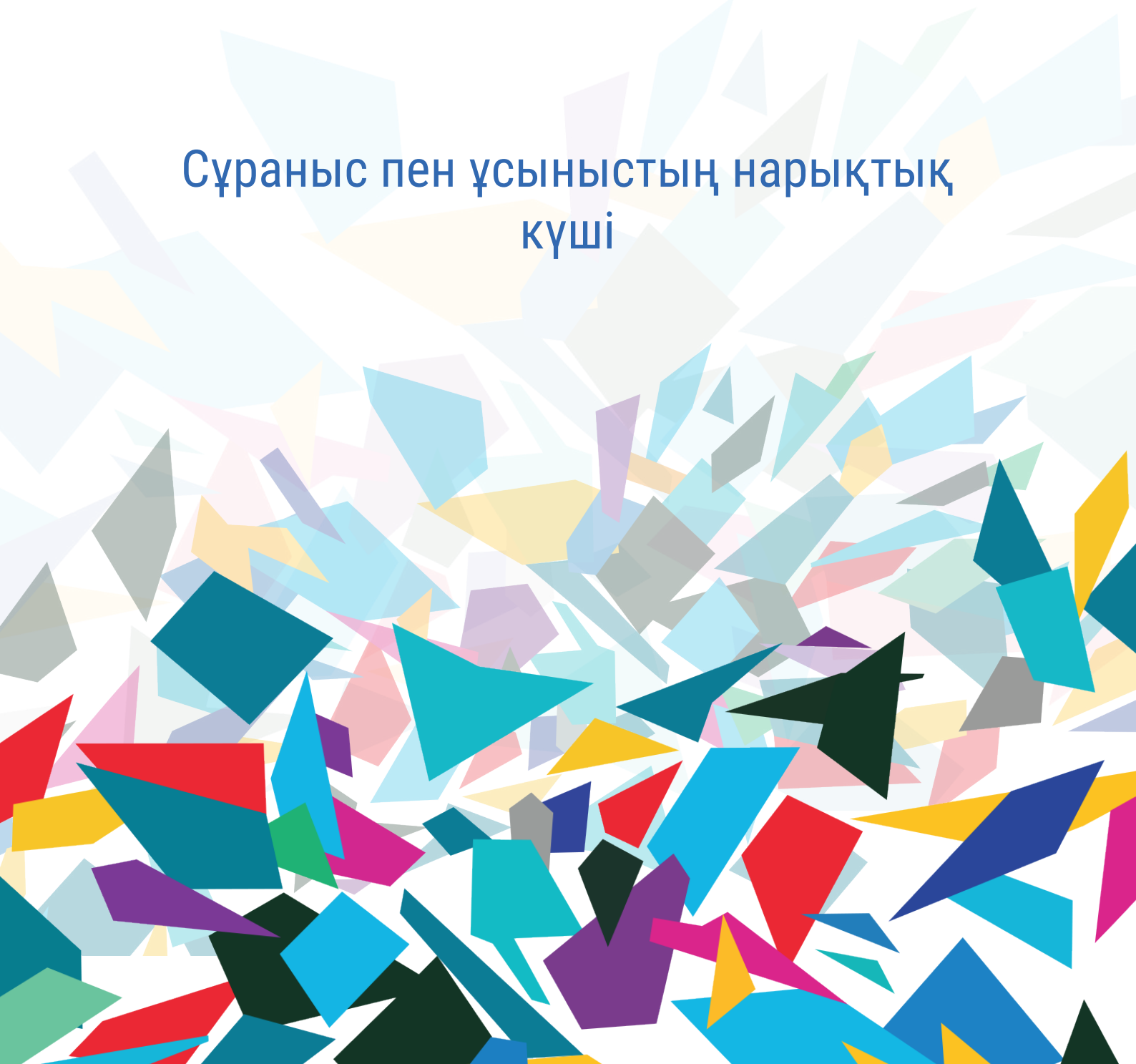




## ЭКОНОМИКС

### Сұраныс пен ұсыныстың нарықтық күші



**Дәрістің жоспары:**

1. Нарықтық моделдің пайымдары.
2. Сұраныс, сұраныс қисығындағы ауытқулар мен қозғалыс.
3. Ұсыныс, ұсыныс қисығындағы ауытқулар мен қозғалыс.
4. Сұраныс пен ұсынысты бірге талдау.

**1. Нарықтық моделдің пайымдары**

Алдымен, бұл сұрақты қарастырғанда, нарық ұғымын толық түсініп алу керек. Қарапайым адамдар шынайы өмірде нарық ұғымын жалпылама білгенімен, оның мағынасын бәрібір де толығырақ зерттеуге міндеттіміз.

Нарық және нарықтық модель ұғымдары классикалық саяси экономия бағытының негізгі өкілі Адам Смиттің «көрінбейтін қол» қағидасымен байланыстырылады. Осы теорияға сәйкес, нарықтық моделдің негізгі қағидасы – сатушылар мен сатып алушылардың өзара әрекеттерін тиімділікке жетелейтін автоматты өзін-өзі реттеу механизмі, өндірушілердің пайдасын арттыруға және тұтынушылардың пайдалылығын максималдауға итермелейтін күш және мәжбүрлейтін бәсекелік күрес. Сондықтан классикалық бағытқа сәйкес, нарық өзін-өзі автоматты түрде реттейтін механизм деген тұжырым қалыптасқан.

Нарық – белгілі бір тауарлар мен қызметтерді сатып алушылар мен сатушылардың тобы. Тәжірибе жүзінде, бәсекелі нарықтар жағдайында сатушылар мен сатып алушылар өз мақсаттарын көздей отырып, бір-бірімен қарым-қатынасқа түседі, яғни сатушының мақсаты – шығындарын барынша азайта отырып, тауарды немесе қызметті сатудан пайдасын максималдау, сатып алушының мақсаты – қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін тауарды немесе қызметті сатып алудан өз пайдалылықтарын арттыру.

Бәсекелі нарықтардың нәтижесінде ресурстардың «тиімді» бөлінуіне әкелетін сұраныс пен ұсыныс моделі мынадай болжамдарға сүйенеді:

- Нарықта сатушылар мен сатып алушылардың саны өте көп болады;
- Нарықтың барлық субъектілері ақпараттармен толық қамтамасыз етілген;
- Нарықтағы сатушы да, сатып алушы да игіліктің бағасына әсер ете алмайды немесе бұларды «баға қабылдаушылар» деп атайды;
- Нарыққа кіру және одан шығып кету оңай және ешқандай кедергілермен шектелмейді;
- Нарықта өндірілетін өнімдер біркелкі немесе стандартты;
- Сатушылар мен сатып алушылар ұтымды шешім қабылдағанда өз бәсекелестерінің шешімдеріне назар аудармайды;
- Сатушылар мен сатып алушылар шешім қабылдағанда толыққанды меншік құқықтарын біле алады.

Сонымен, біз бәсекелі нарықтың осы аталған болжамдарының бар екендігіне көз жеткізе отырып, оған мынадай анықтама береміз. Бәсекелі нарықтар – көптеген сатушылар мен сатып алушылар бір-бірімен кездесетін және олардың әрқайсысы нарықтағы бағаға әсер ете алмайтын таза бәсекелестік жағдайы. Таза бәсеке жағдайында жұмыс істейтін нарықтар тәжірибеде аз кездеседі. Алайда оның мысалы ретінде ауыл шаруашылығы өнімдерінің нарықтарын келтіруге болады. Мәселен, сүт нарығы.

Бәсекелі нарықтар туралы біз толығырақ алдағы дәрістерде талқылайтын боламыз.

Нарық жайлы, әсіресе бәсекелі нарықтар туралы пайымдарды осылайша айтып болғаннан кейін, біз енді сұраныс пен ұсынысты жеке-жеке қарастырамыз. Алдымен, келесі сұрақты сұранысты жеке талдаймыз.

**2. Сұраныс, сұраныс қисығындағы ауытқулар мен қозғалыс**

Бұл сұрақта қарастырылатын сұраныс ұғымының кез келген адамға маңызы зор екенін айтқымыз келеді. Сұранысты толық түсіну үшін оның айналасындағы негізгі терминдерді талдау қажет. Соларға көңіл бөліп көрелік.



Сұраныс ең алдымен қажеттіліктен туындайды және сұраныс әрқашанда тұтынушылар тарапынан болады.

Сұраныс – төлем қабілеттілігі бар қажеттілік. Сұраныс тұтынушылардың белгілі бір уақытта берілген баға бойынша тауарлар мен қызметтердің берілген көлемін сатып алуға деген дайындығын көрсетеді.

Сұраныс көлемі – тұтынушылардың ағымдағы бағамен берілген уақыт бірлігінде сатып алғысы келетін игіліктерінің жалпы көлемі. Нарық жағдайында тұтынушылар игіліктердің берілген жиынын тұтынады деген болжам жасалады.

Сұраныс заңы – игіліктің бағасы мен сол игілікті сатып алу көлемі арасындағы кері байланысты сипаттайтын нарықтық ұстаным. Игіліктің бағасы өскен сайын сатып алу көлемі азайып, тұтынушылардың сатып алу қабілеті төмендейді. Және керісінше, игіліктің бағасы төмендеген сайын сатып алу көлемі ұлғайып, тұтынушылардың сатып алу қабілеті артады. Сұраныс заңының көрінісін сұраныс кестесі сипаттайды.

Сұраныс кестесі – басқа факторлар тұрақты болғанда тұтынушылардың өнімді қандай бағамен көлемнің қандай жиынын сатып алғысы келетіндігін көрсететін байланыс шкаласы. Мәселен, сұраныс кестесін «Экономикс» оқулығында сүт өнімі мысалға келтірілетін кесте арқылы сипатталады. Оны өздеріңіз қарап шықсаңыздар болады.

Сұраныс қисығы – сұраныс заңының графикалық көрінісі. Ол тұтынушылардың әртүрлі бағада сатып ала алатын игіліктерінің көлемін көрсетеді. Сұраныс қисығы теріс көлбеулі болады (сұраныс қисығы және оның ауытқулары, мысалдары «Экономикс» оқулығындағы сызбаларда жақсы сипатталады).

Осы сызбаларды қарап отырсақ, сұранысқа қатысты екі айырмашылықты байқаймыз, ол сұраныс қисығының бойымен жылжу және сұраныс қисығының ауытқуы.

Бірінші жағдайда, сұраныс қисығының бойымен жылжу сұраныс көлемінің өзгеруіне алып келеді. Сұраныс көлемінің өзгеруі басқа факторлар тұрақты болғанда тек бағаның өзгерісінен ғана болады. Мұнда бағаға қатысты сұраныс көлемінің өзгеруінің екі себебі болады:

1. Табыс әсері – тұтынушының табысы тұрақты болғанда тауар бағасының арзандауы/ қымбаттауы сол табыс деңгейінде сатып алынатын қосымша тауар көлемінің қаншалықты артатындығын/кемитіндігін көрсетуі.

2. Алмастыру әсері – тұтынушының табысы тұрақты болғанда тауар бағасының қымбаттауы сол тауарды алмастыратын арзанырақ басқа қосымша тауар көлемінің қаншалықты артатындығын көрсетуі.

Екінші жағдайда, сұраныс қисығының оңға немесе солға ауықтуы сұраныстың өзінің өзгеруіне алып келеді. Сұраныстың өзінің өзгеруі баға факторы тұрақты болғанда бағалық емес басқа факторлардың әсерінен болады. Осыған байланысты, біз сұранысқа әсер ететін бағалық емес факторларды бөліп көрсетеміз: 1) бірін-бірі алмастырушы және бірін-бірі толықтырушы тауарлардың бағасы; 2) табыс; 3) талғам; 4) халық саны; 5) жарнама; 6) тұтынушылардың болашақ баға және табыс туралы күтімдері немесе болжамдары. Бұл факторлардың жарқын мысалдары да «Экономикс» оқулығында берілген.

Сұраныс негізінен жеке сұраныстан және нарықтық сұраныстан тұрады.

Сонымен, соңында тыңдаушылар бұл сұрақтың, әсіресе, сұраныс заңының, сұранысқа әсер ететін факторлардың, тұтынушы ұтымының тәжірибеде қаншалықты маңызды екендігін түсінуі қажет. Сұранысқа қатысты сұрақты осылай айта келе біз, нарықтың екінші жағы – ұсынысты талдауға көшеміз.

### 3. Ұсыныс, ұсыныс қисығындағы ауытқулар мен қозғалыс

Негізінде, қазіргі тұтыну қоғамында ұсыныстың жайы сұранысқа тәуелді болады. Ұсынысты жасайтын тұлғалар сұраныстағы өзгерістермен санасып отырады. Сұраныс ұсынысты тудырады.

Тұтынушылар тарапынан болатын сұраныстың қандай екендігін түсінгеннен кейін ұсыныс ұғымын қарастырамыз. Қазіргі қоғамды тұтыну қоғамы деп атайды. Сондықтан да ұсынысты



жасайтын өндірушілердің мінез-құлқы әрқашанда нарықта қалыптасқан сұранысқа тәуелді болады. Олай болса, сұраныс ұсынысты қалыптастырады.

Ұсыныс – сатушылардың белгілі бір уақытта игіліктердің берілген көлемін белгілі бір баға бойынша нарықта сатуға деген даярлығы немесе сату қабілеті.

Ұсыныстың мәнін толық түсіну үшін төмендегідей ұғымдарды қарастырамыз.

Ұсыныс көлемі – нарықтағы барлық сатушылардың берілген уақыт мезетінде сатқысы келетін немесе сатуға дайын игіліктерінің жалпы саны.

Ұсыныс заңы – игіліктің бағасы мен сол игілікті сату көлемі арасындағы тура байланысты сипаттайтын нарықтық ұстаным. Нарықта баға жоғары болғанда, сатушылар игіліктерді сату көлемін арттырады және керісінше, нарықта баға төмендегенде, сатушылар игіліктерді сату көлемін қысқартады. Ұсыныс заңының көрінісін ұсыныс кестесі сипаттайды.

Ұсыныс кестесі – басқа факторлар тұрақты болғанда өндірушілердің белгілі бір бағамен сатқысы келетін өнім көлемін білдіретін ұсыныс шкаласы. Ұсыныс кестесінің мысалын «Экономикс» оқулығында берілген сызбалар мен кестелерден түсініп алуға болады.

Ұсыныс қисығы – ұсыныс заңының графикалық көрінісі. Ол сатушылардың әртүрлі бағада сата алатын игіліктерінің көлемін көрсетеді. Ұсыныс қисығы әдетте, оң көлбеулі болады. Осы сызбаларды қарап отырсақ, сұраныс сияқты ұсынысқа қатысты екі айырмашылықты байқаймыз, ол ұсыныс қисығының бойымен жылжу және ұсыныс қисығының ауытқуы.

Бірінші жағдайда, ұсыныс қисығының бойымен жылжу сұраныс көлемінің өзгеруіне алып келеді. Ұсыныс көлемінің өзгеруі басқа факторлар тұрақты болғанда тек бағаның өзгерісінен ғана болады.

Екінші жағдайда, ұсыныс қисығының оңға немесе солға ауытқуы сұраныстың өзінің өзгеруіне алып келеді. Ұсыныстың өзінің өзгеруі баға факторы тұрақты болғанда бағалық емес басқа факторлардың әсерінен болады. Осыған байланысты, біз ұсынысқа әсер ететін бағалық емес факторларды бөліп көрсетеміз: 1) өндірістегі басқа тауарлардың профиттілігі (пайдасы) және бірлескен ұсыныс өнімдерінің бағасы; 2) технология; 3) табиғи-әлеуметтік факторлар; 4) өндіріс бағалары – өндіріс факторларының бағалары; 5) өндірушілердің болашақтағы бағаға қатысты болжамдары; 6) өндірушілердің саны. Бұл факторлардың жарқын мысалдарын «Экономикс» оқулығынан кездестіруге болады.

Ұсыныс сұраныс сияқты жеке ұсыныстан және нарықтық ұсыныстан тұрады.

Сонымен соңында тыңдаушылар бұл сұрақтың, әсіресе, ұсыныс заңының, ұсынысқа әсер ететін факторлардың, өндіруші ұтымының тәжірибеде қаншалықты маңызды екендігін түсінуі қажет. Ұсыныс та сұраныс сияқты аса маңызды категория екендігіне осылай көз жеткізуге болады.

#### 4. Сұраныс пен ұсынысты бірге талдау

Дәрістің соңғы сұрағында нарықтың тепе-теңдік жағдайына қалай қол жеткізуге болатындығын қарастырамыз. Сұраныс пен ұсыныс өзара әсерлесе, нарықтың теңгерімін жасайды. Алайда, нарықтық тепе-теңдік әрқашанда бола бермейді, үнемі ауытқулар болады, соған қарамастан нарық субъектілері өз мүдделеріне қол жеткізіп жатады.

Сұраныс пен ұсыныс тарапынан сатып алушылар мен сатушылардың ортақ мүдделерінің келістірілуі нарықтық тепе-теңдіктің орнауына алып келеді.

Тепе-теңдік – берілген баға бойынша игіліктерге деген сұраныс көлемі оның сол игіліктің ұсыныс көлеміне тең болған кезіндегі орын алатын нарықтың қалыптасқан жағдайы. Нарықтық тепе-теңдіктің қалыптасуы үшін тепе-теңдік баға және тепе-теңдік көлем қажет. Тепе-тең баға – сатып алушылар мен сатушылардың өзара әрекеттері нәтижесіндегі сұраныс пен ұсыныс бағасын теңестіретін ортақ баға. Тепе-тең көлем – сатып алушылар мен сатушылардың өзара әрекеттері нәтижесінде сұраныс пен ұсыныс көлемін теңестіретін ортақ сату және сатып алу көлемі.

Алайда нарық әрдайым өзінің тепе-теңдік жағдайынан ауытқып отырады, бұл қазіргі тәжірибеде нарықтық тепе-теңдіктің әрқашанда орындала бермейтіндігін білдіреді. Нарықтық тепе-теңдіктің ауытқуының екі түрі орын алады:



1. Артылып қалу – нарықтық баға тепе-теңдік бағадан жоғары болғанда, ұсыныс көлемінің сұраныс көлемінен артып кетуі.

2. Тапшылық – нарықтық баға тепе-теңдік бағадан төмен болғанда, сұраныс көлемінің ұсыныс көлемінен артып кетуі.

Осы екі ауытқу мәселесін «Экономикс» оқулығының 45-52 беттеріндегі сызбалар мен мысалдар (сүт нарығы туралы) арқылы түсіндіруге болады.

Алайда баға механизмі арқылы бұл екі құбылысты жоюға болады. Біріншіден, тауар артықшылығынан құтылу үшін сатушылар бағаны төмендетіп сату көлемін қысқартады, бағаның төмендеуі сатушылар үшін тиімсіз, ал сатып алушылар үшін тиімді. Олай болса, артық қалған тауарларды төмен бағамен тезірек сатып жіберу үшін сатушылар арасында бәсекелестік туындайды. Екіншіден, тауар тапшылығынан құтылу үшін сатушылар бағаны көтеріп сату көлемін ұлғайтады, бағаның көтерілуі сатушылар үшін тиімді, ал сатып алушылар үшін тиімсіз. Олай болса, тапшы тауарларды жоғары бағамен тезірек сатып алу мақсатында сатып алушылар арасында бәсекелестік туындайды.

Сонымен біз бұл дәрісте сұраныс пен ұсынысты талдадық. Бұл жерде мынаны ескеру қажет, яғни, сұраныс пен ұсыныс моделі төңірегіндегі айтылған болжамдарды есепке алу қажеттілігі. Көптеген нарықтарда осындай пайымдаулардың кейбірі тәжірибе жүзінде жүзеге аспауы мүмкін, бұл жағдайда нәтижелер болжанғаннан өзгеше болуы мүмкін.

Экономикалық теория курсың оқуда бұл тақырыптың маңызы аса зор болып табылады.

### Шолу сұрақтары:

1. Адам Смиттің «көрінбейтін қол» қағидасы қазіргі уақытта тәжірибеде қалай орындалады?
2. Нарықтың анықтамаларына сипаттама беріңіз?
3. Сұраныс пен сұраныс көлемі арасындағы айырмашылық қандай?
4. Ұсыныс пен ұсыныс көлемі арасындағы айырмашылық қандай?
5. Отандық экономика жағдайында сұраныс пен ұсыныс көлемін анықтайтын аса маңызды факторларды анықтаңыз?
6. Отандық экономика жағдайында сұраныс пен ұсыныс заңдарына қайшы келетін құбылыстарды атаңыз?
7. Тұтынушы мен өндірушінің ұтымы қалай анықталады?

### Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Ғабит Ж.Х., Доғалов А.Н., Досмағанбетов Н.С. Микроэкономика: экономикалық мамандықтарға арналған оқулық / – ҚР Жоғары оқу орындарының қауымдастығы. – 2-ші бас., өңдел. және толық. – Алматы: Print-S, 2012 ж. 2-тақырып.
2. Микроэкономика. Құдайбергенова К.С. Оқу құралы. – Көкшетау: 2009. 2-тақырып.
3. Мамыров Н.Қ., Есенғалиева Қ.С., Тілеужанова М. Ә. Микроэкономика: Оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2004. 2, 3-тараулар.
4. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2013. Глава 2.
5. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник / Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. Глава 3.
6. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика. 4-е издание. Спб.: Питер, 2012. Глава 2, 4.
7. Курс экономической теории: учебник – 7-е исправленное, дополненное и переработанное издание / Под общ. ред. Чепурина М.Н. и Киселевой Е.А. – Киров: «АСА», 2017 (Раздел 2: Микроэкономика). Глава 5, параграфы № 7-8.
8. Бекжанова Г.Е. Микроэкономика: оқулық / Г.Е. Бекжанова – Алматы: Экономика, 2014. 2-тарау.
9. Мэнкью Н. Принципы микроэкономики. Учебник. 4-е изд. Спб. Питер – 2012 – 592 с.