**Сұраныс пен ұсыныс, тепе-теңдік бағасы, сұраныс пен ұсыныстың икемділігі**

Бізде кез-келген адам соттай алатын білім мен өмірлік тәжірибе бар. Саясаттан басқа, мұндай салаларға медицина және, әрине, экономика жатады. Бұл кездейсоқ емес, өйткені экономика практикамен тікелей байланысты эмпирикалық ғылым. Біздің әрқайсымыз, дайындыққа қарамастан, күнделікті экономикалық құбылыстармен бетпе-бет келеміз.

Кіріспе

"Ешқашан экономикалық теорияны жүйелі түрде зерттемеген адамдар оркестрдің дыбысын бағалауға тырысатын саңырау адамдарға ұқсайды."- П. Самуэльсон

Бізде кез-келген адам соттай алатын білім мен өмірлік тәжірибе бар. Саясаттан басқа, мұндай салаларға медицина және, әрине, экономика жатады. Бұл кездейсоқ емес, өйткені экономика практикамен тікелей байланысты эмпирикалық ғылым. Біздің әрқайсымыз, дайындыққа қарамастан, күнделікті экономикалық құбылыстармен бетпе-бет келеміз. Біз барлығымыз еңбек етеміз — құндылықтар жасаймыз немесе өз біліктілігімізді арттырамыз, табыс аламыз, нарыққа жүгінеміз, бағаларды қадағалаймыз, тұтынушылар болып табыламыз. Экономика "homo ecoonomics" — экономикалық адамды, оның әрекеттері мен мүдделерін зерттейді. Диагноз қою үшін сау ағзаның жұмысын жақсы білу қажет медицинада сияқты, ең алдымен сау экономиканың жұмыс істеу заңдылықтарын түсіну қажет.

Экономикалық ғылым шектеулі ресурстарды — табиғи қорларды, капиталды, еңбек қорларын қалай тиімді пайдалану керектігін анықтауға арналған. Барлық басқа білім салаларына қатысты экономика кез-келген нақты жағдайда талдауға жарамды аксиомалар мен дәлелдер жиынтығын қамтиды. Бұл тар мағынада ол американдық физика немесе неміс математикасы сияқты ұлттық бола алмайды. Барлық жерде тауарлардың бағасы сұраныс пен ұсыныстың арақатынасымен анықталады, кірістің өсуімен оның тұтынылған бөлігінің төмендеуі және жинақталғанның өсуі байқалады.

Бірақ Экономика нақты және жаратылыстану ғылымдарынан түбегейлі айырмашылыққа ие: ол шөлді аралдағы жеке адаммен емес, дәстүрлерге, ұлттық менталитетке және саяси институттарға ұшыраған қоғам мүшесімен айналысады. Сондықтан экономист құралдарының ұлттық ерекшелігі бар.[1]

Ғылым ағаш қалай өсетіні немесе ғимарат қалай салынатыны туралы қалыптасады. Өткеннің ұлы экономистері негіз қалап, Микроэкономика деп аталатын теорияны құрды. Мұнда кәсіпкер мен фермердің экономикасы талдаудың бастапқы нүктесі ретінде алынады. Микроэкономика кәсіпкерлер (бәсекелестік), кәсіпкерлер мен жұмысшылар, сатушылар мен сатып алушылар арасындағы қатынастарды зерттейді. Ол заңдарды тұжырымдайды: сұраныс пен ұсыныс, сирек, кірістіліктің төмендеуі, Еңбек өнімділігі немесе капитал. Микроэкономика кәсіпкерлік қызметпен тікелей байланысты, анықтамалық, бизнеске арналған нұсқаулық болып табылады.

Нарық-тауарларды сатып алу-сату нысанындағы өнімді өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы жанама, жанама өзара байланыс, өткізу саласы және тауар-ақша қатынастары, сондай-ақ осындай қатынастардың жұмыс істеуін қамтамасыз ететін құралдардың, әдістердің, құралдардың, ұйымдық-құқықтық нормалардың, құрылымдардың және т.б. бүкіл жиынтығы. Нарық-бұл сатып алу — сату қатынастарының жалғыз жүйесі, оның құрылымдық элементтері тауарлар, капитал, жұмыс күші, бағалы қағаздар, идеялар, Ақпарат және т.б. нарық-нарықтық экономиканың негізі.

Нарық дегеніміз-белгілі бір тауарлар мен қызметтерді сатып алушылар (сұраныс берушілер) мен сатушыларды (жеткізушілерді) біріктіретін құрал немесе механизм, кейбір нарықтар Жергілікті, ал басқалары халықаралық немесе ұлттық сипатта болады. Кейбіреулер сұраныс беруші мен жеткізуші арасындағы жеке байланысын ажыратады, ал басқалары жеке емес — сатып алушы мен сатушы бір-бірін ешқашан көрмейді немесе мүлдем білмейді.

Нарық жағдайы сұраныс пен ұсыныстың арақатынасымен анықталады.

Нарықтық экономиканы толық түсіну үшін екі негізгі ұғымды жақсы меңгеру қажет:

\* Сұраныс;

\* Және ұсыныс.

Сұраныс пен ұсыныс — нарықтық тетіктің өзара тәуелді элементтері, мұнда сұраныс сатып алушылардың (тұтынушылардың) төлемге қабілетті қажеттілігімен, ал ұсыныс — сатушылар (өндірушілер) ұсынған тауарлар жиынтығымен анықталады; олардың арасындағы қатынас тауарлар бағасының деңгейіндегі тиісті өзгерістерді анықтай отырып, кері пропорционалды тәуелділікке айналады.

1. Сұраныс пен ұсыныс:

Адамдардың абсолютті көпшілігінің өмірі ғалымдар өмір сүру жағдайымен байланысты қанағаттанбаудың жағдайы ретінде сипаттайтын әртүрлі қажеттіліктермен байланысты. Қажеттіліктерді адам әртүрлі дәрежеде жүзеге асыра алады, әртүрлі қарқындылық деңгейіне ие, маңыздылығы мен екінші дәрежелі болуы мүмкін. Маман ғана емес, қарапайым адам да олардың "ақиқаты", "жалғандығы" және салыстырмалылығы туралы ойлануы керек. Бір сөзбен айтқанда, сұрақ туындайды: олар қаншалықты өзекті? Сатып алынған мөлшерді (тауарларды) осы мөлшерді сатып алу үшін жасалуы керек құрбандармен байланыстыратын ұғым қажет. Экономистер үшін бұл ұғым сұраныс болып табылады.

1.1) сұраныс-бұл сатып алушылардың белгілі бір бағамен осы тауарға төлем қабілетті қажеттілігі.

Басқаша айтқанда, сұраныс-бұл өнімге деген барлық қажеттілік емес, тек сатып алушылар арасында төлем құралдарының (ақшаның) болуымен қамтамасыз етілген. Адамның қажеттіліктері шексіз болып көрінеді. Бірақ егер қажеттілік белгілі бір ақыға ғана қанағаттандырылса-яғни басқа қажеттіліктерді қанағаттандырудан бас тарту арқылы - біз өз қалауымызды орындаймыз және біз қалағаннан аз нәрсеге келісеміз.[2]

Сонымен, сұраныс-бұл тауардың белгіленген бағасына байланысты мүмкін болатын сатып алу көлемі.

Сұраныс әлеуетті сатып алу болып табылады, бірақ ол орын алады немесе болмайды, көптеген факторларға байланысты. Бизнесмендер мен коммерсанттар өз қызметінде жетістікке жету үшін "маркетинг" арнайы ғылымын зерделейді, онда сұраныстың нақты "сатып алуға"айналуына көмектесетін әдістер ашылады.

1.2) барлық сатып алушылардың x тауарларының белгілі бір мөлшерін сатып алу ниетіне әсер ететін бірқатар негізгі факторларды бөліп көрсетуге болады.:

1. тауардың бағасы Х (оны Рх деп белгілейміз);

2. х тауарымен өзара байланысты басқа тауарлардың бағасы (Pi, i=l, 2,.....n, мұндағы N-х тауарымен өзара байланысты тауарлар саны);

3. тұтынушылардың талғамы (Т);

4. тұтынушылардың орташа табысы (Y);

5. кірісті тұтынушылар арасында бөлу (Y\*);

6. сатып алушылар саны (N);

7. тауарлар бағасының немесе тұтынушылар талғамының өзгеруін күту (Е).

Барлық осы факторлардың әсер ету сипатын бірден зерттеу мүмкін емес. Әдісті қолданған жөн, соған сәйкес бірнеше белгісіздерге байланысты Z шамасының өзгеру сипатын анықтау үшін (біздің жағдайда факторлар) алдымен барлық айнымалылардың мәнін біреуінен басқа жазып, Z-нің осы белгісіз айнымалымен байланысын зерттеу керек. Содан кейін келесі белгісіз айнымалыны санап, Z-нің осы айнымалыға тәуелділігін анықтаңыз және т.б. белгісіздердің толық саны Барлық ауыспалы факторлардың әсерінен Z өзгерісінің сипатын анықтайды. Ұқсас әдіс Z-нің әр айнымалыға тәуелділігін, бәрі бірдей болған кезде зерттейтінімізді білдіреді.

Сондай-ақ қараңыз: "Ресейдің негізгі салықтары" тақырыбындағы баяндама"

Тұтынушылар сатып алғысы келетін X өнімінің мөлшері (QD) бірнеше айнымалылардың функциясы болып табылады:

QD = QD (Px, Pi, T, Y, Y\*, N, E).

Зерттеудің міндеті-тауарлар мен қызметтер бағасының қалыптасу заңдылықтарын анықтау. Осыған байланысты экономистер тұтынушылар сатып алғысы келетін тауарлар санының тауардың бағасына тәуелділігін зерттеуге баса назар аударады, яғни QD өнімінің x Px-ке тәуелділігі, бәрі бірдей.

Сұраныс (demand—D) - бұл Px тауар бағасының мүмкін болатын әр түрлі мәндеріне сәйкес келетін x өнімінің QD мәндерінің жиынтығы, басқалары тең.

QD=QD(Px)

Pi, T, Y, Y\*, N, E= const.

Т. О. qD-нің Px бағасына тәуелділігін зерттеу үшін біз барлық басқа факторларды анықтап, QD=QD(Px) функциясын зерттеуіміз керек.

Жоғарыда келтірілген сұраныс анықтамасынан тауардың әр бағасы белгілі бір сұранысқа сәйкес келеді. Жалпы мағынасы адамдарға жоғары бағамен аз, ал төмен бағамен көбірек сатып алуға кеңес береді. Адамдар сатып алатын қандай да бір игіліктің мөлшері мен оны сатып алу үшін төлеуге тиісті баға (жәбірленуші) арасындағы кері байланыс сұраныс Заңын білдіреді.

1.4) сұраныс Заңының мәні:

\* бұл сатып алушылар мен сатушылардың мінез-құлқына объективті экономикалық логика береді, бұл олардың бағаның өзгеруіне реакциясын болжауға мүмкіндік береді;

• бұл осы елдің экономикасының дамудың жоғары деңгейіне жеткенін көрсетеді, өйткені сұраныс өзін "қалыпты" көрсете алады—бағаның өсуімен төмендейді және тапшылық болмаған кезде ғана бағаның төмендеуімен жоғарылайды. Тапшы экономикада сатып алушының пікірін елемей, өндіруші бәрін талап етеді. Демек, қанағаттанарлықсыз