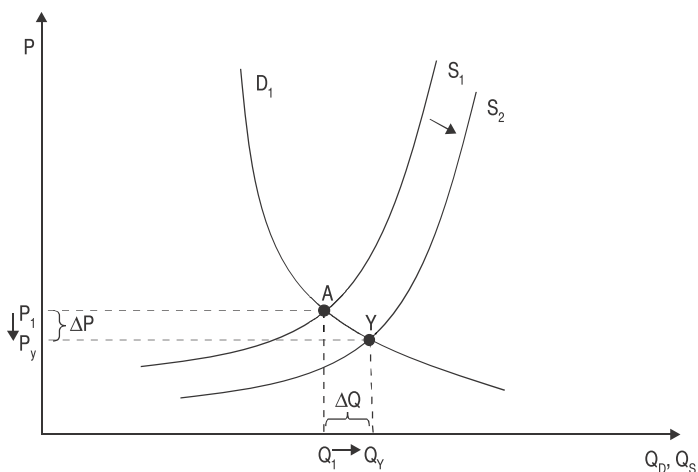
Źródłem wzrostu podaży może być na przykład spadek płac w przedsiębiorstwach wytwarzających lodówki (czyli spadek kosztów produkcji). Skutki wzrostu podaży przedstawia rysunek 31.

Rysunek 30. Skutki rynkowe spadku popytu



D_3 – nowa krzywa popytu,
 Q_x – końcowa wielkość popytu i końcowa wielkość podaży,
 P_x – cena końcowa,
 $\Delta P, \Delta Q$ – skala efektów cenowego i ilościowego.

Rysunek 31. Skutki rynkowe wzrostu podaży



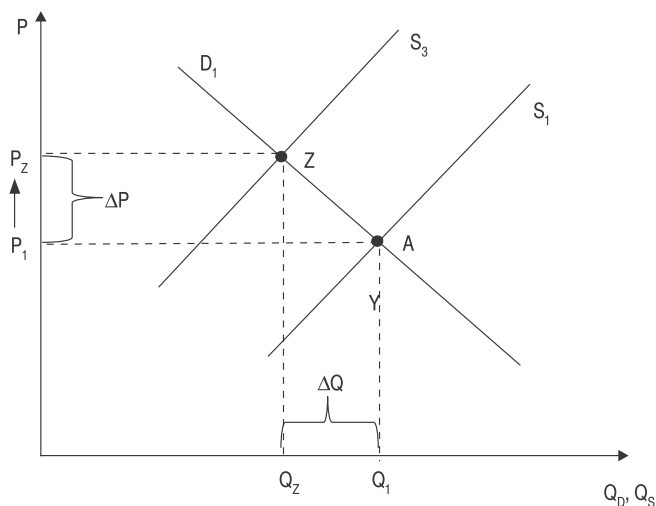
S_2 – nowa krzywa podaży,
 P_y – końcowa cena,
 Q_y – końcowa wielkość popytu i końcowa wielkość podaży $\Delta P,$
 ΔQ – skala efektów cenowego i ilościowego.

Przy typowych krzywych popytu i podaży wzrost podaży prowadzi do spadku ceny i wzrostu nabywanej i sprzedawanej ilości produktu.

- **spadek podaży**

Źródłem spadku podaży może być na przykład wzrost cen materiałów wykorzystywanych w produkcji lodówek, wzrost podatku pośredniego VAT obciążającego sprzedaż lodówek (czyli wzrost kosztów produkcji). Skutki spadku podaży ilustruje rysunek 32.

Rysunek 32. Skutki rynkowe spadku podaży

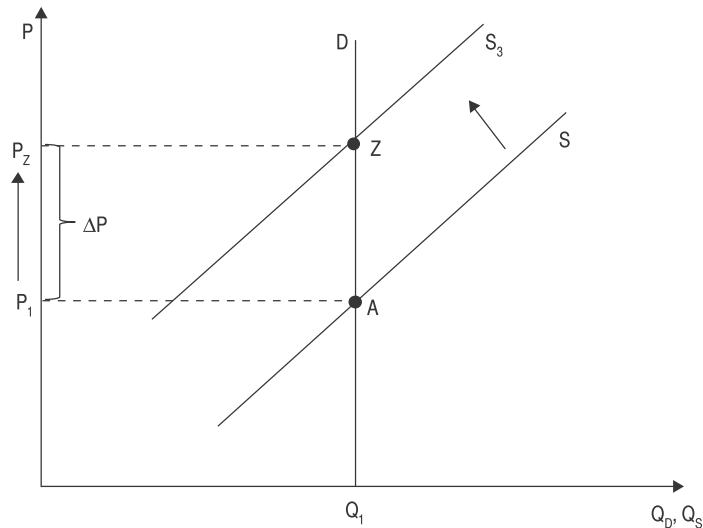


S_3 – nowa krzywa podaży,
 P_z – końcowa cena,
 Q_z – końcowa wielkość popytu i końcowa wielkość podaży ΔP ,
 ΔQ – skala efektów cenowego i ilościowego.

Przy typowych krzywych popytu i podaży spadek podaży prowadzi do wzrostu ceny i spadku nabytej i sprzedanej ilości produktu.

Warto zauważyć, iż gdyby popyt był sztywny, spadek podaży wywołałby jedynie dostosowania cenowe na rynku (wzrost ceny). Mówiąc inaczej – przy pionowej krzywej popytu przedsiębiorstwa mogą w pełni przetrzucić na konsumentów wzrost kosztów produkcji (w tym także wzrost podatków pośrednich). Taki przypadek obrazuje rysunek 33.

Rysunek 33. Skutki rynkowe spadku podaży przy sztywnym popycie



Gdy na rynku mamy do czynienia ze znaczną zmianą podaży, mówimy wówczas o szoku podażowym.

Omówione powyżej procesy dostosowawcze na rynku automatycznie (tzn. tuż po wypadnięciu rynku z równowagi) uruchamiają się (i przebiegają szybko) na rynkach doskonale konkurencyjnych, gdzie cena jest giętka (*flex*), bo jest kształtowana przez „rynek”.

Z kolei na rynkach niedoskonale konkurencyjnych (głównie oligopole, monopole), a więc dominujących we współczesnej gospodarce rynkowej, procesy dostosowawcze uruchamiają się z dużym opóźnieniem w stosunku do wywołujących je zmian na rynku i przebiegają znacznie wolniej. Na rynkach niedoskonale konkurencyjnych, o czym była mowa wcześniej, ceny są sztywne (*fix*, co nie znaczy, że się nie zmieniają), bo kształtują je przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa nie są w stanie natomiast aktualizować swojego zbioru informacji o sytuacji rynkowej. Na przykład przedsiębiorstwa muszą mieć odpowiedni czas (*time-lag*) na zidentyfikowanie nadwyżki czy niedoboru, które pojawiły się na rynku. Czasu wymaga także opracowanie działań, które stanowiłyby reakcją na pojawienie się danego zjawiska. W efekcie

na rynkach niedoskonale konkurencyjnych bardzo często – zanim zakończą się procesy dostosowawcze, wywołane zmianą warunków rynkowych po stronie popytu bądź podaży (zanim zatem przywrócona zostanie równowaga) – warunki te zmieniają się ponownie. Dlatego też rynki niedoskonale konkurencyjne nie znajdują się na ogół w równowadze. Należy jednak zaznaczyć, iż zarówno na doskonale, jak i niedoskonale konkurencyjnych rynkach zmiany popytu czy podaży prowadzą na ogół do identycznych (co do kierunku) zmian ceny oraz nabywanej i sprzedawanej ilości produktu. Różne są jedynie mechanizmy tych zmian (na rynkach doskonale konkurencyjnych ich inspiratorem jest „niewidzialna ręka rynku”, a na niedoskonale konkurencyjnych – wielkie przedsiębiorstwa), bo inni są kreatorzy cen na obu rodzajach rynków oraz różne jest tempo przebiegania tych procesów.