

*Алибаев А.*

**ТОВАРЛАРГА БОЛГОН СУРОО-ТАЛАПТАР ЖАНА АЛАРДЫН  
ӨЗГӨРҮП ТУРУУ СЕБЕПТЕРИ**

*Алибаев А.*

**СПРОС НА ТОВАРЫ И ПРИЧИНЫ ИХ ИЗМЕНЕНИЯ**

*A. Alibaev*

**THE DEMAND FOR GOODS AND THE REASONS  
FOR THEIR CHANGES**

УДК: 338.2/330

*Бул макалада товарларга болгон суроо-талаптар жана алардын өзгөрүп туруу себептери кандай факторлорго байланыштуу боло тургандыгы жөнүндө баяндалат.*

**Негизги сөздөр:** суроо-талап, товар, рынок, керектөөчү, сатуучу, баа, киреше.

*В этой статье рассказывается о спросе на товары, и о изменении спроса, а также о факторах повлиявшие на причины изменения спроса.*

**Ключевые слова:** спрос, товар, рынок, потребитель, продавец, цена, доход.

*This article describes the demand for goods, and changes in demand, and the factors influencing the demand causes the change.*

**Key words:** demand, product, market, customer, vendor, price, income.

Рынок экономикасынын негизги касиети катары аны координациялап туруучу механизми болгон рынок системасы эсептелет. Бул процессти баа түзүлүшүнүн системасы - деп да айтып жүрүшөт. Анткени сатып алуучу менен сатуучунун биргелешкен чечими рынок системасы аркылуу ишке ашат. Ошентип рыноктун сатып алуучу (суроо-талап кылуучу) менен сатуучуну (товарды камсыз кылуучу) өз ара мамиле түзө турган механизмдин кызмат аткара тургандыгын белгилей кеткенибиз абзел.

«Бир канча кеңири маанидеги түшүнүктө рынок товарларды сатууда жүргүзүлүүчү алмашуу сферасындагы социалдык-экономикалык мамилелердин токтому» [1, 53-б.].

Суроо-талап – бул керектөөчү сатып алууга талабы жана мүмкүнчүлүгү жетээрлик товардын түрүн жана өлчөмүн мүнөздөөчү фактор деп койсок да болот. Эгер сатып алууга муктаждыгы бар, бирок ага акча каражаты жок тарапты суроо-талаптын өкүлү катары эсептөөгө болбой тургандыгын да айтып коюу керек.

Мисалы, товарды, продукцияны сатып алуучунун жеке суроо-талабын карап көрөлү.

Жеке, индивидуалдык сатып алуучунун товарга болгон суроо-талабы.

Аптадагы күндөр	Алманын 1 кг. баасы (сом).	Алмага болгон суроо-талап (кг.).
1	100	1
2	88	1,5
3	76	2
4	64	2,5
5	52	3
6	40	3,5
7	28	4

Эми жогорудагы шарттуу түрдө түзүлгөн таблицанын көрсөткүчтөрүнө байкоо жүргүзүңүздөр.

Эгерде биринчи күнү алманын 1 кг баасы 70 сом болсо, биздин керектөөчү 1 кг гана сатып алып жатат. Эмне үчүн? Демек баа кымбат. Кийинки күндөрдөгү ошол продукциянын баасынын төмөн түшүүсүнө байланыштуу керектөөчү алманы сатып алуунун өлчөмүн да баага жараша жогорулатып барууда, жана керектөөчү аптанын акыркы 7-күнү алма сатып алууну 4кг.га жеткирди. Ага себеп баа 1-күнгө салыштырганда кийинки күндөрдө улам 12 сомдон төмөндөп жаткан. Демек, керектөөчүнүн суроо-талабынын өлчөмү товардын баасынын деңгээлине түздөн түз байланыштуу деген жыйынтык чыгарууга болот.

Ошого жараша керектөөчүлөрдүн суроо-талаптарынын кайсыл бир продукциянын өлчөмүнө болгон деңгээлдери, ал продукциялардын баалык деңгээлдеринин өзгөрүүсүнө байланыштуу тынымсыз өзгөрүп турууга туура келет. Себеби ар кандай товарлардын кардарлары продукциялардын сапатына гана эмес, алардын бааларына да түздөн түз реакция кылышат.

«Суроо-талаптын түпкү тамырлык өзгөчөлүгү ушунда. Башка бардык шарттардан тышкары, баанын төмөндөшүнүн түздөн-түз суроо талаптын өлчөмүнүн өсүүсүнө алып келгендигинде [1, 54-б.].

Ошол эле учурда баанын өсүүсүнүн суроо-талаптын төмөндөөсүнө алып келгендигин да белгилеп коюбуз зарыл. Ошентип, бул жерде баа менен суроо-талаптын өлчөмүнүн ортосунда тескери байланыш өкүм сүрүүдө. Экономисттер бул тескери байланышты «суроо талаптын мыйзамы» - деп атап коюшат.

Бул мыйзамды түшүнүктүүрөөк түшүндүрүү үчүн бир нече аргументтерди пайдаланып көрөлү.

1. Негизинен керектөөчүлөр кайсыл бир продуктты көбүрөөк алат, эгер ал арзан болсо жана азыраак алат, эгер ал кымбат болсо. Демек, кымбат баа керектөөчүнү азыраак алууга жана арзан баа аны көбүрөөк алууга мажбурлаган мыйзам сыяктуу. Ошондуктан бул мыйзамды пайдалана билген мекеме-ишканалар өздөрүнүн товардык запастарын бааларды жогорулатуу жолу менен эмес, тескерисинче бааларды төмөндөтүү жолу менен сатып, азайтып алууга жетише алышат.

2. Керектөөчү кайсыл бир товарды сатып алуу менен андан канааттануу алууну көздөйт. Бирок кайсыл бир товарды ар бир кийинки сатып алуу, мурдагысынан төмөнүрөөк канааттанууну алып келет. Түшүнүктүүрөк кылып айта турган болсок, биринчи сатып алынган алмага караганда экинчиси, экинчисинен үчүнчүсү төмөнүрөөк канааттануу берет. Ушул жерден, ошол продукцияны кийинки кошумча сатып алуулар алардын бааларынын төмөндүгүнө байланыштуу экендигин да белгилеп коелу.

3. Бир канча жогорку деңгээлдеги суроо-талаптын мыйзамынын анализинин деңгээлинде кирешенин өсүш эффекттин, жана алмаштыруунун зарылчылыгынын өсүшүн түшүндүрүп айтууга болот. Башкача сөз менен билдирсек, керектөөчүнүн акча каражатынын суммасынын көбөйүүсү, керектөөчүгө кайсыл бир продукция түрүн алуунун өлчөмүн жогорулатууга мүмкүнчүлүк түзөт.

Алмаштыруу зарылчылыгы деген бул кайсыл бир продукциянын түрүнө болгон баа жогорулап кетсе, керектөөчү өз керектөөсүндө кымбат продукцияны алмаштыра турган, ага караганда алда канча арзан продукцияны сатып алуу менен толуктайт.

Суроо-талапка таасир этүүчү факторлорду шарттуу түрдө төмөндөгүдөй өзгөчө тайпаларга да бөлүүгө болот:

1. Керектөөчүнүн табити;
2. Сатып алуучунун саны;
3. Керектөөчүлөрдүн кирешелеринин деңгээли;
4. Өз ара бири бири менен байланыштуу товарлардын бааларынын айрымалык деңгээли;
5. Күтүү.

Мисалы, товарлардын келечектеги күтүлүүчү баасы жана сатып алуучулардын кирешелүүлүк деңгээли да суроо-талапка таасир этет. Жакынкы келечекте кайсыл бир продукцияга болгон баанын жогорулоосу күтүлсө, ал продукцияга болгон суроо-талап алдын ала өсө баштайт.

Керектөөчүнүн жакынкы келечектеги киреше алуусунун өсүүсүнүн күтүлүүсү да анын алдын ала эле товарларды сатып алуусунун өсүүсүнө алып барат. Тескерисинче керектөөчүнүн, жакынкы келечекте киреше алуусунун төмөндөөсүнүн күтүлүүсү, анын товарларды сатып алуусунун төмөндөөсүнө алып барат.

«Товарлардын негизги массасын нормалдуу товарлар түзөт. Ага мүнөздүү нерсе адамдардын кирешелери канчалык көп болсо алар керектүү товарларды ошончолук көп сатып алууга даяр болушат». [4, 55-б.].

Мисалы, азыркы учурдагы өкүм сүрүп турган кризистик абалга байланыштуу Россияда, Казакстанда ж.б. өлкөлөрдө жүргөн мигрант жердештерибизден үй-бүлө, ата-энелерине келип туруучу акча каражаттары кескин кыскаргандыктан, биздин өлкө Кыргызстанда бардык товарлардын баалары ошого жараша бир канча төмөндөп кетти, жана бул эл чарбасындагы бардык тармактарда ачык-айкын байкалып жатат. Ошондуктан бүгүнкү күндө биздеги өндүрүшчүлөрдүн кирешелеринин төмөндүгүнөн жан, алык-сатык менен алектенген адамдардын соодаларынын солгундугунан, көпчүлүгүнүн маанайлары салыңкыраак көрүнгөнсүйт.

«Сатуучуларды адамдардын айлыктарынын жогорулашы, кирешелеринин көбөйүшү ар дайым кызыктырып келет. Ушундай шартта алар эми көбүрөөк товарды бир канча жогоруурак баада сатууга боло тургандыгын билишет» [4, 55-б.].

Азыркы учурда эмгек акыны түшүнүү Жан Батист Сей негиздеген «өндүрүштүк факторлор» теориясына байланыштуу негизде бир канча кеңири жайылган. Ушул теорияга ылайык «кызмат көрсөтүүгө акы төлөө фактордун эмгек акы же киреше деп айтылат. Ишкерлер товарды – эмгекти сатып алганда алар адамды эмес, анын эмгегин сатып алышат. Товарга жана товардын наркына болгон укук эмгектин жыйынтыгы деп аталат» [2, 149-150-бб.].

Демек, кайсыл бир продукция түрүнүн баасынын жогорулоосу, аны керектөөчүлөрдүн сатып алууларынын төмөндөөсүнө, тескерисинче, анын баасынын төмөндөөсү аны керектөөчүлөрдүн сатып алууларынын жогорулоосуна алып келет.

Продуктынын баасы менен суроо-талаптын өлчөмүнүн мындай тескери байланышын эки багыттык өлчөмдүк көрүнүшүн график түрүндө да сызып көрсөтүү мүмкүн жана ал экономикада «кыйгач (кривой) суроо талап» деп аталат - деген бүтүм менен бул маселени жыйынтыктайбыз.

#### Адабияттар:

1. Лебедев О.Т. и др. Основы экономики: Учебное пособие. - Санкт-Петербург: Дом МиМ., 1997.
2. Архипов А.И. и др. Экономика: Учебник. - М.: Проспект, 1998.
3. Уткин Э.А.: Мотивационный менеджмент. Учебник. - М.: Экмос, 1999.
4. Липсиц И.В. Экономика: Учебник. - М.: Вита, 2004.
5. Ядгаров А.Г. и др. История экономических учений: Учебник. М.: Дом «ИНФРА-М», 1999.

Рецензент: к.э.н., доцент Умаров С.