



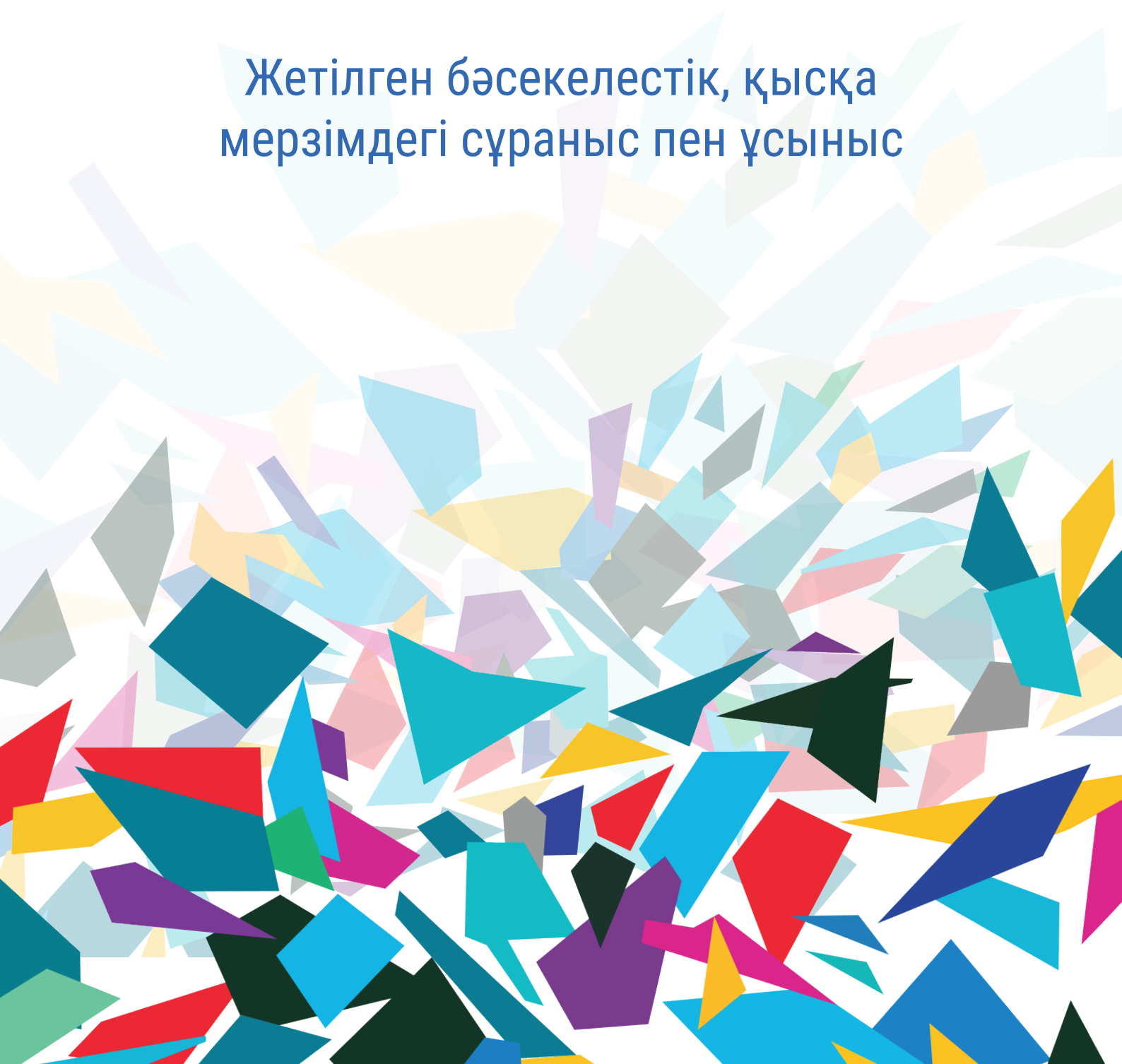
18-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
АШЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ

МИКРОЭКОНОМИКА

Жетілген бәсекелестік, қысқа
мерзімдегі сұраныс пен ұсыныс



**Мақсаттары:**

- Жетілген бәсекелестікті анықтау;
- Фирмалар шығарылым туралы шешімді қалай қабылдайтынын, неліктен кейде жабылатынын және жұмысшыларын не үшін жұмыстан босататынын түсіндіру;
- Жетілген бәсекелестікте баға мен шығарылым санын қалай анықталатынын түсіндіру;
- Фирмалардың неліктен бәсекелестік нарыққа кіруі мен шығуын және оның салдарын түсіндіру;
- Сұраныстың өзгеру әсерін болжау және технологиялық жетілдіруін түсіндіру;
- Жетілген бәсекелестіктің эффективтілігін түсіндіру.

Майкл Паркин осы тақырыпқа келесідей ойлар айтады:

- Ұшақтар мен автокөліктер өндірушілері үнемі уақыт жетіспеушілігіне ұшырайды: нарықтардағы бағалар тез өзгереді, бұл өндірушілердің пайдасын жоғалтуға әкелуі мүмкін.
- Қызметкерлер уақытша немесе тұрақты түрде жұмыстан шығарылады.
- Компанияның бағасын және шығарылымын қалай анықтау керек?
- Неліктен фирмалар кейде жұмысшыларын жұмыстан шығарады, іскерлік қызметін неге тоқтатады?

Бәсекеге қабілетті рынокты зерттеу үшін біз нағыз бәсекелестік нарық үлгісін құруды жоспарлап отырмыз.

Бұл жағдайды біз «жетілген бәсекелестік» деп атаймыз.

Алдарыңызда бәсекенің барлық түрлері келтірілген кесте бейнеленген

Нарық құрылымдарын келесі факторлар анықтайды:

1. Салалардағы фирма саны;
2. Тауар сипаты (әр алуан, ұқсас және т.б.);
3. Нарыққа енудегі кедергілер;
4. Бағаны бақылаудың болуы (фирма өз бағасын өзі қоя алады ма?)

Монополия	Олигополия	Монополиялық бәсекелестік	Жетілген бәсекелестік
1. Өнеркәсіптегі бір фирма	1. Бірнеше фирмалар	1. Көптеген әлеуетті сатып алушылар мен сатушылар	1. Көптеген әлеуетті сатып алушылар мен сатушылар
2. Тауарлардың жақын ауыстырушылары болмайды	2. Шешім қабылдау өзара байланысты	2. Дифференцирленген өнімдер	2. Біртекті өнімдер
3. Елеулі тиімді кіріс кедергілер	3. Кіріспе үшін елеулі кедергілер	3. Кіру және шығу үшін кедергілер жоқ.	3. Кіру және шығу үшін кедергілер жоқ.
4. Ықтимал ұзақ мерзімді пайда	4. Ықтимал ұзақ мерзімді пайда	4. Ұзақ мерзімді экономикалық пайда жоқ	4. Ұзақ мерзімді экономикалық пайда жоқ
5. Нарықтық нарықтық шоғырлану және баға бақылауы	5. Бөлшек нарықтық шоғырлану және баға бақылауы	5. Нарықтың шоғырланбауы және баға деңгейінің төмендігі	5. Нарықтың шоғырланбағандығы және баға бақылауының жоқтығы

Жетілген бәсекелестік - бұл сатушылар мен сатып алушылар өте көп болған нарық құрылымы, олардың ешқайсысы өздерінің сұраныс пен ұсыныс көлемін өзгертпей, нарықтағы бағаға және сатылған тауарлардың көлеміне ықпал ете алмайды.



Жетілген бәсекелестік-бұл нарықта:

- Көптеген сатушылар ұқсас тауарларды көптеген сатып алушыларға сатады.
- Нарыққа жаңа кәсіпорындардың кіруі үшін кедергі жоқ.
- Нарықта бар кәсіпорындардың ешқайсысы нарыққа жаңадан келген кәсіпорындардың алдында артықшылықтарға ие емес.
- Сатушылар мен сатып алушылар тауардың бағасы туралы жеткілікті хабардар бола алады.

Жетілген бәсекелестік қалай туындайды:

1. Бір фирманың минималды тиімді шығарылымы салада нарықтық сұранысқа қатысты аз болған кезде және көптеген фирмаларда саладағы бос орындарды толтыруға мүмкіндік болады.
2. Компанияда ерекше сипаттамалары жоқ өнімді немесе қызметті өндіруге ұмтылған кезде тұтынушылар тауарларды кімнен сатып алуды таңдамайды.

Жетілген бәсекелестік бір кәсіпорынның тауар өндірісінің ең аз экономикалық тиімді ауқымы осы тауарға нарықтық сұраныстың шамасынан едәуір аз болатын нарықтарда туындайды. Бұл жағдайда нарық көптеген кәсіпорындардың болуына жол береді. Кәсіпорын өндірісінің ең аз экономикалық тиімді ауқымы - ұзақ мерзімді перспективада өнімнің өзіндік құны ең аз өнім шығарудың көлемі. Бәсекелестік жағдайында әрбір кәсіпорын әдетте бірегей тауарды шығарады, сондықтан тұтынушыларға бұл тауарды кімнен сатып алу маңызды емес.

Жетілген бәсекелестік нарықта бағаны қабылдаушылар болады (Price Takers): - Жетілген бәсекелестік кезінде өнім өндіруші кәсіпорындар нарық белгілеген бағаны алушылар болып табылады.

- Баға алушы-тауардың нарықтық бағасына әсер ете алмайтын, берілген бағаны мөлшер ретінде қабылдайтын сатушы.

- Әр фирма нарықтық тепе-теңдік бағаны қабылдауға міндетті.

- Әрбір компания шығарылымы басқа компаниялардың шығарылымын тамаша ауыстырады, сондықтан әрбір компанияға сұраныс толығымен икемді.

Кәсіпорынның түпкі мақсаты жиынтық табыс ретінде есептелетін ең жоғары экономикалық пайдаға қол жеткізу болып табылады.

Жиынтық шығындар қалыпты пайданы қамтитын өнім өндірісінің баламалы шығындарын білдіреді.

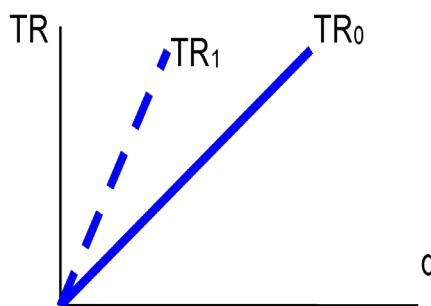
Кәсіпорынның шешімі келесідей қабылданады.

Бәсекелес кәсіпорын қолданыстағы шектеулер жағдайында өзінің экономикалық пайдасын барынша арттыруға ұмтылады. Ол үшін ол келесі мәселелерді шешуі керек:

1. Ең аз шығынмен өндірісті қалай қамтамасыз ету керек?
2. Тауарды қандай мөлшерде өндіру қажет?
3. Осы нарыққа кіру немесе одан кетуді қалай анықтауға болады?

Компанияның жалпы тбысы сатылған шығарылым санына (Q) немесе $P \times Q$ -ға көбейтілген баға (P) тең. Егер фирма ештеңе өндірмесе онда жалпы табыс нөлге тең. Ал фирма қалай тауар өндірі бастаса жалпы шығындар өседі.

$$TR = p \times q$$



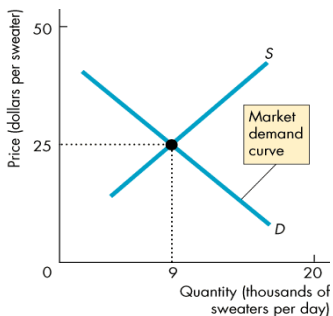
Жалпы шығындар - баға мен тауар көлемін көбейтіндісіне тең. Немесе Кәсіпорынның жиынтық табысы тауарды сатудың орташа бағасы мен сату көлеміне тең (бағасы \times саны).

Шекті табыс – бұл тауардың бір бірлігіне сату көлемінің ұлғаюы нәтижесінде алынған жиынтық табыстың өсімі. Шекті табыс жиынтық табыстың өсуін сату көлемінің өсіміне бөлуден есептеледі.

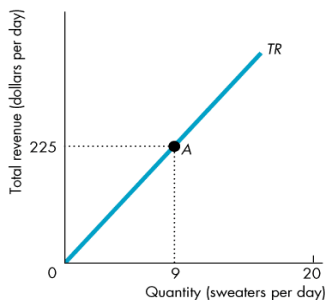


$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta q}$$

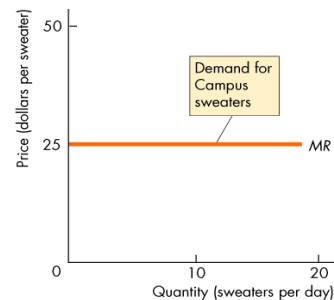
Фирманың орташа табысы AR – бұл фирманың өнімнің бір бірлігінің табысы.
 $AR = TR / q$ орташа табыс тең жалпы шығындар бөлінген сатылған өнім көлемі.
 Фирма табысының тұжырымдамасын бірнеше суреттерде қарастырсақ



(a) Sweater market



(b) Campus Sweaters total revenue



(c) Campus Sweaters marginal revenue

Бірінші суретте нарықтағы сұраныс қисығы мен ұсыныс қисығы берілген. Бұл арқылы сіздер тепе-теңдік баға мен тепе-теңдік өнім көлемін анықтай аласызда.

Екінші суретте жалпы табыс қисығы көрсетілген. А нүктесі тепе-теңдік бағада жалпы табысты көрсетеді.

Үшінші суретте жеке фирма үшін сұраныс қисығы берілген. Баға мен фирма нарыққа ұсынған тауар көлемінің ара-қатынасы берілген. Осы байланыс шекті табыстың көлденең тік сызығымен белгіленген. Бұл сызық горизонтальды себебі сұраныс қисығы абсолютті икемді болып табылады. Табыстың шекті сызығы жеке фирма үшін сұраныс қисығы блып табылады. Фирманың өніміне (q) сұраныс өте икемді, себебі, бір фирма шығарған свитор - басқа фирманың өндіретін свитердің тамаша алмастырушысы болып табылады. Өнеркәсіпте (нарықта) нарықтық сұраныс (D) толық икемді емес, себебі свитор кез келген басқа өнімге алмастырылады. Сұраныс қисығы горизонтальді сызық болып табылмайды.

Жетілген бәсекеге қабілетті фирманың мақсаты - оның алдында тұрған басқа да шектеулерді ескере отырып, барынша максималды пайда табу болып табылады.

Сондықтан фирма келесі мәселелерді шешуі керек:

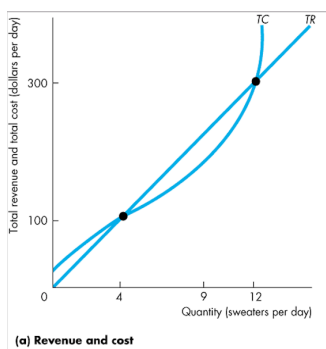
1. Ең аз шығынмен қалай өнім өндіру керек?
2. Тауарды қандай мөлшерде өндіру қажет?
3. Осы нарыққа кіру немесе одан кетуді қалай анықтауға болады?

Фирма шығарылымын талдаудан бастасақ. Пайданы арттыратын өнім шығару.

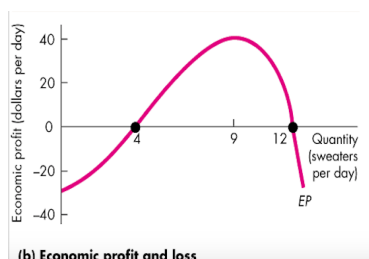
Жетілген бәсекеге қабілетті фирма пайдасын барынша арттыратын өнімді шығаруды таңдайды.

Табыстың максималды арттыратын өнімді табудың әдістерінің бірі жалпы табыстың және жалпы шығыстардың қисықтарын пайдалану болып табылады. Бұл әдіс графикалық деп аталады.

Келесі сурет табыстың және жалпы шығыстардың қисықтарын фирманың жалпы пайдасымен бірге бейнелейді.



(a) Revenue and cost



(b) Economic profit and loss



Бірінші (а) суретте TR жалпы табыс қисығы көрсетілген. Сондай ақ шалпы шығыстар да көрсетілген TC.

Екінші (b) суреттегі жалпы табыстан жалпы шығындарды шегере отырып - бұл жалпы пайда EP қисық сызығымен көрсетілген. Қиылысқан бірінші нүктеде және қиылысқан екінші нүктеде пайда 0-ге тең, себебі жалпы шығындар жалпы табысқа тең. Жалпы пайданың қисығының оң мәндегі сызықтың үлесі есепке алынады.

Фирмалар аз өнім шығаратын болса жоғалтуларға ұласады. Бізде жалпы шығындар жалпы табыстан жоғары мәнге ие болып тұр. Оны экрандағы келесі суреттен көре аласыздар.

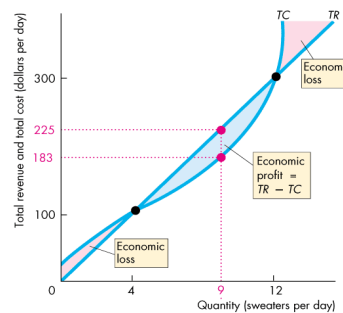
Өнім шығарудың орташа табыстарында фирма экономикалық пайда алады. Себебі оның мәндері 0-ден жоғары, жалпы табыстар жалпы шығындардан жоғары.

Шығарылымның жоғары мәндерінде фирма қайтадан шығынға ұшырайды, үлкен жоғалтулар жасайды. Жалпы шығындар қайтадан жалпы табыстардан жоғары болып кетеді.

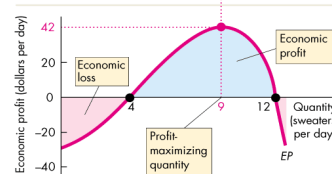
Фирма өз табысын максималдай алады егер ол күніне 9 свитордан шығаратын болса. Біз графикалық әдісті қарастырдық.

Ал енді маржиналды талдауға өтейік

Фирма маржиналды талдау деп аталатын екінші тәсілді пайдалана алады, бұл пайдадың максималды мәнін анықтауға мүмкіндік береді.



(a) Revenue and cost



(b) Economic profit and loss

Мұнда жалпы пайда тұрақты ал жалпы шығындар өндіріс көлеміне байланысты өзгеріп отыратындықтан кезең соңында шекті табыстар MR, шекті шығындарға тең болған MC нүктесінде пайда максималды болады.

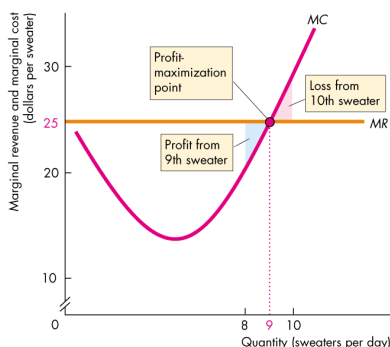
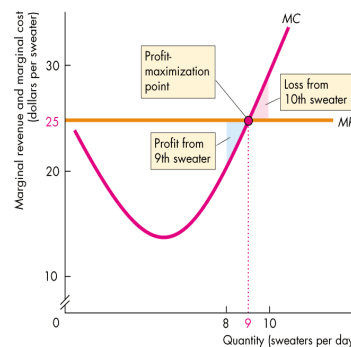
Келесі суреттен біз маржиналды әдіс бойынша пайданы анықтауды бақылай аламыз.

Егер шекті табыс шекті шығыннан көп болса $MR > MC$, экономикалық пайда өнімді шығару көлемінің артуы бойынша өседі дегенді білдіреді.

Егер шекті табыс шекті шығыннан аз болса $MR < MC$, экономикалық пайда өнімді шығару көлемінің артуы бойынша кемиді дегенді білдіреді.

Егер шекті табыс шекті шығынға тең болса $MR = MC$, экономикалық пайда максималды мәнге жетеді.

Сондықтан фирма шекті табыстары шекті шығындарына тең болған кезде, өз пайдасын максималдайды. Таза бәсекелестік фирманың шекті табысы P тауар бағасына тең.





Жетілген бәсеке нарығындағы фирманың алтын әріптермен жазылған заңы:
Орташа және шекті табыстар шекті шығынға және тауар бағасына тең

$$P = MC = MR = AR$$

Жетілген бәсеке нарығындағы фирмаларға мыналар тән:
- әрбір фирма басқа фирмалардың шараларынан тәуелсіз, өз бетінше шешім қабылдайтындай көптеген фирмалар қызмет етеді;
- сала фирмалары біртекті тауар шығарып, сондықтан тұтынушы қайсы фирма өнімін сатып алса да, оған бәрі бір болады.
- сала кез-келген фирманың оған еніп немесе шығуына арналған ашық жүйе болады.

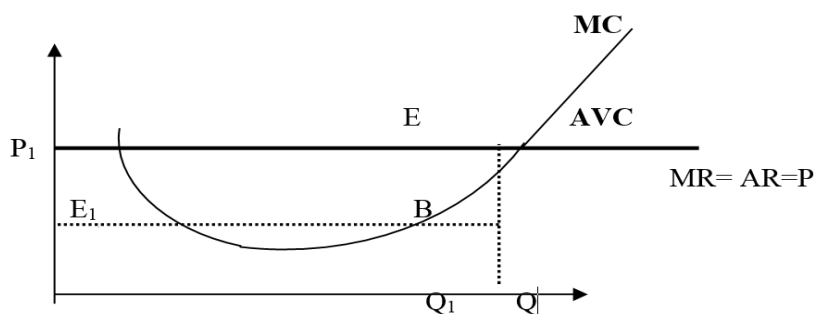
Қысқа мерзімді кезеңдегі фирма тепе-теңдікке (пайдаға) жетуі

Қысқа мерзімді кезеңдегі фирма пайдасын көбейтуі үшін:

1. Шекті түсім MR мен шекті шығын MC мәндерін бағалау арқылы;
2. Жалпы түсім TR мен жалпы шығындар TC шамаларын меңгеру арқылы жетуге болады.

1 және 2 ережелер бойынша $MR=MC$ және $P < AVC$ болады.

Жетілген бәсеке нарығындағы кейбір фирмалар үшін орташа және шекті түсімдер бағаға тең:



Қысқа мерзімдік кезеңдегі пайданы мейлінше арттыру

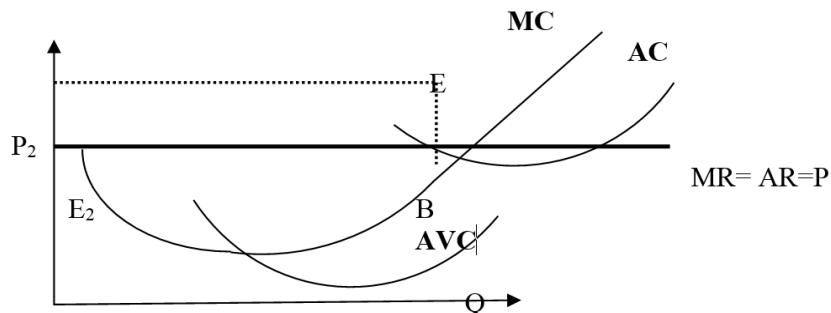
Жетілген бәсеке нарығындағы фирмалардың зиянды мейлінше азайтуы

$$AVC_{min} < P < AC_{min}$$

(ең төменгі орташа жалпы шығын < баға < ең төменгі жалпы орташа шығын)

Келтірілген формула теңсіздігі болсын делік. Онда фирма зиян шегеді. Ол үшін екі таңдау бар:

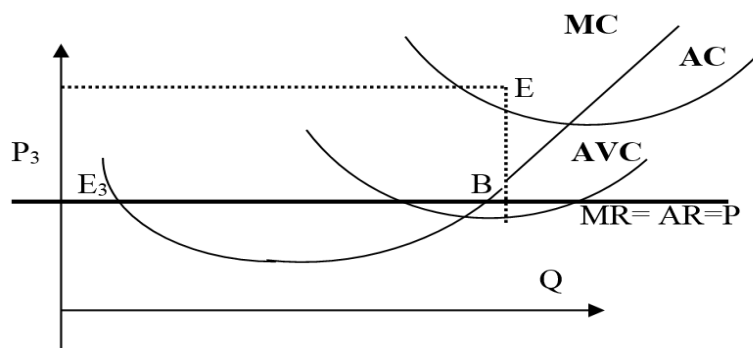
1. Өндірісті тоқтатса фирма тұрақты шығынға тең зиян шегеді: $Y=TFC$.
2. Өз қызметін жалғастырып, фирма жалпы айнымалы шығындарды толық өтеп, тұрақты шығындардың бір бөлігін жабатын жалпы түсім алады. Бұл кезде ол бірінші кезге қарағанда аздау зиян шегеді:



Қысқа мерзімдік кезеңдегі зиянды мейлінше азайту



Жетілген бәсеке нарығындағы фирманың қызметін тоқтатуы



Қысқа мерзімдік кезеңдегі фирманың қызметін тоқтатуы