**Академия труда и социальных отношений**

**Уральский социально-экономический институт**

**Кафедра «Экономической теории»**

**Контрольная работа по курсу** ***«Ценообразование»***

**Тема: «Спрос и предложение, – основные ценообразующие факторы. Рыночное равновесие. Равновесная цена».**

Выполнила: Гулевская В.Г.

гр. Ф.К. З-101

(второй диплом)

Челябинск 1999

**План**

Введение……………………………………………………………………………… 2

I. Спрос и его изменение. График спроса.………………….. …………………… 3

1.1. Спрос…………………………………………………………………… 3

1.2. Изменение кривой спроса………………………………………….. 3

II. Предложение товара на рынке. График предложения………………………. 6

2.1. Цена и объем предложения товаров…………………………….. 6

2.2. Особенности рыночного предложения…………………………… 7

III. Рыночное равновесие цен спроса и предложения…………………………… 8

3.1. Равновесная цена……………………………………………………. 8

3.2. Установление равновесной цены…………………………………. 8

3.3. Пример расчета равновесной цены на московском

автомобильном рынке……………………………………………….. 9

IV. Эластичность спроса и предложения………………………………………….. 11

4.1. Эластичность, показатель ценовой эластичности…………….. 11

4.2. Варианты эластичности спроса…………………………………… 11

4.3. Эластичность предложения……………………………………….. 12

V. Нарушения рыночного равновесия цен………………………………………… 14

5.1. Налог и равновесная рыночная цена…………………………….. 14

5.2. Контроль над ценами……………………………………………….. 15

Заключение……………………………………………………………………………… 17

Список использованной литературы ………………………………………………. 18

**Введение**

Рыночная экономика – это бесконечное взаимодействие спроса и предложения. Разработка простой модели такого взаимодействия составила эпоху в истории экономической науки. И хотя с той поры минуло более двух столетий, именно с нее начинается теоретическое знакомство с современной рыночной экономикой: дело в том, что через эту модель быть описаны все экономические процессы.

В данной работе я попытаюсь объединить все существующие знания о двух взаимосвязанных категориях – «спрос» и «предложение», рыночное равновесие цен спроса и предложения, а также их эластичность, к чему приводят нарушения рыночного равновесия цен.

**I. Спрос и его изменение. График спроса.**

**1.1. Спрос.**

Спрос – это одна из сторон многомерного процесса рыночного ценообразования. Характерные для него причинно-следственные зависимости имеют вид устойчиво действующих экономических законов. В частности, закон спроса выражает:

* обратную зависимость между ценой и покупаемым количеством товаров;
* постепенное убывание спроса на данный товар или услугу.

Согласно закону спроса, при прочих равных условиях количество покупаемых товаров или услуг зависит от уровня их цен. При этом, чем выше цена и отчетливей тенденция к ее росту, тем меньшее количество товаров или услуг будет куплено потребителями. Если цена товара возрастает, то объем продаж товара, в соответствии с падением спроса, снижается. И наоборот, если цена снижается, то падение объем продаж данного товара или услуги возрастает. Зависимости подобного характера возникают, например, в следующих ситуациях: когда рынки дефицитны, т.е. очевидна нехватка каких-либо товаров и услуг, то цены на эти товары и услуги неизбежно будут расти. Напротив, когда на рынок поступает больше товаров и услуг данного вида, то их реализация, т.е. продажа, возможна лишь при условии снижения цен.

Закон спроса отражает и другой важный процесс: постепенное убывание спроса. Снижение количества продаж данного товара или услуги происходит не только вследствие роста цены, но и вследствие насыщения потребительского спроса. Убывание спроса происходит потому, что каждая последующая покупка одного и того же товара или услуги приносит потребителю сравнительно меньшую пользу, выгоду, удовлетворение.

**1.2. Изменение кривой спроса.**

В данном случае закон сопряжен с действием закона убывающей предельной полезности экономических благ. На рынках это проявляется в том, что продажа каждой дополнительной единицы товара становится возможной лишь при снижающейся цене. Потребители осуществят дополнительную покупку данного товара или услуги лишь при условии, что цены на них снизятся.

Особый характер зависимости между ценой товара и количеством его продаж, а также постепенное убывание спроса показаны на рис. 1.

*Р D*

 *A*

 *B*

 *D*

*O Q*

Рис. 1. Кривая спроса

Полого опускающаяся кривая спроса имеет отрицательный наклон, так как описывает обратную линейную зависимость между двумя переменными – ценой и количеством продаж товара, а также снижающуюся предельную полезность каждой дополнительной покупки одноименного товара, что объясняется падением его цены.

Если цена товара возрастает от точки *В* до точки *А*, то объем продаж снижается. Это показано стрелками на осях графика. Направление стрелок на осях графика изменяется на противоположное, если цена снизится в направлении от точки *А* к точке *В*. Любой точке – *А, В* и т.д. - на кривой спроса *DD* соответствует определенное значение двух переменных – цены и объема продаж. Движение по кривой спроса из одной точки в любую другую показывает, как изменение одной переменной, т.е. цены, вызывает обратное движение другой, т.е. объема продаж. Кривая спроса *DD* не изменилась, ее смещения в ту или иную сторону не произошло. Это означает, что спрос не изменился, он остался прежним: изменение цен меняет лишь объем продаж товара, но не спрос.

Рассмотрим другой случай. Изменяются не соотношения цен и объемы продаж, а так называемые неценовые факторы: доходы покупателей, их субъективные вкусы, мода, потребительские характеристики товаров и т.п. Что происходит в подобных случаях с кривой спроса? Ответ однозначен: изменение неценовых факторов спроса вызывает перемещение и изменение конфигурации, наклона кривой спроса, выражая изменение количества проданных товаров по той же, не изменяющейся, цене. Спрос не бывает, статичен, он постоянно меняется под воздействием неценовых факторов, о чем свидетельствует то или иное смещение кривой спроса. Еще раз подчеркнем, что к числу таких неценовых факторов, меняющих спрос покупателей, относятся следующие:

* уровень доходов в обществе;
* размеры рынка данного товара и наличие на потребительских рынках взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров;
* субъективное отношение покупателей к товарам;
* гарантийный и постгарантийный сервис продаваемых товаров и 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. Рост спроса под влиянием Рис. 2б. Уменьшение спроса под*

# Неценовых факторов влиянием неценовых факторов

На рис. 2а пунктирной кривой спроса показано его увеличение под воздействием неценовых факторов. Рост спроса - это смещение всей кривой вправо и вверх, что означает увеличение объема продаж товара по той же, не изменившейся, цене.

На рис. 2б показано уменьшение спроса: пунктирная кривая спроса сместилась влево и вниз. Это уменьшение спроса также вызвано неценовыми факторами и выражается в снижении объема продаж при не изменяющейся цене за единицу товара.

**II. Предложение товара на рынке. График предложения.**

**2.1. Цена и объем предложения товаров.**

Изменение спроса на товары вызывает адекватную реакцию со стороны рыночного предложения этих товаров.

Предложение товаров на рынке – это другая, не менее существенная, сторона предпринимательства, выражающая прямую зависимость между ценой и количеством товаров, производимых и предлагаемых к продаже. Цены и объем продаж товаров изменяются однонаправлено: если цена повышается, то на рынок будет поступать к продаже больше товаров. И наоборот, если цены на данный товар снижаются, его производство и предложение на рынках будут также сокращаться.

Основным, ведущим фактором здесь выступает цена. По каждому из великого множества товаров цена свидетельствует о необходимости либо сокращения его выпуска, если спрос снизился, либо наращивания его производства, если спрос стабилен или повышается. От уровня цен предлагаемых товаров зависит выручка, доход, прибыль. Чем они выше, тем оперативнее растет рыночное предложение товаров, и наоборот. В этом смысле предложение товаров на рынке – это сложный процесс, требующий соответствующего вознаграждения организации, собственно выпуска или, при необходимости, переориентации производства товаров в соответствии с потребностями. Рыночное предложение товаров имеет смысл только тогда, когда это подтверждают удовлетворяющие его цены. При неудовлетворительных ценах или тенденции к их снижению потребуется сложная предпринимательская деятельность по переориентации ресурсов, изменению технологий, объемов выпуска и продаж товаров.

Точка *А* на кривой предложения *SS* показывает более высокий уровень цены *Р1* и возросший объем товаров *Q1*, предлагаемых к продаже на рынке; точка *В* на кривой предложения показывает изменившуюся ситуацию: снижение цены до уровня *Р2*, которому соответствует сокращение предлагаемых к продаже товаров *Q2*.

Как видно из рис. 3, предложение товаров имеет вид кривой с положительным наклоном, отражающей прямую зависимость между двумя переменными – ценой товара и его количеством, или объемом для продажи на рынке.

Общий вид кривой предложения не содержит ничего случайного: она представляет собой моментальную «фотографию», иллюстрацию закона предложения, т.е. движения производства в строгом соответствии с экономической целесообразностью, подтверждающейся или опровергающейся рыночной ценой. Закон предложения (см. рис. 3) гласит, что, при прочих равных условиях, чем выше цена товаров, тем больше их количество может быть произведено и представлено к продаже на рынках.

*Р S*

*P1 A*

 *B*

*P2*

 *S D*

*O Q2 Q1 Q*

Рис. 3. Кривая предложения

Двигаясь по кривой предложения (см. рис. 3) от точки *В* к точке *А*, мы отмечаем рост объема (количества) товаров под влиянием возросших цен на них; движение вниз по кривой от точки *А* к точке *В* означает снижение товарного объема на рынках под влиянием снижающихся цен на эти товары.

**2.2. Особенности рыночного предложения.**

Рыночному предложению товаров свойственны, по меньшей мере, две важные особенности. Во-первых, прямую зависимость между ценой товаров и количеством их продаж на рынке, описываемую кривой предложения, можно представить, как своеобразную альтернативу ресурсовложения для предпринимателя. Площадь выше кривой предложения – это область альтернатив со знаком «плюс», а площадь под этой кривой – альтернативы со знаком «минус». Наилучшая альтернатива – это такое ресурсовложение в производство товаров, которое возмещает затраченные ресурсы денежной ценой товаров, пользующихся спросом и проданных на рынке. Во-вторых, понятие «объем товаров, их количество» не тождественно понятию «предложение товаров». Количество и объем товаров изменяются в соответствии с изменением их цены, не смещая кривую предложения товаров. Понятие «изменяющееся предложение товаров» подразумевает смещение всей кривой предложения в ту или иную сторону (рис. 4).

*Р S1 S S2*

*P1 A*

 *B A C*

*P2*

 *S1 S S2*

*O Q1 Q Q2 Q*

Рис. 4. Изменения предложения товаров при неизменной цене:

S1S1 – снижение предложения товаров,

S2S2 – рост предложения товаров

При таких условиях возможно изменение в ту или иную сторону предложения товаров на рынках, если цена товара остается неизменной? Смещение кривых, означающее изменение предложения товаров на рынках, происходит под воздействием следующих условий:

* наличие взаимозамещаемых и взаимодополняемых товаров производственного назначения и движение их цен;
* уровень технологий, применяемых при производстве одноименных товаров;
* налоги и субсидии;
* качество ресурсов и факторов производства;
* конкуренция на рынках одноименных товаров, условия продажи, такие, как реклама, маркетинг и т.п.

Все перечисленные факторы влияют на издержки производства данного товара, что оказывает решающее влияние на изменения в предложении этого товара на рынке.

**III. Рыночное равновесие цен спроса и предложения.**

Рыночным процессом ценообразования управляют законы спроса и предложения. Установление равновесной цены происходит на рынке под влиянием тенденций и специфических особенностей, как спроса, так и предложения. Они проиллюстрированы выше с помощью кривых на соответствующих графиках. Однако рыночные силы намного богаче тех моделей, которые были представлены.

**3.1. Равновесная цена.**

На рис. 5 показаны в наиболее общем виде те многообразные и динамичные процессы, которые происходят реальной действительности в сфере движения товаров и цен. Равновесная рыночная цена – это цена, при которой по каждому данному товару на рынке нет ни излишка, ни дефицита. Она устанавливается в результате уравновешивания спроса и предложения как денежный эквивалент строго определенного количества товара.

*Р D S*

товарный

излишек

 *E*

*PE*

товарный

дефицит

 *S D*

*O QE Q*

Рис. 5. Рыночное равновесие цен спроса и предложения

Спрос и предложение уравновешиваются под влиянием конкурентной среды рынка, вследствие чего о цене говорят как о конкурентном рыночном равновесии. В любом случае на конкурентном рынке равновесная цена и соответствующее ей количество товара определяются рыночным спросом и предложением.

При прочих равных условиях равновесная рыночная цена устанавливается при таком соотношении спроса и предложения, когда количество товаров, которое покупатели хотят приобрести, соответствует тому их количеству, которое производители предлагают на рынке. При этом на рынке отсутствуют тенденции изменения цен и количества товаров.

Точка пересечения кривых спроса и предложения *Е* соответствует определенному уровню цены *РЕ*, отмеченной на оси ординат, и количеству, или объему товара *QЕ*, продаваемому по этой равновесной цене (отмечено на оси абсцисс).

Как показано на рис. 5, любой избыток товара, т.е. товарный излишек, толкает цену товаров вниз, к точке равновесия Е. Любой товарный дефицит, нехватка товаров на рынке будет толкать цену товаров вверх, к точке равновесия спроса и предложения *Е*. В конечном итоге установится равновесная цена *РЕ*, по которой будет продаваться *QE* товаров на рынке.

**3.2. Установление равновесной цены**

Рыночное равновесие можно рассматривать лишь относительно фиксированной единицы времени. В каждый последующий момент времени рыночное равновесие может установиться как некоторое новое значение рыночной равновесной цены и количества продаж товара по этой цене, складывающихся в течение месяца, сезона, года, ряда лет и т.д. но рыночное равновесие – это всегда такое состояние рынка, при котором *QD = QS*. Любое отклонение от такого состояния приводит в движение силы, способные вернуть рынок в состояние равновесия: устранить дефицит *(QD > QS)* или излишек товаров на рынке *(QD < QS).*

Уравновешивающую функцию выполняет цена, которая стимулирует рост предложения при дефиците товаров и разгружает рынок от излишков, сдерживая предложение. Если спрос растет, т.е. при неизменном предложении товаров происходит смещение всей кривой спроса вправо вверх, то устанавливается новый, более высокий уровень равновесной цены и новый, больший объем количества продаж товаров. И наоборот, снижение спроса, когда вся кривая спроса смещается влево вниз при неизменном предложении, ведет к установлению более низкого уровня равновесной цены и меньшего объема товарных продаж (рис. 6а).

При изменяющемся предложении и неизменном спросе также будет устанавливаться иной уровень рыночного равновесия. Так, рост предложения, означающий смещение всей его кривой вправо, даст новую точку более низкой равновесной цены при возрастающем количестве продаж товара. Снижение предложения, т.е. смещение всей кривой влево, установит более высокую равновесную цену и меньшее количество продаж товара (рис. 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. Уровень равновесия при Рис. 6б. Уровень равновесия при*

*изменяющемся спросе и изменяющемся предложении*

*неизменном предложении товаров и неизменном спросе*

*товаров*

На конкурентном рынке любого товара равновесие спроса и предложения устанавливается именно по этой схеме. Равновесие – закон для каждого конкурентного рынка. Благодаря равновесию на каждом товарном рынке, поддерживается равновесие экономической системы в целом.

**3.3. Пример расчета равновесной цены**

**на московском автомобильном рынке**

В начале 1993 года на московском автомобильном рынке предложение этого дефицитного товара имело вид:

*QS = 15000 + 2,4 P*,

где *Р* – цена (измеряется в млн. руб. за 1 автомобиль), *QS* – объем предложения (штук за год).

В том же 1993 г. спрос на автомобили выглядел следующим образом:

*QD = 35000 - 2,9 P.*

Равновесную рыночную цену автомобилей можно установить, если уравновесить предложение и спрос по этому товару в 1993 г. (*QS = QD*):

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

Равновесная рыночная цена за 1 автомобиль составляет, таким образом , 2,65 млн. руб.

**IV. Эластичность спроса и предложения.**

Измерения спроса и предложения выступают важным инструментом экономического анализа и имеют практический смысл, так как оказывают непосредственное влияние на торговую выручку от продаж товаров. Интенсивность такого влияния может быть неодинаковой, несоизмеримы и интервалы изменения каждой переменной, т.е. цен и объемов продаж.

**4.1. Эластичность, показатель ценовой эластичности.**

Термин «эластичность», пришедший в экономику из физики, используется для измерения соотношения взаимообуславливающихся переменных: цен и количества, или объема, проданных товаров. Например, если цена автомобиля возросла на 10%, насколько изменится количество их продаж за тот или иной интервал времени? Или: как изменится спрос на автомобили, если доходы населения возрастут на 12% в месяц, в год?

Наиболее удобной, унифицированной единицей измерения эластичности выступает процент. Процентное исчисление способно показать степень изменения любой экономической переменной, независимо от того, какими были исходные единицы измерения – в деньгах, в тоннах, метрах, штуках и т.д. в предпринимательской практике чаще всего используют процентное изменение одной переменной в результате 1%-ного изменения другой.

Измерение ценовой эластичности спроса осуществляется для того, чтобы выяснить, на сколько процентов изменился объем продаж товаров вследствие 1%-ного изменения цены за единицу данных товаров. Методика такого измерения проста и представляет собой определение частного от деления процентного изменения величины спроса на 1% изменения цены. Представить это можно следующим образом:

где *ЭР* – ценовая эластичность спроса.

**4.2. Варианты эластичности спроса.**

В практике могут иметь место, по меньшей мере, пять различных вариантов ценовой эластичности спроса:

* спрос эластичный, когда при незначительных повышениях цены объем продаж существенно возрастает;
* спрос имеет единичную эластичность, когда 1%-ное изменение цены вызывает 1%-ное изменение продаж товаров;
* спрос неэластичен, если при весьма существенных снижениях цены объем продаж изменяется неэластично;
* спрос бесконечно эластичен, когда имеет только одна цена, по которой потребители покупают товар (например, инсулин для больных диабетом);
* спрос совершенно неэластичен, когда потребители приобретают фиксированное количество товаров, независимо от его цены.

Все варианты эластичности спроса могут быть показаны на графиках (рис. 7).

Каждый вариант, представленный на рис. 7, имеет свой коэффициент эластичности:

* коэффициент не эластичности спроса меньше единицы;
* при эластичном спросе, когда 1% снижения цены вызывает увеличение продаж более чем на 1%, коэффициент эластичности больше единицы;
* наконец, при единичной эластичности коэффициент равен единице.

*Р В А*

неэластичный спрос: 1% снижения цены даст менее 1% количества продаж товара

 *С*

эластичный спрос: 1% снижения цены увеличивает продажи более чем на 1%

единичная эластичность: 1% снижения цены дает 1% увеличения продаж товара

*O Q*

Рис. 7. Эластичность спроса

Например, если увеличение цены товара на 100% приводит к сокращению продаж на 50%, то эластичность спроса равна 50%, поделив которые на 100%, получаем коэффициент 0,5.

В строгом математическом смысле этот коэффициент со знаком «минус», так как цена и количество продаж изменяются в противоположном направлении (обратная зависимость переменных). Но для простоты анализа коэффициентов эластичности рассматривается как положительная величина, тем более что реальную значимость эта величина приобретает в показателе объема выручки от продаж товаров, т.е. денежной торговой выручки.

Следовательно, когда процент снижения цены вызывает такое увеличение процента продаж, что общая торговая выручка (произведение цены на количество проданного товара) возрастает, то эластичность спроса приобретает практический смысл положительного коэффициента.

При единичной эластичности, когда коэффициент равен единице, снижение в точности компенсируется таким объемом продаж, который не меняет торговую выручку.

В случае неэластичного спроса снижение цены вызывает настолько незначительное увеличение продаж товара, что общая торговая выручка снижается.

**4.3. Эластичность предложения.**

Применимы ли понятия «эластичность» и «коэффициент эластичности» к предложению товаров? Да, применимы.

Понятие эластичности предложения товаров характеризует относительные изменения цен товаров и их количества, предлагаемого к продаже. Интенсивность этих изменений также различна, и на практике могут иметь место следующие ситуации:

* эластичного предложения;
* предложения единичной эластичности;
* неэластичного предложения.

Ценовая эластичности предложения выступает как прямая линейная зависимость между экономическими переменными, показывающими процентное изменение цены и вызываемое им то или иное процентное изменение объема предлагаемых к продаже товаров. Эти зависимости обуславливаются положением кривых эластичности предложения, изображенных на рис. 8.

*Р С А*

единичная эластичность

эластичное предложение

 *В*

неэластичное предложение

*O Q*

Рис. 8. Эластичность предложения

При единичной эластичности предложения 1% увеличения цены товаров вызывает 1% увеличения их предложения для продажи на рынке. В этом случае имеет место равновеликое изменение цен и количества предлагаемых товаров, коэффициент которого равен единице.

В случае эластичного предложения, 1% увеличения цены способен вызвать увеличение количества предлагаемых к продаже товаров, значительно превышающее 1%. Коэффициент эластичности здесь больше единицы.

При эластичном предложении увеличение цены не оказывает какого-либо влияния на увеличение количества предлагаемых к продаже товаров.

Теоретически можно предусмотреть и другой крайний случай: бесконечное эластичное предложение, которое на графике имеет вид абсолютно горизонтальной линии. Бесконечно эластичное предложение – это увеличение поставок товаров на рынок при крайне незначительном увеличении цен на эти товары.

Показатели эластичности предложения подтверждают весьма важную закономерность: в течение длительного периода времени, когда спрос уже приспособился к возросшей цене, эластичность предложения способствует установлению так называемой нормальной цены равновесия (в отличие от цен мгновенного и краткосрочного равновесия).

**V. Нарушения рыночного равновесия цен.**

В конкурентной системе равенство спроса и предложения приводит к равновесию на всех рынках. И все же равновесная цена может изменяться (точка равновесия смещается в ту или иную сторону). Некоторые воздействия на рыночное равновесие цен предвидеть невозможно, влияние других учесть трудно, поскольку они лишь перемещают точку равновесия, не нарушая законов спроса и предложения. К числу последних воздействий относится, например, налогообложение.

Налог выступает одним из экономических рычагов регулирования рынка. Смещая точку равновесной цены, налог не нарушает законов спроса и предложения.

**5.1. Налог и равновесная рыночная цена.**

Налогообложение является прерогативой государства, применяющего множество разновидностей прямых и косвенных налогов. Последствия налогообложения отрицательно сказываются как на потребителях, так и на производителях товаров. Эти последствия выражаются в увеличении цены товара, с одной стороны, и в сокращении объемов производства товаров – с другой. Возросшая цена, как известно, вызывает сокращение потребительского спроса, вследствие чего неизбежно сокращение объема продаж товаров, попавших под налогообложение. Производители отреагируют на такую ситуацию однозначно: они сократят производство и представление на рынок товаров, спрос на которые снизился.

Нарушение законов спроса и предложения не произошло, так как налог лишь создал предпосылки для перемещения точки равновесия спроса и предложения на новый, более высокий уровень.

*Р D S1 S*

*P1 E1*

 *E*

*PE*

*PA A D*

 *S1 S*

*O QE1 QE Q*

Рис. 9. Влияние налога на равновесную рыночную цену

При налогообложении кривая спроса не смещается так, как спрос не изменился. Но точка рыночного равновесия *Е* перемещается на новый, более высокий уровень вследствие смещения вверх кривой предложения товаров. Равновесие спроса и предложения теперь находится в точке *Е1*, а новая равновесная цена равняется *Р1*, так как продавец включает налог в цену предлагаемых к продаже товаров. Снижение объема продаж, которое произошло вследствие повышения цены, вызвало падение объемов производства товаров, поскольку их продажи снизились. Направления движения цены и объемы производства и продаж товаров показаны стрелками, расположенными вдоль соответствующих осей (рис. 9). Налог непосредственно платит производитель (продавец) товаров, однако большую часть перекладывает на покупателя путем увеличения цены (*Р1Е1ЕРЕ*). Размер уплачиваемого налога равняется заштрихованной на графике области *АЕРЕРА*. Это вычет из торговой выручки от продаваемых товаров и вычет из доходов покупателей. Но главный отрицательный эффект – общее снижение производства и недопотребление обществом товаров.

**5.2. Контроль над ценами.**

Ценовое вмешательство, или контроль над ценами, осуществляет государство на законодательной основе, но его способны осуществлять и другие монопольные структуры. Вмешательства такого рода способны блокировать рыночный механизм конкурентного ценообразования на основе равновесия спроса и предложения. Любой контроль над ценами не только нарушает, но и разрушает механизм рыночного ценообразования на основе законов спроса и предложения. Примером этого является командная модель экономики, а также любые способы принудительного установления цены, принимаемые монопольными силами со стороны государства ил отдельных, явных или скрытых, экономических структур.

Государственное вмешательство в рыночное ценообразование чаще всего сводится к принудительному установлению цены на уровне ниже рыночного равновесия. Мотивацией такого вмешательства выступают, как правило, социальные проблемы: различная для тех или иных групп населения степень доступа к ресурсам или потребительским благам; неравенство в доходах и т.д. Однако еще никогда не удавалось решить хотя бы одну из этих проблем методом вмешательства в механизм ценообразования. Последствия контроля над ценами могут быть многообразными, но все они, как правило, имеют отрицательный эффект в социальной и экономической сфере. Последствия контроля над ценами или любого вмешательства в рыночное конкурентное равновесие обнаружат себя в товарном дефиците, нехватке и недопроизводстве товаров, что отрицательно скажется на всем обществе из-за недопотребления. Решена ли проблема низкодоходных групп общества, которых правительство пыталось защитить, установив принудительно низкие цены? Нет, не решена, поскольку недопроизводство и дефицитность «уводят» даже имеющиеся товары в теневые спекулятивные сферы. Возникают теневые рынки, где дефицитные товары продаются по ценам еще более высоким, чем прежняя равновесная рыночная цена, поскольку теперь эта цена включает в себя еще и спекулятивную надбавку. Низкодоходным группам общества эти товары и цены стали еще более недоступны, а число неплатежеспособных граждан возросло.

Государственное вмешательство, контроль над ценами приводит также к таким экономическим последствиям, как сокращение производства, возникновение теневой экономики в различных сферах. Как известно, особенностью теневых структур экономики является то, что они «неуловимы», в особенности для официального, государственного налогообложения. Следовательно, они сокращают реальные возможности для социальной защиты низкодоходных групп и слоев общества, поскольку не платят налоги в бюджет.

Нетрудно предвидеть, что в подобной ситуации усилятся криминогенные, мафиозные компоненты социально-экономической среды общества.

Внешними, наиболее очевидными последствиями разрушенного равновесия рыночного ценообразования станут очереди потребителей за товарами, социальная напряженность и всеобщее недовольство. Потребуются такие правительственные мера, как нормирование, рационирование потребления недостающих, дефицитных товаров, их распределение в продажу по карточкам, талонам и другим административным «регуляторам» общественного потребления.

На рис. 10. показана схема государственного вмешательства в рыночный ценовой механизм, или контроль над ценами, с его основными отрицательными последствиями.

*Р D S*

 *D1*

точка рыночного равновесия до принудительного снижения цены

*PE E -*

 *E1*

*P1*

 *S D1 D*

товарный дефицит после снижения цены

*O Q1 QE Q*

Рис. 10. Вмешательство в рыночное равновесие: принудительное «понижательное» ценообразование

Принудительное установление цены *Р1* на уровне ниже рыночной смещает кривую спроса до уровня низкодоходных групп населения. Пересечение кривой предложения *SS* со сместившейся кривой спроса *D1D1* дает точку нового рыночного равновесия *Е1*, расположенную на более низком уровне. Нарушение законов спроса и предложения произошло, прежде всего, из-за того, что совокупный спрос не ограничивается спросом низкодоходных слоев населения, к которому принудительно «приведен» уровень цены *Р1*. Однако этот искусственно смещенный спрос вызвал «понижательную» тенденцию в предложении товаров из-за их принудительно низких цен. Производители не заинтересованы выпускать и поставлять на рынок товары по сниженным, не возмещающим издержки ценам *Р1*. Происходит снижение объемов производства *QEQ1*, отмеченное вдоль соответствующей оси (см. рис. 10). Однако еще более болезненным для общества будет размер товарного дефицита.

**Заключение**

В своей работе я постаралась наиболее полно раскрыть влияние тех или иных факторов на спрос и предложение при рыночной экономике, действительно, любому акту купли-продажи предшествуют два феномена – «спрос» и «предложение», величины которых определяют объем сделок и уровень цен на рынке. А поскольку рыночная экономика есть динамика цен и объема сделок, то добиваться их желаемого изменения можно, регулируя величину спроса (дохода потребителей) и величину предложения (прибыль производителей).

**Список литературы**

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.