



20-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ  
АШЫҚ  
УНИВЕРСИТЕТІ

# МИКРОЭКОНОМИКА

Жетілген бәсекенің тиімділігі





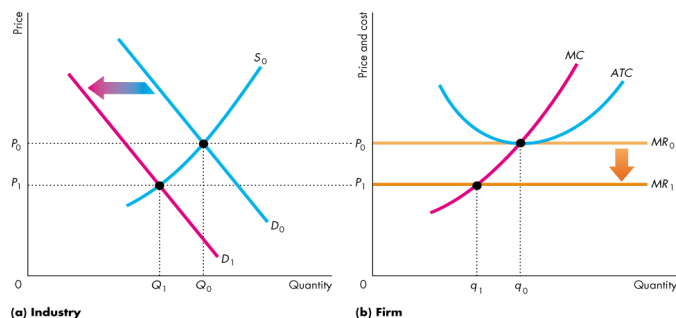
- Сұраныстың және технологиялық жетілдірудің әсерінен болатын өзгерістерді анықтау
- Неге жетілген бәсеке тиімді?
- Талғамдардың өзгерісі мен технологияның жетілуі.

Темекі шегудің денсаулыққа қауіптілігі туралы ақпаратты беруді арттыру, темекі өнімдеріне сұраныстың төмендеуін алып келді. 90-шы жылдары қымбат емес автокөлік және әуе тасымалдарын дамыту, поездар мен алыс жүретін автобустарға сұраныстың төмендеуіне алып келді. Жартылай өткізгіш электроника, теледидар мен радио жөндеу қызметтеріне сұранысты азайтады. Сапалы арзан киім жасау тігін машиналарына деген сұранысты төмендетті. Бәсекелестік нарықта оның өнімдеріне деген сұраныстың тұрақты төмендеуі кезінде не болады?

Технологиялық жетістіктер өндіріс шығындарын үнемі төмендетеді. Жаңа биотехнологиялар көптеген тамақ және фармацевтика өнімдерін өндіруге арналған шығындарды күрт төмендетті. Жаңа электрондық технологиялар іс жүзінде барлық тауарлар мен қызметтер өндірісінің құнын төмендетті. Бәсекелестік нарықта тауардың өзіндік құнын технологиялық өзгерістер қалай төмендетеді?

Осы сұрақтарға жауап беру үшін мінсіз бәсекелестік теориясын қолданаық.

### Сұраныстың тұрақты өзгерісі



а) Суретте бастапқыда ұзақ мерзімді тепе-теңдікте болатын бәсекелес нарық көрсетілген. Сұраныс қисығы- $D_0$ , ұсыныс қисығы- $S_0$ , нарықтық баға- $P_0$ , ал нарықтық өнім- $Q_0$ . (b) суретте осы бастапқы ұзақ мерзімді тепе-теңдікте бір фирма көрсетілген. Фирма  $q_0$  өндіреді және нөлдік экономикалық пайда алады.

Енді сұраныс азаяды және сұраныс қисығы солға  $D_1$ -ге ығысады деп болжайық. а) суретте нарықтық баға  $P_1$ -ге дейін түседі, ал нарықтың ұсыныс көлемі  $S_0$ -ден  $Q_1$ -ге дейін төмендейді. (b) суретте фирма тап болатын жағдай көрсетілген. Нарықтық баға қазір фирманың ең төменгі орташа жалпы шығынан төмен, сондықтан фирма экономикалық шығындарды көтереді. Бірақ өз шығындарын азайту үшін фирма шекті шығындарды тең бағамен сақтау үшін өз шығарылымын түзетеді.  $P_1$  бағасы бойынша әр фирма  $q_1$  өнімін өндіреді. Қазір нарық қысқа мерзімді тепе-теңдікте емес, өйткені әрбір фирма экономикалық шығындарды көтереді-оның орташа жалпы шығыны бағадан асады.

Егер әрбір фирма пайданы барынша арттырса, ол қысқа мерзімді тепе-теңдікте болады.

Экономикалық шығындар-кейбір фирмалар үшін нарықтан шығуға белгі болады. Бұл ретте қысқа мерзімді нарықтық ұсыныс азаяды, ал нарықтық ұсыныстың қисығы біртіндеп солға ығысады. Нарық ұсынысының азаюына қарай баға өседі. Әрбір жоғары баға кезінде фирма пайдасын максималдайды, сондықтан нарықта қалатын фирмалар өз өнімін бағаның өсуіне қарай ұлғайтады. Әрбір фирма өзінің шекті шығыны немесе b) суреттегі ұсыныс қисығы бойынша жоғары қозғалады. Басқаша айтқанда, кейбір фирмалар нарықтан шығып кеткендіктен нарықта өнім көлемі азаяды, ал қалатын фирмалар өнімінің көлемі ұлғаяды.

Осы суретте нарықтың ұзақ кезеңдегі сұраныстың тұрақты кемуінің нәтижесіндегі әсері көрсетілген.

Сонымен, сұраныстың азаюы нарықтық сұраныс қисығының сол жаққа жылжуын көрсетеді. Нарықтық баға түсіп, әрбір фирма шығарылым көлемін азайтады. Енді нарықтық баға әрбір фирманың орташа шығынының минимумынан төмен болады. Сол үшін фирмалар экономикалық шығынға ұшырайды. Экономикалық шығындар фирманың нарықтан шығуына итермелеп, нарықтық ұсынысты азайтады. Нәтижесінде нарықтағы бағалар да өсе бастайды. Нарықтағы тепе-теңдік өнімге деген бағаның фирмалардың орташа шығындарынан асқанда орын алады. Фирмалар қалыпты жағдайда, нөлдік, табыста болады, тіпті нарықтан да шықпайды.



Тұрақты сұраныстың өсуі алдыңғы көрсетілген суреттердегі құбылыстарға қарама-қарсы әсер береді.

Тұрақты өсудегі сұраныс, сұраныс қисығын оңға жылжытады. Өнімнің бағасы және көлемі өседі. Экономикалық пайда нарыққа шығуға итермелейді. Сол арқылы қысқа мерзімді ұсыныс қисығын оңға жылжытады. Баға өскен сайын өнім саны арта бастайды. Құлап жатқан бағамен әрбір фирма өз ұсынысын азайтады, яғни өзінің шекті шығындар қисығында қозғалуы арқылы MC (сұраныс қисығы) жаңа ұзақ мерзімді тепе-теңдік өнім бағасы өнімге кететін жалпы орташа шығындарды минимумына жеткенде болады. Фирмалардың нарыққа шығуға ынтасы болмаса, оларда нөлдік пайда болады.

Ескі және жаңа тепе-теңдік арасындағы басты ұзақ мерзімді айырмашылық – бұл нарықтағы фирмалар саны. Жаңа тепе-теңдікте көп фирмалар тепе-тең өнімдер шығарады.

### Экстерналды экономия және дисэкономия.

Тепе-теңдік бағалардың ұзақмерзімді кезеңдегі өзгерістеріндегі сұраныстың тұрақтылығы экстерналды экономия мен дисэкономияға байланысты.

Экстерналды экономия – бұл нарықтық өнімнің өсуіне байланыста фирманың шығындарын төмендететін жеке фирманың бақылауындағы факторлар.

Экстерналды дисэкономиялар - бұл фирманың бақыланбайтын, нарықтық өнімнің өсуіне қарай оның шығындарын арттыратын факторлар.

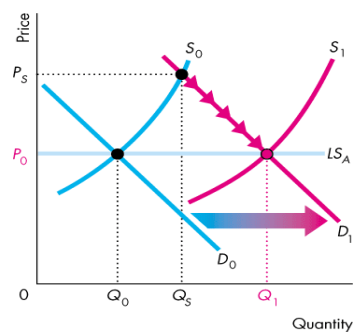
Экстерналды экономия немесе дисэкономия жоқ болған кезде, фирманың шығындары өнім көлемі өскен тұрақты болады.

Ұзақ мерзімді нарықтық ұсыныс қисығы әрбір фирманың ішкі өзгерістерін және нарықтағы фирмалар санын қоса алғанда, барлық мүмкін болатын түзетулерді енгізгеннен кейін нарықтық бағаның өзгеруіне қарай нарықтағы жеткізілетін өнімнің саны қалай өзгередінін көрсетеді.

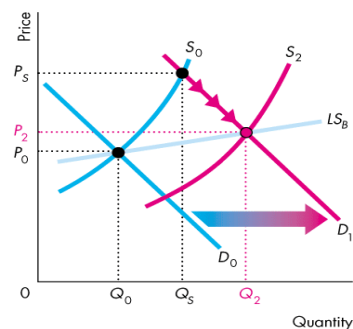
(А) суретінде экстерналды экономия және дисэкономияның жоқтығынан, сұраныстың ұзақмерзімді кезеңде өзгермейтінін көрсетеді. Ұзақмерзімді ұсыныс қисығы  $LS_A$  - горизонталды ұзақ мерзімді нарықтық ұсыныс қисығы ( $LS_A$ ) өте икемді. Бұл ретте  $D_0$ -ден  $D_1$ -ге сұраныстың тұрақты өсуі ұзақ мерзімді перспективадағы бағаға ешқандай әсер етпейді. Сұраныстың артуы баға шындырының уақытша өсуіне алып келеді, ал қысқа мерзімді перспективада саны  $Q_0$ -дан  $Q_S$ -ге дейін артады. Кіріс  $S_0$ -ден  $S_1$ -ге дейін қысқа мерзімді ұсынысты арттырады.

(В) суреті экстерналды экономия және дисэкономияның бар екендігін көрсетеді. Сәйкесінше, сұраныстың өсуі ұзақ мерзімді кезеңдегі бағаның өсуін көрсетеді. Ұзақ мерзімді ұсыныс қисығы  $LS_B$  оң нәтижеге ие. Ұзақ мерзімді нарықтық ұсыныстың қисығы ( $LS_B$ ) жоғарыға еңкейеді.  $D_0$ -ден  $D_1$ -ге сұраныстың тұрақты өсуі қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді перспективада бағаны арттырады. Сұраныстың артуы баға шындырының уақытша өсуіне алып келеді, ал қысқа мерзімді перспективада саны  $Q_0$ -дан  $Q_S$ -ге дейін артады. Кіріс  $S_0$ -ден  $S_2$ -ге дейін қысқа мерзімді ұсынысты арттырады, бұл  $P_S$ -ден  $P_2$ -ге дейін бағаны төмендетеді және  $Q_2$ -ге дейін санын арттырады.

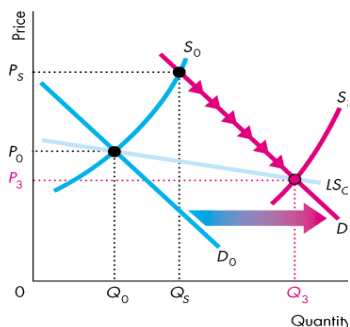
(С) суреті экстерналды экономияның бар екенін көрсетіп, сұраныстың артуы бағаның ұзақ мерзімді кезеңде төмендеуін көрсетеді. Ұзақ мерзімді ұсыныс қисығы  $LSC$  теріс нәтижеге ие. Ұзақ мерзімді нарықтық ұсыныстың қисығы ( $LSC$ ) төмен қарай еңкейеді.  $D_0$ -ден  $D_1$ -ге сұраныстың тұрақты өсуі қысқа мерзімді перспективада бағаны арттырады және оны ұзақ мерзімді төмендетеді. Тағы да, сұраныстың артуы баға шындырының уақытша өсуіне алып келеді, ал қысқа мерзімді перспективада саны  $Q_0$ -дан  $Q_S$ -ге дейін артады. Кіріс  $S_0$ -ден  $S_3$ -ке дейін қысқа мерзімді ұсынысты арттырады, бұл  $P_3$ -ке дейін бағаны төмендетеді және  $Q_3$ -ке дейін санын арттырады.



(a) Constant-cost industry



(b) Increasing-cost industry



(c) Decreasing-cost industry

Мысалы, XIX және XX ғасырдың басында ауыл шаруашылығы өндірісі көлемінің ұлғаюына қарай фермерлерге көрсетілетін қызметтер кеңейтілді. Жаңа фирмалар ауыл шаруашылығы техникасы мен тыңайтқыштарды әзірлеуге және маркетингке маманданған. Нәтижесінде фермада орташа шығындар төмендеді. Фермалар экстремалды экономиканың артықшылықтарын пайдаланады. Нәтижесінде, ауыл шаруашылығы өніміне сұраныстың өсуіне қарай өндіріс көлемі ұлғайып, баға құлдырады.

## Технологиядағы өзгеріс.

Ойлап табылған жаңа технологиялар шығындарды төмендетеді. Жаңа технология фирмаларға өнім өндірудегі орташа шығындар мен шекті шығындарды төмендетеді. Яғни, шығындар қисығы төменге жылжиды. Жаңа технологиялар пайдаланатын фирмалар табысқа кеңеледі. Жаңа технологиясы бар фирмалар нарыққа кіріп, ал ескі технологиясы бар фирмалар не нарықтан шығады, не жаңа технологияларға бейімделеді. Нарықтағы ұсыныс өсіп, ұсыныс қисығы оңға жылжиды. Баға төмендейді және өнімдер саны артады.

Нәтижесінде, жаңа ұзақ мерзімді тепе-теңдік орнығады. Онда барлық фирмалар жаңа технологияларды қолданады, баға жалпы шығындар минимумына жетеді. Ал әрбір фирма нөлдік экономикалық пайда алады.

## Бәсекелестік және тиімділік.

### Ресурстарды пайдалану тиімділігі.

Біз адамдар ең көп бағалайтын тауарлар мен қызметтерді өндіргенде ресурстарды тиімді пайдалануға тырысамыз. Егер біреу жақсы болса, ал біреу нашар болса, ресурстар тиімді пайдаланылмайды. Біз ешкімге қажет емес және ешкім ешқашан пайдаланбайтын компьютерді шығарамыз, сонымен қатар кейбір адамдар көп бейне ойындарды талап етеді. Егер біз компьютерлерді аз өндірсек және көп бейне ойындарды өндіру үшін пайдаланылмайтын ресурстарды қайта бөлсек, кейбір адамдарға жақсы болады және ешкім зардап шекпейді. Сондықтан ресурстарды бастапқыда бөлу тиімсіз.

Шекті әлеуметтік пайда шекті әлеуметтік шығынға тең болған кезде ресурстарды пайдалану тиімді. Компьютер мен бейне ойындармен мысалда, бейне ойындардың шекті әлеуметтік пайдасы оның шекті әлеуметтік шығындарынан асып түседі; компьютердің шекті әлеуметтік шығындары оның шекті әлеуметтік пайдасынан асып түседі. Сондықтан, аз компьютерлер мен көп бейне ойындар жасай отырып, біз ресурстарды құнды пайдалану жағына жылжытамыз.

### Таңдау, тепе-теңдік және тиімділік.

Біз ресурстарды тиімді пайдалануды сипаттау үшін тұтынушылар мен бәсекеге қабілетті фирмалардың қабылдаған шешімдері мен нарықтық тепе-теңдік туралы білімімізді пайдалана аламыз.

### Таңдау.

Тұтынушылар ең жоғары құндылықты алу үшін өз бюджеттерін бөледі. Біз тұтыну сұранысының қисығын бюджетті тиімді бөлу және бағаның оң өзгерісі ретінде аламыз. Осылайша, тұтынушылар сұраныс қисығы нүктелерінде өз ресурстарынан барынша пайда алады. Егер адамдар тауар немесе қызмет көрсетуді тұтыну кезінде пайданы өздері ғана алса, онда нарықтық сұраныс қисығы пайданы бүкіл қоғам үшін өлшейді және ол шекті әлеуметтік табыс қисығы болып табылады.

Бәсекеге қабілетті фирмалар пайданы барынша көбейтетін көлемде өнім өндіреді. Біз әр баға бойынша максималды пайда табу арқылы фирманың ұсыныс қисықтарын шығарамыз. Осылайша, фирмалардың ұсыныс қисығы барлық нүктелерінде өз ресурстарынан барынша пайда алады. Егер тауар немесе қызмет



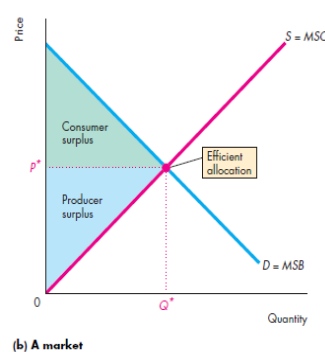
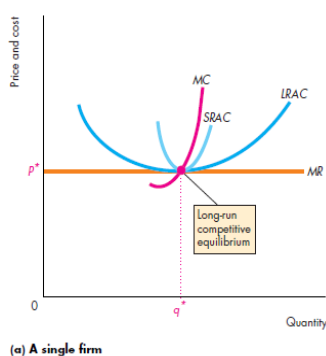
өндіретін фирмалар өндірістің барлық шығындарын көтерсе, онда нарықтық ұсыныс қисығы бүкіл қоғам үшін шекті шығындарды өлшейді, ал нарықтық ұсыныс қисығы шекті әлеуметтік шығындардың қисығы болып табылады.

Бәсекелік ұсыныстың қисығы фирманың өнім шығаруы ретінде, табысты максимизациялап, тауар бағасы өзгергенде ғана өзгереді.

Сол себепті, фирмалар ұсыныс қисығының маңындағы барлық нүктелерден үлкен қайтарым көреді. Экстерналды (сыртқы) шығындарсыз, нарықтық ұсыныс қисығы шекті әлеуметтік шығындар MSC қисығына айналады.

### Тепе-теңдік және тиімділік.

Шекті әлеуметтік пайда шекті әлеуметтік шығындарға тең болған кезде ресурстар тиімді пайдаланылады. Бәсекелестік тепе-теңдік осындай тиімді нәтижеге әкеледі, өйткені сыртқы әсерсіз баға тұтынушылар үшін шекті әлеуметтік пайдаға тең, ал баға өндірушілер үшін шекті әлеуметтік шығындарға тең болып келеді.



Сурет ұзақ мерзімді тепе-теңдікте жасалған бәсекелестіктің тиімділігін көрсетеді. (а) суреті жеке фирманы, ал (б) сурет - нарықты көрсетеді. Тепе-тең нарықтық баға  $P^*$ -ға тең. Мұндай баға кезінде әрбір фирма нөлдік экономикалық пайда алады және әр фирмада зауыт бар, ол ең төмен мүмкін болатын орташа жалпы шығындар кезінде өндіруге мүмкіндік береді. Тұтынушылар барынша тиімді жағдайда болады, өйткені тауарды неғұрлым төмен бағамен өндіріле алмайды, ал баға осы ең төмен мүмкін болатын шығынға тең болады.

(б) суретте тұтынушылар нарықтық сұраныс қисығының барлық нүктелерінде өз ресурстарынан максималды қайтарымын алады,  $D = MSB$ . Тұтыну профициті-бұл жасыл аймақ. Өндірушілер нарықтық ұсыныс қисығының барлық нүктелерінде өз ресурстарынан барынша пайда табады,  $S = MSC$ . Артық өндірушілер-бұл көк аймақ. Ресурстар  $Q^*$  мөлшерінде және  $P^*$  бағасында тиімді қолданылады. Осы тұрғыдан шекті әлеуметтік табыс шекті әлеуметтік шығынға тең және жалпы артық (өндірушінің артық сомасы мен тұтынушының артық сомасы) барынша жоғары болады.

Мінсіз бәсекелестік жағдайында болатын фирмалар ұзақ мерзімді тепе-теңдіктен тыс болған кезде не кіру не шығу орын алады және нарық суретте көрсетілген жағдайға қарай жылжиды. Бірақ нарық әлі де тиімді. Әзірше шекті әлеуметтік пайда (нарықтық сұраныс қисығында) шекті әлеуметтік шығындарға тең (нарықтық ұсыныс қисығында), нарық тиімді. Бірақ тек ұзақ мерзімді тепе-теңдікте тұтынушылар ең аз ықтимал бағаны төлейді.