



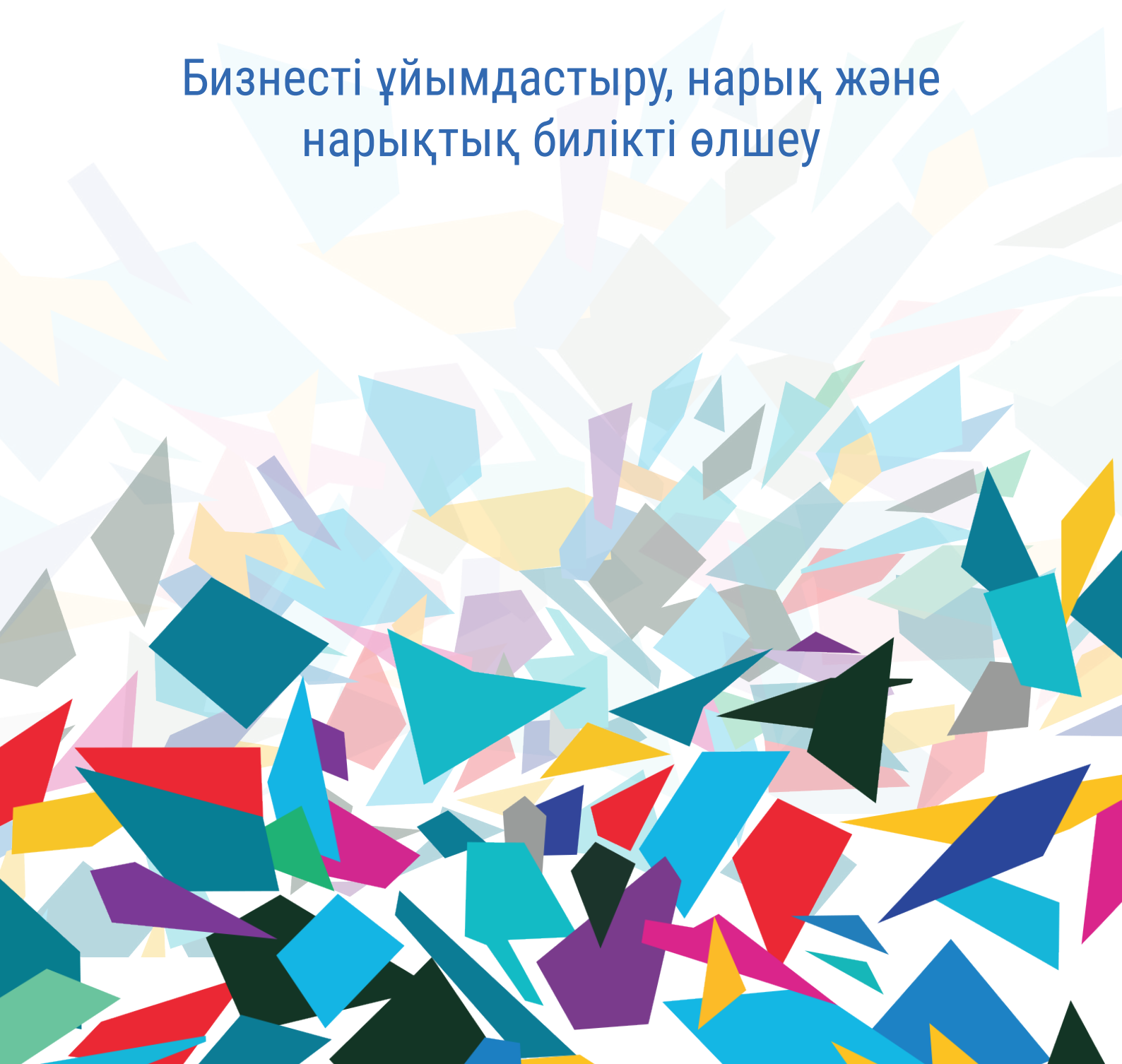
14-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ  
АШЫҚ  
УНИВЕРСИТЕТІ

# МИКРОЭКОНОМИКА

Бизнесті ұйымдастыру, нарық және  
нарықтық билікті өлшеу





### Мақсаты:

- Фирманың түсінігін анықтау және барлық фирмаларда кездесетін экономикалық мәселелерді сипаттау
- Технологиялық тиімділік пен экономикалық тиімділік арасындағы айырмашылықты түсіндіру
- «Ұстаным-агент» (principal-agent problem) проблемасын анықтау, түсіндіру және түрлі бизнес ұйымдардың проблеманы қалай шешетінін түсіндіру
- Нарықтардың түрлерін сипаттау және ажырату
- Неге нарық бір экономикалық әрекеттерді, ал фирмалар басқа әрекеттерді орындайтынын түсіндіру.

### Бизнесіті ұйымдастыру, нарық және нарықтық билікті өлшеу

- Бизнесіті ұйымдастыру түрлері
- Нарықтардың түрлерін сипаттау және ажырату. Бәсекелестіктің түрлері
- Неге нарық бір экономикалық әрекеттерді, ал фирмалар басқа әрекеттерді орындайтынын түсіндіру.

Бизнесіті ұйымдастыру түрлерін қарастырсақ,

Бизнесіті ұйымдастырудың үш түрі бар:

- Жеке бизнес
- Серіктестік
- Корпорация



Алдымен жеке бизнеске тоқталайық.

- Жеке бизнес - бұл бір иесі бар, шектеусіз міндеттемелері бар немесе компанияның барлық қарыздары үшін жауапкершілігі, сондай-ақ бизнестің меншік иесінің әрдайым жауапкершілігі бар тұлға.
- Жеке кәсіпкер өзі шешім қабылдайды және компанияның пайдасын алады.

- Кәсіпорынның пайдасына кәсіпкердің табысы сияқты салық салынатын болады.

Серіктестікжөнінде айтсақ,

Серіктестік – бұл екі және одан да көп иелері бар фирма және оларда барлық шексіз міндеттемелер бар. Серіктестер басқару құрылымымен және иелерінің арасында пайданы бөлумен келісуі тиіс.

Кәсіпорынның пайдасына жеке иелерінің табысы сияқты салық салынады.



Корпорацияны қарастырсақ,

Корпорация компания акцияларының бір немесе бірнеше иелеріне тиесілі және иеленушілердің шектеулі міндеттемелері бар, бұл иелері олардың бастапқы инвестициялары үшін ғана заңды жауапкершілікте болатынын білдіреді.

Егер компания банкротқа ұшыраса, иелерінің жеке әл-ауқатына қауіп төндірмейді.

Компанияның табысына екі рет салық салынады: алдымен компанияның пайдасынан корпоративтік салық, содан кейін компания дивидендтер ретінде төлеген табысы үшін иеленушілерге дербес салық салынады.

Әр типтің бизнесті ұйымдастырудағы артықшылықтары мен кемшіліктері қарастырсақ,

Бизнес ұйымдастырудың әрбір түрінде артықшылықтары мен кемшіліктері бар.

Келесі кесте бизнестің әрбір түрі үшін артықшылықтарды (Pros) және кемшіліктерін (Cons) көрсетеді, ал кейінірек біз оларды сипаттаймыз.

### Жеке кәсіпкерлер

- Бизнесіті құру оңай
- Басқарушылық шешімдер қарапайым
- Пайдаға кәсіпкердің табысы ретінде салық салынады



- Бірақ кәсіпкердің нашар шешімдері бақыланбайды
- Иесінің әл-ауқатына қауіпті болуы мүмкін
- Фирма иесімен бірге банкротқа ұшырайды
- Капитал мен еңбек құны үлкен болуы мүмкін

### Серіктестік

- Құру оңай
- Басқарудың диверсиялық тәсілін пайдаланады
- Кейбір серіктес кеткен болса да аман қалуы мүмкін
- Салық тек бір рет салынады
- Бірақ серіктестер арасында келісім табу қиын
- Фирманың бастапқы меншігі жоғалу қауіпі төнуі мүмкін
- Капитал өте қымбат

### Корпорация

- Корпорация иелері үшін шектеулі міндеттемелер
- Ауқымды және төмен құн капиталы қол жетімді
- Кәсіби басқару
- Ұзақ мерзімді келісімшарттарға арналған төмен шығындар
- Бірақ күрделі басқару құрылымы баяу жұмыс пен қымбатшылыққа әкелуі мүмкін
- Пайдаға корпоративтік пайда ретінде және компания иелерінің табысы ретінде екі рет салық салынады.

Нарық және бәсекелестікті талдайық.

### Экономистер нарықтың негізгі төрт түрін анықтайды:

1. Жетілген бәсеке
2. Монополистік бәсекелестік
3. Олигополия
4. Монополия

Жетілген бәсекелестік - бұл нарықтық құрылым, ішіндегі:

- Көп фирмалар
- Әркім бірдей тауарды сатады
- Сатып алушылар көп
- Фирманың салаға кіруіне кедергі жоқ
- Екі тарап, сатып алушылар мен фирмалар саладағы барлық фирмалардың бағалары мен өнімдері туралы жақсы хабардар.

Мысалы: бидай, астық және басқа да дәнді дақылдардың әлемдік нарықтары

Монополиялық бәсекелестік – бұл нарықтық құрылым, ішіндегі:

- Көп фирмалар
- Әркім ұқсас, бірақ бірнеше ерекшеленетін өнім дифференциалды өнім ретінде сатады
- Әрбір фирмада кішігірім нарықтық үлес пен шағын нарықтық билік бар
- Жаңа фирмалардың салаға кіруі үшін кедергілер жоқ

Олигополия – бұл нарықтық құрылым, ішіндегі:

- Нарықтағы фирмалар саны аз.
- Барлық фирмалар бірдей немесе сараланған өнім шығара алады.
- Басқа фирмалардың нарыққа кіруі үшін кедергілер бар.

Монополия – бұл нарықтық құрылым, ішіндегі:

- Бір ғана өндіруші фирма және бұл фирма сала болып табылады.



- Өнімнің жақын алмастырушылары жоқ.
- Нарыққа кіргісі келетін басқа фирмалардың бәсекелестігінен қорғайтын үлкен кедергілер бар.

## Нарықтардың шоғырлануын өлшеу

Экономистер шоғырлануды өлшеудің екі әдісін пайдаланады:

- 4 Үлкен фирманың шоғырлану коэффициенті (CR4)
- Херфиндаль-Хиршман Индексі ( The Herfindahl–Hirschman index) (HHI)

Нарықтық шоғырланудың мәні неғұрлым көп болса, салада бар бәсекелестік соғұрлым аз болады.

4 Үлкен фирманың шоғырлану коэффициентіне тоқталсақ.

4 Үлкен фирманың шоғырлану коэффициенті - бұл бүкіл саланың сату саласында төрт ірі фирмалар сату пайызы.

$$CR4 = (S1 + S2 + S3 + S4) / (S1 + S2 + S3 + \dots + Sn) * 100 \%$$

Келесі кесте екі CR4 есептеулерін көрсетеді.

Индекс Херфиндале – Хиршман (HHI) – бұл саладағы үлкен 50 фирмалар үшін пайыздық мәнде фирмалар сатуының нарықтық үлесінің сомасы.

Мысалы, егер салада 4 Үлкен фирма бар болса және олардың сатуының нарықтық үлесі тиісінше 50 %, 25 %, 15% және 10% құраса, онда:

$$HHI = 50^2 + 25^2 + 15^2 + 10^2 = 3,450.$$

Шоғырлану көрсеткіштері нарықтағы бәсекелестік дәрежесінің пайдалы көрсеткіші болып табылады.

- HHI бар нарық 1,000-нан кем жоғары бәсекеге жатады.
- HHI арасындағы нарық 1,000 және 1,800 орташа бәсекелестік нарыққа жатады.
- HHI бар нарық 1,800-ден артық нарықтық биліктің үлкен концентрациясы бар бәсекеге жатпайтын нарыққа жатады.

Нарық шоғырлануының бұл өлшемдері АҚШ нарықтары үшін қолданылады

Келесі сурет Америка салалары үшін CR4 және HHI шоғырлану коэффициенттерін көрсетеді

Шоғырлануды өлшеуге арналған шектеулерге тоқталсақ.

Шоғырлануды өлшеу үшін бар негізгі шектеулер нарықтық құрылыммен байланысты:

- Нарықтың географиялық ауқымы
- Кіру үшін кедергілер және сатудың нарықтық айналымы
- Нарық пен сала арасындағы арақатынас

Өндіріс немесе аутсорсингті қарастырсақ.

Нарық және бәсекелестік тақырыбында.

Тауарлар мен қызметтерді өндіру үшін өндіріс факторлары жалданған болуы тиіс және олар үйлестірілген болуы тиіс.

Фирмаларды үйлестіру дегеніміз не?

Фирмалар капиталды, жерді жалдайды және командалық және әдейі жүйелерді бірлесіп пайдалана отырып, олар тауарлар мен қызметтерді өндіру үшін өз іс-әрекеттерін ұйымдастырады және үйлестіреді.

Ал нарықтарды үйлестіру дегеніміз не?

Нарықтар бағаны реттей отырып және сатып алушылар мен сатушылардың өндіріс факторлары мен олардың компоненттері туралы дәйекті шешімдерін жасай отырып, өндірісті үйлестіреді.

Бұдан бұрын нарықтық тепе-теңдікті талқылай отырып, біз сұраныс пен ұсыныстың сатып алушы мен сатушылардың жоспарларын үйлестіретіні туралы айттық.

Аутсорсинг (Outsourcing)— басқа фирмалардан бөліктерді немесе өнімдерді сатып алу - рыноктарды үйлестірудің мысалы болып табылады.

Бірақ фирмалар нарықтан артық өндірісті үйлестіреді.

Неліктен?

Фирмалар үйлестіру арқылы нарықтардан неғұрлым тиімді өндіріс жасай алады.

Төрт негізгі себеп фирмаларды тиімді етеді:

- Төмен транзакциялық шығындар
- Масштабты үнемдеу
- Көлемдерді үнемдеу
- Топтық өндірісті үнемдеу

Транзакциялық шығындар – бірлесіп жұмыс істейтін бірлікті қаржыландырудан, бағамен және



Кітап: Микроэкономика

Дәріс: Бизнесіті ұйымдастыру, нарық және нарықтық билікті өлшеу

биржаның басқа да аспектілерімен келісім жасасқаннан және шарттың талаптарын орындаудан туындайтын шығындар.

Масштабты үнемдеу өндіріс санының ұлғаю арқылы бір бірлікті өндіру құны төмендегенде пайда болады.

Көлемнің үнемделуі фирма арнайы ресурстарды басқа жолдармен салыстырғанда төмен құны бар ресурстардың басқа да көптеген өнімдерді өндіру үшін пайдалануынан шығады.

Фирмалар басқалармен бірге жұмыс жасай алады, бұл ретте жекелеген өндірушілер өзара міндеттерді орындайды.