**Тема 4. Попит та пропозиція як елемент ринкових відносин. Ціноутворення.**

**Мета:**

*Освітня* – вивчити поняття ринок, [економічний зміст і функції ціни,](#_Toc511042951)  [види цін](#_Toc511042952), , фактори зниження цін: зростання виробництва, закон попиту та його графічне зображення, фактори, що впливають на зміну в попиті, закон пропозиції та його графічне зображення, фактори, що впливають на зміну пропозиції, механізм встановлення ринкової рівноваги, рівноважна ціна.

*Розвиваюча* – розвивати логічне мислення , вміння використовувати отримані теоретичні знання на практиці.

*Виховна* – виховати прагнення студента до самоосвіти, сформувати сучасний світогляд на економічні проблеми.

**Контрольні питання:**

1. Закон попиту та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну в попиті.

2. Закон пропозиції та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну пропозиції.

3. Механізм встановлення ринкової рівноваги. Рівноважна ціна.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Базилевич В.Д. Економічна теорія: політекономія. Підручник / В.Д.Базилевич. – Київ: Видавничий дім «Альтернативи», 2015. – 457 с.
2. Башнянин Г.І. Політична економія. Підручник / Г.І.Башнянин, П.Ю.Лазур, Медведєв В.С. – Київ: Знання, 2010. – 348 с.
3. Мочерний С.В. Економічна теорія. Навчальний посібник. / С.В.Мочерний. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. – 341 с.
4. Ніколенко Ю.В. Політична економія. Підручник / Ю.В. Ніколенко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 425 с.
5. Рибалкін В.О. Основи економічної теорії. Посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.О. Рибалкін, М.О. Хмелевський, Т.І. Біленко, А.Г. Прохоренко – К. : Видавничий центр «Академія», 2003. – 352 с.
6. Федоренко В.Е. Основи економічної теорії. Підручник. / В.Е.Федоренко. – Київ, «Алетра», 2005. – 617 с.

**Методичні поради:**

Починаючи вивчати дану тему, необхідно згадати сутність попиту та пропозиції, ринку та ціни. Дайте визначення основним поняттям товару, його властивостям. Зверніть увагу на різницю у визначенні понять попиту та пропозиції, які вивчалися на «Політекономії». Проведіть порівняльну характеристику .

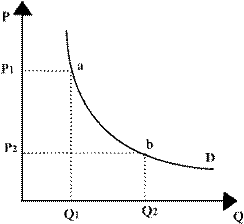
**1. Закон попиту та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну в попиті.**

[**Попит**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82#term) – кількість товару (послуг), яку бажають і спроможні (платоспроможний попит) купити споживачі за певну ціну в одиницю часу.

***Закон попиту.*** Обсяг попиту знаходиться в оберненій залежності від зміни рівня ціни при сталості усіх інших чинників. Чим вища ціна товару, тим менше на нього попит, і навпаки. Про дію цього закону свідчить, по-перше, те, що низькі ціни посилюють у споживача бажання купувати товари, практика розпродажу товарів за зниженими цінами. По-друге, оскільки споживання підлягає дії принципу знижувальної граничної корисності (покупець товару отримує менше задоволення або корисності від кожної наступної одиниці продукції), то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується. По-третє, підтвердженням цього є [ефект доходу](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%95%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%83#term) та [ефект заміщення](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%95%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82+%D0%B7%D0%B0%D0%BC%D1%96%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F#term).

Графічне зображення даної функції називають кривою попиту (лінія D), де

(Q) - обсяг попиту, (P) рівень цін. Попит – функція від ціни. Q = f(P)



*Рис.1. Графічне зображення закону попиту*

**Нецінові чинники (фактори), що впливають на зміну в попиті:**

* величина доходів;
* ціни на взаємодоповнюючі (товар – комплімент) та взаємозамінні (товар – субститут );
* індивідуальні смаки (мода);
* очікування споживачів;
* кліматичні умови.

Фактори**,** що визначають динаміку доходів населення

1. Зміна числа споживачів на ринку, що відбувається в результаті дії демографічних факторів, міграцій населення й інших факторів.
2. Динаміка доходів населення.

Для більшості товарів збільшення доходів супроводжується зростом попиту. Такі товари називаються повноцінними або нормальними. Ті товари, обсяг покупок яких, скорочується в зв'язку із зростом доходу та навпаки, збільшуються при скороченні доходів.

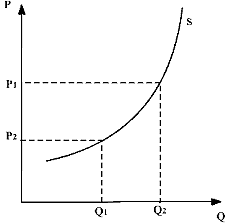
3. Динаміка цін на сполучені товари.

**2. Закон пропозиції та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну пропозиції.**

[**Пропозиція**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F#term)**–** кількість товару, яку продавці готові продати за певну ціну в одиницю часу.

***Закон пропозиції*.** Обсяг пропозиції прямо залежить від зміни рівня ціни при незмінності усіх інших факторів. Чим вище ціна, тим більша пропозиція, і навпаки. Графічне зображення даної функції називають кривою пропозиції (лінія S), де (Q) - обсяг пропозиції, (P)- рівень цін.

Пропозиція – функція від ціни. (Q) = f(P)



*Рис. 2. Графічне зображення закону пропозиції.*

**Фактори, що визначають динаміку пропозиції**

1. Число постачальників даного товару на ринок. Чим більше число постачальників, тим більше ринкова пропозиція; у міру вступу нових фірм у галузь, крива пропозиції зміщається вниз (відбувається збільшення пропозиції), у міру виходу фірм із галузі – нагору (зменшення пропозиції).
2. Рівень інтегрування економіки у світове господарство, що визначає приступність національного ринку для закордонних виробників і світового ринку для вітчизняних виробників. Експортно-імпортні потоки визначають динамікові пропозиції на національному ринку.
3. Витрати виробництва даного товару, що визначають мінімально прийнятну для постачальників ціну. Відповідно, усі фактори, що визначають рівень витрат безпосередньо впливають на динаміку пропозиції:

* ціна на сировину (зниження ресурсних цін знизити витрати, а отже збільшиться пропозиція, а підвищення цін на сировину викликає зменшення пропозиції);
* удосконалювання технологій (викликає зменшення витрат, а значить збільшення пропозиції)

1. Ціни на товари, що можуть бути випущені даним виробником без істотної зміни сировини і технологій.
2. Податки, субсидії, дотації. Податки збільшують витрати, а отже зменшують пропозицію, коли ж держава субсидіює виробництво якого-небудь товару, то це зменшує витрати, а отже збільшує пропозицію.
3. Чекання постачальника щодо динаміки цін.

Зміни в пропозиції, зумовлені неціновими чинниками, змінюють положення кривої попиту, зсуваючи її праворуч або ліворуч. Рух по кривій (S) відображає зміну обсягу попиту під впливом ціни.

Закон пропозиції знаходиться в повній відповідності з логікою економічного та господарського інтересу виробників. Чим вище ціна за інших рівних умов, тим вище валовий доход, а значить і прибуток виробника.

Необхідно розрізняти індивідуальну та ринкову пропозицію. Індивідуальна пропозиція – це готовність поставляти товар конкретного товаровиробника, що залежить від індивідуальних витрат та індивідуального уявлення про нормальний або достатній прибуток. Ринкова пропозиція – результат зваженого підсумовування всіх індивідуальних пропозицій даного товару.

**3. Механізм встановлення ринкової рівноваги. Рівноважна ціна.**

До найважливіших економічних важелів підвищення ефективності виробництва відносять ціну, котра надає безпосередній вплив на виробництво, розподіл, обмін і споживання.

Ціна відображає грошовий вираз вартості, це – економічна категорія, яка дозволяє побічно вимірити величину витраченого на виробництво товару суспільно необхідного робочого часу.

В умовах товарного виробництва ціна виступає зв’язковою ланкою між виробником і споживачем, механізмом забезпечення рівноваги поміж попитом і пропозицією, а таким чином, ціни і вартості.

З допомогою цін порівнюють витрати і результати господарської діяльності підприємства, економічно обґрунтовують найбільш вигідні варіанти капіталовкладень, стимулюють виробництво і споживання, а також якість продукції.

*Фактори зниження цін*

* зростання виробництва;
* НТП;
* ріст продуктивності праці;
* зниження витрат;
* конкуренція;
* зниження податків;
* розвиток прямих зв'язків;

*Фактори росту цін:*

* спад виробництва і монополізм підприємств;
* збільшення маси грошей , у звертанні;
* збільшення заробітної плати;
* нестабільність економічної ситуації;
* низька ефективність використання капіталу;
* ажіотажний попит.

*Ціни виконують цілий ряд функцій:*

З їх допомогою встановлюють об’єми виробництва та рахують прибутки підприємства.

Виконують розподільчу функцію, тобто регулюють доходи та витрати.

З їх допомогою оцінюють величину так званого чистого доходу держави.

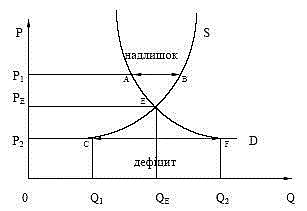
Їх використовують в ході планування та обліку матеріальних витрат.

Вони виступають як інструмент господарчої політики підприємства (регулюють попит та пропозицію).

Механізм ціноутворення являє собою, з одного боку, зв'язок між ціною і ціноутворюючими факторами; з іншого боку – формування ціни, технологію її зародження, функціонування, зміни. Моделювання цінової політики здійснюється поетапно, у визначеній *послідовності*:

* *визначення мети підприємства*. Поряд з максимізацією прибутку, у залежності від обставин, вона може зводитися до забезпечення виживаності, завоюванню лідерства, збільшенню частки ринку, обсягу продажів, максимізації темпів росту;
* *установлення характеру ринку*, що визначається кількістю і розміром підприємства-конкурентів: чи віддаються переваги на ринку якому-небудь з конкурентів (вільна конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія);
* *аналіз купівельного попиту*. Як відзначалося, на його величину впливають різні фактори: потреба в товарі, відсутність чи заміни конкурентів, платоспроможність потенційних покупців, споживчі переваги.
* *дослідження рівня ринкових цін*. Фірма позиціонує (тобто визначає сприйняття споживачем своїх товарів у порівнянні з товарами конкурентів). З даною метою робляться порівняльні покупки, у результаті яких проводиться аналіз цін, товарів, якості і т.д.);
* *аналіз витрат*. Фірма визначає залежність загальних витрат від змін обсягу виробництва, визначає закономірності граничних витрат. При цьому ефективний підхід до ціноутворення припускає першочерговість аналізу рівня цін, що визначають обсяг продажів, масштаб виробництва, а вже потім їхнє співвідношення з витратами.

[**Рівноважна ціна**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B0+%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%B0#term) – ціна, при якій інтереси покупців і продавців задовольняються, балансуються. **Рівноважна ціна** – ціна, за якої внаслідок дії конкурентних сил продавці пропонують стільки товарів, скільки покупці готові їх купити. Якщо ціна підніметься вище рівноважного рівня, то на ринку відбудуться такі зміни: обсяг попиту зменшиться, а пропозиція зросте. Утвориться надлишок товару. Якщо ціна опуститься нижче рівноважного рівня, то попит зросте, а пропозиція зменшиться, що призведе до дефіциту товарів на ринку. Для відновлення рівноваги в першому випадку ціна повинна знизитись, а у другому випадку – зрости і повернутися до рівноважного рівня.



*Рис. 3. Графічне зображення рівноважної ціни*

*Цінова еластичність попиту і пропозиції* показує міру залежності попиту чи пропозиції від ціни, відображає ступінь зміни обсягу попиту чи пропозиції під впливом зміни ціни. Ступінь цінової еластичності попиту чи пропозиції визначається коефіцієнтом еластичності – відношення відсоткової зміни величини попиту (пропозиції) до відсоткової зміни ціни. Ed,s = зміна величини попиту (пропозиції), зміна ціни

Якщо Ed,s>1 - попит чи пропозиція є еластичними, тобто, зміна ціни на 1 % викликає зміну обсягу попиту (пропозиції), яка перевищує 1 %. Якщо Ed,s<1 - попит чи пропозиція є нееластичними, коли зміна ціни на 1 % зумовлює зміну обсягу попиту (пропозиції) меншою мірою.

**Фактори, що впливають на цінову еластичність попиту:**

-наявність і доступність товарів – субститутів;

-значимість товарів – компліментів у загальній структурі споживання;

-кількість замінників товару;

-фактор часу.

У сучасній ринковій економіці сфера дії законів вартості та ринкових механізмів ціноутворення досить обмежене з наступних причин:

* у сучасній економіці дуже сильні економічні позиції займають монополії, а будь-яка монополія дозволяє цілком контролювати рівень цін і обсяг продажей, якщо не встановлені якісь правові та соціальні обмеження і контроль за монополіями;
* у сучасній економіці створена могутня система державного контролю і регулювання цін, що прямо обмежує механізми вільного ринкового ціноутворення;
* поза сферою чинності закону вартості знаходиться ціноутворення на об'єкти, що не можуть бути відтворені звичайним порядком і ціни, що встановлюються за принципом капіталізації доходу (земля, цінні папери, кредитні ресурси, патенти, ліцензії);
* товари абсолютно нееластичного попиту та пропозиції, обсяг покупок і постачань яких не можуть мінятися, і які мають унікальні властивості, також випадають зі сфери чинності закону вартості. Ціноутворення тут складається винятково на підставі співвідношення попиту та пропозиції на даний товар у даний конкретний момент, а купівля-продаж таких товарів, як правило, організується у формі аукціонів, конкурсів і т.д.

Ціна – грошове вираження вартості товару. Як економічна категорія ціна відображає комплекс економічних господарських відносин між виробниками, між суспільством і окремими товаровиробниками, між сферами і галузями національної економіки з приводу відносини суспільно-необхідних витрат на виробництво товарів і розподілу чистого доходу між окремими виробниками і галузями народного господарства.