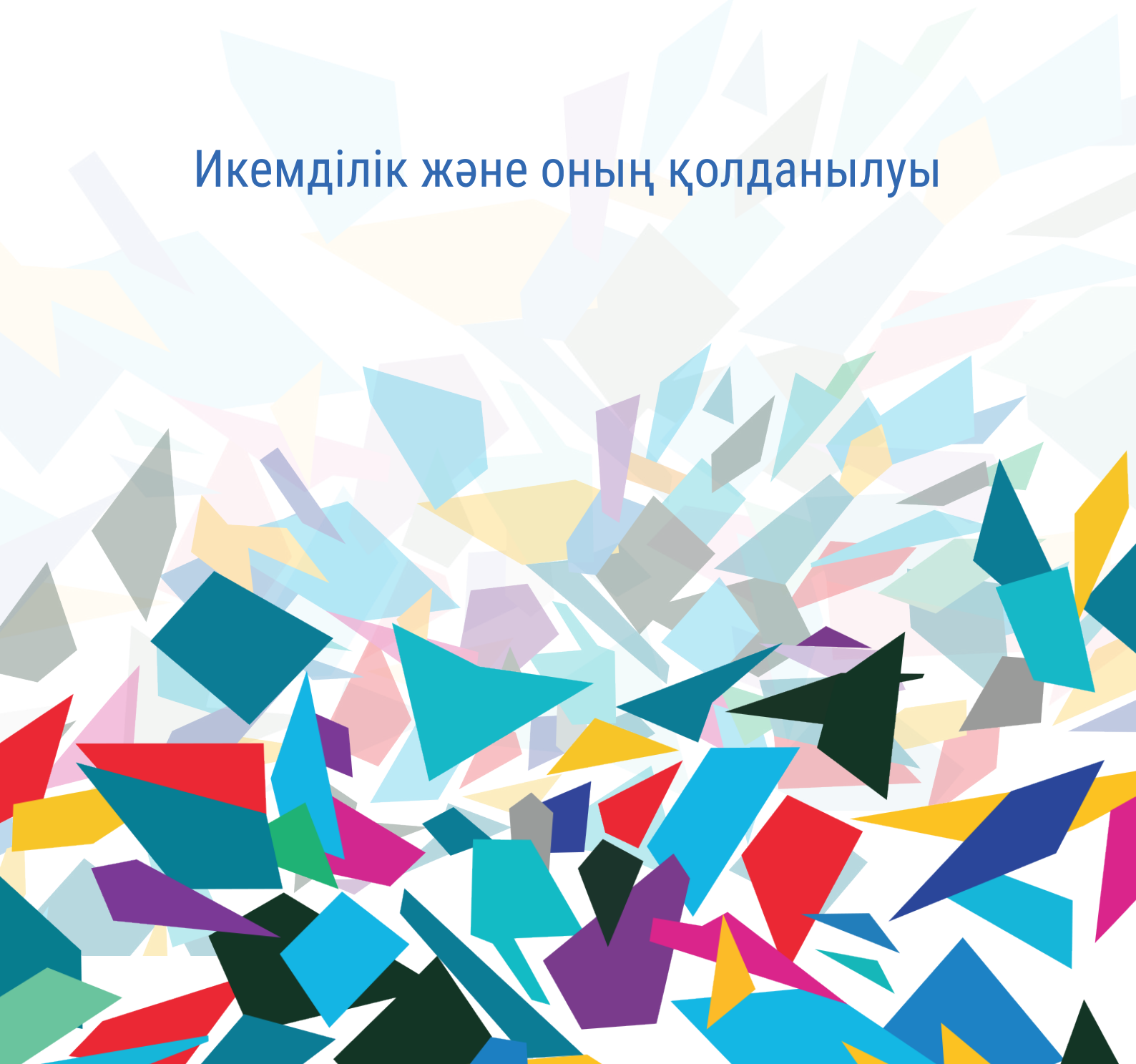




## ЭКОНОМИКС

### Икемділік және оның қолданылуы



**Дәрістің жоспары:**

1. Икемділік ұғымы және сұраныстың баға икемділігі.
2. Сұраныстың табыс икемділігі.
3. Сұраныстың қиылысқан икемділігі.
4. Ұсыныстың баға икемділігі.

**1. Икемділік ұғымы және сұраныстың баға икемділігі**

Бұл сұрақта икемділік ұғымын қарастырамыз. Икемділіктің тәжірибеде маңызы өте зор. Себебі тұтынушылар да, өндірушілер де икемділікке көңіл бөледі, ол қандай бір фактордың әсерінен олардың қабылдайтын шешімдерінен қандай нәтиже шығатынын көрсетеді.

Икемділік ұғымы сатушылар мен сатып алушылардың нарықтық өзгерістерге жауап беруінің қандай да бір деңгейдегі өлшемі және осы теория туралы білім сіздер сияқты тыңдаушыларға және экономистерге сұраныс пен ұсынысты асқан дәлдікпен талдауға мүмкіндік береді. Енді икемділікке анықтама берейік.

Икемділік – сұраныс көлемі мен ұсыныс көлемінің қандай да бір анықтаушы факторларға қатысты сезімталдық өлшемі. Икемділіктің сандық мәнін есептеу үшін икемділіктің коэффициенті қолданылады. Ал, икемділік коэффициенті – бір айнымалының 1 пайызға өзгеруі нәтижесінде екінші бір айнымалының соған байланысты қанша пайызға өзгеретінін көрсететін сандық көрсеткіш. Икемділіктің мәні нөлден шексіздікке дейін өзгеріп отырады. Икемділік сұранысқа да, ұсынысқа да әсер етеді. Ең алдымен, икемділіктің сұранысқа қалай әсер ететіндігін қарастыру қажет. Икемділік ұғымына осылай анықтама бергеннен кейін, алдымен сұраныс икемділігінің түрлерін қарастырып өтеміз. Соларға жеке-жеке тоқталайық.

1. Сұраныстың баға икемділігі – бұл тауар бағасының бір пайызға өзгергендегі сұраныс көлемінің салыстырмалы өзгеру реакциясының сезімталдылығын сипаттайтын көрсеткіш коэффициенті. Тәжірибелік мәні жағынан, икемділіктің абсолюттік шамалары емес, салыстырмалы шамалары ғана маңызды болады. Бұл айтпаса да түсінікті. Мысалы, біз «Сникерстің» бағасы 10 теңгеге өсті десек, онда оның өзгеруін байқамау мүмкін емес, өйткені ол тауар үшін бағаның осылай өсуі өте маңызды, сондықтан ол сұраныс көлемін айтарлықтай өзгертеді. Ал «Вольво» автокөлігіне баға 10 теңгеге өсті десек, онда оның өзгеруі тұтынушының сұраныс көлеміне мүлдем әсер етпейді. Сондықтанда, баға мен сұраныс көлемінің өзгеруі салыстырмалы шамада мынадай формуламен беріледі:

$$EDP = \Delta Q\% / \Delta P\%, \text{ немесе}$$

Сұраныстың баға икемділігі = Сұраныс көлемінің пайыздық өзгерісі / Бағаның пайыздық өзгерісі мұндағы, EDP – сұраныстың бағалық икемділігінің мәнін көрсететін коэффициент;  $\Delta Q\%$  – сұраныс көлемінің салыстырмалы өзгеруі;  $\Delta P\%$  – бағаның салыстырмалы өзгеруі. Сұраныстың бағаға икемділігіне байланысты бес түрі бар. Солардың анықтамаларына тоқталып өтейік.

1) Икемді сұраныс – бағаның өзгеруіне қарағанда сұраныс көлемінің көбірек өзгеруін көрсететін жағдай, бұл жерде икемділіктің мәні 1-ден жоғары болады,  $EDP > 1$  (бұл сұраныс көлемінің бағаға қарағанда тез өсетіндігін немесе кемитіндігін білдіреді).

2) Икемсіз сұраныс – бағаның өзгеруіне қарағанда сұраныс көлемінің азырақ өзгеруін көрсететін жағдай, бұл жерде икемділіктің мәні 1-ден төмен болады,  $EDP < 1$  (бұл сұраныс көлемінің бағаға қарағанда баяу өсетіндігін немесе кемитіндігін білдіреді).

3) Бірлік икемді сұраныс – бағаның және сұраныс көлемінің бір пропорцияда өзгеруін көрсететін жағдай, бұл жерде икемділіктің мәні 1-ге тең болады,  $EDP = 1$  (бұл бағаның қанша пайызға өзгерсе, сұраныс көлемінің де сонша пайызға өзгеретіндігін білдіреді).

4) Абсолютті (өте) икемді сұраныс – бағаның өте аз өзгеруіне немесе мүлдем өзгермеуіне орай сұраныс көлемінің шексіз өзгеруін көрсететін жағдай, мұнда икемділіктің мәні шексіздікке ұмтылады,  $EDP = \infty$ .



5) Абсолютті (өте) икемсіз сұраныс – бағаның өзгеруі сұраныс көлемін мүлдем өзгерпейтін немесе салыстырмалы өте аз өзгертетін көрсететін жағдай, мұнда икемділіктің мәні нөлге тең,  $EPD = 0$ . Өте икемді және өте икемсіз сұраныстың түрлерін икемділіктің ең шеткі немесе сирек кездесетін жағдайлары деп атайды.

Сұраныстың баға бойынша икемділігінің осы түрлерін сызбалар мен кестелер арқылы сипаттауға болады («Экономикс» оқулығында икемділік бойынша түрлі кестелер мен сызбаларды қарап, түсінуге болады).

Бағалық икемділік пен жалпы түсім арасында өзара байланыс болады. Жалпы түсім сатылған өнім көлемі мен оның бағасының көбейтіндісіне тең:  $TR = PQ$ , мұнда  $TR$ -жалпы түсім (табыс);  $P$ -баға;  $Q$ -көлем.

Егер сұраныс бағаға икемді болса ( $EPD > 1$ ), онда бағаның төмендеуі жалпы түсімді арттырады, және керісінше, егер сұраныс баға бойынша икемді болса, онда бағаның жоғарылауы жалпы түсімді қысқартады. Ал егер сұраныс баға бойынша икемсіз болса ( $EPD < 1$ ), онда бағаның төмендеуі жалпы түсімді қысқартады, және керісінше, сұраныс бағаға икемсіз болса, онда бағаның жоғарылауы жалпы түсімді арттырады.

Сұраныстың бағалық икемділігін айтқаннан кейін, икемділікке әсер ететін факторларды да атап өтуіміз керек.

Сұраныстың бағалық икемділігіне бірнеше маңызды факторлар әсер етеді:

1) нарықта алмастырушы тауарлардың болуы, субститут-тауарлар көп болған сайын ол тауарға сұраныс икемдірек;

2) тұтынушы бюджетіндегі тауардың үлес салмағы (ол үлес салмақ үлкен болған сайын сұраныстың бағалық икемділігі де жоғары);

3) табыс деңгейі;

4) тауардың сапасы: бұл жерде берілген тауардың қымбат бағалы тауар (әдетте, мұндай тауарларға деген сұраныс икемді) немесе бірінші қажеттіліктегі тауар (ал мұндай тауарлардың көпшілігіне сұраныс икемсіз), мысалы, нан, тұз, киім, аяқ киім, электроэнергия, т.б. сияқты бірінші қажеттіліктегі тауарларға деген сұраныс икемсіз болады, ал автомобиль, жиһаз, тұрмыстық техника, асыл тастар, т.б. сияқты қымбат бағалы тауарларға деген сұраныс икемді болады;

5) тауар қорының мөлшері: тауардың сақталған қоры көп болса, онда сол тауарға деген сұраныс икемді;

6) тұтынушының күтімі, егер қысқа мерзімде электроэнергияны тұтыну икемсіз болса, онда ол ұзақ мерзімде айтарлықтай икемді болуы мүмкін, яғни қысқа мерзімде біз электроэнергияны қажет ететін қолымыздағы электроприборлардан (тоңазытқыштан, басқа да энергияны қажет ететін техникалардан) бас тарта алмаймыз, бірақ уақыт өте келе энергияға баға өсе беретін болса, онда энергияны аз қажет ететін приборларды немесе тұрмыстық техникаларды тұтынуға көше бастаймыз.

Сонымен, баға сұранысқа қатысты тұтынушылардың сезімталдық реакцияларын туғызатын негізгі факторлардың бірі болады. Алайда біз байқағанымыздай, сезімталдық реакциясы нөлден бастап шексіздікке дейін ұмтылады.

Сұраныстың баға икемділігінің жоғарыда аталып өткен ерекшеліктеріне қарап, біз бұл сұрақтың тәжірибедегі маңыздылығы бар екендігін түсінуіміз керек. Сұраныстың бағалық икемділігіне осындай түсініктеме бергеннен кейін, біз келесі сұрақты тыңдауға көшеміз. Келесі сұрақта сұраныстың табыс икемділігі туралы сөз қозғаймыз.

## 2. Сұраныстың табыс икемділігі

Сұраныстың баға икемділігінен басқа, нарықтағы сатып алушылардың мінез-құлқын сипаттауда экономистер икемділіктің басқа да түрлерін қолданады. Енді осы түрлеріне тоқталып өтеміз. Соның бірі – сұраныстың табыс икемділігі. Алдымен, оның анықтамасын беріп алайық.



Сұраныстың табыс икемділігі – тұтынушы табысының пайыздық өзгеруіне байланысты тауарға деген сұраныс көлемінің пайыздық өзгеруін сипаттайтын сұраныстың сезімталдық дәрежесінің көрсеткіштік коэффициенті. Бұл икемділіктің коэффициенті мына формуламен беріледі:

$$EDI = \Delta Q\% / \Delta I\%, \text{ немесе}$$

Сұраныстың табыс икемділігі = Сұраныс көлемінің пайыздық өзгерісі / Табыстың пайыздық өзгерісі мұндағы, EDI – сұраныстың қиылысқан икемділігінің мәнін көрсететін коэффициент;  $\Delta Q\%$  – тауарға деген сұраныс көлемінің салыстырмалы өзгеруі;  $\Delta I\%$  – тұтынушы табысының салыстырмалы өзгеруі. Әрине, бұл жерде табыс деңгейі сұранысқа әсер ететін маңызды факторлардың бірі болғандықтан, оның өзгеруінен тауарлардың әр типіне деген сұраныс әртүрлі жағдайда өзгеріп отырады.

Егер табыстың пайыздық өзгеруі сұраныс көлемінің пайыздық өзгеруіне қарағанда кем болса, онда сұраныс табысқа икемді ( $EDI > 1$ ). Егер табыстың пайыздық өзгеруі сұраныс көлемінің өзгеруіне қарағанда артық болса, онда сұраныс табысқа икемсіз ( $EDI < 1$ ) болады. Мысалы, біріншіден, табыс өскенде қалыпты тауарларға да сұраныс артады және ол кемімелі оң тәуелділікпен сипатталады. Яғни, уақыт өткен сайын табыстың өсуіне қарағанда бұл тауарларға сұраныс баяу қарқынмен өсіп отырады. Сондықтан, қалыпты тауарлар үшін сұраныстың табысқа икемділігінің мәні нөлден үлкен және 1-ден кіші (оң) болады:  $0 < EDI < 1$ . Кәдімгі тауарлардың мысалына тамақ, киім-кешек, тұрмыстық тұтыну заттары жатады.

Екіншіден, табыс өзгергенде бірінші қажеттіліктегі тауарлар үшін сұраныс өзгермейді және табыс бойынша сұраныс өте икемсіз (нөлдік мәнді) болады:  $EDI = 0$ . Бірінші қажеттіліктегі тауарлардың мысалына тұз жатады.

Үшіншіден, табыс өскен сайын қымбат бағалы заттарға (сән-салтанат тауарлары) немесе ұзақ пайдаланылатын тауарларға сұраныс тез қарқынмен өседі. Мұндай тауарларға деген сұраныстың табысқа икемділігінің мәні әрқашанда 1-ден үлкен (оң) болып келеді:  $EDI > 1$ . Қымбат бағалы заттарға асыл тастар, қымбат автокөліктер, антиквариат бұйымдары, яхталар, тұрғын үйлер, т.б. жатады.

Төртіншіден, табыс өскенде қалыпты емес немесе сапасыз тауарға (арзан) сұраныс төмендей береді. Мұндай тауарларға деген сұраныстың табысқа икемділігінің мәні әрқашанда 0-ден кіші (теріс) болып келеді:  $EDI < 0$ . Бұл тауарлар бағасы және сапасы төмен жақын алмастырушылар болады, яғни табыс өскенде тұтынушылар оның сапалы алмастырушыларын тұтына бастайды деген сөз.

Сонымен, табыстың өзгеруіне байланысты осы аталған тауарларға деген сұраныс икемділіктерінің мәндерін мысал арқылы көрсете аламыз (Мәселен, «Экономикс» оқулығында осы сұрақ бойынша мысалдар келтірілген және олар сызбалар мен кестелер арқылы түсіндіріледі).

Олай болса, сұраныстың табысқа икемділігіне байланысты тауарлардың төрт түрі қалыптасады. Осы тауарлардың түрлеріне тоқталып өтеміз.

1. Қалыпты тауарлар – тұтынушы табысының өсуіне байланысты сұранысы артатын игіліктер, бірақ сұраныстың артуы табыстың өсуіне қарағанда кемімелі сипатта артады. Мысалы, табыс артқанда тұтынушы тауық етін тұтынуды азайтып, одан гөрі сапалырақ көрінетін сиыр немесе жылқы етіне сұранысты көбейтеді.

2. Сапасы төмен тауарлар – тұтынушы табысының өсуіне байланысты сұранысы төмендейтін игіліктер.

3. Бірінші қажеттіліктегі тауарлар – табыс деңгейіне байланысты емес, сұранысы өзгермейтін игіліктер. Мысалы, табыс қанша өзгерсе де, тұзға немесе нанға сұраныс өзгермейді.

4. Сән-салтанат тауарлары – тұтынушы табысының өсуіне байланысты сұранысы артатын игіліктер, бірақ сұраныстың артуы табыстың өсуіне қарағанда өспелі сипатта артады. Мысалы, жиһаз, яхта, көлік, үй тұрғызу, шетелде білім алу, т.б.

Біз сұраныстың табыс икемділігінің жоғарыда аталып өткен ерекшеліктеріне қарап, бұл сұрақтың тәжірибедегі маңыздылығы бар екендігін түсінуіміз керек.

Сонымен, жоғарыда аталған сұраныстың икемділік түрлерін бір-бірінен ажырата білуіміз керек.



### 3. Сұраныстың тоғыспалы икемділігі

Тұтынушылардың тауарлар мен қызметтерді сатып алу тәртібінде алмастырылатын және толықтырылатын игіліктердің орны ерекше. Соны түсіндіру үшін сұраныстың тоғыспалы икемділігін қарастырамыз. Алдымен, оның анықтамасын беріп алайық.

Сұраныстың тоғыспалы икемділігі – бір тауардың бағасының (X) пайыздық өзгеруіне байланысты сол тауарды алмастыратын немесе толықтыратын екінші бір тауарға (Y) деген сұраныс көлемінің пайыздық өзгеру дәрежесін көрсететін коэффициент. Бұл икемділіктің коэффициенті мына формуламен беріледі:

$$ED_{x,y} = \Delta Q_y\% / \Delta P_x\%, \text{ немесе}$$

Сұраныстың тоғыспалы икемділігі = 1 өнімге сұраныс көлемінің пайыздық өзгерісі / 2-өнім бағасының пайыздық өзгерісі мұндағы,  $ED_{x,y}$  – сұраныстың қиылысқан икемділігінің мәнін көрсететін коэффициент;  $\Delta Q_y\%$  – Y тауарына деген сұраныс көлемінің салыстырмалы өзгеруі;  $\Delta P_x\%$  – X тауары бағасының салыстырмалы өзгеруі.

Егер қиылысқан икемділіктің мәні ( $ED_{x,y} > 0$ ) 0-ден үлкен немесе оң сан болса, онда бұл қарастырылып отырған X және Y тауарлары – бірін-бірі алмастырушы (субститут) тауарлар болып саналады (кофенің бағасы өсетін болса, онда оны алмастыратын шәйға деген сұраныс артады). Егер қиылысқан икемділіктің мәні ( $ED_{x,y} < 0$ ) 0-ден кіші немесе теріс сан болса, онда бұл қарастырылып отырған X және Y тауарлары – бірін-бірі толықтырушы (комплемент) тауарлар болып саналады (фотопенкаға баға өссе, онда оны толықтыратын фотоаппаратқа сұраныс көлемі төмендейді). Ал егер қиылысқан икемділіктің мәні ( $ED_{x,y} = 0$ ) 0-ге тең болса, онда бұл қарастырылып отырған X және Y тауарлары – өзара тәуелсіз тауарлар деп саналады, яғни бұл екі тауардың арасында ешқандай байланыс жоқ деген сөз (мысалы, қаламға деген бағаның өсуі сүтке деген сұранысты өзгертпейді).

Сонымен, біз сұраныстың тоғыспалы икемділігін талдау арқылы алмастырушы, толықтырушы және өзара тәуелсіз тауарлардың бар екендігін анықтадық.

Құрметті тыңдаушылар сұраныстың тоғыспалы икемділігінің жоғарыда аталып өткен ерекшеліктеріне қарап, біз бұл сұрақтың тәжірибедегі маңыздылығы бар екендігін түсінуіміз керек.

Сұраныс икемділігінің осы түрлерін қарап болғаннан кейін, біз келесі сұрақта ұсыныс икемділігін талқылайтын боламыз.

### 4. Ұсыныстың баға икемділігі

Бұл сұрақта ұсыныс икемділігі туралы айтамыз. Ұсыныстың негізінен баға икемділігін қарастырамыз. Оның да анықтамасы бар. Соған тоқталайық.

Біз сұраныс икемділігінің негізгі түрлерін қарастырғаннан кейін ұсыныс икемділігін талдауға тоқтаймыз. Ұсынысқа әсер ететін басты фактор баға болғандықтан, бұл жерде ұсыныстың бағалық икемділігі деген түрі қарастырылады.

Ұсыныстың баға икемділігі – тауар бағасының бір пайызға өзгеруіне байланысты ұсыныс көлемінің салыстырмалы түрде қанша пайызға өзгеретінін және соған орай сезімталдық реакциясын көрсететін сандық коэффициент. Ұсыныстың бағаға икемділігінің көрсеткіштік мәні мына формуламен беріледі:

$$ESP = \Delta Q\% / \Delta P\%, \text{ немесе}$$

Ұсыныстың баға икемділігі = Ұсыныс көлемінің пайыздық өзгерісі / Бағаның пайыздық өзгерісі мұндағы, ESP – ұсыныстың бағалық икемділігінің мәнін көрсететін коэффициент;  $\Delta Q\%$  – ұсыныс көлемінің салыстырмалы өзгеруі;  $\Delta P\%$  – тауар бағасының салыстырмалы өзгеруі. Ұсыныстың бағаға икемділігінің коэффициенті әдетте оң сан болып келеді, өйткені өндірушілер ұсыныс заңына сүйене отырып аса жоғары бағамен сату көлемін арттыруға ынталы болады.

Ұсыныстың бағаға икемділігінің де сұраныстікіндей негізгі 5 түрі бар. Соларға тоқталып өтейік.

1) икемді ұсыныс – бағаның өзгеруіне қарағанда ұсыныс көлемінің көбірек өзгеруін көрсететін жағдай (ұсыныс көлемінің бағаға қарағанда тез өсетіндігін немесе кемитіндігін білдіреді),



бұл икемділіктің коэффициенті бірден жоғары ( $ESP > 1$ ), ал ұсыныс қисығы аса жатыңқы болып келеді;

2) икемсіз ұсыныс – бағаның өзгеруіне қарағанда ұсыныс көлемінің азырақ өзгеруін көрсететін жағдай (ұсыныс көлемінің бағаға қарағанда баяу өсетіндігін немесе кемитіндігін білдіреді), бұл икемділіктің коэффициенті бірден төмен ( $ESP < 1$ ), ал ұсыныс қисығы аса тіктеу болып келеді;

3) бірлік икемді ұсыныс – бағаның да, ұсыныс көлемінің де бір пропорцияда немесе бірдей пайызға өзгертінін көрсететін жағдай (бағаның қанша пайызға өзгерсе, ұсыныс көлемінің де сонша пайызға өзгертіндігін білдіреді), бұл икемділіктің коэффициенті 1-ге тең ( $ESP = 1$ ), ал ұсыныс қисығы кәдімгі оң көлбеулі болып келеді;

4) абсолютті (өте) икемді ұсыныс – бағаның өте аз немесе мүлдем өзгермеуіне байланысты ұсыныс көлемінің шексіз өзгеруін көрсететін жағдай, мұнда икемділіктің мәні шексіздікке ұмтылады,  $EPS = \infty$ , ал ұсыныс қисығы көлденең сызық болып келеді;

5) абсолютті (өте) икемсіз ұсыныс – бағаның өзгеруі ұсыныс көлемін мүлдем өзгерпейтінін немесе салыстырмалы өте аз өзгертетінін көрсететін жағдай, мұнда икемділіктің мәні нөлге тең болады,  $EPS = 0$ , ал ұсыныс қисығы тік сызық болып келеді.

Мәселен, дәрістің осы сұрағына қатысты деректерді «Экономикс» оқулығында келтірілген сызбалар мен кестелер арқылы сипаттауға болады.

Сонымен, біз тұтынушылардың сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін бірқатар факторлардың әсерінен олардың мінез-құлықтарының қалай өзгертіндігі туралы қарастырдық, сондай-ақ, қарастырылған сұрақтардың теориялық мазмұнын әртүрлі мысалдар келтіру арқылы тәжірибелік маңыздылығын арттыра түсуге болады.

### Шолу сұрақтары

1. Сұраныстың баға икемділігінің мәнін мысалдар келтіру арқылы түсіндіріңіз.
2. Сұраныстың табыс икемділігінің мәнін мысалдар келтіру арқылы түсіндіріңіз.
3. Сұраныстың тоғыспалы икемділігінің мәнін мысалдар келтіру арқылы түсіндіріңіз.
4. Сұраныс икемділігіне әсер ететін факторларды анықтаңыз.
5. Ұсыныстың баға бойынша икемділігінің мәнін мысалдар келтіру арқылы түсіндіріңіз.
6. Сұраныс пен ұсыныс икемділіктерін тәжірибеде қалай қолдануға болатындығын көрсетіңіз.
7. Сұраныс икемділігіне байланысты тауарлардың түрлерін анықтап, мысалдар келтіріңіз.
8. Сұраныс пен ұсыныс икемділіктеріне байланысты тұтынушылар мен өндірушілердің табыстарының қалай өзгертіндігін анықтаңыз.

### Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Ғабит Ж.Х., Доғалов А.Н., Досмағанбетов Н.С. Микроэкономика: экономикалық мамандықтарға арналған оқулық / – ҚР Жоғары оқу орындарының қауымдастығы. – 2-ші бас., өңдел. және толық.-Алматы: Print-S, 2012 ж. Тақырып 2.
2. Микроэкономика. Құдайбергенова К.С. Оқу құралы. – Көкшетау: 2009. 2 – тақырып.
3. Мамыров Н.Қ., Есенғалиева Қ.С., Тілеужанова М. Ә. Микроэкономика: Оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2004. 2, 3 тараулар.
4. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2013. Глава 2.
5. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник/Р.М. Нуреев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. Глава 3.
6. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика. 4-е издание. Спб.: Питер, 2012. Глава 2, 4.