

Қарағанды Мемлекеттік Медицина Университеті  
Қазақстан тарихы және әлеуметтік саяси пәндер кафедрасы

**СӨЖ**

**ТАҚЫРЫБЫ: « СҰРАНЫС ПЕН  
ҰСЫНЫС »**

Орындаған: Батырбекова Н.Ш

Тексерген: Бегимбетова Р.К

*Қарағанды 2010 ж*

# Мазмұны

*Кіріспе :*

- ▣ *Сұраныс пен ұсыныс нарықтық экономиканың элементтері ретінде*

*Негізгі бөлім:*

- 1. Сұраныс, сұраныс заңы, қисығы*
  - 2. Сұранысқа әсер етуші факторлар*
  - 3. Сұраныс көлемінің және сұраныстың өзгеруі*
  - 4. Ұсыныс туралы түінік*
  - 5. Ұсыныс заңы, қисығы*
  - 6. Ұсынысқа әсер етуші факторлар*
  - 7. Ұсыныс көлемінің және ұсыныстың өзгеруі*
  - 8. Нарықтағы тепе-теңдік*
  - 9. Сұраныс және ұсыныс икемділігі*
  - 10. Жиынтық сұраныс және жиынтық ұсыныс*
- Қорытынды.*

*Сұраныс пен ұсыныс нарықтық экономиканың ең маңызды элементтері. Нарық – өндіруші мен тұтынушының арасындағы байланыстың ерекше түрі. Ол өндіріс пен тұтыныстың арасындағы баланстылықты қамтамасыз етеді. Бұл баланстылық сыртқы құбылыста сұраныс пен ұсыныс арасының сәйкес болуы ретінде байқалады. Себебі сұраныс пен ұсыныс арнайы – өндіруші мен тұтынушы арасындағы қатынастардың нарықтық түрі болып келеді және олар өндіріс пен ұсыныстың ара қатынасы түрінде де кездеседі.*

# Сұраныс

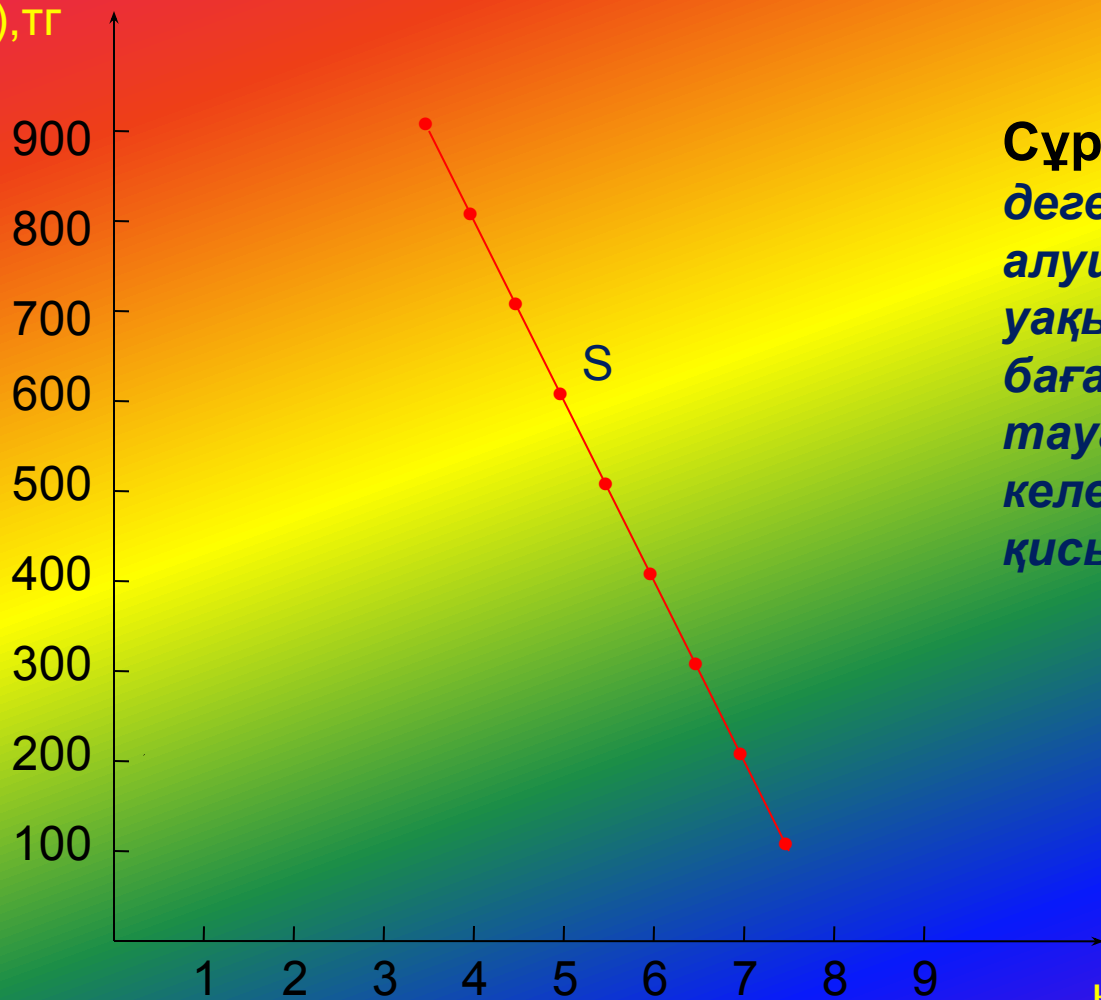
- Сұраныс деп тұтынушылардың белгілі бір өнімді таңдау және сатып алу қабілетін айтады. Сұраныс тауардың бағасы мен көлемінің арасындағы тікелей байланысты көрсетеді. Олардың бірнеше баламалы мүмкіндіктерін кесте түрінде былай көрсетеді: *Таб. 1 – кесте*

| 1 кг шұжықтың бағасы (тг) | Сұраныс көлемі ( 1 айға, кг ) |
|---------------------------|-------------------------------|
| 900                       | 3,5                           |
| 800                       | 4                             |
| 700                       | 4,5                           |
| 600                       | 5                             |
| 500                       | 5,5                           |
| 400                       | 6                             |
| 300                       | 6,5                           |
| 200                       | 7                             |
| 100                       | 7,5                           |

- Демек, *сұраныс* – бұл тұтынушының, сатып алушының бір тауарды сатып алу ойымен жасайтын жоспарын кесте түрінде көрсету. Бұндай жағдайда белгілі бір уақытты көрсету керек, мысалы, күніне, айына, жылына және т.б.
- *Сұраныс көлемі* – сұранысқа әсер ететін басқа факторлар тұрақты деп ұйғарғандағы, әр түрлі бағамен сатып алынатын тауардың санын көрсетеді. 1– кестеде берілген көрсеткіштерді координаттар осіне түсіріп, бейнелеуге де болады. Бұл қисықты *S* әрпімен белгілеп, оны **сұраныс қисығы** деп атаймыз.

# Сұраныс қисығы

P(баға),тг



**Сұраныс қисығы(S)**  
*дегеніміз – сатып алушылардың дәл осы уақытта әртүрлі бағалармен қанша тауар сатып алғысы келетінін көрсететін қисық.*

кг, айына

# Сұраныс заңы

Сұраныс қисығы зерттеліп отырған тауардың сатып алынатын бағасы мен оның сұраныс көлемінің арасындағы тәуелділікті көрсетеді. Бағаның төмендеуі сұраныс көлемін көбейтеді.

Сұраныс заңы бойынша тауардың бағасы неғұрлым төмендеген сайын тұтынушының сатып алатын тауарларының саны көбейеді немесе керісінше. Бұл заң нақты ақиқаттармен дәлелденген гипотеза болып табылады. Мысалы: 1) Баға көрсеткіші

2) Тауардың шекті пайдалылығының азаю принципі

3) Табыс әсері

4) Ауыстыру тиімділігі





*Сұраныстың жай күйіне әсер  
ететін факторлар*

Экономикалық

Ұлттық, аймақтық

Құлықтық (мода)

Демографиялық

Кәсіпқойлық

Психологиялық

Діни



## Сұраныс көлемінің және сұраныстың өзгеруі

Егер де айтылған факторлардың кез-келген біреуі өзгерсе баға мен сұраныс көлемі арасындағы тәуелділікте де сәйкесінше өзгеріс болады, сондықтан қайтадан жаңа сұраныс кестесін құрып, жаңа сұраныс қисығын сызу қажет.

Сұраныс қисығының бойымен қозғалу сұраныс көлемінің өзгерісі деп аталады. Ол бағаның өзгеруіне байланысты сатып алынатын тауар көлемінің өзгеруін анықтайды. Сұранысқа әсер ететін факторлардың өзгермеуін математика тәсілімен көрсетсек оны сұраныс функ.циясы деп атаймыз:

$$Q_S = f(P)$$

Мұнда,  $Q_S$  – сұраныс көлемі

$P^S$  – зерттеліп отырған тауардың бағасы

## *Нақты өмірде сұраныс көлеміне әсер ететін факторлар көп. Олар:*

- ▣  $P$  – сол берілген тауарлардың бағасы
- ▣  $(P_a, P_b, \dots)$  – басқа тауарлардың бағасы
- ▣  $I$  – тұтынушылардың табысы
- ▣  $T$  – тұтынушылардың талғамы

Осы факторлар өзгерген кезде сұраныс көлемі де өзгеріп отырады, бұндай тәуелділікті экономикада жалпы сұраныс функциясы деп атайды және оны былай көрсетеді:

$$Q_S = f(P, P_a, P_b, \dots, I, T)$$

Сұранысқа әсер ететін басқа да маңызды, бірақ кей уақытта анықталмайтын фактор тұтынушылардың талғамы және қалауы болып табылады. Талғам – сатып алушы үшін әрбір тауарда болатын өзіне тартымдылық көрсеткіші және бұл көрсеткіш моданың өзгеруінен не жаңа ақпараттың пайда болуынан өзгеруі мүмкін.

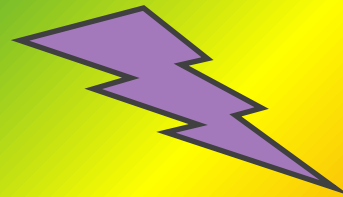


**Талғам өзгерісі:** 1) уақыт өтуіне байланысты ( мода, киім, тамақ)  
2) Денсаулығына байланысты (жеңіл тағамдарға, спорт киімдеріне )



**Бағаның өзгеруін күту.**  
Адамдар тауардың бағасы түседі деп күтсе, сол тауарға деген сұраныс көбейіп, сұраныс қисығы оңға қарай жылжиды немесе керісінше

# Ұсыныс туралы түсінік



**Ұсыныс** деп – тауардың бағасы мен сатушылардың белгілі бір уақыт аралығында сатқысы келетін заттарының көлемінің арасындағы байланысты айтамыз.

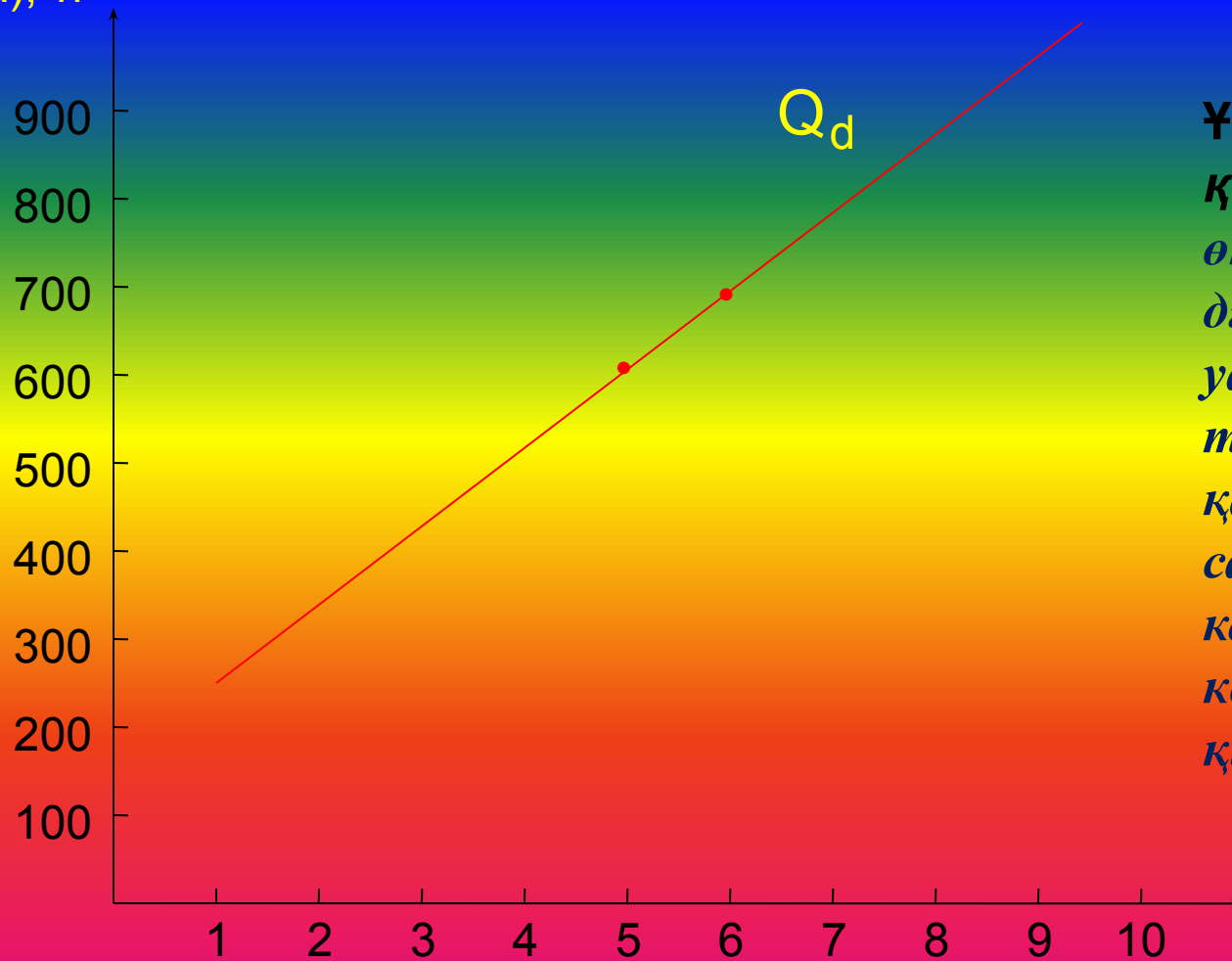
**Ұсыныс заңы** төмендегідей тұжырымды негіздейді: тауардың бағасы қымбаттаған сайын сатушылардың сату ынтасы арта түседі, яғни баға мен ұсыныстың тура қатынаста болады.

Тауардың бағасы мен сатушылар ұсынатын тауар көлемінің арасындағы байланысты кестелік әдіспен бейнелеуге болады. Ұсыныс көлемі дегеніміз ұсыныс кестесіндегі әр бағаға сәйкес келетін тауардың саны.

| 1 кг шұжықтың бағасы, тг | ұсыныс көлемі ( 1 айға, тонна) |
|--------------------------|--------------------------------|
| 900                      | 8                              |
| 800                      | 7                              |
| 700                      | 6                              |
| 600                      | 5                              |
| 500                      | 4                              |
| 400                      | 3                              |
| 300                      | 2                              |
| 100                      | 1                              |

# ҰСЫНЫС ҚИСЫҒЫ

P(баға), тг



**ҰСЫНЫС ҚИСЫҒЫ –**  
*өндірушілердің дәл сол уақытта әр түрлі бағамен қанша тауар сатқысы келетінін көрсететін қисық*

Ұсыныс қисығы баға мен тауардың ұсынылатын көлемінің арасындағы тура пропорционалды қатынасты көрсетеді. Енді осы айтылған байланысты функция түрінде бейнелесек, онда төмендегідей формуламен жазуға болады:

$$Q_s = f(P)$$

Мұндағы:

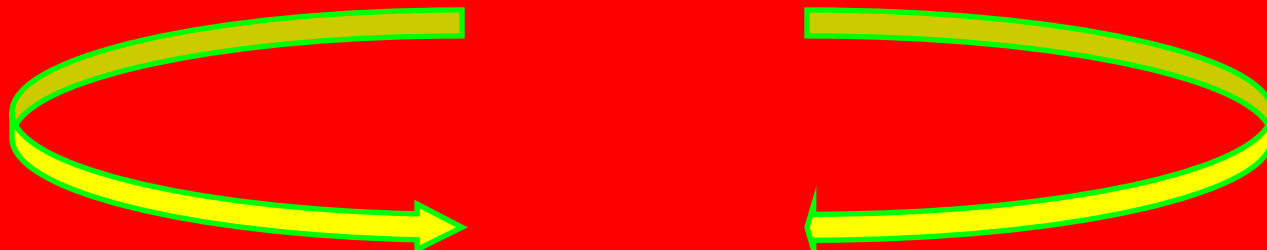
$Q_s$  – ұсыныс көлемі

$P$  – тауардың бағасы





# Ұсынысқа әсер ететін факторлар



**Өндіріс ресурстарының  
бағасы**



**Технология**



**Басқа тауарлардың  
бағалары**

**Сатушылар саны**



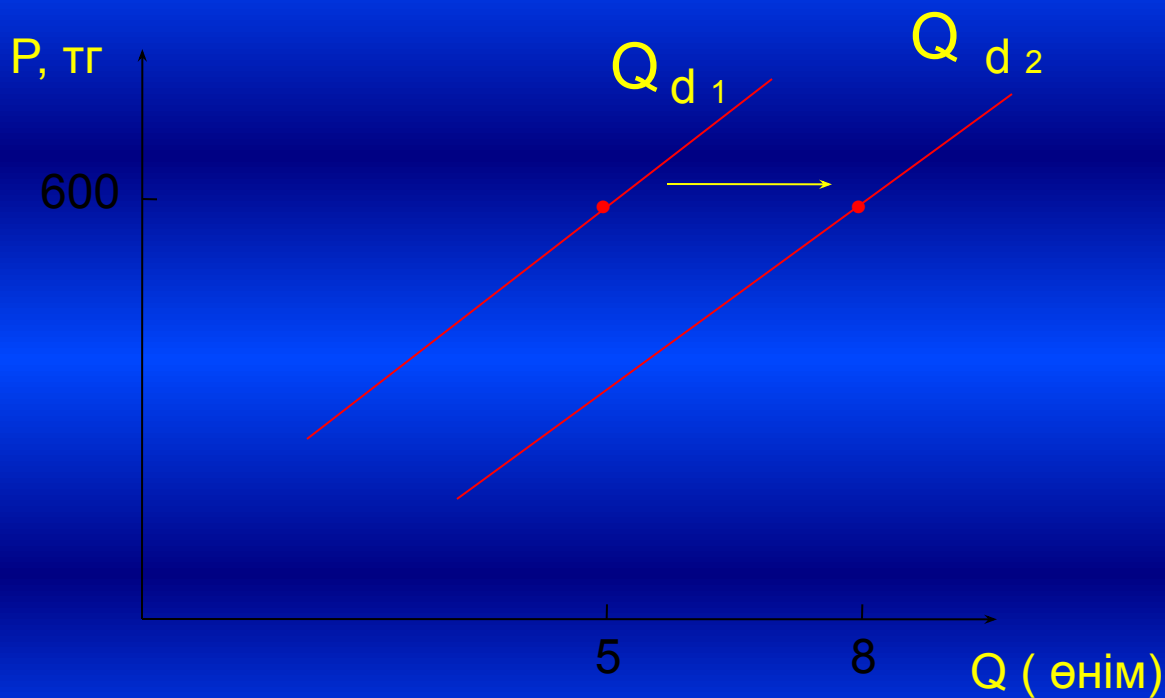
**Күтілісі**



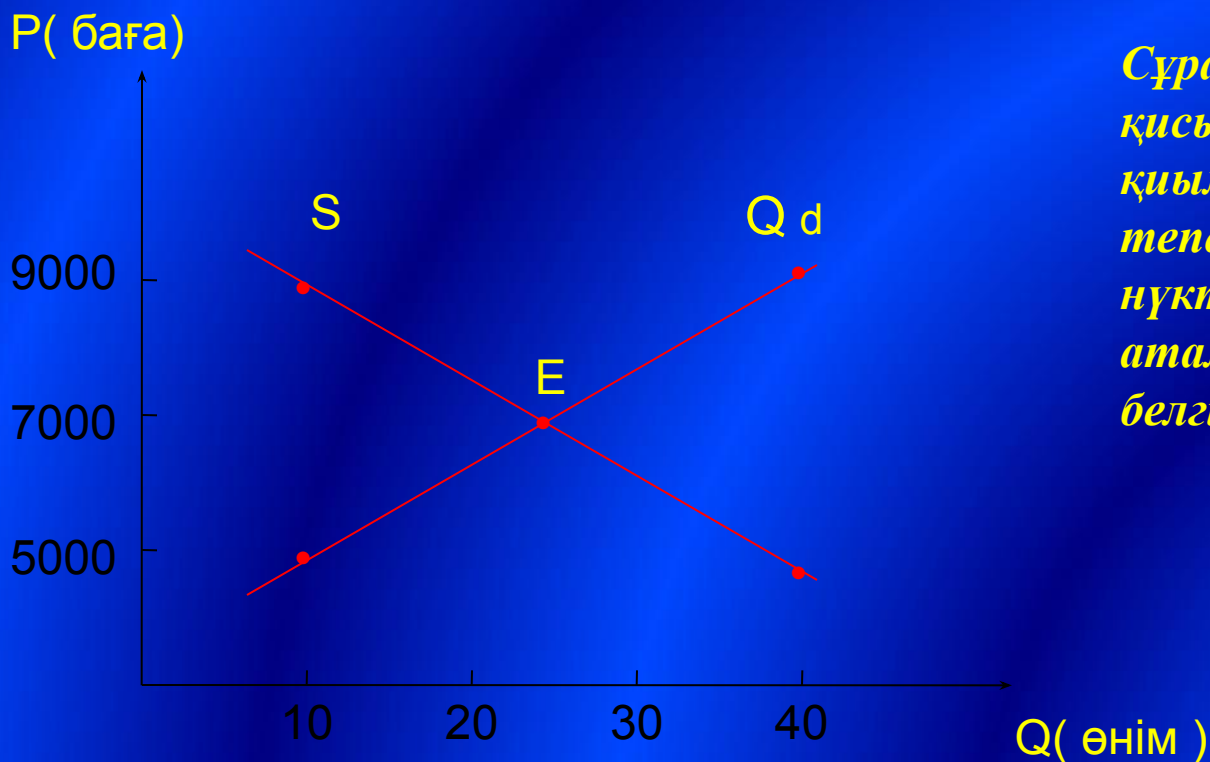
**Салық пен жәрдем  
қаражаты**

# Ұсыныс көлемінің және ұсыныстың өзгеруі

*Ұсыныстың өзгеруі – ұсыныс қисығының тауардың бағасынан басқа факторлар әсер еткендегі толық өзгеру немесе жылжуы. Мысалы, малға беретін жемнің бағасының төмендеуі шұжық ұсынысының өсуіне әкеледі. Бұл жағдайда шұжықты сату бағасы өзгермесе, онда ұсыныс қисығы оңға жылжиды.*



*Әрбір экономикалық модельдегі тепе-теңдік сол модельді түсіндіре алатын айнымалылар белгілі бір теңдестік жағдайына келген уақытта болады. Егер біз сұраныс пен ұсыныс қисықтарын бір графикке салатын болсақ, онда төмендегідей болып шығады:*



*Сұраныс пен ұсыныс қисықтарының қиылысу нүктесі тепе-теңдік нүктесі деп аталады да **E** деп белгіленеді.*

# Сұраныстың икемділігі

Нарықтағы жағдайларды зерттеген уақытта, сұраныстың не себепті және қандай мөлшерде өзгергенін зерттеу үшін сұраныстың икемділік коэффициентін пайдаланады. Бұл абсолюттік емес, салыстырмалық коэффициент. Ол зерттелгелі отырған сұраныс функциясының факторы 1% - ке өзгерсе, онда сұраныстың қандай мөлшерге өзгередінін көрсетеді.

# Икемділік

## Сұраныстың икемділігі

Сұраныстың  
бағалық  
икеңділігі

Бағаның бір  
пайызға  
өзгеруіне  
сұраныстың  
реакциясы

$$E_p^s = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

Тоғыспалы  
икеңділігі

Тауар  
бағасының  
өзгеруіне  
орай тауарға  
сұраныс  
мөлшерінің  
өзгеруі

$$E_{XY}^s = \frac{\Delta Q_X\%}{\Delta P_Y\%}$$

Табыстық  
икеңділігі

Табыстың  
ұлғаюына  
байланысты  
сұраныс  
көлемінің  
өзгеруі

$$E_I^s = \frac{\Delta Q\%}{\Delta I\%}$$

## Ұсыныстың икемділігі

Бағаның бір  
пайызға өзгеруі  
әсерінен ұсыныс  
көлемінің  
салыстырмалы  
өзгеруі

$$E_P^D = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

Жиынтық сұраныс( AD ) – бұл нарықта ақша формасында орын алып отырған халықтың, кәсіпорындардың және мемлекеттің қажеттері.

Тұтыну ( C )  
– үй шаруашылықтарының сұранысы

Инвестициялар ( I ) – кәсіпкерлердің күрделі жабдықтарға сұранысы

Мемлекеттің сатып алуы ( G ) – Мемлекеттің тауарлар мен қызметтерге сұранысы

Таза экспорт ( X ) – Отандық тауарларға шетелдіктердің сұранысы мен шетел тауарларына отандастардың сұранысының айырымы

Жиынтық сұраныс (AD) түпкі өнімдерге сұраныстың жалпы сомасына тең:  $C + I = G + X$

**Жиынтық сұраныстың екі нысаны болады: Натуралды - заттық және құндық. Натуралды - заттық нысаны халықтың, фирмалардың және мемлекеттердің тауарлар мен қызметтерге қоғамдық қажеттігін көрсетеді.**

**Құндық нысаны жиынтық табыстың әр дәрежесіне тағайындалған отандық тауарлар мен қызметтер үшін жоспарланған шығындардың сомасымен анықталады**

Жиынтық ұсыныс (  $AS$  ) – кәсіпкерлер нарыққа жеткізген материалдық игіліктер мен қызметтердің санымен белгіленеді. Осы жағдайда кәсіпкерлер өндірістің потенциалдық көлеміне жетуге тырысады. Ал өндірістің бұл көлемін өндірістік шығындардың мөлшері белгілейді. Олардың ішінде еңбек пен капиталдың орны маңызды болады.

$$AS = \text{жалақы} + \text{рента} + \text{процент} + \text{пайда}$$

Жиынтық ұсынысқа әсер ететін факторлар:

- өндірістің технологиясы
- жеке тауарлар нарығында өзгерістер тудыратын шығындар



*Қорыта айтқанда, сұраныс пен ұсыныс нарықтық экономиканың құралдары ретінде маңызды қызмет атқарады. Олар бірінсіз бірі жүрмейтін үрдістер және бір - бірін толықтырып, қалыптастырып отырады. Нақтырақ айтсақ, ұсыныс сұранысты өндірілген тауар ассортименті мен олардың бағасы арқылы қалыптастырады; ал сұраныс болса, тауар ұсынысының көлемі мен құрылымын анықтайды, себебі тұтынушы мойындаған нәрсе ғана ұдайы өндіріледі.*

# Қолданылған әдебиеттер

- ❖ *Н.Қ. Мамыров, Қ.С. Есенғалиева, М.Ә. Тілеужанова: Микроэкономика*
- ❖ *Сейітқасымов: Экономика. Алматы. 2001 ж.*
- ❖ *Крымова: Экономикалық теория. Алматы. 2003 ж.*
- ❖ *С.Әкімбеков, А.С. Баймұхаметова, У.А.Жанайдаров: Экономикалық теория. Алматы. 2002ж.*
- ❖ *Экономика әлемдік классика. 10 том. Алматы. 2005ж.*
- ❖ *Ахметова, Қаменова, Нақыпова. Экономикалық теория. Астана. 2004ж.*
- ❖ *Мәуленова, Бекмолдин. Экономикалық теория. Алматы. 2003ж.*

**Назар  
аударғандарыңызға  
рахмет**

