

Дәріс тақырыбы:

**ЭКОНОМИКАДАҒЫ ЖАЛПЫ ТЕПЕ-ТЕҢДІК.
ЖИЫНТЫҚ СҰРАНЫС ПЕН ЖИЫНТЫҚ
ҰСЫНЫСТЫҢ БАЗАЛЫҚ ҮЛГІСІ**

Дәріс жоспары:

- 1 Жиынтық сұраныс және оған әсер етуші факторлар.
- 2 Жиынтық ұсыныс, оның кейінтік және классикалық үлгілері.
- 3 AD-AS үлгісіндегі макроэкономикалық тепе-теңдік.

Жиынтық сұраныс (AD) – бұл макроэкономикалық субъектілердің белгілі бір уақыт кезеңінде (әдетте, 1 жыл ішінде) өндірілген соңғы тауарлар мен қызметтерге деген жиынтық шығындары. Ол белгілі бір уақытта сол макроэкономикалық субъектілер тарапынан өз сұраныстарын тапқан жиынтық шығарылым көлемінің экономикадағы бағасының жалпы деңгейімен өзара байланысын сипаттайды.

AD (ағылшын тілінен, aggregate demand) екі жағдайда – жабық және ашық экономика тұрғысынан қарастырылады.

$$YD (AD) = C + I + G$$

мұндағы, **YD** – жиынтық сұраныс (ЖҰӨ немесе ұлттық табыс); **C** – тұтыну шығындары; **I** – инвестициялық шығындар; **G**– мемлекеттік шығындар.

Ашық экономикалық жүйеде AD толыққанды мынадай төрт макроэкономикалық элементтен (құрауыштардан) құралады:

- 1 Үй шаруашылықтарының тұтыну шығындары (C).
- 2 Фирмалардың инвестициялық шығындары (I).
- 3 Мемлекеттік шығындар (G).
- 4 Таза экспорт (X_n).

Тұтыну шығындары (C) – бұл үй шаруашылықтарының тұтыну тауарлары мен қызметтеріне деген сұраныстарын сипаттайтын AD-ның негізгі және ең үлкен компоненті.

Инвестициялық шығындар (I) – бұл фирма сияқты ірі макроэкономикалық субъектінің құрал-жабдықтар, қорлар, жылжымайтын мүліктер ретіндегі инвестициялық тауарларға деген жеке сатып алушылық сұраныстарын сипаттайтын AD-ның ең маңызды компоненті.

Мемлекеттік шығындар (G) – мемлекет тарапынан болатын тауарлар мен қызметтерге деген сұраныстарды сипаттайтын AD-ның бір компоненті.

Таза экспорт (X_n) – бұл экспорт пен импорт құндарының айырмасына тең, яғни шет мемлекеттердің ұлттық экономикада өндірілген отандық тауарлар мен қызметтерге деген экспорттық сұраныстары және ұлттық сатып алушылардың сол шет мемлекеттердің өздерінде өндірілген тауарлары мен қызметтеріне деген импорттық сұраныстары арасындағы айырмашылықты сипаттайтын AD-ның құрамдас бір бөлігі.

Сонымен, жиынтық сұраныстың құрауыштары дегеніміз – AD-ны ашық экономикалық жүйеде үй шаруашылықтарының тұтыну шығындары (C), фирмалардың инвестициялық шығындары (I), мемлекеттік шығындар (G) және таза экспорт (X) тұрғысынан толық сипаттайтын агрегатталған компоненттер жиынтығы. Ал AD-ның формуласы негізгі макроэкономикалық теңдік ретінде былай жазылады:

$$YD (AD) = C + I + G + Xn$$

Жиынтық сұраныс қисығы – бұл бағаның берілген әрбір деңгейінде сатып алынуы тиіс тауарлар мен қызметтердің көлемін бейнелейтін графикалық көрініс, яғни өндіріс көлемі мен бағаның жалпы деңгейі арасындағы кері тәуелділікті сипаттайтын қисық. Жиынтық сұраныс көлемінің өзгеруі AD қисығының бойындағы өзгеріске байланысты сипатталады.

AD қисығының теріс көлбеулі болуы, мына үш әсер (эффeкт) арқылы түсіндіріледі:

- 1 Кейнс әсері (пайыз мөлшерлемесінің әсері);
- 2 Пигу әсері (нақты қасалық қалдықтар әсері немесе байлық әсері);
- 3 импорттық сатып алымдар әсері.

Кейнс әсері (пайыз мөлшерлемесінің әсері) былай түсіндіріледі, яғни бағаның өсуімен байланысты ақшаға деген сұраныс өседі; ақша ұсынысының тұрақтылығы жағдайында пайыз мөлшерлемесінің деңгейі артады. Пайыз мөлшерлемесінің өсуінен экономикаға салынатын инвестиция көлемі қысқарады, олай болса, AD көлемі де қысқарады:

$$R \uparrow, \rightarrow M/P \downarrow, \rightarrow i \uparrow, \rightarrow I \downarrow, \rightarrow AD \downarrow.$$

Пигу әсері (нақты қасалық қалдықтар әсері, немесе байлық әсері), бұл жағдайда бағалар деңгейінің өсуінен нақты байлық көлемі төмендейді, олай болса, тұтыну көлемі қысқарады, сәйкесінше, AD көлемі де қысқарады:

$$R \uparrow, \rightarrow M/P \downarrow, \rightarrow C \downarrow, \rightarrow AD \downarrow.$$

Импорттық сатып алымдар әсері, бұл жағдайда импорттық бағалардың өзгермеуі кезінде ел ішіндегі бағалардың өсуі экспорттың қысқаруына алып келеді, сәйкесінше, ұлттық экономикада жиынтық сұраныс көлемі де қысқарады:

$$R \uparrow, \rightarrow E \downarrow, \rightarrow X_n \downarrow, \rightarrow AD \downarrow.$$

AD-ның бағалық емес факторлары дегеніміз – сол AD-ның негізгі құрауыштарына, яғни тұтыну шығындарына, инвестициялық шығындарға, мемлекеттік шығындарға және таза экспортқа әсер ететін барлық факторлар.

- 1) **Тұтыну шығындарына** тұтынушылардың табысы, әл-ауқаттылығы, олардың болашақты күтуі, жеке табыс салықтарындағы өзгерістер сияқты факторлар әсер етеді.
- 2) **Инвестициялық шығындарға** пайыз мөлшерлемелері, субсидиялар, бизнес салықтары, жеңілдетілген несиелер сияқты факторлар әсер етеді. Мәселен, бизнеске деген салықтың өсуі инвестицияны қысқартады, олай болса, жоғарыдағы суретке сәйкес, AD қисығы солға AD -ге қарай жылжиды. Керісінше, салықтың азаюы AD қисығын оңға AD -ге жылжытады.
- 3) **Мемлекеттік шығындарға** мемлекеттік саясат әсер етеді. Мемлекеттік шығындардың өсуі AD-ны көбейтіп, қисықты оңға жылжытады, ал керісінше, олардың қысқаруы қисықтың солға жылжуына алып келеді.
- 4) **Таза экспортқа валюта** бағамдарының өзгеруі, сыртқы нарықтағы жағдайлар сияқты факторлар әсер етеді. Ұлттық валюта бағамының өсуі импортты көбейтіп экспортты қысқартады, нәтижесінде жиынтық сұраныс қысқарып, AD қисығы солға жылжиды.

Дәріс тақырыбы:
ИГІЛІКТЕР НАРЫҒЫ. КЕЙНСШІЛДІК
МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ ТЕОРИЯНЫҢ
НЕГІЗІ

Дәріс жоспары:

- 1 Классикалық үлгідегі макроэкономикалық тепе-теңдік.
- 2 Кейнстік төңкеріс. Кейнсшілдік макроэкономикалық тепе-теңдік.
- 3 Тұтыну мен жинақтау функциясы. Инвестициялар және олардың түрлері.
- 4 Нақты және жоспарланған шығындар. «Кейнс кресі» үлгісі.
- 5 Автономды шығындар мультипликаторы. Рецессиялық және инфляциялық үзілістер. Үнемділік оғаштылығы.