

БӘСЕКЕЛЕС ФИРМА ПАЙДАСЫНЫҢ КӨБЕЮІ

Дайындаған: Жұмағали Сағадат

1. «Табыс» және «Пайда» экономикалық категориялардың мәні

- Өндіріс шығындарын қарастырып, енді фирманың табысы және пайдасы деген категориялардың талдауына көшейік. Кез келген фирма қызметінің ең басты мақсаты – *табыс – пайданы көбейту*. Табыстарды факторлық үлестіру тұрғысынан алғанда, кәсіпкерлік қызметінің табысы пайда болып саналады. Экономикалық талдау тұрғысынан «пайда» мен «табыс» категориялары синонимдер емес. **Фирма табысы (валдық табыс)** – фирма өнімдерін өткізуден алынған түсім. Шығындар сияқты, табыстар валдық (жалпы жиынтық), табыс орташа және шекті табыстарға бөлінеді.



- **Пайда** – валдық (жалпы) табыс пен валдық (жалпы) шығындар арасындағы айырма, яғни фирманың таза табысы. Оны ***П*** деп белгілейік. Экономикалық және бухгалтерлік пайданы айыру қажет. ***Бухгалтерлік пайда*** өткізуден түскен табыс пен бухгалтерлік шығындар араларындағы айырма деп анықталады. Экономикалық пайда – валдық (жалпы) табыс пен экономикалық шығындар араларындағы айырма. Сонымен, экономикалық пайда бухгалтерлік пайдадан баламалы (көзге көрінбейтін) шығындар сомасына айырмашылығы бар. Мысалы, барлық саладағы фирмалар бірдей пайда алады дейік. Бұл фирмалардың нөлдік (нормалары кәдімгі) экономикалық пайдасы бар. Осындай пайданың арқасында фирма өндірісін өсіріп, инвестицияларды алып, шығындарын жабады, яғни дұрыс қызмет жасайды. Егер бағалардың күрт өсуіне байланысты пайданың деңгейі жоғарылап кетсе, фирма ***экономикалық пайда*** алуын көрсетеді.

- **Валдық (жалпы) табыс** $TR = P \cdot Q$ (total revenue) формуласы бойынша анықталады, яғни өткізілген өнім бірліктері бағасы мен санының көбейтіндісіне тең. Тауардың нарықтық бағасы сұраныс функциясы болғандықтан, фирма өніміне деген нарықтық сұраныстың қисық сызығы оның орташа табысының қисық сызығы болып келеді. **Орташа табыс** – өнім бірлігіне табыс: $AR = TR/Q$ (average revenue). **Шекті табыс** – өнімнің қосымша бірлігін өткізуімен байланысты валдық (жалпы) табыстың өсуі: $MR = \Delta TR / \Delta Q = \Delta (PQ) / \Delta Q = P$ (marginal revenue). Ендігі біздің мақсатымыз: фирма пайдасын көбейтудің жағдайларын анықтау. Бұл фирманың қызмет жағдайларына, қай нарықта қызмет істейтініне байланысты.

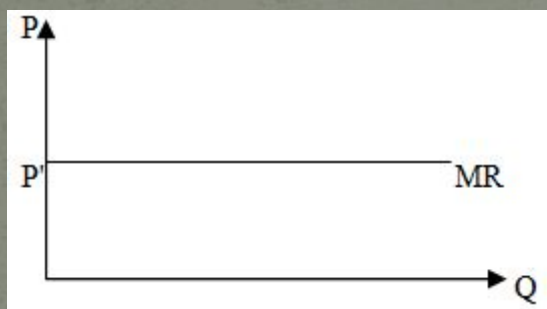
2. Нарық құрылымдардың түрлері (тұрпаттары)

- Нарықтық құрылым (нарық моделі, үлгісі) – фирмалардың өзара әрекеттестігінің ерекшеліктерін, бағалар мен өндіріс көлемін белгілеу әдістерін анықтайтын нарықтық ұйымдастырудың белгілер жиынтығы. Нарықтық құрылымдар жіктеуінің басты өлшемдері: сатушылар мен сатып алушылар саны, нарықтық жекешелендіру дәрежесі, кіру кедергілердің бары (жоғы), фирманың бағдары. Осы тұрғыдан алғанда нарықтық құрылымдардың 4 негізгі тұрпатын (түрін) айырады:

- **1. Таза бәсекелестік нарығы** – бұл нарық үлгісіне келесі сипаттар тән: баға бәсекелестігі, сатушылар жағынан (тарапынан) бағаларға бақылаудың жоғы, сатушылар мен сатып алушылар санының көптігі, стандартталған (бір түсті) өнім, нарықтық ақпараттың толық мөлдірлігі мен қажеттілігі, шығу және кіру кедергілердің жоғы, фирмалардың тәуелсіздігі.
- **2. Таза монополия нарығы**– бұл тұрпатты нарықтың сипаты – нарық ұсынысының жалғыз ғана өндіруші – монополистің қолында толық шоғырлануы, бірегей (ешқандай сәйкестігі мен ауыстырушысы жоқ) өнім, кіру кедергілері (экономикалық, ауқым әсерімен себептелген, заң – патенттер, лицензиялар және басқалар), монополистің бағаларды толық бақылауы.
- **3. Олигополиялық нарық**– оның сипаттамалары: нарықтағы фирмалардың шектеулі саны (әсер, ықпал аяларын бөліп алған), өндіріс шоғырлануының жоғары деңгейі, кіру кедергілердің бары, бір түсті (таза олигополия) немесе бөлінетін олигополия, фирмалардың стратегиялық бағыттылығы.
- **4. Монополиялық бәсекелестік нарығы**– бір жағынан нағыз бәсекелестікпен, екінші жағынан – монополиямен бірдей сипаттары бар нарық құрылымының түрі (тұрпаты). Оның негізгі белгілері: сатушылардың көптеген саны, олар жағынан бақылаудың аздығы, кіру кедергілердің жоғы, өнімдердің әр түрлілігі, стратегиялық бағыттың жоқтығы.

3. Қысқа мерзімді кезеңдегі жетілген бәсекелес фирма.

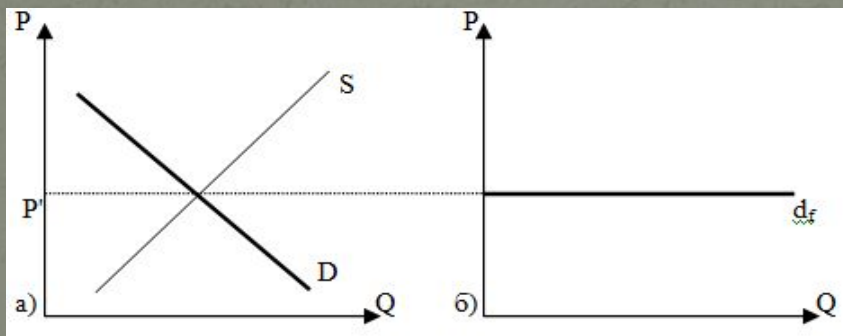
- Жетілген бәсекелестік жағдайда қызмет жасайтын фирманы сұраныс пен ұсынысты талдау тұрғысынан қарайық. **Жетілген бәсекелестік жағдайда қызмет жасайтын фирма** үшін шекті табыс бағаға тең, яғни сатылған тауардың әр бірлігіне фирма шығару көлеміне байланыссыз оның нарықтық бағасына тең сомасын алады. Шекті табыс орташа табысқа тең: $P = MR = AR$. Графикте фирманың шекті табысының қисық сызығы тура сызыққа айналып, бағаның тура сызығымен дәл келеді (1 сурет).



1 сурет. Бәсекелес фирманың шекті табысы

- Бәсекелес фирмалар өнімдерін өздері қойған бағамен сата алмай, нарықта белгіленген бағамен сатуға мәжбүр болады, яғни олар «айтқан бағаны қабылдайды» (price taker). Бәсекелестік нарықта фирма сондағы бағаларға бейімделеді. Жетілген бәсекелестік жағдайда **фирма өніміне сұраныс икемді**.

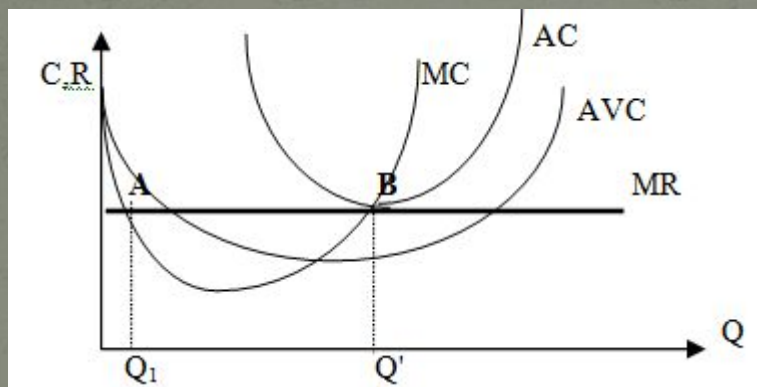
Ол өнімнің біртүрлігімен (стандартталуымен) және өнімнің әр бірлігінің бағасы бірдейлігімен себептеледі (түсіндіріледі). Демек, фирма өніміне деген сұраныстың қисық сызығы абцисс осіне жарыспалы түзу сызық болып келеді. Бірақ бұл тұтастай нарық сұранысына таралмайды.



- 2 сурет. Нарық сұранысы (а) және жетілген бәсекелестік жағдайдағы фирма өніміне деген сұраныс (б)

- Микроэкономикада пайданы көбейтудің 2 қағидасы белгілі:
- 1) Валдық (жалпы) табыс пен валдық (жалпы) шығындарды салыстыру қағидасы. Өнімнің қосымша өткізілген бірлігі пайданы өсірмеген жағдайда фирма ең жоғары пайданы түсіреді, алады, яғни:
 $\Delta \pi / \Delta Q = 0$
 $\pi = TR - TC, \Delta \pi / \Delta Q = \Delta TR / \Delta Q - \Delta TC / \Delta Q$, сондықтан
 $\Delta TR / \Delta Q = \Delta TC / \Delta Q$
мұнда $\Delta TR / \Delta Q$ – валдық табыс қисық сызығының бұрыштық коэффициенті
 $\Delta TC / \Delta Q$ – валдық шығындар қисық сызығының бұрыштық коэффициенті
- 2) Шекті табыс пен шекті шығындарды салыстыру қағидасы. Бұл тәсілде сол мәліметтер алынады, бірақ $\Delta TR / \Delta Q = \Delta TC / \Delta Q$ ары қарай дамиды: өйткені $\Delta TR / \Delta Q = MR$, ал $\Delta TC / \Delta Q = MC$, онда $MR = MC$.

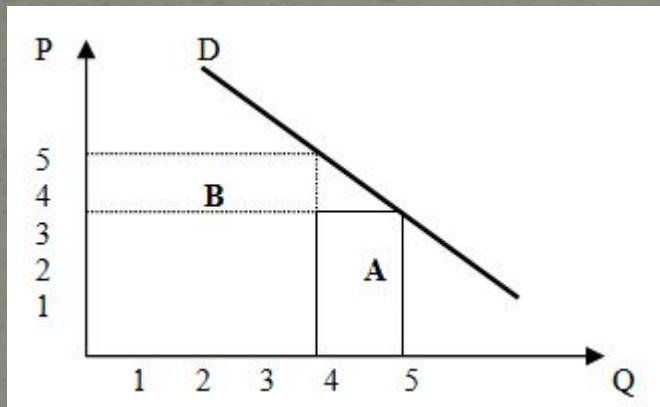
- Фирма пайдасының көбею шарты: шекті табыс пен шекті шығындардың теңдігі сақталатын өндіріс көлемі. Фирма пайдасын көбейту ережесі кез келген нарықта әрекетте болуы мүмкін, бірақ оның өз ерекшеліктері бар. Кейбір жағдайларда ол *залалдарды азайту ережесіне* айналады. Сұраныс қисық сызығы көлденен (горизонталь) болғандықтан, фирманың тепе-теңдік моделі (үлгісі) мынадай болады:



- 3 сурет

4. Бәсекелес фирманың ұзақ мерзімді тепе-теңдігі.

- Ұзақ мерзімді тепе-теңдік орнату ерекшелігі: ұзақ мерзімді кезеңде фирма өндірістің барлық факторларын өзгерте алады немесе ол өндірістен кетеді. Ұзақ мерзімді кезеңде тұрақты шығындар болмағандықтан, тек қана «орташа шығындар» деген түсінік пайдаланады. Енді ұзақ мерзімді тепе-теңдік қалай болатындығын қарастырайық (4сурет)



- 4сурет. Ұзақ мерзімді тепе-теңдік моделі (үлгісі)

- Ұзақ мерзімдегі нарық ұсынысы қисық сызығының жағдайы саладағы өндіріс көлемінің өзгеруі факторлардың құнын өзгерткеніне байланысты салалардың 3 түрін айырады:
- **1. Тұрақты шығындары бар сала** – ресурстарға (қорларға) бағалар ұсыныс ықпалымен өзгермейді де ұзақ мерзімді ең орташа шығындар деңгейінде сақталады. Демек, нарық ұсынысының қисық сызығы – көлденең (горизонтальді) тура сызық.
- **2. Өсіп жатқан шығындары бар сала** – егер нарық ұсынысының көбеюі ресурстарға (қорларға) бағалардың өсуіне әкелсе, демек, шығындарға, онда LRAC қисық сызығы жоғарыға ауысады, ал MC қисық сызығы – солға. Нарық ұсынысының жаңа қисық сызығында жоғарыға қарай еңкіштігі болады.
- **3. Төмендейтін шығындары бар сала** – егер нарық ұсынысының өсуі ресурстарға (қорларға) бағаның төмендеуіне әкелсе (бірақ, бұл сирек кездеседі), онда фирма шығындарының қисық сызықтары төмен ауысып, LRAC_{min} сәйкес нүктесінде тепе-теңдік қалыптасады. Бұл жағдайда тепе-теңдік баға өндірістің өсуімен бірге төмендейді, ал нарық ұсынысының қисық сызығында төмен еңкіштік пайда болады.