**Міністерство Освіти та науки України**

**Тернопільська Академія Народного Господарства**

Кафедра економічної теорії

***КУРСОВА РОБОТА***

На тему:

**“Ціна ринкової рівноваги та наслідки її порушення”**

Виконав:

Ст гр Амз-21

Остадчук А.П.

Науковий керівник

**Тернопіль-2000р**

**План**

Вступ

I... Попит і його зміна. Графік попиту

1...1... Попит

1...2. Зміна кривої попиту

II. Пропозиція товару на ринку. Графік пропозиції

2.1. Ціна й обсяг пропозиції товарів

2.2. Особливості ринкової пропозиції

III... Ціна ринкової рівноваги

3...1. Рівноважна ціна

3.2. Встановлення рівноважної ціни

3.3. Приклад розрахунку рівноважної ціни на умовному ринку

IV. Еластичність попиту та пропозиції

4.1. Еластичність, показник цінової еластичності

4.2. Варіанти еластичності попиту

4...3. Еластичність пропозиції

V. Порушення ринкової рівноваги цін

5...1. Податок і рівноважна ринкова ціна

5.2. Контроль над цінами

Висновок

Список використаної літератури

**Вступ**

Ринкова економіка – це нескінченна взаємодія попиту та пропозиції. Розробка простої моделі такої взаємодії склала цілу епоху в історії економічної науки. І хоча з тієї пори минуло більше двох сторіч, саме з неї починається теоретичне знайомство із сучасною ринковою економікою: справа в тому, що через цю модель можуть бути описані всі економічні процеси.

У даній роботі я спробую об'єднатити всі існуючіі знання про взаємозалежні категорії - «попит» і «пропозиція», ринкова рівновага цін, попиту та пропозиції, а також поговоримо про ринкову еластичність та наслідки порушення ринкової рівноваги котрі можуть виникнути внаслідок втручання в цей природній процес ззовні..

**I. Попит і його зміна. Графік попиту.**

**1.1. Попит.**

Попит – це одна зі сторін багатомірного процесу ринкового ціноутворення. Характерні для нього причинно-наслідкові залежності мають вид стійко діючих економічних законів. Зокрема, закон попиту виражає:

-зворотну залежність між ціною і кількістю товарів, які купуються;

-поступове убування попиту на даний чи товар послугу.

Відповідно до закону попиту, за інших рівних умов кількість товарів, що купуються, чи послуг залежить від рівня їхніх цін. При цьому, чим вище ціна й чіткіша тенденція до її росту, тим меншу кількість товарів чи послуг буде куплено споживачами. Якщо ціна товару зростає, то обсяг продажу товару, відповідно до падіння попиту, знижується. І навпаки, якщо ціна знижується, то падіння обсягу продажів даного товару чи послуги зростає. Залежності подібного характеру виникають, наприклад, у наступних ситуаціях: коли ринки дефіцитні, тобто очевидна недостача яких-небудь товарів і послуг, то ціни на ці товари і послуги неминуче будуть рости. Навпроти, коли на ринок надходить більше товарів і послуг даного виду, то їхня реалізація, тобто продаж, можлива лише за умови зниження цін.

Закон попиту відображає й інший важливий процес: поступове убування попиту. Зниження кількості продажів даного товару чи послуги відбувається не тільки внаслідок росту ціни, але і внаслідок насичення споживчого попиту. Убування попиту відбувається тому, що кожна наступна покупка того самого чи товару послуги приносить споживачу порівняно меншу користь, вигоду, задоволення(згідно закону “склянки води”).

**1.2. Зміна кривої попиту.**

У даному випадку закон сполучений з дією закону убуваючої граничної корисності економічних благ(закон “склянки води”). На ринку це виявляється в тому, що продаж кожної додаткової одиниці товару стає можливим лише при ціні, що знижується. Споживачі здійснять додаткову покупку даного товару чи послуги лише за умови, що ціни на них знизяться.

Особливий характер залежності між ціною товару і кількістю його продажу а також поступове убування попиту показані на рис. 1.

*Р D*

## A

*B*

*D*

*O Q*

Рис. 1. Крива попиту

Крива попиту, яка помірно опускається, має негативний нахил, тому що описує зворотну лінійну залежність між двома змінними - ціною і кількістю продажу товару, а також знижується гранична корисність кожної додаткової покупки однойменного товару, що обумовлюється падінням його ціни.

Якщо ціна товару зростає від точки *В* до точки *А*, то обсяг продажу знижується. Це показано стрілками на осях графіка. Напрямок стрілок на осях графіка змінюється на протилежний, якщо ціна знизиться в напрямку від точки *А* до точки *В.* Любій точці – *А, В* и т.д. - на кривій попиту *DD* відповідає визначене значення двох змінних– ціни й обсягу продажу. Рух по кривій попиту з однієї точки в будь-яку іншу показує, як зміна однієї змінної, тобто ціни, викликає інший зворотний рух, тобто рух обсягу продажу. Крива попиту *DD* не змінилася, її зсуву в ту чи іншу сторону не відбулося. Це означає, що попит не змінився, він залишився колишнім: зміну цін змінює лише обсяг продажу товару, але не попит.

Розглянемо інший випадок. Змінюються не співвідношення цін і обсяги продажів, а так звані нецінові фактори: доходи покупців, їхні суб'єктивні смаки, мода, споживчі характеристики товарів і т.п. Що відбувається в подібних випадках з кривою попиту? Відповідь однозначна: зміна нецінових факторів попиту викликає переміщення і зміну конфігурації, нахилу кривої попиту, виражаючи зміну кількості проданих товарів по тій ж, незмінній ціні. Попит не буває статичним, він постійно міняється під впливом нецінових факторів, про що свідчить той чи інший зсув кривої попиту. Ще раз підкреслимо: до числа таких нецінових факторів, що змінюють попит покупців, відносяться наступні:

* рівень доходів у суспільстві;
* розміри ринку даного товару і наявність на споживчих ринках взаємозамінних і взаэмодоповнюючих товарів;
* суб'єктивне відношення покупців до товарів;
* гарантійний і післягарантійний сервіс проданих товарів і т.п.

*P D D1 P D1 D*

*A A1  A A1*

*D1 D1*

*D D*

*O Q O Q*

*Q Q1  Q Q1*

*Рис. 2а. Ріст попиту під впливом Рис. 2б. Зменшення попиту під*

# Нецінових факторів впливом нецінових факторів

На рис. 2а пунктирною кривою попиту показане його збільшення під впливом нецінових факторів. Ріст попиту - це зсув усієї кривої вправо і нагору, що означає збільшення обсягу продажу товару по тій же, не змінній ціні.

На рис. 2б показане зменшення попиту: пунктирна крива попиту змістилася вліво і вниз. Це зменшення попиту також викликано неціновими факторами і виражається в зниженні обсягу продажів при незмінній ціні за одиницю товару.

**II. Пропозиція товару на ринку. Графік пропозиції.**

**2.1. Ціна й обсяг пропозиції товарів.**

Зміна попиту на товари викликає адекватну реакцію з боку ринкової пропозиції цих товарів.

Пропозиція товарів на ринку – це інша, не менш істотна, сторона підприємництва, що виражає пряму залежність між ціною і кількістю товарів, вироблених і пропонованих до продажу. Ціни й обсяг продажів товарів змінюються прямопроційно: якщо ціна підвищується, то на ринок буде надходити до продажу більше товарів. І навпаки, якщо ціни на даний товар знижуються, його виробництво і пропозиція на ринках будуть також скорочуватися.

Основним, головним фактором тут виступає ціна. По кожному з безлічі товарів ціна свідчить про необхідність або скорочення його випуску, якщо попит знизився, або про нарощування його виробництва, якщо попит стабільний чи підвищується. Від рівня цін пропонованих товарів залежить виторг, доход, прибуток. Чим вони вище, тим оперативніше росте ринкова пропозиція товарів, і навпаки. У цьому значенні пропозиція товарів на ринку – це складний процес, що вимагає від організації випуску, при необхідності быльшої кількості продукції або переорієнтації виробництва товарів відповідно до потреб. Ринкова пропозиція товарів має сенс тільки тоді, коли це підтверджують задовольняючі її ціни. При незадовільних цінах чи тенденції до їхнього зниження буде потрібна складна підприємницька діяльність по переорієнтації ресурсів, зміні технологій, обсягів випуску і продажів товарів.

Точка *А* на кривій пропозиції *SS* показує більш високий рівень ціни *Р1* і зрослий обсяг товарів *Q1*, пропонованих до продажу на ринку; точка *В* на кривій пропозиції показує ситуацію, що змінилася: зниження ціни до *рівня Р*2, якому відповідає скорочення пропонованих до продажу *товарів Q*2.

Як видно з мал. 3, пропозиція товарів має вид кривої з позитивним нахилом, що відображає пряму залежність між двома змінними– ціною товару і його кількістю, чи обсягом для продажу на ринку.

Загальний вид кривої пропозиції не містить нічого випадкового: вона являє собою моментальну «фотографію», ілюстрацію закону пропозиції, тобто руху виробництва в строгій відповідності з економічною доцільністю, що підтверджується чи спростовується ринковою ціною. Закон пропозиції (див. рис. 3) говорить, що, за інших рівних умов, чим вища ціна товарів, тим більша їхня кількість може бути вироблена і представлена до продажу на ринках.

*Р S*

*P1 A*

*B*

*P2*

*S D*

*O Q2 Q1 Q*

Рис. 3. Крива пропозиції

Рухаючись по кривій пропозиції (див. рис. 3) від точки *В* до точки *А*, ми відзначаємо ріст обсягу (кількості) товарів під впливом зрослих цін на них; рух вниз по кривій від точки *А* до точки *В* означає зниження товарного обсягу на ринках під впливом цін, що знижуються на ці товари.

**2.2. Особливості ринкової пропозиції.**

Ринковій пропозиції товарів властиві, щонайменше, дві важливі особливості. По-перше, пряму залежність між ціною товарів і кількістю їхніх продажу на ринку, що описується кривою пропозиції, можна представити, як своєрідну альтернативу ресурсовкладення для підприємця. Площа, що знаходиться вище кривої пропозиції – це область альтернатив зі знаком «плюс», а площа під цією кривою – альтернативи зі знаком «мінус». Найкраща альтернатива – це таке ресурсовкладення у виробництво товарів, яке відшкодовує витрачені ресурси грошовою ціною товарів, які користуються попитом і продані на ринку. По-друге, поняття «обсяг товарів, їхня кількість» не тотожна поняттю «пропозиція товарів». Кількість і обсяг товарів змінюються відповідно до зміни їхньої ціни, не зміщуючи криву пропозиції товарів. Поняття «пропозиція товарів, що змінюється,» має на увазі зсув усієї кривої пропозиції в ту чи іншу сторону (рис. 4).

*Р S1 S S2*

*P1 A*

*B A C*

*P2*

*S1 S S2*

*O Q1 Q Q2 Q*

Рис. 4. Зміни пропозиції товарів при незмінній ціні:

S1S1 – зниження пропозиції товарів,

S2S2 – ріст пропозиції товарів

За таких умов чи можлива зміна в ту чи іншу сторону пропозиції товарів на ринках, якщо ціна товару залишається незмінною? Так, можлива. Зсув кривих, який означає зміну пропозиції товарів на ринках, відбувається під впливом наступних умов:

наявність взаємозамінних і взаємодоповнюваних товарів виробничого призначення і рух їхніх цін;

рівень технологій, застосовуваних при виробництві однойменних товарів;

податки і субсидії;

якість ресурсів і факторів виробництва;

конкуренція на ринках однойменних товарів, умови продажу, такі, як реклама, маркетинг і т.п.

Усі перераховані фактори впливають на витрати виробництва даного товару, що впливає на зміни в пропозиції цього товару на ринку.

**III. Ціна ринкової рівноваги.**

Ринковим процесом ціноутворення керують закони попиту та пропозиції. Встановлення рівноважної ціни відбувається на ринку під впливом тенденцій і специфічних особливостей, як попиту, так і пропозиції. Вони проілюстровані вище за допомогою кривих на відповідних графіках. Однак ринкові сили набагато різноманітніші та багатші тих моделей, що були представлені.

**3.1. Рівноважна ціна.**

На мал. 5 показані в найбільш загальному виді ті різноманітні і динамічні процеси, що відбуваються в реальній дійсності в сфері руху товарів і цін. Рівноважна ринкова ціна – це ціна, при якій по кожнім даному товарі на ринку немає ні надлишку, ні дефіциту. Вона встановлюється в результаті зрівноважування попиту та пропозиції як грошовий еквівалент строго визначеної кількості товару.

*Р D S*

Товарний

надлишок

*E*

*PE*

товарний

дефіцит

*S D*

*O QE Q*

Рис. 5. Ринкова рівновага цін попиту та пропозиції

Попит та пропозиція врівноважуються під впливом конкурентного середовища ринку, унаслідок чого про ціну говорять як про конкурентну ринкову рівновагу. У будь-якому випадку на конкурентному ринку рівноважна ціна і відповідна їй кількість товару визначаються ринковим попитом та пропозицією.

За інших рівних умов рівноважна ринкова ціна встановлюється при такому співвідношенні попиту та пропозиції, коли кількість товарів, що покупці хочуть придбати, відповідає тій їх кількості, що виробники пропонують на ринку. При цьому на ринку відсутні тенденції зміни цін і кількості товарів.

Точка перетинання кривих попиту та пропозиції *Е* відповідає визначеному рівню ціни *РЕ*, що відзначена на осі ординат, і кількості, чи обсягу товару *QЕ*, що продається по цій рівноважній ціні (відзначено на осі абсцис).

Як показано на рис. 5, будь-який надлишок товару, тобто товарний надлишок, штовхає ціну товарів униз, до точки рівноваги Е. Любий товарний дефіцит, недостача товарів на ринку буде штовхати ціну товарів нагору, до точки рівноваги попиту та пропозиції *Е*. В остаточному підсумку встановиться рівноважна ціна *РЕ*, по якій буде продаватися *QE* товарів на ринку.

**3.2. Встановлення рівноважної ціни**

Ринкову рівновагу можна розглядати лише щодо фіксованого проміжку часу. У кожен наступний момент часу ринкова рівновага може встановитися як деяке нове значення ринкової рівноважної ціни і кількості продажів товару за цією ціною, що складається протягом місяця, сезону, року, ряду років і т.д. але ринкова рівновага – це завжди такий стан ринку, при якому *QD = QS*. Будь-яке відхилення від такого стану надає енергії силам, які здатні повернути ринок у стан рівноваги: усунути дефіцит *(QD > QS)* чи надлишок товарів на ринку *(QD < QS).*

Врівноважну функцію виконує ціна, що стимулює ріст пропозиції при дефіциті товарів і розвантажує ринок від надлишків, стримуючи пропозицію. Якщо попит росте, тобто при незмінній пропозиції товарів відбувається зсув усієї кривої попиту вправо нагору, то встановлюється новий, більш високий рівень рівноважної ціни і новий, більший обсяг кількості продажу товарів. І навпаки, зниження попиту, коли вся крива попиту зміщається уліво вниз при незмінній пропозиції, веде до встановлення більш низького рівня рівноважної ціни і меншого обсягу товарних продажів (мал. 6а).

При змінній пропозиції і незмінному попиті також буде встановлюватися інший рівень ринкової рівноваги. Так, ріст пропозиції, що означає зсув усієї її кривої вправо, дасть нову точку більш низькій рівноважній ціні при зростаючому кількості продажів товару. Зниження пропозиції, тобто зсув усієї кривої вліво, встановить більш високу рівноважну ціну і меншу кількість продажів товару (мал. 6б).

*P D1 D D2 S P D S2 S S1*

*P2 E2  P2 E2*

*PE E P E*

*P1 P1  E1*

*E1 D2*

*S D1 D S2 S S1 D*

*O Q1 QE Q2 Q O Q2 QE  Q1 Q*

*Рис. 6а Рис 6б*

На конкурентному ринку будь-якого товару рівновага попиту та пропозиції встановлюється саме за цією схемою. Рівновага – закон для кожного конкурентного ринку. Завдяки рівновазі на кожному товарному ринку, підтримується рівновага економічної системи в цілому.

**3.3. Приклад розрахунку рівноважної ціни**

**на умовому товарному ринку**

Нехай на умовному ринку пропозиція товару мє вигляд:

*QS = 15000 + 2,4 P*,

де *Р* – ціна (грош. од.), *QS* – обсяг пропозиції (штук за рік).

Нехай на тому ж ринку попит на товар виглядає таким чином:

*QD = 35000 - 2,9 P.*

Рівноважну ринкову ціну можна встановити, якщо зрівноважити пропозицю та попит на цей товар. (*QS = QD*):

*15000 + 2,4 Р = 35000 – 2,9 Р,* чи *5,3 Р = 20000.*

Отже, рівноважна ринкова ціна за одиницю товару складає, таким чином, 2,65 грош. од.

**IV. Еластичність попиту та пропозиції.**

Виміри попиту та пропозиції виступають важливим інструментом економічного аналізу і мають практичний сенс, тому що безпосередньо впливають на виручку від продажу товарів. Інтенсивність такого впливу може бути неоднаковою, несумісні й інтервали зміни кожної змінної, тобто цін і обсягів продажу.

**4.1. Еластичність, показник цінової еластичності.**

Термін «еластичність», який прийшов в економіку з фізики, використовується для виміру співвідношення взаємообумовлених змінних: цін і кількості чи обсягу проданих товарів. Наприклад, якщо ціна автомобіля зросла на 10%, наскільки зміниться кількість їх продажу за той чи інший інтервал часу? Чи: як зміниться попит на автомобілі, якщо доходи населення зростуть на 12% на місяць, на рік?

Найбільш зручною, уніфікованою одиницею виміру еластичності виступає відсоток. Процентне числення здатне показати ступінь зміни будь-якої економічної змінної, незалежно від того, якими є одиниці виміру – гроші, тонни, метри, штуки і т.д. У підприємницькій практиці найчастіше використовують процентну зміну одної змінної в результаті 1%-ної зміни іншої.

Вимір цінової еластичності попиту здійснюється для того, щоб з'ясувати, на скільки відсотків змінився обсяг продажу товарів внаслідок 1%-ної зміни ціни за одиницю даних товарів. Методика такого виміру проста і являє собою визначення частки від ділення процентної зміни величини попиту на 1% зміни ціни.

**4.2. Варіанти еластичності попиту.**

На практиці можуть мати місце, щонайменше, п'ять різних варіантів цінової еластичності попиту:

попит еластичний, коли при незначних підвищеннях ціни обсяг продажу істотно зростає;

попит має одиничну еластичність, коли 1%-на зміна ціни викликає 1%-ну зміна продажу товарів;

попит нееластичний, якщо при дуже істотних зниженнях ціни обсяг продажів змінюється невідповідно;

попит нескінченно еластичний, коли ціна практично не впливає на попит, (наприклад, інсулін для хворих діабетом);

попит зовсім нееластичний, коли споживачі купують фіксовану кількість товарів, незалежно від їх ціни.

Усі варіанти еластичності попиту можуть бути показані на графіках (рис. 7).

Кожен варіант, представлений на рис. 7, має свій коефіцієнт еластичності:

коефіцієнт еластичності попиту менше одиниці;

при еластичному попиті, коли 1% зниження ціни викликає збільшення продажів більш ніж на 1%, коефіцієнт еластичності більший за одиниці;

нарешті, при одиничній еластичності коефіцієнт дорівнює одиниці.

*Р В А*

Нееластичний попит: 1% зниження ціни дасть менше 1%-ну зміну попиту

*С*

еластичний попит: 1% зниження ціни збільшує продаж більш ніж на 1%

Одинична еластичність 1% знищення ціни дає прирість попиту на 1 %

*O Q*

Рис. 7. Еластичність попиту

Наприклад, якщо збільшення ціни товару на 100% приводить до скорочення продажів на 50%, то еластичність попиту дорівнює 50%, поділивши на 100%, одержуємо коефіцієнт 0,5.

У строгому математичному значенні цей коефіцієнт зі знаком «мінус», тому що ціна і кількість продажу змінюються в протилежному напрямку (зворотна залежність змінних). Але для простоти аналізу коефіцієнтів еластичності він розглядається як позитивна величина, тим більше, що реальну значимість ця величина здобуває в показнику розміру виручки від продажів товарів, тобто грошового виторгу.

Отже, коли відсоток зниження ціни викликає таке збільшення відсотка продажів, що загальний торговий виторг (добуток ціни на кількість проданого товару) зростає, то еластичність попиту набуває практичного сенсу позитивного коефіцієнту.

При одиничній еластичності, коли коефіцієнт дорівнює одиниці, зниження в точності компенсується таким обсягом продажу, який не змінює торгову виручку.

У випадку нееластичного попиту зниження ціни викликає настільки незначне збільшення продажів товару, що загальний торговий виторг знижується.

**4.3. Еластичність пропозиції.**

Чи застосовні поняття «еластичність» і «коефіцієнт еластичності» до пропозиції товарів? Більшість авторів вважають: так, застосовні.

Поняття еластичності пропозиції товарів характеризує відносні зміни цін товарів і їх кількості, пропонованої до продажу. Інтенсивність цих змін також різна, і на практиці можуть мати місце наступні ситуації:

еластичної пропозиції;

пропозиції одиничної еластичності;

нееластичної пропозиції.

Цінова еластичність пропозиції виступає як пряма лінійна залежність між економічними змінними, що показують процентну зміну ціни і викликану цим ту чи іншу процентну зміну обсягу пропонованих до продажу товарів. Ці залежності обумовлюються положенням кривих еластичності пропозиції, зображених на рис. 8.

*Р С А*

одинична еластичність

Еластична пропозиція

*В*

Нееластична пропозиція

*O Q*

Рис. 8. Еластичність пропозиції

При одиничній еластичності пропозиції 1% збільшення ціни товарів викликає 1% збільшення їхньої пропозиції для продажу на ринку. У цьому випадку має місце рівновелика зміна цін і кількості пропонованих товарів, коефіцієнт якої дорівнює одиниці.

У випадку еластичної пропозиції, 1% збільшення ціни здатне викликати збільшення кількості пропонованих до продажу товарів, що значно перевищує 1%. Коефіцієнт еластичності тут більший одиниці.

При еластичній пропозиції збільшення ціни не створює якого-небудь впливу на збільшення кількості пропонованих до продажу товарів.

Теоретично можна передбачити й інший крайній випадок: нескінченна еластична пропозиція, що на графіку має вид абсолютно горизонтальної лінії. Нескінченно еластична пропозиція – це збільшення постачання товарів на ринок при вкрай незначному збільшенні цін на ці товари.

Показники еластичності пропозиції підтверджують дуже важливу закономірність: протягом тривалого періоду часу, коли попит вже пристосувався до зрослих цін, еластичність пропозиції сприяє встановленню так званої нормальної ціни рівноваги (на відміну від цін миттєвої і короткострокової рівноваги).

**V. Порушення ринкової рівноваги цін.**

У конкурентній системі рівність попиту та пропозиції приводить до рівноваги на всіх ринках. І все-таки рівноважна ціна може змінюватися (точка рівноваги зміщується в ту чи іншу сторону). Деякі впливи на ринкову рівновагу цін передбачити неможливо, вплив інших врахувати важко, оскільки вони лише переміщають точку рівноваги, не порушуючи законів попиту та пропозиції. До числа останніх впливів відноситься, наприклад, оподатковування.

Податок виступає одним з економічних важелів регулювання ринку. Зміщаючи точку рівноважної ціни, податок не порушує законів попиту та пропозиції.

**5.1. Податок і рівноважна ринкова ціна.**

Оподатковування є прерогативою держави, що застосовує безліч різновидів прямих і непрямих податків. Наслідки оподатковування негативно позначаються як на споживачах, так і на виробниках товарів. Ці наслідки виражаються в збільшенні ціни товару, з одного боку, і в скороченні обсягів виробництва товарів – з іншої. Зросла ціна, як відомо, викликає скорочення споживчого попиту, унаслідок чого неминуче скорочення обсягу продажу товарів, що потрапили під оподатковування. Виробники відреагують на таку ситуацію однозначно: вони скоротять виробництво і пропозицію товарів, попит на які знизився.

Порушення законів попиту та пропозиції не відбулося, тому що податок лише створив передумови для переміщення точки рівноваги попиту та пропозиції на новий, більш високий рівень.

*Р D S1 S*

*P1 E1*

*E*

*PE*

*PA A D*

*S1 S*

*O QE1 QE Q*

Рис. 9. Вплив податків на рівноважну ринкову ціну

При оподатковуванні крива попиту не зміщується так, як ніби попит змінився. Але точка ринкової рівноваги *Е* переміщується на новий, більш високий рівень внаслідок зсуву нагору кривої пропозиції товарів. Рівновага попиту та пропозиції тепер знаходиться в точці *Е1*, а нова рівноважна ціна дорівнює *Р1*, тому що продавець включає податок у ціну пропонованих до продажу товарів. Зниження обсягу продажу, що відбувається внаслідок підвищення ціни, викликає падіння обсягів виробництва товарів, оскільки їхні продажі знизилися. Напрямки руху ціни й обсяги виробництва і продажу товарів показані стрілками, розташованими уздовж відповідних осей (рис. 9). Податок безпосередньо платить виробник (продавець) товарів, однак велику частину перекладає на покупця шляхом збільшення ціни (*Р1Е1ЕРЕ*). Розмір податку, що сплачується, дорівнює заштрихованій на графіку *області* . Це відрахування з торгової виручки від проданих товарів і відрахування з доходів покупців. Але головний негативний ефект – загальне зниження виробництва і недоспоживання суспільством товарів.

**5.2. Контроль над цінами.**

Цінове втручання, чи контроль над цінами, здійснює держава на законодавчій основі, але його здатні здійснювати й інші монопольні структури. Втручання такого роду здатні блокувати ринковий механізм конкурентного ціноутворення на основі рівноваги попиту та пропозиції. Любий контроль над цінами не тільки порушує, але і руйнує механізм ринкового ціноутворення на основі законів попиту та пропозиції. Прикладом цього є командна модель економіки, а також будь-які способи примусового встановлення ціни, які можуть бути застосованими монопольними силами з боку держави і окремих, явних чи прихованих, економічних структур.

Державне втручання в ринкове ціноутворення найчастіше зводиться до примусового встановлення ціни на рівні нижче ринкової рівноваги. Мотивацією такого втручання виступають, як правило, соціальні проблеми: різна для тих чи інших груп населення ступінь доступу до ресурсів чи споживчих благ; нерівність у доходах і т.д. Однак ще ніколи не вдавалося вирішити хоча б одну з цих проблем методом втручання в механізм ціноутворення. Наслідки контролю над цінами можуть бути різноманітними, але всі вони, як правило, мають негативний ефект у соціальній і економічній сфері. Наслідки контролю над цінами чи будь-якого втручання в ринкову конкурентну рівновагу знайдуть себе в товарному дефіциті, недостачі і недовиробленні товарів, що негативно позначиться на всьому суспільстві через недоспоживання. Чи вирішена проблема соціально незахищених груп суспільства, яких уряд намагався захистити, встановивши примусово низькі ціни? Ні, не вирішена, оскільки недовироблення і дефіцитність «ведуть» навіть наявні товари в тіньові спекулятивні сфери. Виникають тіньові ринки, де дефіцитні товари продаються за цінами ще більш високими, ніж колишня рівноважна ринкова ціна, оскільки тепер ця ціна містить у собі ще і спекулятивну надбавку. Соціально незахищеним групам суспільства ці товари і ціни стали ще більш недоступні, а число неплатоспроможних громадян зросло.

Державне втручання, контроль над цінами приводить також до таких економічних наслідків, як скорочення виробництва, виникнення тіньової економіки в різних сферах. Як відомо, особливістю тіньових структур економіки є те, що вони «невловимі», особливо для офіційного, державного оподатковування. Отже, вони скорочують реальні можливості для соціального захисту соціально незахищених груп і шарів суспільства, оскільки не платять податки в бюджет.

Неважко передбачати, що в подібній ситуації підсиляться криміногенні, мафіозні компоненти соціально-економічного середовища суспільства.

Зовнішніми, найбільш очевидними наслідками зруйнованої рівноваги ринкового ціноутворення стануть черги споживачів за товарами, соціальна напруженість і загальне невдоволення. Будуть потрібні такі урядові міри, як нормування, раціонування споживання відсутніх, дефіцитних товарів, їхній розподіл у продаж по картках, талонам і іншим адміністративним «регуляторам» суспільного споживання.

На рис. 10. показано схему державного втручання в ринковий ціновий механізм, чи контроль над цінами, з його основними негативними наслідками.

*Р D S*

*D1*

Точка ринкової рівноваги до примусового зниження ціни

*PE E -*

*E1*

*P1*

*S D1 D*

Товарний дефіцит після зниження ціни

*O Q1 QE Q*

Рис. 10. Втручання в ринкову рівновагу: примусове «понижуюче» ціноутворення

Примусове встановлення ціни *Р1* на рівні нижче ринкової зміщає криву попиту до рівня соціально незахищених груп населення. Перетинання кривої пропозиції *SS* із кривої попиту, що *змістилася, D1D*1 дає точку нової ринкової *рівноваги Е*1, розташовану на більш низькому рівні. Порушення законів попиту та пропозиції відбулося, насамперед, через те, що сукупний попит не обмежується попитом соціально незахищених шарів населення, до якого примусово «приведений» рівень ціни *Р1*. Однак цей штучно зміщений попит викликав «понижуючу» тенденцію в пропозиції товарів через їх примусово низькі ціни. Виробники не зацікавлені випускати і поставляти на ринок товари по зниженим, які не відшкодовують витрати цінам *Р1*. Відбувається зниження обсягів виробництва *QEQ1*, відзначене уздовж відповідної осі (рис. мал. 10). Однак ще більш хворобливим і болючим для суспільства буде розмір товарного дефіциту.

**Висновок**

У своїй роботі я постарався найбільше повно розкрити вплив тих чи інших факторів на попит та пропозицію при ринковій економіці. Дійсно, будь-якому акту купівлі-продажу передують два феномени – «попит» і «пропозиція», величини яких визначають обсяг угод і рівень цін на ринку. Це об’єктивні економічні закони які діють у конкурентному середовищі і не залежать від волі людей. Ціна ринкової рівноваги встановлюється під впливом попиту та пропозиції на певному проміжку часу. Також слід зазначити що наслідки її порушення адміністративними методами, в обхід природних законів ринкової економіки ведуть до негативних наслідків. Серед них можна назвати: дефіцит товарів (оскільки виробникам невигідно їх виробляти), ровиток тіньового сектору економіки, криміналізація суспільства. А оскільки ринкова економіка є динаміка цін і обсягу угод, то домагатися їхньої бажаної зміни можна, регулюючи величину попиту (доходу споживачів) і величину пропозиції (прибуток виробників).

**Список літератури**

1. В. Камаев. Учебник по основам экономической теории. М. 1994 г.
2. О. Мамедов. Современная экономика. Общедоступный курс. Ростов-на-Дону, «Феникс», 1996 год.
3. А. Шишкин. Экономическая теория, учебник для студентов экономических специальностей высших учебных заведений. М. Гуманитарный издательский цент «Владос» 1996 г.
4. Дж. Ф. Стенлейк. Экономикс для начинающих. Москва, издательство “Республика”, 1994 год.
5. Кэмпбэлл Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю. Экономикс: принципы, проблемы, политика. Москва, издательство “Республика”, 1993 год.

6. В.М. Ковальчук Загальна економічна теорія Тернопіль “Астон” 1996