



МИКРОЭКОНОМИКА

Жетілген бәсекелестік нарығындағы
қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді
өнеркәсіп



- Жетілген бәсекелестік нарықтағы ұсыныстың қисығын анықтау
- Фирмаларың нәліктен бәсекелестік нарыққа кіруі мен шығуын және оның салдарын түсіндіру;
- Қысқа мерзімдегі табыс

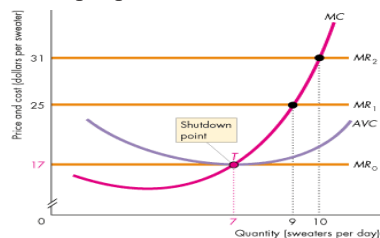
Фирманың ұсынысының қисығы

Егер нарықтағы баға өзге де тең жағдайларда өзгерсе, мінсіз бәсекелес фирмалардың ұсыныстарының қисығы, пайданы максималдандыратын шығарылымның қалай өзгеретінін көрсетеді.

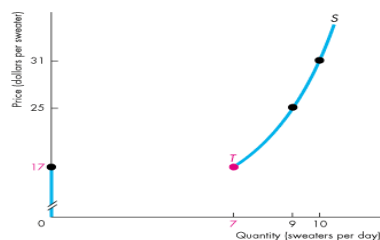
Себебі фирманың шекті табысы пен шекті шығыны тең болатын жағдайдағы шығарылымды өндіреді, сондықтан шектік табыс бағаға тең болғандықтан фирманың ұсынысының қисығы шектік шығынға байланысты болып келеді.

Бірақ баға ең төменгі орташа өзгермелі шығыннан (свитер үшін \$ 17-ден кем) аз болғанда, фирма уақытша жабылып және ешқандай өнім шығармақ пайданың максималдануына әкеледі. Фирма нәлдік өнімді барлық бағалар бойынша ең төменгі орташа өзгермелі шығыннан төмен шығарады.

Баға ең төменгі орташа өзгермелі шығынға тең болған кезде, фирма өнімді шығарусыз уақытша жабу және өндіріс жолымен немесе орташа өзгермелі шығыны ең төменгі болып табылатын өнімді өндіру жолымен пайданы максималдандырады—жабу нүктесі Т. Фирма ешқашан нәлдер мен Т нүктесіндегі жабу мәндері арасындағы көлемді өндірмейді (саны нәлден көп және күніне 7 свитерден аз).



(a) Marginal cost and average variable cost



(b) Campus Sweaters short-run supply curve

Суретте фирма өзінің ұсыныс қисығын орнатуын көрсетеді. Егер баға минимумға тең болса AVC, \$17 бұл мысалда фирма мына шешімдерге бейтарап:

- 1) Ештеңе өндірмеу
- 2) Жабылу нүктесінде өндіру, Т нүктесінде.

Егер баға = \$25, фирма саны $P = MC$ тең күніне 9 свитер өндіреді.

Егер баға = \$31, фирма саны $P = MC$ тең күніне 10 свитер өндіреді.

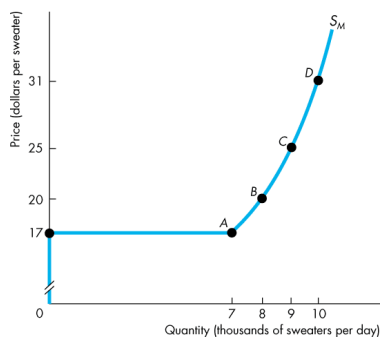
(b) Суретіндегі көк қисық сызық қысқа мерзімдегі ұсыныстың қисығын көрсетеді.

Қысқа мерзімдегі шығарылым, баға және табыс.

Қысқа мерзімдегі нарық(сала) ұсынысының қисығы.

Нарықтың ұсыныс қисығы зауыт пен фирма санының кез келген бағада өзгеріссіз қалғандағы барлық фирмалардың ұсыныс көлемін көрсетеді.

Сіз жеке фирманың қисық ұсынысы қалай анықталатынын көрдіңіз. Нарық ұсынысының қисығы жеке ұсыныс қисықтарының туындысы болып табылады. Нарықтың осы баға бойынша жеткізетін көлемі нарықтағы барлық фирмалар осы баға бойынша беретін көлем сомасы болып табылады.



Суретте бәсекелес свитерлер нарығы үшін ұсыныстар қисығы көрсетілген. Бұл Campus Sweaters фирмасы мысалында нарық 1000 фирмдан тұрады. Әрбір баға бойынша нарық беретін көлем бір фирма беретін көлемнен 1000 есе артық.

Барлық фирмалардың ұсыныстарының көлемі – бұл барлық фирмалардың белгіленген бағаға сәйкес жасалған шығарылым ұсыныстарының сомасына тең.



Кесте 1	Баға (свитерге доллармен)	Campus Sweaters компаниясы ұсынған өнімдер (тәулігіне свитерлер)	Нарыққа қажетті ұсыныс көлемі (тәулігіне свитерлер)
A	17	0 н/е 7	0 н/е 7,000
B	20	8	8,000
C	25	9	9,000
D	31	10	10,000

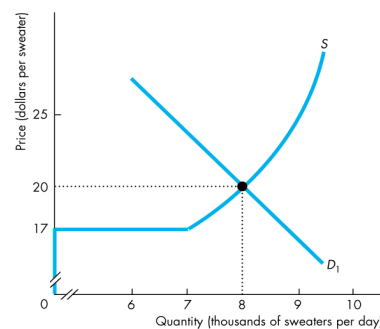
Ал кестеде фирма мен нарық ұсынысының қисығы қалай құрылғанын көрсетеді. Свитер үшін \$ 17 төмен баға жағдайында нарықтағы әрбір фирма жабылады; нарықпен ұсынылған көлем нөлге тең. Свитердің бағасы \$ 17 кезінде әрбір фирма жабылуға және өндіріске немқұрайлы қарайды, не болмаса жұмыс істейді, бірақ күніне 7 свитер шығарады. Кейбір фирмалар жабылады, ал басқалары күніне 7 свитер ұсынады. Әрбір фирманың өнім көлемі 0 немесе 7 свитерге тең, ал нарық ұсынысы 0-ден (барлық фирмалар жабық) 7000-ға дейін (барлық фирмалар күніне 7 свитерден өндіреді) құрайды.

Нарық ұсыныс қисығы нарық ұсыныстарының графиктерінің графигі болып табылады, ал А - D қисығының нүктелері кестенің жолдарын білдіреді.

Нарық ұсыныс қисығын құру үшін біз әр баға бойынша барлық фирмалардың ұсыныс көлемін қосамыз. Нарықта 1000 фирманың әрқайсысының, Campus Sweaters фирмасы сияқты, ұсыныс қисықтары бар. Свитер бағасы \$ 17 төмен болған кезде нарықтық ұсыныс қисығы Y осі бойынша өтеді. Баға 17 доллардан жоғары көтерілгенде, әрбір фирма ұсынатын тауардың көлемін ұлғайтады, ал нарық ұсынатын тауардың көлемі бір фирмамен салыстырғанда 1000 есеге артады.

Қысқа мерзімдегі тепе-теңдік

Нарықтық сұраныс пен нарықтық ұсыныс нарықтық бағаны және нарықтық шығарылымды анықтайды. а) Суретінде қысқа мерзімді тепе-теңдік көрсетілген. Қысқа мерзімді ұсыныс қисығы S нарықтық ұсыныс SM қисығына сәйкес келеді. Егер нарықтық сұраныстың қисығы D1 тең болса, свитер үшін нарықтық баға \$ 20 құрайды. Әрбір фирма бұл бағаны берілген ретінде қабылдайды және күніне 8 свитер құрайтын өзінің максималды пайдасын шығарады. Нарықта 1000 ұқсас фирмалар болғандықтан, нарық шығарылымы күніне 8000 свитер болады.

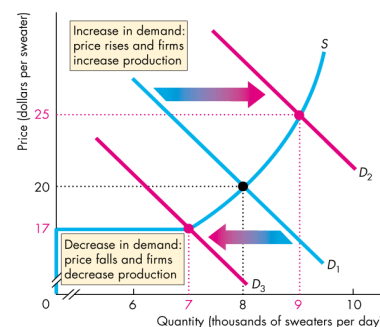


(a) Equilibrium

Сұраныстың өзгеруі

Сұраныстың өзгеруі қысқа мерзімді перспективада нарықтық тепе-теңдік өзгерісіне алып келеді. б) Суретінде осы өзгерістерді көрсетеді.

Егер сұраныс өссе, сұраныс қисығы D2-ге оңға қарай жылжыса, свитер үшін нарықтық баға \$ 25-ке дейін көтеріледі. Мұндай баға кезінде әрбір фирма өз өндірісін күніне 9 свитерге дейін ұлғайта отырып, пайданы арттырады. Нарық шығарылымы күніне 9000 свитерге дейін артады.



(b) Change in equilibrium

Егер сұраныс азаяп, сұраныс қисығы D3-ке солға жылжытылса, нарықтық баға \$ 17-ге дейін

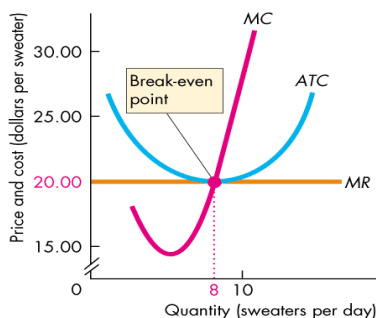


төмендейді. Мұндай баға кезінде әрбір фирма өнімді шығаруды азайтып, пайданы барынша арттырады. Егер әрбір фирма күніне 7 свитер өндірсек, онда нарықтық шығарылым күніне 7000 свитерге дейін азаяды.

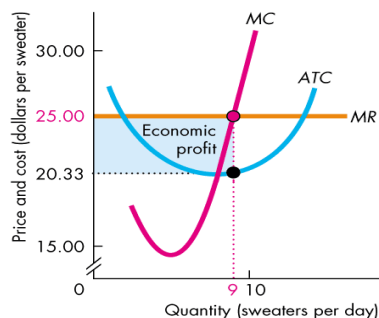
Егер сұраныс қисығы D3 қарағанда солға ығысса, свитер үшін нарықтық баға \$17 деңгейінде қалады, себебі нарықтық ұсыныс қисығы осы баға бойынша көлденең болып келеді. Кейбір фирмалар күніне 7 свитер шығаруды жалғастырса, ал басқалары уақытша жабылады. Фирмалар осы екі қызмет түріне немқұрайлы қарайды және олар белгілі бір таңдауларына қарамастан, жалпы тұрақты шығындарға тең экономикалық шығындарды көтереді. Өндірісті жалғастыратын фирмалар көлемі, свитер үшін \$17 бағасы бойынша нарықтық сұранысты қанағаттандыру үшін жеткілікті болады. Нарықта сұраныстың өсуі қисықты оңға жылжытады: баға өседі және көлемі артады. Нарықта сұраныстың кемуі қисықты солға жылжытады: баға кемиді және саны азаяды.

Қысқа мерзімдегі фирманың табысы мен шығыны.

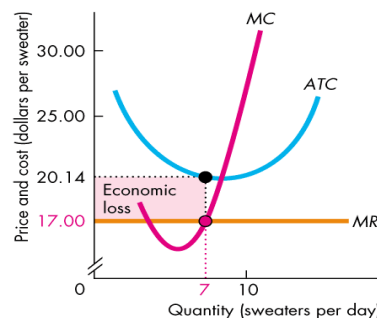
Қысқа мерзімді тепе-теңдікте фирма максималды пайда әкелетін өнімді өндірсек де, оған экономикалық пайда алу міндетті. Бұл орын алуы мүмкін, бірақ балама ретінде бұл шығынсыз немесе экономикалық шығындарға әкелуі мүмкін. Свитерге экономикалық пайда (немесе шығын) - бұл бағаны, P орташа жалпы шығыннан, ATC алып тасғанға тең болады. Егер баға орташа жалпы шығынға тең болса, фирма шығынсыз қалады-кәсіпкер қалыпты пайда алады. Егер баға орташа жалпы шығыннан асып кетсе, фирма экономикалық пайда алады. Егер баға орташа жалпы шығыннан аз болса, фирма экономикалық шығындарды көтереді. Келесі суретте Campus Sweaters фирмасы үшін осы үш ықтимал қысқа мерзімді пайда нәтижесін көрсетеді. Бұл нәтижелер нарықтық сұраныстың үш түрлі деңгейіне сәйкес келеді.



(a) Break even



(b) Economic profit



(c) Economic loss

(a) Суретінде баға шығынның орташа есебіне ТЕҢ және фирма нөлдік немесе қалыпты пайдаға ие (бұл нүкте шығынсыздық нүктесі деп аталады- breaks even).

(b) Суретінде, баға жалпы орташа шығыннан асып тұрғандықтан фирма оң экономикалық табысқа ие

(c) Суретінде баға жалпы орташа шығыннан кем болғандықтан, фирма кері экономикалық табысқа ие

Қысқа мерзімді тепе-теңдікте фирма экономикалық табысқа, шығынсыздық нүктесіне ие болуы мүмкін және экономикалық жоғалтуға ұшырауы мүмкін.

Осылардың тек бір жағдайда ғана толық ұзақ мерзімді тепе-тең болуы мүмкін, себебі фирмалар нарыққа кіруі немесе шығуы мүмкін.

Ұзақ мерзімдегі шығарылым, баға және табыс.

Нарыққа шығу - нарыққа жаңа фирмалар шыққан кезде және фирмалар саны көбейгенде болады, яғни жаңа фирмалар табысы бар жұмыс істеп тұрған фирмалары бар нарыққа (сала) кіреді.

Нарықтан шығу кезінде қолданыстағы фирмалар нарықтан шығады және фирмалардың саны азаяды, яғни фирмалар экономикалық шығынға ұшыраған кезде нарықтан кетеді.

Уақытша экономикалық пайда және уақытша экономикалық шығындар кіріс пен шығысты тудырмайды. Оларды тұрақты экономикалық пайда тудырады.

Кіріс пен шығыс нарықтық бағаға, әр фирманың өнім көлеміне және оның экономикалық пайдасына (немесе шығын) әсер ететін нарықтық ұсынысты өзгертеді.

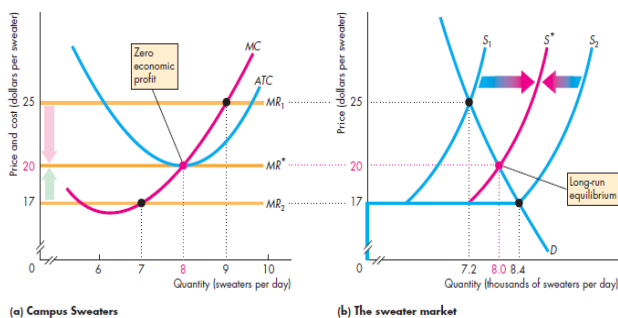
Егер фирмалар нарыққа шығатын болса, ұсыныс ұлғаяды және ұсыныс қисығы оңға жылжиды. Ұсыныстың ұлғаюы нарықтық бағаны төмендетеді және соңында экономикалық пайданы болдырмайды. Экономикалық пайда нөлге жеткенде кіріс тоқтатылады.



Егер фирмалар нарықтан кетсе, ұсыныс азаяды, ал ұсыныс қисығы солға ығысады. Нарықтық бағасы өседі, ал экономикалық шығыны азаяды. Ақыр соңында, экономикалық шығындар жойылады және шығыс тоқтатылады.

Ойды жинақтасақ:

- Жаңа фирмалар фирмалары бар, экономикалық пайда алатын нарыққа шығады.
- Жаңа фирмалар нарыққа шыққан кезде нарықтық баға құлдырайды, ал әр фирманың экономикалық пайдасы азаяды.
- Фирмалар экономикалық шығын әкелетін нарықты тастап кетеді.
- Фирмалардың нарықтан кеткеніне қарай нарықтық баға өседі, ал қалған фирмалардың экономикалық шығындары азаяды.
- Фирмалар нөлдік экономикалық пайда алған кезде кіріс пен шығыс тоқтайды.



Свитерлер нарығы шығыс қисығы бар 800 фирмдан тұрады. а). Суретте нарықтық сұраныстың қисығы-D, нарықтық ұсыныстың қисығы-S1, ал свитер бағасы-b) суретте бейнеленген. Әрбір фирма күніне 9 свитер өндіреді және экономикалық пайда алады.

Бұл экономикалық пайда нарыққа жаңа фирмалар үшін белгі болып табылады. Нарыққа кіруіне қарай ұсыныс ұлғаяды және нарықтық ұсыныстың қисығы S* жағына оңға қарай жылжиды. Сұранысты өзгертпей ұсынысты арттырады, нарықтық баға біртіндеп төмендейді 25 \$ бастап 20 \$ дейін. Бұл төмен бағамен әрбір фирма нөлдік экономикалық пайда алып, тоқтайды.

Нарыққа шығу өнім шығарудың ұлғаюына әкеледі, бірақ әр фирманың шығарылымы азаяды. Баға төмендегендіктен, әрбір фирма ұсыныс қисығы бойынша төмен қозғалады және аз өндіреді. Фирмалар саны ұлғаятындықтан, нарық көп өндіреді.

Нарықтағы 1 свитердің бағасы \$25 болғанда, фирмалар экономикалық табысқа ие болады.

Нарықтан шығу туралы толығырақ.

Свитерлер нарығы 1200 фирмдан тұрады.а) суретте Нарықтық сұраныстың қисығы-D, нарықтық ұсыныстың қисығы-S2, ал бағасы - \$ 17 б) суретте көрсетілген. Әрбір фирма күніне 7 свитер өндіреді және экономикалық шығындарды көтереді.

Бұл экономикалық шығындар нарықтаншығу үшін фирмалар үшін белгі болып табылады. Шығарылым шамасына қарай ұсыныс азаяды, ал нарықтық ұсыныстың қисығы солға қарай S* жағына жылжиды. Ұсыныс сұранысты өзгертпестен азайғандықтан, нарықтық баға бірте-бірте \$ 17-ден \$20-ға дейін артады. Мұндай жоғары баға жағдайында шығындар жойылады, әрбір фирма нөлдік экономикалық пайда алады, ал шығарылым тоқтатылады.

Шығу нарықтық өнімнің төмендеуіне әкеледі, бірақ әр фирманың өнімі артады. Баға өссе, әрбір фирма ұсыныс қисығы бойынша жоғары жылжиды және көп өндіреді. Фирмалар саны аз болғандықтан, нарық аз өндіреді.

Ұзақ мерзімді кезеңдегі тепе-теңдік.

Енді біз экономикалық пайданың нарыққа қалай кірітетінін көрдік, бұл өз кезегінде пайданы болдырмайды. біз сондай-ақ экономикалық шығындардың нарықтан шығаратынын көрдік, өз кезегінде бұл шығындарды жояды.

Экономикалық пайда мен экономикалық шығын жойылып, ал кіріс мен шығыс тоқтатылған кезде, бәсекелес нарық ұзақ мерзімді тепе-теңдікте болады.

Сіз бәсекелес нарық өзінің ұзақ мерзімді тепе-теңдігіне қалай бейімделетінін көрдіңіз. Бірақ бәсекелестік



Кітап: Микроэкономика

Дәріс: Жетілген бәсекелестік нарығындағы қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді өнеркәсіп

нарық ұзақ мерзімді тепе-теңдік жағдайында сирек кездеседі. Оның орнына ол ұзақ мерзімді тепе-теңдікте тұрақты және тынымсыз дамиды.

Нарықтар үнемі сұранысты өзгертетін талғамдардағы өзгерістерге және шығындарды өзгертетін технологиядағы өзгерістерге бейімделеді.

Келесі дәрістерде біз бәсекелестік нарық талғамдары мен технологиялардың өзгеруіне қалай жауап беретінін және ресурстарды неғұрлым құнды пайдалануына қалай бағыттайтынын қарастыратын боламыз.