

Влияние акцизного налога на рыночное равновесие

Панфилова А.С.,

научный руководитель к.э.н., доц. Мигунова М.И.

ТЭИ СФУ.

Актуальность работы обусловлена, с одной стороны, большим интересом этой теме в современной науке, с другой стороны, ее недостаточной разработанностью.

Цель этой статьи - выяснить положительно или отрицательно влияет введение акцизного налога как на производителей, так и на потребителей, а также с какой целью его применяет государство.

Результаты могут быть использованы для разработки методики анализа "Влияние государства на рыночное равновесие".

Теоретическое значение изучения проблемы заключается в том, что избранная для рассмотрения проблематика находится на стыке сразу нескольких научных дисциплин.

Налог, как известно, оказывает влияние на государственное регулирование рынка. Увеличиваясь или уменьшаясь, налог не нарушает законов спроса и предложения, он изменяет их действие - вызывает смещение кривых предложения товара, определяя этим перемещение точки рыночного равновесия. В результате чего, налогообложение оказывает негативное влияние как на потребителей, так и на производителей. Потребители, со своей стороны, не захотят покупать товар по более высокой цене, чем раньше, а производители начнут испытывать трудности в связи с сокращением объема продаж на налогооблагаемый товар, и в следствие чего снизят объем его производства.

Одним из налогов, влияющих на спрос и предложение, является акцизный налог.

Государство применяет акцизы в том случае, когда цена равновесия на какой-либо товар (например, на водку, табак, кофе) устойчиво и значительно отклоняется от издержек производства. С помощью такого налога, государство взимает ту часть стоимости, которая является только следствием затрат на производство и реализацию, а не отражает фактическую эффективность товаров и его потребительские свойства. Если бы государство не изымало акциз, то производители товаров имели бы незаслуженную высокую прибыль.

Введение акцизного (поштучного) налога приводит к росту цен для покупателей и упущенной выгоде для производителей, следствием чего является сокращение равновесного объема рынка. Степень воздействия поштучного налога на объем продаж зависит от наклонов линий спроса и предложения - эластичности (рис. 1).

Когда наблюдается большая эластичность спроса на товар по цене, основную часть налога выплачивает производитель, а когда спрос на товар неэластичен по цене, большую часть налога платят покупатели. При эластичном спросе потребители при росте цены на товар обращают свой спрос на товары-субституты, при неэластичном спросе это сделать сложнее.

Под эластичностью предложения понимается, что производители легко смогут переключить свои ресурсы на производство другого товара, а при неэластичном предложении переключение ресурсов происходит медленнее. Если предложение

эластично - большую часть налога выплачивает потребитель, а если неэластично – производитель.

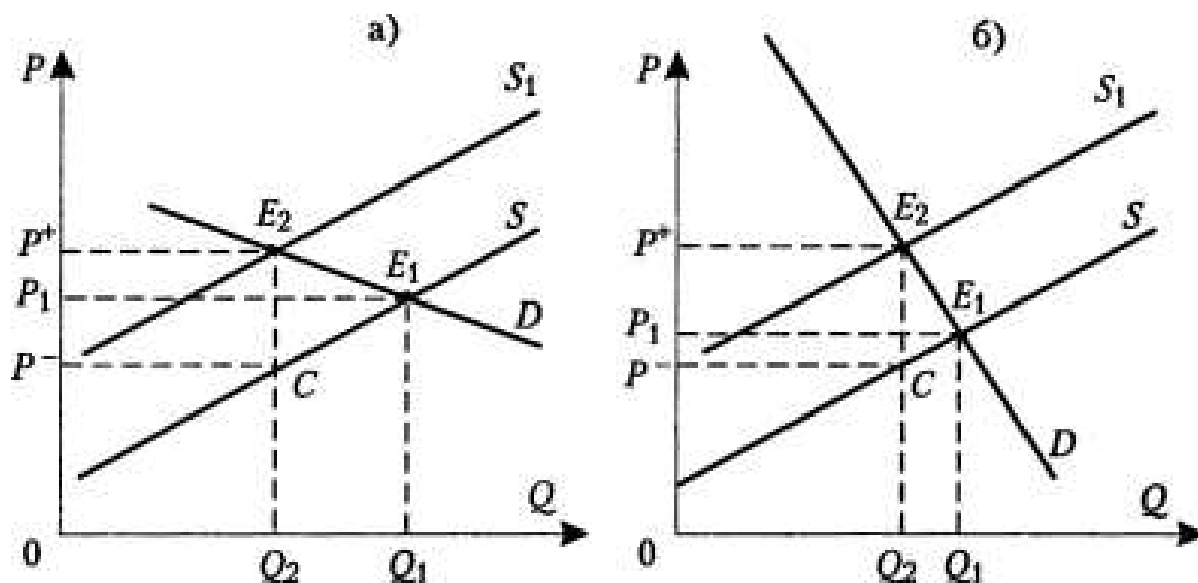


Рис.1 – Эластичность спроса и предложения.

В ситуации, когда спрос абсолютно неэластичен, равновесная цена сильно поднимется, а объем реализуемой продукции не сократится. Производитель не понесет никаких потерь, а потребитель оплатит весь прирост цены.

При неэластичном, но не абсолютно неэластичном спросе – потребитель будет выплачивать большую часть налога, но небольшую его долю придется выплатить и производителю.

Высокая эластичность предложения дает возможность производителю изменять ассортимент, технологию производства и объемы выпускаемой продукции, что позволяет перекладывать большую долю налога на потребителя. И наоборот, производители с неэластичным предложением не смогут переложить налоговое бремя на потребителей.

Из выше сказанного, автором сделан вывод, что введение акцизного налога сказывается негативно и на потребителей, и на производителей, но играет большую положительную роль в государственном регулировании потребления. С помощью акциз государство пытается сдерживать потребление иррациональных товаров (табак, вино-водочные изделия и т.п.). В целом, с экономической точки зрения, я оцениваю введение такого налога отрицательно, из-за упущенной выгоды производителями и большими тратами покупателей.