

## SELF-EQUILIBRATING MARKETS.

If the equilibrium price is not initially established in a market, a competition among buyers for goods and sellers for sales will set up forces that cause the price to change. Whenever the price exceeds its equilibrium level there will be a surplus of goods on the market. Goods brought to market will go unsold. Sellers of goods that may spoil will be willing to accept lower prices rather than allow their weekly supply of these products to spoil. In the case of goods whose quantity doesn't deteriorate over time, sellers will be willing to accept lower prices to avoid the costs of maintaining inventory or transporting goods back to the point of production. A surplus results in downward pressure on prices. As the price falls, the weekly quantity supplied will decline while the weekly quantity demanded increases, serving to eliminate the surplus.

A shortage implies that some buyers willing and able to pay the price will find the good unavailable in the market. Competition among consumers for the available weekly quantity of goods supplied will inevitably increase the price. A shortage results in upward pressure on market price. As market price increases, weekly quantity supplied will also increase while weekly quantity - demanded will decline. This will continue until the quantity demanded once again equals the quantity supplied at the market equilibrium price and the shortage is eliminated.

So, a competitive market tends to be self-equilibrating as a result of the competition between many buyers and sellers. The competition among buyers for available goods and among sellers for sales ensures that prices will adjust to achieve an equilibrium.

## Ринкова саморегуляція

Якщо рівноважна ціна спочатку не встановлена на ринку, конкуренція між покупцями за товари та продавцями за продаж створять умови для зміни ціни. Щоразу, коли ціна перевищує рівноважний рівень, на ринку виникає надлишок товару. Товар, доставлений на ринок, залишиться непроданим. Продавці товарів, які можуть зіпсуватися, будуть готові погодитися на нижчі ціни, аніж дозволити, щоб їхні тижневі запаси цих продуктів зіпсувалися. У випадку товарів, кількість яких не зменшується з часом, продавці будуть готові прийняти нижчі ціни, щоб уникнути витрат на підтримку запасів або повернення товарів до місця виробництва. Надлишок товару спричиняє тиск на ціну. Коли ціна падає, тижневий обсяг пропозиції зменшуватиметься, тоді як кількість попиту зростатиме, служачи для усунення надлишку.

Дефіцит означає, що деякі покупці, які бажають і спроможні заплатити ціну, виявлять товар недоступним на ринку. Конкуренція серед споживачів за доступну щотижневу кількість товарів, що поставляються, неминуче призведе до зростання ціни. Дефіцит призводить до підвищення ринкової ціни. Оскільки ринкова ціна зростає, тижневий обсяг пропозиції також буде збільшуватися, а тижнева кількість - зменшувати попит. Це триватиме до тих пір, поки кількість попиту знову не зрівняється з кількістю, що пропонується за ціною ринкової рівноваги, і дефіцит не буде усунено.

Отже, конкурентний ринок має тенденцію до саморегуляції в результаті конкуренції між багатьма покупцями та продавцями. Конкуренція між покупцями за наявні товари та між продавцями за продаж гарантує, що ціни пристосуються для досягнення рівноваги.