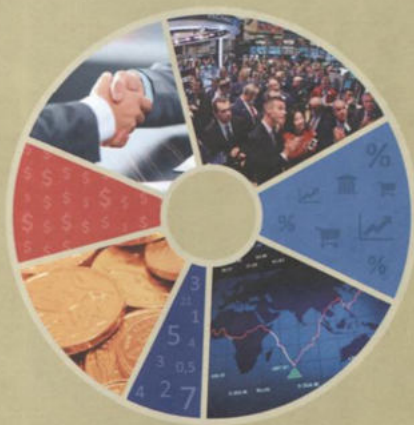


63.01
X 67

Ж. Ходжаниязова

НАРЫҚТЫҚ ЭКОНОМИКА НЕГІЗДЕРІ





КӘСІПТІК БІЛІМ

Ж. Ходжаниязова

Нарықтық экономика негіздері

Оқулық

3-басылым, толықтырылған, өңделген

*Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі
техникалық және кәсіптік білім беру
ұйымдарына ұсынады*

Электрондық нұсқа

FOUANT
БАСПАСЫ
Астана-2017

К.Х.Х.
КІТАПХАНА

№ 64726

Пікір жазғандар:

Пасеченко П. – экономика ғылымдарының докторы, профессор

*Жүнісбекова Б. – экономика ғылымдарының кандидаты,
доцент*

Ерназарова А. – жалпы экономика пәндерінің оқытушысы

Х 67 **Ходжаниязова Ж.**

**Нарықтық экономика негіздері: Оқулық / 3-басылым, толықт.,
өңделген. Ж. Ходжаниязова. – Астана: Фолиант, 2017. – 152 б.**

ISBN 978-601-302-668-8

«Нарықты экономика негіздері» мазмұны, курстың мақсаттары мен міндеттерін орындауға қызмет ететін, экономикалық ғылымның негізгі ережелерін, адам және әлеуметтік қажеттіліктерін, тауарлар мен қызметтерді өндіру, нарықтық механизм, кәсіпкерлік және бизнес негіздері туралы түсінік беретін оқулық ретінде құрастырылған.

Оқулық 0819000 – Мұнай мен газды қайта өңдеу технологиясы, 0809000 – Мұнай және газ кен орындарын пайдалану және 0104000 – Кәсіптік оқыту мамандықтары бойынша, орта кәсіптік білім берудің мемлекеттік міндетті стандарттарына сәйкес оқу жоспарының негізінде әзірленген.

**ӘОЖ 330 (075)
КБЖ 65.01 я 73**

ISBN 978-601-302-668-8

© Ходжаниязова Ж., 2007, 2010
© «Фолиант» баспасы, 2007, 2010
© Ходжаниязова Ж., толықт., 2017
© «Фолиант» баспасы, 2017

Кіріспе	6
---------------	---

I бөлім. ЭКОНОМИКАДАҒЫ НЕГІЗГІ ТҮСІНІКТЕР

1-тарау. Экономика түсінігі және қоғамдық шаруашылық түрінің дамуы.....	8
1.1. Экономика түсінігі	8
1.2. Натуралды шаруашылық экономиканы ұйымдастырудың алғашқы түрлерінің бірі	11
1.3. Экономикалық жүйенің нарықтық және командалық типі	13
1.4. Тауар және тауарлық шаруашылық	14
1.5. Тауар айырбастау.....	15
1.6. Тауарлы шаруашылықтың негізгі сипаты	17
1.7. Тауарлы шаруашылықтың даму кезеңдері	17
1.8. Жалпыға бірдей айырбастау эквиваленті – ақша	19
1.9. Ақшаның қызметі.....	19
1.10. Экономикадағы ресурстардың сипаттамасы	22
1.11. Экономиканың іргелі міндеттері	24

II бөлім. ӨНДІРУ – ЭКОНОМИКАНЫҢ ҚЫЗМЕТ ЕТУ НЕГІЗІНІҢ БІРІ

2.1. Қоғамдық өндірістің негізгі факторлары.....	26
2.2. Өндірістің негізгі факторлары: тағы бір топтама	29
2.3. Қоғамдық қызметтің құрылымы.....	32
2.4. Модельдер туралы түсінік. Экономикадағы модельдер	37
2.5. Мемлекеттің өндірістік мүмкіндік моделі. Таңдау қажеттілігі	38
2.6. Экономикалық өсу	41
2.7. Баға түсінігі	45
2.8. Баға белгілеу әдістемесі	46
2.9. Нарықта тауарларды өндіру және ұсыну жағдайы	49
2.10. Фирма қызметінің қысқа мерзімді және ұзақ уақыттылық кезеңдері	51

2.11. Фирманың жалпы, орташа және ақтық енімі	52
2.12. Фирма шығыны: тұрақты, ауыспалы және жалпы	55
2.13. Фирманың орташа шығыны	57
2.14. Ақтық шығын туралы түсінік	58
2.15. Ұзақ мерзімді шығын қисығы	60

III бөлім. МЕХАНИЗМ. НАРЫҚТЫҢ ҚЫЗМЕТ ЕТУІ ЖӘНЕ ҚОҒАМДЫҚ ПРОГРЕСТІҢ ФАКТОРЫ

3-тарау. Нарықтағы сұранысты қалыптастыру	64
3.1. Сұраныс түсінігі	64
3.2. Сұраныс заңы	65
3.3. Сұраныс қисығы	67
3.4. Сұраныс факторы	69

IV бөлім. НАРЫҚТАҒЫ ТЕПЕ-ТЕҢДІК ПЕН ҰСЫНЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ

4.1. Ұсыныс түсінігі	73
4.2. Ұсыныс қисығы	74
4.3. Ұсыныс факторлары	76
4.4. Нарықтағы тепе-теңдік	79
4.5. Нарықтық тепе-теңдікке ұсыныс пен сұраныс өзгерісінің ықпалы	80

V бөлім. СҰРАНЫС ПЕН ҰСЫНЫСТЫҢ ИКЕМДІЛІГІ

5.1. Баға бойынша сұраныс икемділігі	84
5.2. Кіріс бойынша сұраныс икемділігі	87
5.3. Сұраныстың тоғыспалы икемділігі	89
5.4. Ұсыныс икемділігі	90

IV бөлім. ДАРА ТАУАРЛАРДЫҢ НАРЫҚТАҒЫ СҰРАНЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУЫ

6.1. Ақтық пайдалылықтың азаю заңы	92
6.2. Бюджеттік желі	92
6.3. Бейтараптық қисығы	94
6.4. Ауыстырудың ақтық нормасы	95
6.5. Бейтарап қисығының картасы	96

VII бөлім. ҚОҒАМДЫҚ ҰДАЙЫ ӨНДІРІЛУ

7.1. Ұдайы өндірудің мәні	99
7.2. Ұдайы өндірудің түрлері	100
7.3. Ұдайы өндіру процесінің құрылымы	101
7.4. Жаңғыртылған цикл және қоршаған ортаны қорғау	104
7.5. Тұтыну және қаражат сақтау	106
7.6. Экономикалық циклдер	109

VIII бөлім. ҚОҒАМДЫҚ ӨНДІРІСТІҢ ЖАЛПЫЛЫҚ ФОРМАСЫ

8.1. Өндірісті мамандандыру	111
8.2. Кооперация	115
8.3. Жаһандық проблемаларды шешудегі халықаралық кооперация	116
8.4. Шоғырлану	117
8.5. Құрамдастыру	119

IX бөлім. НАРЫҚТАҒЫ БӘСЕКЕЛЕСТІК ЖӘНЕ МОНОПОЛИЯ

9.1. Бәсекелестік пен монополияның өзара әрекеті	124
9.2. Монополиялық бірлестіктердің формалары	127
9.3. Нарық түрлерінің бәсекелестік пен монополиялардың тәуелділік арақатынасы	128
9.4. Экономиканы монополияға қарсы реттеу	133

X бөлім. ЭКОНОМИКАДАҒЫ НАРЫҚ ЖҮЙЕСІ

10-тарау. Өндіру құралдарының нарығы	137
10.1. Материалды-техникалық жабдықтау және өткізу туралы түсінігі	137
10.2. Өндіру құралдарымен көтерме сауданың түрлері	138
Глоссарий	141
Пайдаланылған әдебиеттер	151

«Көптеген көріпкелдер біз сәтсіздікке ұшыраймыз және де мемлекет құрылысының, қоғамдық және экономикалық қайта құрудың бұрын-соңды болмаған міндеттерін игере алмаймыз деп сәуегейлік еткен-ді. Бірақ алғашқы сынға біздің лайықты төтеп бере алғанымыз – еңсемізді тік ұстап, иілмегеніміз бүгін-ақ айқын. Барлық қиындықтарға қарамастан біз бейберекетсіздік пен жөнсіздік шыңырауынан шыға білдік»

(Н. Ә. Назарбаев).

«Қазақстан – 2030»: Барлық қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы: Ел Президентінің Қазақстан халқына Жолдауы. – Алматы, 1998.

«Нарықтық экономика негіздері» курсы 0819000 «Мұнай мен газды қайта өңдеу технологиясы», 0809000 «Мұнай және газ кен орындарын пайдалану», 0104000 «Кәсіптік оқыту» мамандықтары бойынша, орта кәсіптік білім берудің мемлекеттік міндетті стандарттарына сәйкес оқу жоспарының негізінде әзірленген.

«Нарықтық экономика негіздері» курсы колледж студенттері әлеуметтік-экономикалық, ұйымдастырушылық, технологиялық, техникалық іс-шаралар, еңбектегі радикалды пайдалану жиынтығын өндірістік мақсаттарға жеткізуді қамтамасыз етеді, материалдық және қаржы ресурстарын, студенттерге жаңа экономикалық жағдайдағы әкімшілік өндірістің кешпенді әрі тиімді білім алуына көмектеседі. Қазақстан Республикасында меншік түрлерін қарастыру негізінде, айналысатын іскерлік және заңды тұлғалардың әртүрлі нысандарын сипаттайды.

«Нарықтық экономика негіздері» курсының мазмұны, курстың мақсаттары мен міндеттерін орындауға қызмет ететін, экономикалық ғылымның негізгі ережелерін, экономика, адам және әлеуметтік қажеттіліктерін, тауарлар мен қызметтерді өндіру, нарықтық механизм, кәсіпкерлік, бизнес негіздері туралы түсінік беретін етіп құрастырылған.

«Нарықтық экономика негіздері» пәнінің мақсаты:

– студенттердің дербес экономикалық құбылыстарын, саып игеруді және іске асыру дағдыларын қалыптастырады;

– студенттерге болашақ мамандықты таңдау үшін қажетті экономикалық деректерді мәлімдейді.

Нарықтық экономиканың мақсаттары

Мемлекет азаматтарының барлығы сөзсіз қабылдайтын экономикалық саясаттың мақсаттарын құру, әрине, оңай емес. Негізінен экономикалық мақсаттарды саясаткерлер былай топшылайды:

– жұмыспен толық қамтылу. Жұмыс істегісі келетін және жұмысқа қабілетті әр адамның жұмысы болуы қажет;

– экономикалық өсу. Тауарлар мен қызметтерді шығару өскен кезде өмір сүрудің орташа деңгейі де артады;

– бағаның тұрақтылығы. Бағалардың барлығы дерлік бір уақытта бірдей өсуі немесе төмендеуі мүмкін. Мұндай құбылыстар кейбір өнеркәсіптік кешендер үшін кері әсерін тигізеді. Бағалар тұрақты болуы керек;

– экономикалық еркіндік. Әр адамның ақша табу және жұмсау тұрғысынан еркіндігі болуы керек;

– экономикалық қауіпсіздік. Қоғамда өз өмірлерін қамтамасыз ете алмайтын мүгедек адамдар, мосқал жастағы адамдар және қайғылы жағдайларға ұшыраған жандар да бар. Экономикалық қауіпсіздік кімге көмек қажет болса, көмек беріледі деген сөз;

– теңдік. Экономикалық мақсат тұрғысынан қарағанда, теңдік қоғам мүшелерінің әрқайсысына тең дәрежеде экономикалық мүмкіндік берілуі тиіс деген мағына білдіреді;

– тиімділік. Тиімділік – біздің көздеген мақсаттарға жету жолында жұмсаған шығындарымыздың мөлшері.

«Нарықтық экономика негіздері» пәнін оқу барысында:

Студенттің міндеті:

– нарықтық экономика негіздерінің мақсаттары мен міндеттерін; қоғамдық өндірістің түрлерін, нарықты реттеу негіздерін, нарық түсінігін, сипаты мен оның функциясын, кәсіпорындағы нарық шарттарының тұжырымдамасын, меншік және экономикалық жүйенің тұжырымдамасын білу керек.

– бизнес саласындағы нарықтың мүмкіндіктерін талдауға, экономикалық жүйенің мақсаттарын анықтауға, бәсекелестік пен оны іске асыруға білімінің бар болуы, ақша айналымының әдістері бойынша білімін қолдануға, нарықтың мүмкіндіктерін талдауға қабілетті болу керек.

I бөлім. ЭКОНОМИКАДАҒЫ НЕГІЗГІ ТҮСІНІКТЕР

1-тарау. Экономика түсінігі және қоғамдық шаруашылық түрінің дамуы

1.1. Экономика түсінігі

Нарықтық экономика Қазақстан тарихы үшін тосын жаңалық емес. XVII ғасырдың басына дейін табиғи шаруашылық дала халқының дәстүрлі экономикасының негізі болды. Бірақ сол ерте дәуірде де қазақ халқының өмірінде нарықтық экономика элементтері көрініс тапты. Қазақтың кең байтақ даласының ең ірі сауда өзегі Ұлы Жібек жолы өтті, сол кезде-ақ адамдар табыс табу мақсатымен сауда жасауға бейімделген. Қазақстан Ресейге қосылғаннан кейін нарықтық экономика белгілері тіптен тереңдей түсті: мысалы, XIX ғ. аяғында Қазақстанның Семиреченский облысында жеке меншікте 820650 десятина (десятина = 1,1 га) жер болған, оның 629896 десятинасы қоныс аударған казактарға берілген, шаруалар 60000 десятинаға ие болды, жергілікті тұрғындар жер өңдеумен айналысты, оларға 170000 десятина жер берілді. Бұл кезде бидай сатушылар мен мал сатушылар арасында нарықтың бір сипаты бәсекелестік орын алды. Бидай мен ет саудасының мөлшерін цифрлар да айғақтайды: XIX ғ. аяғында жалғыз Сарысу уезі арқылы бір жазда 60000 ірі қара мал мен 200000 қой сатуға жөнелтілген. Ал XIX ғасырдың 80-жылдары тек Семейде 380 мың пұт бидай және 500 мың пұтқа дейін ұн өнімі алынды.

Тарихтан білетініміздей, Қазақстан 1917–1991 жылдар аралығында КСРО құрамында болды. Қазақстан қағаз жүзінде мемлекет болып саналғанымен, тәуелсіз ел бола алмады, саяси және экономикалық тұрғыдан КСРО-ға тәуелді болды.

1917 жылғы Қазан төңкерісінен кейін Кеңес Одағы өміршіл экономика бойынша әлемде бірінші болып саналды. КСРО-ның басқа республикаларындағы сияқты Қазақстанда да өміршіл жүйенің екі ерекшелігі болды.

1) Барлық өндіріс құралдары мемлекет иелігінде болды.

2) Экономиканың негізгі принципі орталықтандырылған жобалау болды.

Кеңес Одағы заңдары бойынша жеке тұлғалар үй және басқа жеке меншіктерге ие болды, бірақ кәсіпкерлікке тыйым салынды. Өндіріс орындарының барлығы мемлекет қарамағында болды. Кәсіпорындар зауыттар мен фабрикалар жоғарыдан берілген жоспар бойынша жұмыс жасады. Кәсіпорын директорларын негізін өндіру керектігі, қандай ресурстар бөлінетіндігі және өнімді қайда жөнелтетіндігі жайлы хабарланып отырды. Өміршіл экономика бірінші кезекте азаматтардың қажеттіліктерін емес, мемлекеттің мақсаттарын орындауға қызмет етті. Ауқымды жоспарлау бүкіл ел көлемінде ауыл шаруашылығын дамытуда жетістіктерге әкелмеді, себебі жоспарлық жүйенің ішкі механизмдері және даму бағыты болмады. Әсіресе экономикадағы өміршіл әдістер ауыл шаруашылығына зиян әкелді. Мысалға, бір ғана тың және тыңайған жерлерді игеру науқанын айтсақ та жеткілікті.

Өміршіл жүйе экономикалық бәсекелестікке төтеп бере алмайтын жағдайға жеткен соң, КСРО-ның құрамындағы республикалар еркіндікке ұмтылды. 1991 жылы Қазақстан өз тәуелсіздігін алды. Жаңа экономикалық бағытын айқындады.

«Экономика» – ежелгі грек сөзі. Тікелей аударылымы – үй шаруашылығын жүргізу өнері деген мағынаны білдіреді. Қоғам дамыған сайын шаруашылық тек жанұя немесе қала шеңберінде ғана емес, сонымен қатар барлық әлемдегі ауқымды аймақтар мен елдер шегінде де жүргізіле бастады. Қазіргі орыс тілінде «экономика» сөзі «ел шаруашылығы» синонимі ретінде қолданылып жүр.

1991 жылға дейін Қазақстан КСРО-ның өміршіл-өкімшіл жүйесінің құрсауында болды. Қазақстан Республикасы тәуелсіздігін алғаннан кейін, нарықтық қатынасқа бағытталған экономика мақсатын айқындап, реформа жолына қадам басты.

Нарықтық экономика үшін, еркін экономикалық кәсіпкерлік үшін қарапайым кәсіпкерліктің үш тобы белгілі: жеке меншік, баға белгілеу жүйесі және бөсекелестік.

Бөсекелестік – жеке меншікті иелену және пайда көру құқығы – ол кәсіпкерлік фирмаларды және жеке тұлғаларды өз қол астындағы ресурстарды қолдану мүмкіндігі. Бағалар тұтынушылар мен өндірушілерге экономикалық шешім қабылдауға көмектеседі. Кәсіпкерлік фирмалар, үй шаруашылығы және мемлекет өзара байланысты. Ақшалар, тауарлар және қызметтер экономиканың бір секторынан келесі секторына бойлайды. Мысалы, фирмалар тұтынушыларға тауарды өндіреді және сатады. Ал тұтынушылар өз еңбектерімен тапқан ақшаны жұмсайды.

Қызығушылықтарының айырмашылығына қарамастан, экономиканың әртүрлі секторлары бірдей мақсаттарды орындауға жұмылдырылады:

- экономикалық қауіпсіздік;
- экономикалық өсу;
- теңдік;
- баға тұрақтылығы;
- тиімділік;
- экономикалық еркіндік.

Әлеуметтік-экономикалық реформалаудың қорытындысына қарай Қазақстанда аралас типтегі экономиканы қалыптастыру еркін кәсіпкерлікке негізделген.

Шаруашылықта әр адамның немесе жалпы қоғамның дамуы мен оның өмірі қолдай келе қамтамасыз етіп отыратын адамдардың түрлі қызметінің жүйесі ретінде сипаттауға болады.

Адамдар шаруашылықтың қандай түрі болмасын алдымен, өмірге қажетті өнімді өндіруі қажет, яғни өндіріс адам қызметінің пешуші салаларының бірі болып табылуы қажет. Жалпы өндірісті – оның нәтижесін есепке ала отырып, еңбек процесі ретінде қарастыруға болады.

– Еңбек – бұл адам қажеттілігін қамтамасыз ететін, адамдардың мақсатты, саналы іс-әрекеті болып табылады.

Қажеттілік туралы айта отырып, қажеттілік пен мұқтаж-дың айырмашылығын көрсету қажет.

– Мұқтаждық – адамның бір нәрсені жетіспеушілігін сезу сезімі.

Адам мұқтаждығы көптүрлі және күрделі: бұл тамақта, киімде, жылылықта, қауіпсіздікте және сондай-ақ білім мен өз ойын білдіру мұқтаждығы және де рухани жақындық пен құштарлық мұқтаждығы және де көптеген басқа да негізгі физиологиялық мұқтаждықтар жатады.

– Қажеттілік ол, сол қоғамда өмір сүріп жатқан жеке, нақты адамның белгілі бір деңгейде дамуына сәйкес белгілі, өзіне тән ерекшелік түрін қабылдаған мұқтаждық болып табылады.

Мысалы: тамақ қажеттілігін қанағаттандыру немесе салқыннан қорғану үшін өр елдің тұрғындары әртүрлі тамақ өнімдері және түрлі киім түрлерін қолдануды дұрыс көреді.

Өндіру үшін адамдар ресурстарды пайдаланады. Ресурс – бұл қажеттілік туындағанда пайдалану үшін қолда бар түрлі құралдар, құндылықтар, қорлар. Ресурстарға ормандардағы ағаш қорлары, ауылшаруашылық жерлерінің алқаптары, өзендер мен көлдердегі таза судың көлемі, пайдалы қазбалардың қорлары және т.б жатады.

1.2. Натуралды шаруашылық экономиканы ұйымдастырудың алғашқы түрлерінің бірі

Тарихи тұрғыда экономиканы ұйымдастырудың алғашқы түрі натуралды шаруашылық болып табылады.

– Натуралды шаруашылық – адамдардың өз қажеттілігін қанағаттандыру үшін өнімдерді өндіретін экономиканы ұйымдастыру түрінің бірі болып табылады (Өнім – бұл өндіру процесінде алынатын ақырғы нәтиже).

Өндіру үшін адамдар бар ресурстарды пайдаланып қана қоймай, оны жиі қайта жаңғыртып, қайта жақсартып жатады (мысалы, кесілген ағаштардың орнына жаңадан отырғызу, ауылшаруашылық мекендерді қайта жақсарту және т.б). Мысалы, натуралды шаруашылықта нан, сүт және ет өнімдері, ағаш бұйымдары және т.б. өндірілуі мүмкін.

Натурал шаруашылыққа келесі негізгі сипаттар тән: тұйықтық, әмбебап еңбек, тікелей экономикалық байланыстар.

Натурал шаруашылық – ең алдымен тұйық экономикалық жүйе. Ол қоғамда көптеген бір-бірінен алшақ және бытыраңқы шаруашылықтан тұрады (отбасыдан, қауымнан, помещьелер, шаруашылық аймақтардан тұрады). Әрқайсысы өз ресурстарына сүйенеді және өміріне қажеттінің бәрімен өзін қамтамасыз етеді. Бұл жерде қажетті барлық жұмыс түрлері орындалады, яғни шикізатты табудан бастап, өнімдерді тұтынуға дайындауға дейінгі жұмыс түрлері.

Өндірісті натуралдау тенденциясы қазіргі таңда кәсіпорындарда, бірлескен шаруашылықтар мен аймақтарда да байқалады. Нәтижесінде өндірістік бірліктер өзінің экономикалық байланыстарын басқа халықтық шаруашылық звеноларына үзіп, керек қажеттімен өзін дербес қамтамасыз етуге ұмтылады.

Натуралдау тенденциясы барлық мемлекетке таралуы мүмкін: жекелеген мемлекеттер автаркия атымен белгілі шаруашылық саясатын жүргізеді. Мұндай саясаттың салдары елде тұйық шаруашылықтың құрылуына себеп болады және дәстүрлі экономикалық байланыстағы серіктестермен қатынасты үзуге әкеліп соғады. Бұл жағдайда өніммен айырбастау ел ішіндегі өндірушілер арасында жүргізіледі, ал басқа елдердің түрлі өнімдерімен айырбастау мүмкіндігі пайдаланбайды. Жалпы автаркия курсы жүргізу қазіргі жағдайда қоғамдық дамудың тенденциясына сәйкес келмейді, алайда жекелеген жағдайда тәуелсіздікті қамтамасыз ету үшін қажет болып табылады.

Ғасырлар бойы натуралды шаруашылықтың ерекшелігі әмбебап таза қол еңбегі болып есептелінді. Әр жеке жұмысшы таза өнім алу үшін қарапайым құралдар көмегімен негізгі жұмыстарды атқарды. Мысалы: ауыл шаруашылығында жерді жырту, өңдеу, сақтау және ауылшаруашылық өнімдерін пайдалану. Әрине, мұндай еңбек аз өнім береді. Қазіргі уақытта натуралды шаруашылықтың элементтеріне еңбектің салыстырмалы әмбебап және жеткілікті өндірушілігі тән (бұл белгілі бір кезең уақытында құрастырылған өнімнің санымен сипатталады). Натуралды шаруашылыққа өндіріс пен тұтыну арасындағы тікелей экономикалық байланыстар тән. Бұл байланыстар «өндіру – тарату – тұтыну» формуласы бойынша да-

миды. Өнім өзара шаруашылық қатысушыларының арасында бөліседі де тұтынуға түседі. Мұндай байланыс түрі натуралды шаруашылықтың едәуір тұрақтылығын қамтамасыз етеді.

1.3. Экономикалық жүйенің нарықтық және командалық типі

Экономикалық шаруашылықтың натуралды түрімен қатар, экономикалық жүйенің нарықтық және командалық типі де бар.

Таза экономикалық жүйенің полярлық типінің біріне капитализм немесе еркін бәсекелестіктің еркін қоғамы жатады. Ол ресурстарға жеке меншіктілікпен және нарықтық және бағалар жүйесін пайдаланумен сипатталады. Мұндай жүйеде әр қатысушының іс-әрекеті жеке және өзіншілдік мүддесі себептеріне байланысты болады. Әр шаруашылықтық субъект жеке қабылдаған шешімі негізінде өз табысын асыруға тырысады. Қоғамда әр өнім мен ресурстарды сатып алушылар және өзінше іс-әрекет етуші сатушылар да көп. Экономикалық билік таратылғандықтан, үкіметтік жоспарлау мен бақылаудың, экономикалық процеске араласудың қажеттілігі жоқ. Үкіметтің рөлі жекеменшікті қорғаумен шектеледі және еркін нарықтың қызмет ету ережелерін орнату болып табылады. Таза капитализмді жақтаушылары орнатылған тәртіп – ресурстарды тиімді пайдалануға, өндірістің тұрақтылығы мен жұмыспен қамтуға қолайлы жағдай жасайды деп есептейді.

Таза капитализмнің полярлық баламасы командалық (өкімшіліктік) экономикаға жатады, оның негізін барлық материалдық ресурстардың қоғамдық жеке меншіктілігі құрайды және барлық деңгейдегі шаруашылық үшін экономикалық жоспарлы шешімнің орталықтандырылу арқылы қабылдануы жатады. Жоспарлы және пропорционалды түрде даму қоғамның қазіргі таңда күші бар заңы болып есептеледі.

Өнімді өндірушілер оларды сату құқығынан айырылған. Үлестіріп, таратумен мемлекет және оның органдары айналысады. Тауарлар мен қызмет көрсетулерді үлестіріп, тара-

ту жүйесінде мәжбүрлік пен теңгерімшілік принципі орын алған. Үлестіріп, таратуға бірінші кластағы тауарлармен қатар сапасыз тауарлар да жатады; тұтынушы мәжбүрлі түрде жіберілген тауарлардан бас тартуға мүмкіндігі жоқ, олай жасаған жағдайда өкімшіліктің санкциялары қолдануы мүмкін. Жағрафиялық, табиғи-климаттық, этникалық, өндірістік және басқа да жағдайларды ескере отыра үлестіру, тарату жүйесін орнату мүмкін емес.

Бұл алғашқыда тиімділіктің кенеттен төмендеуіне, сода кейін экономикалық жүйенің жалпылық құлдыруына, яғни жалпылық және қатаң өкімшіліктік – командалық басқаруға өкеліп соғады. Шынайы экономикалық жүйенің таза капиталистік түрі де, таза командалық түрі де болмайды. Демек, олар осы полюстар арасында бейтарап күйінде орналасады. Сондықтан экономикалық жүйедегі нарық үлесі және экономиканы басқарудағы мемлекеттің рөлі туралы сөз етілуі мүмкін. Бұл арақатынас әр мемлекетте әртүрлі екенін ерекше атап өту керек. Экономикалық қатынастың мемлекеттік реттелуі мен жоспарлануын антипод ретінде емес, экономикалық жүйенің бір-бірін толықтыру бастамасы ретінде қарастыру қажет. Тауар өндірушілердің белсенділігін бақылау және құқықтық реттелу қызметін, сондай-ақ әртүрлі әлеуметтік және саяси бағдарламаларды жүзеге асыруын мемлекет өз мойнына алуы керек.

1.4. Тауар және тауарлық шаруашылық

Натурал шаруашылықпен салыстырғанда тауарлық шаруашылық күрделі және аса жетілген болып табылады.

– Тауарлық шаруашылық – бұл еңбек өнімі тауарлардың экономикалық түрін қабылдаған шаруашылықты ұйымдастыру түрі болып табылады.

– Тауар – бұл пайдалануға немесе әрі қарай сатып алу мақсатында сатып алушыға ұсынылған еңбек өнімі (немесе қызмет түрі).

Тауарлық шаруашылықта тауар ретінде қызмет көрсету де жатады.

Қызмет көрсету – бір жақ екінші жақтың қандай да бір материалдық өнімдерін иеленуіне мүмкіндік бермейтін түрлі шара мен пайда.

Әр тауар адамдардың түрлі қажеттілігін қанағаттандыратын қабілеттілігі де бар. Бұл тауардың қасиеті тұтынушы құны деп аталады. Алайда кез келген тұтынушылық құн тауар болып табылмайды.

Пайдалы зат табиғатпен немесе адамның еңбегімен жасалуы мүмкін. Тікелей табиғатпен жасалынғанның барлығы (жабайы өскен жемістер, табиғи суаттағы сулар және т.б.) тауар болып табылмайды. Табиғатпен жасалынған тауар болу үшін еңбек күшін салу қажет: саңырауқұлақ, жидектерді орманнан теріп алып, әлеуетті тұтынушыға жеткізу керек, өзен мен көлдердегі суларды каналдар арқылы тұтынушыға жеткізу және т.б. Атап айтсақ, тауар – бұл өзі үшін емес, бөтен біреудің қажеттілігіне жасалынған өнім (қызмет көрсету), сондықтан тұтынушылық құн қоғамдық сипатта болу керек, яғни тауарды өндірушінің қажеттілігін қанағаттандыру емес, сол тауарды сатып алушы тұлғаның қажеттілігін қанағаттыру керек.

1.5. Тауар айырбастау

Тауар шаруашылығында адамдар өз қажеттілігін айырбастау арқылы қанағаттандырады.

Айырбастау – біреуден қалаған өнімінің орнына ұсыныс жасаған өнімді (қызмет көрсету) алу актісі (шарты).

Мысалы, ет, жүн, тері, ағаш немесе темір және т.б орнына дөнді дақыл ұсыну.

Әр тауардың айырбас құны бар, яғни белгілі бір пропорцияда басқа пайдалы затқа айырбастау қабілеттілігі. Айырбастау жұмыстарын алгебралық түрде ұсынуға болады:

$$x \cdot A = y \cdot B = z \cdot C$$

Бұл пропорцияны былай оқуға болады: * x – тауар бірлігі, A – игрек тауар бірлігі B -ға айырбасталуы мүмкін немесе зат тауар бірлігі C -ға және т.б.*

Жалпы, өртекті тауарлар айырбасталатындықтан пайдалы тауарлардың да, тұтынушылық құны да бір-біріне теңестірілмеуі тиіс. Өйткені қандай да бір тұтынушылық құнын дәл сондай құнға айырбастаудың еш мағынасы жоқ. Теңестірілген заттар көлемі жағынан да кей жағдайда сәйкес келмейді: кейбір тауарлар метрлеп өлшенсе, басқалары килограммен өлшенеді және т.б.

Тауарлардың кейбір ортақ қасиеттеріне ерекше тоқталатын болсақ, барлық тауарлар өндірушілердің қоғамдық еңбегімен жасалынғанын, яғни қоғамдық қажеттілікті қанағаттандыруға бағытталғанын айта кету керек. Осыған байланысты айырбас үйлесімділік негізінде құны бар тауар деп те айтады. Сонымен, құн – бұл заттандырылған тауар мен айырбас жасау негізіндегі қоғамдық еңбек.

Тауардағы тұтынушылық құн мен құнның болуы тауарды жасайтын еңбектің екі жағы бар болуында. Алдымен, ол пайдалы болып табылады, себебі ол белгілі бір тұтынушылық құнды өндіреді, басқаша айтқанда нақты еңбек болып табылады. Бұл, мысалы, қыштан зат жасаушының, ағаш ұстасының, диқаншының еңбегі. Сондықтан мұндай еңбек басқа пайдалы заттарды шығарушы еңбек түрлерінен айырмашылығы бар.

Нақты ерекшелігіне қарамастан, түрлі өндірушілердің еңбектері белгілі бір мағынада бірдей: барлық жұмысшылар еңбекке деген қабілеттіліктері бар, яғни физиологиялық тұрғыдан еңбек күш-жігерлерін бірқалыпты жұмсайды (зерделі қуаттарын және күш-жігер энергиясын жұмсайды). Бұл тұрғыда қарастырылып отырған барлығына бірдей еңбек абстракті еңбек түсінігімен байланыстырылады. Абстракті еңбек – бұл адам энергиясының физиологиялық шығынның қоғамдық формасы – ми, жүйке, бұлшық ет және т.б.

Қорыта келе, тауар өндірушінің еңбегі нақты болып табылады, тауар тұтынушылық құнына ие болады; ал еңбектің, сонымен қатар абстракті болуы тауар құнының болуымен түсіндіріледі.

Өз кезегінде тауар өндіруші еңбегінің екіжақтылығы тауар өндірісінде жеке және қоғамдық еңбектің арасындағы қарама-қайшылықтың теңдігімен түсіндіріледі.

Бір жағынан өндірушінің еңбегі жеке іс, жеке еңбек болып табылады. Өркім өзі анықтайды: не, қалай және кім үшін өндіретінін. Екінші жағынан, жұмысшылар қоғамдық еңбекпен жүктелген, өйткені олардың ісі түрлі тауарлармен адамның қажеттілігін қанағаттандыру үшін арналған жалпы адами еңбектің кішкене бөлігін құрайды.

1.6. Тауарлы шаруашылықтың негізгі сипаты

Тауар өндірісінің басты нышаны – ол өнім еңбегі тауардың экономикалық формасы болып табылатындығында. Тауарлық өндірістің басқа да қырларын қысқаша сипаттап өтейік.

Тауарлы шаруашылық ашық жүйе болып табылады. Себебі пайдалы заттарды өз қажеттілігі үшін ғана емес, алдымен басқа адамдарға сату үшін, яғни өндірілген өнімдер сол жасалынған шаруашылық құрылым шегінен шығып, нарыққа қарай ұмтылады. Онда әлеуетті және бар сатып алушылар өз қажеттілігін қанағаттандыратын тауарларды сатып ала алады.

Өрі қарай, тауар өндірушілер тауарлы шаруашылықта дара өнім түрлерін немесе күрделі бұйымдардың дара элементтерін дайындауда маманданады. Әлбетте, неғұрлым тауар өндірушілер сол немесе басқа тауарларды өндіруде маманданған сайын, соғұрлым мол табысқа жету мүмкіндігіне ие болады.

Тауарлы шаруашылықта өндіруші мен тұтынушы арасындағы байланыс айырбас арқылы жүзеге асады. Сондықтан олар жанамалы, жанамалы түрдегі болып табылады және оларды келесідей көрсетуге болады: өндіріс – үлестіру – айырбас – тұтыну.

1.7. Тауарлы шаруашылықтың даму кезеңдері

Тауарлы айырбас пайда бола бастағаннан алғашқы қауымдық тайпалар алдында күрделі міндеттер тұрды: айтарлық, мал шаруашылығымен айналысатын бір тайпа артық қалған өнімдерін диқаншы өсірген дәнге өділетті қалай айырбастай

алады? Ол кезде қанағаттанарлықтай жауап ала алмайтын. Себебі түрлі тауарлардың құндық өлшемiнiң жалпылық мойындалған тәсілі болмаған. Сондықтан алғашқы қарапайым айырбас – пайдалы затты басқа затқа айырбастау кездейсоқтық, бір реттік сипатта болған.

Кесте түрінде былай көрсетуге болады:

$$x \cdot A = y \cdot B,$$

мұндағы A, B – пайдалы зат, ал x, y – олардың мөлшері.

Біртіндеп тауарға түрлі өнімдер жатқызыла бастады. Айтарлық, бір тауардың иесі бір емес бірнеше тауарға айырбастай алатын, оның әр тауары эквивалент қызметін атқарды.

$$x \cdot A = y \cdot B = z \cdot C = g \cdot D = \dots$$

Бірақ, бұл жағдайда айырбастау қиындықтары сақталып қана қойған жоқ, сонымен қатар үдей түсті. Егер, айтарлық, мата қожайыны тері сатып алғысы келеді, ал тері қожайыны ет өніміне зәру болады және т.б. ол кезде айырбас көпсатылы болады немесе мүлдем мүмкін болмай қалады. Мұндай іркілістер қазіргі уақытта да бартерлік саудада болып тұрады.

Өндіріс пен тауарды айырбастау жүйелі түрде бола бастағаннан, әр елде, ірі экономикалық аймақтарда жергілікті сауда орындарында өз эквиваленті пайда болды – ол барлық басқа тауарды айырбастайтын аса өтімді өнімдер (мысалы, піл құйрығының қылы, дөңгелек тастар):

$$\begin{array}{l} x \cdot A \\ y \cdot B = g \cdot T \\ z \cdot C \end{array} \quad \begin{array}{c} \diagup \\ \text{---} \\ \diagdown \end{array} \quad \text{мұндағы } T \text{ -- жалпы эквивалент...}$$

Жалпы эквивалент ретінде арабтар мен гректерде мысалы, мал, ал славяндарда тері пайдаланды.

Әрине, мұндай эквиваленттің пайда болуы кейбір жергілікті жерлерде тауар айырбастауды анағұрлым жеңілдетті, алайда ол айқын қиыншылықтарға байланысты:

– оларды сақтау қолайсыз, олар бұзылуға, қартаюға бейім.

- тасымалдау кезінде қолайсыз, оларды өштес топтар, тайпалардың оңай олжасы болуы мүмкін;
- олар өзінің тұтынушылық қабілеттілігін, яғни түрлі жағдайларға байланысты алмасу құнын өзгерте алады.

1.8. Жалпыға бірдей айырбастау эквиваленті – ақша

Халықаралық сауданың талабын түрлі жергілікті эквиваленттер қанағаттандыра алмады. Нәтижесінде барлық халықтардың мойындаған жалпыға бірдей бір эквивалент ерекшеленді – ол ақша.

$$\begin{array}{l} x \cdot A \\ y = n \cdot D \\ z \cdot C \\ g \cdot E \end{array} \rightarrow \text{мұндағы } D - \text{ақша}$$

Ақшаның рөлін орындауға алтын жарады. Ол жалпыға бірдей эквивалент үшін көптеген қажетті қасиеттерге ие – бөлінгіштігімен, жеткілікті мөлшерлігімен, зор құндылығымен (1 г алтынды өндіру үшін үлкен еңбек шығынын талап етеді). Ақырында мемлекет арасындағы есептесу дара елдердің ұлттық валютасымен жүргізілді.

Сонымен, ақша – бұл жалпыға бірдей эквивалент болып табылатын ерекше тауар.

Ақшаның пайда болуымен барлық тауарлы шаруашылықтар сапалы жаңа кезеңге өтті. Тауарлы әлем екі полюсқа бөлінді: біреуінде тұтынушы құнының барлық жиынтығы, екіншісінде – ақша шоғырланды.

1.9. Ақшаның қызметі

Ақша жалпыға бірдей эквивалент болып табылады және бірқатар қызмет атқарады:

1. Құн өлшемін;
2. Айналыс құралының;
3. Жинақ пен қазынаның пайда болу құралының;
4. Төлем құралының;
5. Әлемдік ақшаның.

Құн өлшемі ретіндегі ақшаның қызметі тауар құнын білдіруден тұрады, яғни белгілі бір ақшаның көлемін барлық тауарлардың құнына теңеуден болып табылады. Ақша ойша елес түріндегі мінсіз ақшаны орындайды.

Ақша айналыс құралы ретінде тауарды айырбастауда делдал ролін атқарады. (Тауар₁ – Ақша – Тауар₂); тауар сатылымын жүзеге асырғаннан кейін (Тауар₁ – Ақша), тауар өндіруші сатылымнан көрген ақшаға қажетті тауар сатып алады (Ақша – Тауар₂). Бұл қызметті орындаған кезде ақшы шынайы түрде болуы тиіс; сатып алу және сату актісі мерзімге бөлінуі мүмкін. Айналыс процесінде ақша үнемі қолдан қолға өту арқылы өткінші рөлін атқарады. Өткіншілікті асыл заттардан тұратын құны толымды ақшаны құны толымды емес ақшамен алмастыруға мүмкіндік береді, мысалы қағаз таңбалармен.

Егер сатушы өзінің тауарының ақшасын алып, лезде тауар сатып алуға жұмсамаса, онда ақша жинақ пен қазынаның пайда болу құралының қызметін атқарады. Ақшаның жинағы нарық ауытқуларынан немесе қымбат сатып алуларды қажет ететін ақша жинағынан сақтайды.

Қазынаның пайда болу құралының қызметін шынайы және құны толымды ақша ғана орындай алады. Сонымен қатар, қазынаның жинағы күміс немесе алтыннан жасалынған даңғаз зат түрінде де болады. Қағаз түріндегі ақшаны да жинақтауға болады, алайда олар құнсызданып кетуге бейім келеді.

Инфляция – бұл ақшаның құнсыздануы, олардың сатып алу қабілетінің төмендеуі. Әдетте, инфляцияға бір емес бірнеше өзара байланысты себеп әсер етеді және ол тек баға көтерілуінде ғана көрініс таппайды. Сонымен қатар, ашық, бағалық түрімен қатар, жасырын немесе тауарлар бағасының төмендеуінде, тапшылығы жағдайында көрінетін инфляция болады.

Инфляция себептері. Инфляция себептері әр алуан. Өдетте инфляция негізіне ақшалай сұраныс пен тауар салмағының сәйкес келмеуі жатады, яғни, тауарлар мен қызметтерге деген сұраныс тауар айналымы мөлшерінен артады, бұл өндірушілер мен жеткізушілердің шегерме деңгейіне қарамастан, бағаны өсіруіне жағдай туғызады.

Инфляцияның сыртқы себептері. Инфляция туындауының себептері сыртқы да ішкі де болуы мүмкін. Сыртқы себептерге көбіне-көп сыртқы саудадан түсімдердің қысқаруы, сыртқы сауда және төлем балансының теріс сальдосы болады. Еліміздегі инвестициялық үрдіс отандық экспорттың маңызды статьясы болып табылатын түсті металл және отынның әлемдік нарықтағы бағасының төмендеуін күшейтті. Сондай-ақ, дөңді-дақылдардың елеулі импорты жағдайында астық нарығында қолайсыз конъюнктура айтарлықтай әсер етті деуге болады. Экономика көп жағдайларда сыртқы экономикалық байланыстарға тәуелді болатын елдерде сыртқы фактор (халықаралық сауда жағдайының нашарлауы, сыртқы қарыздың өсуі) инфляциялық процестердің күшеюінде басым рөлді атқарады. Бұл ретте экспортты арттыру және импортты ауыздықтау саясаты сыртқы нарықтың толығуын және ішкі, көтерме және тұтыну бағаларының өсуін тудырады.

Төлем құралының қызметін тауарды несиеге бергенде, төлемді кейінге шегергенде, салық төлегенде, еңбекақы бергенде атқарады. Бұл қызмет борыш міндеттемелерін өзара өтеуге мүмкіндік береді, ол қолма-қол ақшаны үнемдеуге мүмкіндік береді. Ақша қызметінің төлем құралы ретінде ақшаның ерекше түрінің – несие ақшасының пайда болуына әкелді. Несие ақшасының негізгі түрлері болып чек, несие карточкасы, вексель, банкнот жатады.

Әлемдік ақша қызметі елдер арасындағы экономикалық байланыстарға қызмет көрсету процесі кезінде атқарады. Бұл жағдайда әлем ақшасының рөлін алтын атқарады. Алайда, қазіргі таңда алтын халықаралық есеп айырысу құралы ретінде монополиялық статусынан айырылды. Әлемдік ақша ретінде айырбасталымды валюта кеңінен қолдануда.

1995 жылдың ортасынан бастап Қазақстан Ұлттық Банкі бағалы қағаздар портфелін қалыптастыру мен дамыту

жұмыстарын жүргізе бастады. Бағалы қағаздар портфелінің жеткіліксіз болуы ашық нарықтағы операцияларда ақша саясатын құрал ретінде пайдалануға жол бермеді. Жыл аяғында Ұлттық Банк 650 млн. теңгенің қазыналық векселін иемденді, 1340,4 млн. теңгенің векселі сатылды. Бұл кезеңде Ұлттық Банк сатып алғанға қарағанда, мемлекеттік бағалы қағаздарды көптеп сатты. Бұл экономикадан ақшаны алу саясатын білдіреді, сөйтіп ақша ұсынысы қысқарады. Қазіргі уақытта (2000, 2001 жж.) банк ресурстары ұлғайып, қаржы қаражаттары ағынының мемлекеттік бағалы қағаздарға кетуі төмендеді, бұл экономикадағы несие көлемінің өсуіне әкеледі. 1996 жылдан 2000 жылға дейін ол 6,3 есе өскен.

Тарихи «айырбасталым» термині қағаз ақшаны алтынға еркін айырбастауды білдірген. Қазіргі таңда айырбасталым валютасы халықаралық төлемдерде қолдану мүмкіндігін, басқа валютаға еркін айырбастау мүмкіндігін, азаматтардың шетел валютаны иемдену құқығын білдіреді.

1.10. Экономикадағы ресурстардың сипаттамасы

Іс-әрекеттердің түрлі түрін орындау үшін адамдар әртүрлі ресурстарды пайдаланады. Бірақ бұл ресурстар, яғни қолда бар түрлі құралдар, құндылықтар, қорлар, мүмкіндіктері шектеулі.

Адам негізінен мүмкіндіктің шектеулі әлемінде өмір сүреді. Оның күш-қуат және интеллектуалды мүмкіндіктері шектеулі. Бұдан басқа да істерге көңіл бөлуге уақыттың шектелуі, сондай-ақ, басқа да мақсаттарға жету үшін пайдаланатын құралдардың шектелуі. Дара адам ғана емес, барлық қоғам, тіпті планетарлық масштабта қарастыратын болсақ та өз амандығына талаптануы да шектеулі. Мыңдаған жылдар және ғасырлар бойғы тарихта адамдар бұл шектеулердің шегін ығыстыра білді. Бірақ бүгінде, болашақта да және өткен кезеңде де қолда бар ресурстардың шектелуі негізгі және бұлтартпас жағдай болып қалады.

Ресурстардың шектелуінде қатыстылық сипатқа ие. Онда барлық адамдардың барлық қажеттілігін толық және бір-

уақытта қамтамасыз ету мүмкіндігінің шектелуінде. Өдеттегідей, алдымен бірінші кезектегі мүмкіндіктер қанағаттандырылады – тағам өнімдерінде, тұрғын үйде, денсаулығының сақталуында және қоғамның аманшылығында. Алайда ол үшін түрлі мақсаттар арасында ресурстарды оңтайлы үлестіру және ресурстарды үнемдеп пайдалануды арттыру қажет.

Өндірістік процестерді қамтамасыз ету үшін түрлі ресурстар қажет: материалдық-техникалық, еңбектік, табиғи, қаржылық және т.б. Қазіргі таңда аса маңызды потенциалдарға:

1. Қоғамның (мемлекеттің) рухани потенциалы жатады, оған жалпы мәдениет деңгейі, халықтың жасампаз қасиеті (еңбексүйгіштігі, табандылығы, дәстүрдің сақталуы, халықтар арасындағы өзара сыйластық, діни және несілдік шыдамдылық және т.б.) кіреді. Бұл потенциал халықтың психикалық және күш-қуат саулығымен анықталады.

2. Мемлекеттің интеллектуалды потенциалына рухани потенциалдың бір бөлігі және тұрғындардың жалпы білім беру деңгейін анықтау жатады. Интеллектуалды потенциалдың маңызды элементтерінің бірден-бірі білім беру жүйесі мен кадрлардың біліктілігін көтеру болып табылады.

3. Рухани потенциалдың құрамдас бөлігіне ғылыми-техникалық потенциал жатады, оған тек қана ғылым мен техниканың даму ғана емес, кәсіби білікті ғылыми жұмысшылардың, инженерлердің, жұмысшылардың құрамымен сипатталады.

4. Ақпараттық потенциалға қоғамның барлық саласында нәтижелі қолдануға жарамды жүйелі және топтастырылған ақпараттан тұрады.

5. Экологиялық потенциал – табиғи жүйені сақтау дәрежесімен, су ортасының дәрежесімен, ауа алабымен сипатталады. Экологиялық потенциалы төмен ортада ауылшаруашылық және өндірістік өнеркәсіпті нәтижелі құру және дамыту мүмкін емес.

Қазіргі уақытта ресурстық қамту қоғамда бар потенциалдармен байланыстырады. Ғылыми техниканың қарқынды етек алуына байланысты ғылыми-техникалық потенциал, сонымен қатар, технологиялық жүйені құрайтын техникалық

потенциал маңызды болып табылады. Жоғары техникалық потенциалдар мен ғылыми техникалары бар елдер (Жапония, Сингапур, Корея, Голландия және т.б.) үлкен шикізат ресурстары бар елдерге қарағанда үлкен жетістіктерге анағұрлым тез жетеді. Елдің дамуы, өз ғылыми-техникалық потенциалын көтере отырып, басқа елдің үлкен ғалымдарын өзіне тартуына байланысты, алайда бұл халықаралық күрделі проблемаларға өкеле бастады.

Ресурстарды шектеу салдары оларды қолдану бөсекелестігі болып табылады. Ол ресурстарды альтернативті мақсаттар арасында қолдану бақталастығын құрайды. Себебі, ресурстардың барлығын түрлі мұқтаждықты қанағаттандыру үшін қолдануы мүмкін. Мысалы, мұнай-жанар жағармайды, синтетикалық талшықтар, бояғыштарды, жуғыш заттар және т.б. алу үшін шикізат қызметін атқарады. Бұдан басқа мұнай экспортынан және мұнайдан қайта өңделген өнімдерден алынған валюталық табысты азық-түлік, медикаменттер, жеңіл, тағам, химикалық өнеркәсіпке қажетті жабдықтарды сатып алуға пайдаланады. Бұл альтернативтік мақсаттар көлемі жағынан шектелген шикі мұнайды қолдану үшін бөсекелеседі.

Басқаша айтқанда, қоғам алдында да, дара адам алдында әр кезде түрлі бөсекелестік мақсатта шектеулі ресурстарды пайдалану тәсілдері мен бағыттарды таңдау міндеті тұрады.

Бұл міндеттерді шешу әдісі экономика ғылымының пәніне кіреді.

1.11. Экономиканың іргелі міндеттері

Қоғамға күштеп міндеген шектелген қолма-қол ресурстардан таңдау кезінде адамдар үш іргелі міндеттерді шешу қажеттілігімен кездеседі:

1. *Не?*, яғни қандай мөлшерде қандай тауарларды өндіру қажет?

2. *Қалай?*, қандай шектелген ресурстар мен тәсілдердің көмегімен адам игілігіне қажеттіні өндіруге болады?

3. *Кім үшін?* бұл шектелген игіліктерді өндіріледі?

Сонымен, қазіргі тілде экономиканы «шаруашылық» сөзінің синонимі ретінде және экономиканы ретінде қарастырады. Экономика ғылымына анықтама берейік.

Экономика – бұл адамдар мен қоғамның түрлі өнімдер мен қызметтерді өндіру үшін шектелген ресурстарды пайдалану тәсілдерін таңдау және оны адамдар арасында тарату туралы ғылым.

Экономикалық өмірдің құбылыстары мен процестерін танысу деңгейіне байланысты микроэкономика мен макроэкономикаға бөледі.

Микроэкономика фирма, банк, сала, өндіріс және т.б. құрылымдар мен дара элементтердің беталысын зерттейді. Макроэкономика экономиканы біртұтас экономика ретінде қарастырады.

Бақылау сұрақтары

1. «Экономика» сөзінің грек тілінен аудармасы?
2. Еңбек дегеніміз не?
3. Мұқтаждық дегеніміз не? Мысал келтіріңіз.
4. Қажеттілік пен мұқтаждықтың айырмашылығы неде?
5. Ресурс дегеніміз не? Мысал келтіріңіз.
6. Натуралды шаруашылық дегеніміз не?
7. Қоғамдағы шаруашылықтың түрлері.
8. Натуралды шаруашылықтың негізгі сипаттары қандай?
9. Тауарлы әлемнің түрлері.
10. Ақша эквивалентінің қызметі.
11. Несие ақшаның негізгі түрлерін ата.
12. Ақшаның рөлі неде?
13. «Айырбасталым» термині нені білдіреді?
14. Қазына құралының қызметі қандай?
15. Экономикадағы ресурстардың сипаттама беріңіз.
16. Өндірістік процестерді қамтамасыз етуге арналған ресурстар.
17. Экологиялық потенциал дегеніміз не?
18. Экономика ғылымына анықтама беріңіз.
19. Экономиканың іргелі міндеттерін шешу қажеттіліктері.
20. Микроэкономика ғылымы нені зерттейді?

II бөлім. ӨНДІРУ – ЭКОНОМИКАНЫҢ ҚЫЗМЕТ ЕТУ НЕГІЗІНІҢ БІРІ

2.1. Қоғамдық өндірістің негізгі факторлары

Адам цивилизациясының дамуының негізіне қоғамдық өндірістің ілгерілеуі жатады. Ол алғашқы адамның қарапайым еңбек құралының көмегімен тамақ табуынан бастап, жаңа техниканың үстемдігіне дейінгі дамудың ұзақ жолынан өтті. Сонда да қандай да болмасын өндіріс, соның ішінде, жаңа заманауи кейбір ортақ шектерімен де сипатталады. Сондай-ақ, өндірістің нәтижесін ескере отырып, еңбек процесі ретінде де қарастыруға болады. Өндіріс үш негізгі факторлардың өзара әрекеттесуін топшылайды, олар: еңбек заттары, еңбек құралдары және адамның жұмысшы күші.

Еңбек заттары – бұл адамның қайта жаңғыртуға ұмтылатын болашақ өнімдердің материалдық негізін құрайды.

Адамның табиғаттан табатын еңбек заттарын алғашқы деп есептеу орынды. Адам еңбегі ықпал еткен еңбек заты шикі материал немесе шикізат деп аталады. Жаңа заманауи жағдайда еңбек заттарының көпшілігі алдыңғы еңбек өнімі болып табылады. Өндіру процесінде түрлі қосымша материалдар қолданылады, олар негізгі материалдарға белгілі бір қасиет беру үшін қосылады, я болмаса еңбек құралдарын жөндеу немесе қызмет көрсету үшін пайдаланылады.

Еңбек құралы – бұл адамның еңбек қызметіне ықпал етуші болып табылады.

Еңбек құралына алдымен еңбек құрал-саймандары жатады, яғни түрлі приборлар, көліктер, жабдықтар, құралдар. Еңбек құралына, сондай-ақ инфрақұрылым жатады – жолдар, көпірлер, арықтар. Жалпылық еңбек құралына жер, ал ауылшаруашылықта өнімді өндіру процесінде еңбектің негізгі құралы және заты жатады.

Өндіру процесінің нәтижесі – өнім.

Өндіру қоғамдық сипатты білдіреді, себебі адамдар әр кезде басқа адамдардың еңбегінің нәтижесін тікелей немесе жанама түрде пайдаланады. Адам басқа адамнан мүлдем оқшау бола алмайды.

Еңбек заты мен еңбек құралдарының жиынтығы еңбек құралдарын құрайды. Өндіріс процесі кезінде, үлестіру, айыр-бастау және тұтыну, түрлі жағдайда адамдар өзара қоғамдық қатынасқа түсуге мәжбүрлі, сондықтан оны өндірістік қатынастар деп атайды.

Өндіріс процесі орындалу үшін белгілі бір факторлардың болуы қажет, олар материалды-заттай және жекеше фактор. Материалды-заттай факторға өндіріс құралдары жатады. Жекеше факторларға – жұмысшы күшін құрайтын қызметкерлер жатады.

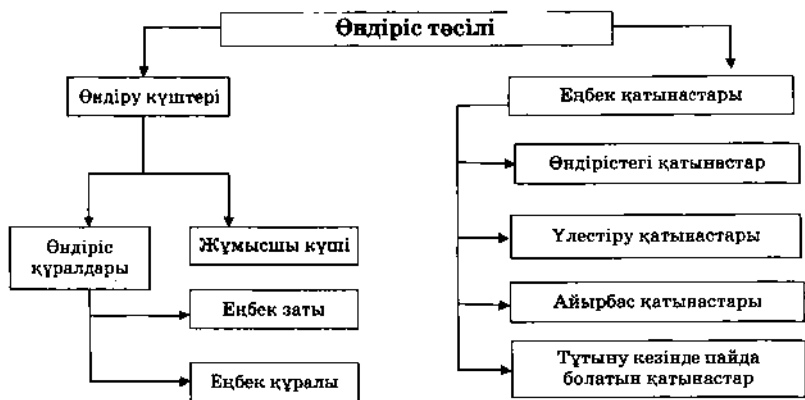
Жұмысшы күші – ол адамның еңбекке деген қабілеттілігі, адамның өндіру процесінде қолданатын рухани және күш қабілеттілігінің жиынтығы.

Қызметкерлер тек жұмысшы күші ғана емес, алдымен – ол тұлға.

Өндірістік қатынастар өндіріс күштерімен үздіксіз байланыста (2.1-сурет). Өндіру күштерінің дамуы алдымен, еңбек құрал-саймандарын жетілдіруді қажет етеді, ол көне өндірістік қатынастарды жаңа қатынастармен алмастырады. Өндірістік қатынастар, алдымен, өндірістік күштерге ықпал етеді: олар өндірістің өсуін тежейді немесе оның дамуын қарқындатады.

Өндірісті жай ғана оның элементтер жиынтығы, яғни жұмысшы күші, еңбек заты мен құралдары ретінде қарастыруға болмайды. Олар күрделі өзара әрекеттесу жүйесін құрайды. Ал әр күрделі жүйе оның жай элементтерден сапалылығымен ерекшеленеді. Өндірістің негізгі факторларының арасындағы әрекеттесу – технологиямен білдіреді. Технологияның екі анықтамасын келтірейік – қысқаша және толық.

Технология – өнімнің пайда болу әдісінің, тәсілінің жиынтығы. Дәл осы анықтама қысқа және жалпы болып табылды. Толығырақ анықтама: технология – бұл әдіс, тәсілдердің жиынтығы, еңбек заты мен құралдардың бірігуі, өнімді дайындау процесінде белгілі бір құрал-сайманды қолдану жо-



лығын мүмкіндігі. Бұл анықтама әр нақты жағдайда айқын-
дауды қажет етеді, себебі түрлі өндіруде түрлі құрал-сай-
мандар қажет, әсіресе еңбек заттары, өндіріліп жатқан өнімдер
өзіндік ерекшеліктеріне ие және т.б. Мысалы, нан пісіру, киім
тігу, мұнайды өңдеу технологияларының сапалалары өртүрлі.
Технология өндірісте үлкен роль ойнайды: шығарылып жат-
қан өнімдердің көлемінің артуын анықтайды, оның сапасын
және түрлі қолданыстағы тауарлардың қоғам қажеттілігін қа-
наттандыру болып табылады.

Еңбек – бұл білімнің, дағдының, біліктіліктің, адамның ойлау және күш-қайраттың қабілеттілігі, яғни тауар мен қызмет көрсетуді өндіруде пайдаланатын жұмысшы күші. Жұмысшылардың біліктілігін көтеру «адам капиталының» білім беру процесі ретінде қарастырылады.

Капиталдың екі түрі болады: өндірістік және қаржылық. Өндірістік капиталға адамның құрастырған барлық өндірістік құралдар жатады, мысалы, ғимараттар, құрылыстар, жабдықтар, көліктер, сондай-ақ, алғашқы өндеуден өткен жартылай фабрикаттар мен материалдар.

Қаржылық капиталға ақша құралдары жатады, олар өндірістік капиталды сатып алу үшін тартылады.

Табиғи ресурстар (жер) – бұл өндіріс процесінде адамның қолданатын ресурстары. Оған: орман, өңделетін және басқа да жерлер, жер қойнауларының қорлары, су, құрлықтың, теңіздің тірі ресурстары және т.б.

Кәсіпкерлік қабілеттілік – бұл адамдардың шешім қабылдай алатын және тәуекел ете білу қабілеттілігі.

Кәсіпкерлік қабілеттілік өндіріс процесінде барлық факторларды бір жүйеге біріктіреді. Алайда бұл қабілет адамдардың барлығы тән қасиет емес, сондықтан кәсіпкерлік таланттың бір түрі болып табылады.

Өндіріс факторы әр кезде біреуге тиесілі болды, және осы факторлардың меншік иесі осы пайдаланудан табыс табуды көздейді. Еңбектің меншік иесі табыс көзін жалақы түрінде алуды көздейді, капитал иесі – табысты капиталдан түсетін пайыздық түрінде, табиғи ресурстардың меншік иесі – табысты рент түрінде, кәсіпкерлік қабілеттіліктің меншік иесі – табыс көзін пайда түрінде түсіруді көздейді.

2.2. Өндірістің негізгі факторлары: тағы бір топтама

Қазіргі таңда батыс экономикалық әдебиеттерінде өндіріс факторының басқа топтамасы кең етек алды. Бұл топтамаға сәйкес өндірістің негізгі факторларына еңбек, капитал, табиғи ресурстар және кәсіпкерлік қабілеттілік жатады.

Қазақстан Республикасында бизнесті қаржыландыру фирманың меншікті және қарыз қаражаттарының үйлесімді сәйкестігінің классикалық сызбасымен түсіндіріледі.

Кәсіпорынның меншікті қаражаттарының негізгі көзі таза пайда болып табылады. Кестеде ҚР-ның ұлттық шаруашылығының жетекші салаларының таза пайдасының сандық сипаттамалары келтірілген.

Сондай-ақ, меншікті қаражаттарды толықтырудың қосымша көзі – эмиссия және кәсіпорын акцияларын сату.

2005 жылы мемлекеттік емес құнды қағаздарды айналысқа шығарудың жалпы көлемі 2382 млрд. теңгені құрады. Корпо-

ративтік құнды қағаздың жалпы көлемінің 1822,2 млрд. теңгесін құрайды немесе 76,5%. Акцияның жалпы көлемінде жай акциялардың 96,6%-дық үлесіне, артықшылықты акциялардың 3,4% үлесіне тең.

Қазақстан Республикасындағы корпоративтік сектор негізі тәжірибе жүзінде қаланды. 250-ге жуық ірі компаниялар жұмыс атқарады, республика бойынша өндірілген өнім көлемінің 77%-дан астамы солардың үлесіне тиеді. Олардың ішінен 4 түрге бөлуге болатын 100-ге жуық ірі корпорацияларды ажыратуға болады:

1) Ұлттық компаниялар («ҚазМұнайГаз» ҰК, «КЕГОК» ҰК, «Қазақстан Темір жолы» ҰК, «Қазтрансойл» ҰК және т.б.).

2) Жеке жобалар бойынша жекешелендірілген және мемлекет құрылтайландырылған акционерлік компаниялар («Испат – Кармет» АҚ, «Қазақмыс» ААҚ, «Қазқырыш» ААҚ, «Маңғыстаумұнайгаз» АҚ және т.б.)

3) Нарықтық өзін-өзі ұйымдастыру негізінде құрылған жеке корпорациялар («Казкоммерцбанк» ААҚ, «ҚазақстанКаспийшельф» АҚ, «БанкТұранӘлем» АҚ (және т.б.).

4) Қазақстандық ТҰК «Тенгиз шеврон» (Chevron) СП, «ОК-ТОС» АҚ, «Алматы темекі фабрикасы» АҚ (Philip Morris) және т.б.

Аталған корпорациялар үлесіне Республиканың салық төлемдері мен ЖІӨ-нің елеулі бөлігі кірді. «Казкоммерцбанк», «Халық Банкі», «ТұранӘлемБанк» сияқты корпорациялар әлемдік рейтингке кірді, ал «Қазақтелеком», «Шымкентнефтеоргсинтез», «Өскемен титан-магний комбинаты», «Қазақмыс», «Қазақмырыш» сияқты кәсіпорындардың құнды қағаздары әлемдік қор нарығында жүзеге асырылды.

Қазақстандық корпорациялар жарғылық капитал мен нарықтық капиталдандырудың төменгі деңгейлерін ажыратады (жинақталған таза кіріс). «Корпорация Қазақмыс» АООТ қаржы-шаруашылық қызметінің көрсеткіштері 1998 ж. 1 қазандағы 1998 ж 9 ай есебімен алынған. «Алюминий Казахстан» АООТ-н көрсеткіштері 1999 ж. 1 сәуір есебімен келтірілген.

Әлемдік нарықта трансұлттық корпорациялармен бәсекеlestікке түсу үшін капиталдандыру деңгейі 1 млрд. доллардан

жоғары болуы қажет. Мұндай деңгейге ҚР-ның корпорацияларының ешқайсысы да жете қойған жоқ.

Капиталдандырудың (пайданың) жеткіліксіз деңгейі экономиканың өнеркәсіптік секторын іштей инвестициялау көзін толық мөлшерде пайдалануға мүмкіндік бермейді.

Корпоративтік бағалы қағаздардың белгілі мөлшердегі активті тұрақтануы 1996 ж. жарияланған үкіметтік бағдарламасымен байланысты.

«Қазақстандық Көк фишкалар» бағдарламасы – бұл «Бағалы қағаздарды биржалық сатуды активтендіру шаралары туралы» ҚР Үкіметінің №1538 қаулысымен ұсынылған шаралар кешенінің шартты аталуы. Осы бағдарлама негізінде Қазақстан кәсіпорындарының үздіктері жекешелендірілді. Қазақстанның бағалы қағаздарының нарығында «көк фишкаларға» неғұрлым танымал компаниялардың қарапайым акциялары жатады.

«Көк фишкалар» бағдарламасы кәсіпорындарының қатарына мұнайгаз компаниясы, банк жүйесі, телекоммуникация саласы, өндіру және өңдеу өнеркәсібі салалары, электр тораптары және т.б. саладағы ірі акционерлік қоғамдар кіреді.

Олардың ішінде «Қазақтелеком», «Маңғыстаумұнайгаз», «Өскемен титан-магний комбинаты», «ҚазМұнайГаз» ұлттық мұнай-газ компаниясы, «Соколов-Сарыбай» тау-кен өндірісі, «Казхром», «АқтөбеМұнайГаз» және т.б. бар.

Қазақстан кәсіпорындары қызметін қаржыландырудың сыртқы көздеріне төмендегілер жатады:

- Қарыз қаражаттары: корпоративтік облигациялар, ұзақ және қысқа мерзімдік банк несиелері мен басқа да қаржыландыру ұйымдарының несиелері.

- Бюджеттік қаражаттар: субсидиялар, дотациялар, мақсатқа байланысты қаржыландыру және мемлекеттік несиелер.

Кәсіпорын қызметін қаржыландырудың сыртқы құрылымындағы облигациялық қарыздардың үлес салмағы өте елеулі емес, 2001 жылдың 1 қаңтарындағы есеп бойынша корпоративтік бағалы қағаздардың жалпы көлемінің 9%-ын құрайды. Облигациялар негізінен екінші деңгейдегі банктерде шығарылады.

2.3. Қоғамдық қызметтің құрылымы

Қоғамдық қызметтің нәтижесі ретінде нан, мата, автокөлік өнімдері ғана жатпайды, сонымен бірге ғылыми-техникалық, конструкторлық құжаттар, әдістемелер жатады, онда жаңалықтың сипаттамасы, адамдардың білімі мен тәжірибесі жарияланады. Адамның белгілі бір қажеттілігін қанағаттандыру үшін өндірілетін тауарлармен қатар, өндірістің қалдықтары мен қалған-құтқан тастандылары да пайда болады.

Кешегі уақытта дейін адамның бұл жағымсыз іс-әрекетіне көп көңіл бөлінбей келді, ақырында жағымсыз салдарға: табиғаттың ластануы, тұрғындардың денсаулығының нашарлауы, биологиялық түрлерінің жоғалуына әкелді. Ластау және қирату экологиялық катастрофа масштабында сипат алды. Қазіргі таңда шикізатты пайдалануда және өндіріс қорытындысын кешенді қолдануға көп көңіл бөліне бастады. Мысалы: күкіртті қышқылды өндіруде негізгі шикізатпен қатар басқа да өндіріс қалдықтарын қолданады. Шойынды өндіру процесінде пайда болатын қождарды цемент, бетон, арзан сортты әйнектерді жасау үшін қолданылады.

Өндірістің мақсаты тек қана материалдық өнімдерді немесе энергияны алу ғана емес, сонымен қатар қызмет көрсету де болып табылады. Қызмет көрсетуді еңбектің іс-әрекетінің түрі ұсынуға болады.

Қоғам өндірісінің құрылымы салалардың жиынтығы ретінде қарастырылады, ал сала кәсіпорындар мен ұйымдардың жиынтығы. Қоғамдық өндірісте материалды және материалды емес өндірісті бөлуге болады.

Материалды өндіріске келесі салалар жатады:

1. Өнеркәсіп;
2. Ауылшаруашылық;
3. Транспорт;
4. Байланыс;
5. Құрылыс;
6. Геология және жерасты байлықтары;
7. Су шаруашылығы;
8. Сауда және қоғамдық тамақтану;

9. Үй-коммуналдық шаруашылық және тұрғындарға тұрмыстық қажетін өтеу;

10. Материалды-техникалық қамту және өткізу;

11. Басқалары;

Материалды емес өндірістің саласына жатады:

1. Денсаулық сақтау, дене шынықтыру және өлеуметтік қамту;

2. Білім беру;

3. Мәдениет және өнер;

4. Ғылым және ғылымға қызмет көрсету;

5. Несиелеу және сақтандыру;

6. Басқару;

7. Қоғамдық ұйымдар;

8. Басқалары.

2.1-кестеде қоғамдық өндірістің құрылымы көрсетілген. Материалды өндіріс материалды игілікті өндіретін салалардан тұрады (өнеркәсіп, ауылшаруашылық, құрылыс), сондай-ақ материалдық қызмет көрсету (транспорт, сауда, коммуналды қызмет, тұрмыстық қажетін өтеу – киімдерді жөндеу және тігу, жуу, химиялық тазарту және т.б.)

Материалды емес салаларда ерекше материалды емес игіліктер өндіреді (рухани құндылықтар), сондай-ақ материалды емес қызметтер көрсетеді. Оған денсаулықты сақтау, дене шынықтыру, ғылыми кеңес жатады. Материалды және материалды емес қызмет көрсету жалпы қызмет көрсету аясын құрайды. Индустриалды жоғары дамыған елдерде қызмет көрсету аясы қоғамдық өндірістің үлкен көлемін құрайды.

2.1-кесте

Тауарды топтастыру кестесі

Қоғамдық өндіріс			
Материалдық өндіріс		Материалдық емес өндіріс	
Материалды өндірістің пайдасы	Материалды қызмет көрсету өндіріс	Материалды емес қызмет көрсету өндірісі	Материалды емес игіліктер өндірісі
	Қызмет көрсету аясы		

Тауарларды тұрғындардың қажеттілігін тікелей қанағаттандыру үшін арналған тұтынушы (жеке пайдалануға) және әртүрлі кәсіпорындар мен ұйымдар сатып алатын өндіріске арналған деп бөлуге болады. Оларды кейде инвестициялық тауар деп те атайды. Тауарларды топтастыру 2.2-суретте келтірілген.

Жеке пайдалану тауарлары келесі топтарға бөлінеді:

1. Ұзақ мерзімді пайдаланатын тауарлар – бірнеше қайтара қолданатын және сирек сатып алынатын материалды өнімдер. Бұндай тауарларға автокөлік, тоңазытқыш, жиһаз, киім жатады.

2. Қысқа мерзімді пайдаланатын тауарлар – бір немесе бірнеше циклмен толығымен тұтынатын және жиі сатып алынатын материалдық тауарлар. Мысалы: тамақ өнімі, жуу құралдары.

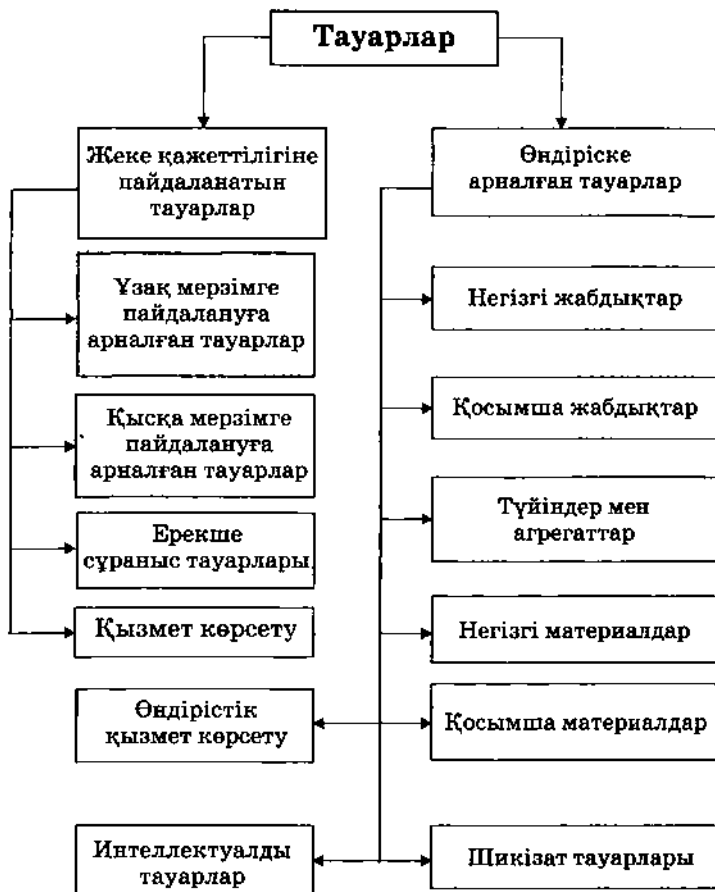
3. Ерекше сұраныстағы тауарлар – сатып алу үшін сатып алушылардың көп бөлігі қосымша күш және шығындар жұмсауға дайын бірегей сипаттағы және дара тауарлар жатады: коллекциялық құндылықтар, өнер туындылары және т.б.

4. Қызмет көрсету. Қызмет көрсету сезілмейтін болып табылады. Оны сатып алғанға дейін көру, дәмін тату, есту, иісін сезу мүмкін емес. Осы қасиетімен материалды өнімдерден ерекшеленеді.

Өндіріске арналған тауарлар келесідей бөлінеді:

1. *Негізгі жабдық*. Бұл топтағы тауарларға көліктер, өнімді өндіруге тікелей байланысты басқа да жабдықтар жатады. Көлік төрт компоненттен: еңбек құрал-сайманын іске қосатын жұмысшы көлігінен; көлікті энергиямен қамтамасыз ететін қозғалтқыштан; жұмысшы көлігіне қозғалтқыштан энергияны жеткізетін қызметкерден; есептеуіш техниканың құрылғыларын пайдалана отырып, басқару жүйесінен тұрады.

2. *Қосымша жабдықтар*. Бұл өнімді өндіруге тікелей қатыспайтын, алайда өндіруге көмектесетін жабдық. Егер негізгі жабдық әмбебап болатын болса (түрлі саладағы көптеген кәсіпорындардың пайдаланатын), сондай-ақ мамандандырылған (дара кәсіпорындардың пайдаланатын), онда қосымша жабдық негізінен әмбебап болып табылады. Қосымша жабдықтың мысалы ретінде қол құралдарын, жүк тиегіш көліктерін, жазу үстелін жатқызуға болады.



2.2-сурет. Тауарлардың топтастырылуы

3. *Түйін және агрегаттар.* Дамыған экономика үшін бір кәсіпорынның шикізаттан дайын бұйымға дейін барлық өндірістік циклді атқару мүмкін еместігі тән сипат. Әдетте, өндірістік процесс бірнеше кәсіпорындармен атқарылады, оның әрқайсысы бір немесе бірнеше өндірістік операцияларды орындайды. Ақтық өнімді дайындау операциясына жақындаған сайын өндірістік процесс дайын түйіндер мен агрегаттардың құрастырылуы болып табылады.

Түйін белгілі бір функцияны кешенді орындайтын бірнеше тетіктердің қосындысы болып табылады. Агрегат – бұл технологиялық процесте белгілі бір функцияны орындайтын және өзара аламастыру қасиетіне ие, яғни оның орнына басқа соған ұқсас агрегат қоюға болатын іріленген түйін. Мысалы: дисплей, көлік дөңгелегі.

3. *Негізгі материалдар*. Ол жасалатын өнімнің материалды – заттай негізін құрайды, мысалы: металл, үн және т.б. Негізгі материалдардың түйін және агрегаттармен ұқсастығы – олардың дайын бұйымдардың құрамына кіретіндігінде. Алайда, негізгі материалдардың түйіндер мен агрегаттардан айырмашылығы – дайын бұйымдарда олардың байқалмайтындығында.

4. *Қосымша материалдар*. Олар өнімнің материалды негізі болып табылмайды, алайда негізгі материалдарға белгілі бір қасиеттерді үстемелеу үшін қосылады (сыр, лактар) немесе еңбектің негізгі құралдарын жөндеуге және оған қызмет көрсетуге пайдаланады (майлау материалдары, сұртетін материалдар, жуатын құралдар).

5. *Шикізат тауарлары*. Олар көптеген кәсіпорындарға алғашқы материалдар болып табылады. Бұл материалдарды ауыл шаруашылығы, балық шаруашылығы, орман шаруашылығы, тау-кен өндірісі жеткізеді. Әдетте, алғашқы материалдар өндеуге ұшырайды, олардың қолдануын және тасымалдауын жеңілдетеді немесе қабылданған нормаларға сай ретке келтіріледі. Мысалы, өндіру өнеркәсібі көптеген жағдайларда алғашқы өндеумен және өндірілген тауарды жақсартумен айналысады. Сондықтан еңбек заттары қандай да бір өндеуге ұшырайтындықтан, олар өнеркәсіп үшін шикізат болып табылады.

6. *Өндірістік қызметтер*. Оларға түрлі технологиялық операциялар (мысалы, шындау, ірі габаритті тетіктерді термоциклдік немесе гальваникалық өңдеу, аймақты зарарсыздандыру және т.б.) Өндірістік қызметтер көрсету аясы соңғы мезгілде айтарлықтай өсті.

7. *Интеллектуалды тауарлар*. Оған сынау, бақылау әдістемесі, технологиялық операцияларды жүргізу, сонымен қатар ЭЕМ үшін бағдарламалар, рецептура және т.б. Соңғы уақытта бұл тауарлар нарығында ассортименттердің едәуір ұлғаю тенденциясын байқауға болады.

2.4. Модельдер туралы түсінік.

Экономикадағы модельдер

Экономика басқа ғылымдар сияқты кеңінен модельдерді пайдаланады. *Модель* – шынайы құбылыстарды, оқиғаны бейнелейтін, таңбалар, сызулар, формулалар, кейбір кейіптер арқылы жүйелерді, яғни белгілі бір қасиетті жаңғыртушы құбылыстардың аналогы болып табылады.

Сонымен, Жердің белгілі моделіне глобус, жағрафиялық карта жатады. Оқушының моделіне оның күнделігі жатады. Ұшақтардың, қайықтардың, паровоздардың моделіне осыған сәйкесінше ойыншықтар жатады. Модельдер мен модельдеу – ғылым мен тәжірибенің, дүниетанудың маңызды құралы.

Модельдің екі түрін бөлуге болады: материалды және ой моделі. Материалды модельдер – бұл металда, ағашта, әйнекте, биологиялық организмдерде және басқа да материалдық құрылымдарда іске асырылған модель. Олар үш түрге бөлінеді:

1. *Кеңестік тәріздес*. Ол кеңестік қасиеттерді зерттеу үшін арналған – үйлер, зауыт, қала ауданы, транспорт жүйесінің макеттері. Бұндай модельдердің міндетті шарты геометрия тәріздес болуында.

2. *Физикалық тәріздес* – түрлі физикалық байланыстарды жаңадан өндіру мақсатындағы материалдық модельдер.

3. *Математикалық тәріздес*. Бұл модельдер шынайы құрылымның бірыңғай математикалық сипаттауын болжайды.

Ой модельдері де үш түрге бөлінеді:

1. Ауызекі кейіпте құрылатын сипаттамалы.

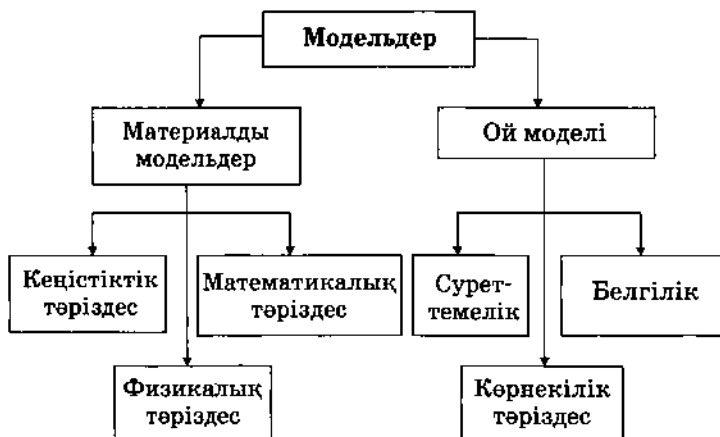
2. Көрнекілік – кейіптік модельдер, оның кейіптері саналы түрде сезгіштік – көрнекілік элементтермен құрылады. Мысалы: атомның құрылымдық модельдері.

3. Таңбалық модельдер. Бұлар таңба арқылы білдіреді.

2.3-суретте модельдердің жалпы топтамасы ұсынылған.

Модельдеудің соңғы мақсаты модель ретінде зерттеу ғана емес, шынайы құбылысты жандандыруы болып табылады. Модельдер зерттелетін құбылыстардың тетіктері мен барлық жақтарын жандандыруы мүмкін емес. Экономикалық құбылыстарды және процестерді зерттеу кезінде модельдердің

барлық түрлерін пайдалануы мүмкін. Ерекше орынды көптеген ғылыми бағыттағы зерттеулердің негізі болған экономикалық-математикалық модельдер мен әдістер алады.



2.3-сурет. Модельдерді топтау

2.5. Мемлекеттің өндірістік мүмкіндік моделі.

Таңдау қажеттілігі

Сипаттамалық модельдердің көмегімен бір мемлекеттің өндірістік мүмкіндігін саралап көрелік. Өндірістік мүмкіндік кестесін құру үшін келесі жіберілімді қабылдаймыз:

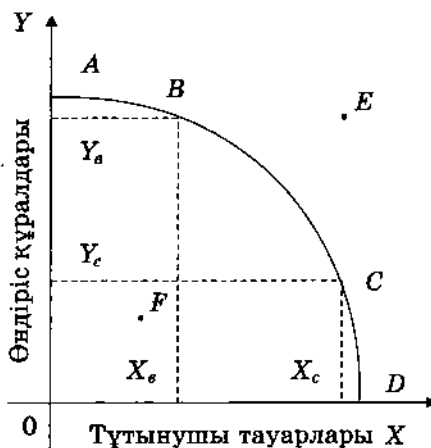
1. Экономика жұмыспен толық қамтылу жағдайында істейді және өндірістің толық көлеміне жетеді. Өндірістің толық көлемі дегеніміз ресурстардың неғұрлым тиімді үлестірілуі болып табылады. Мысалы: белгілі бір мамандықтың және біліктіліктің кадрларын жұмыс профилі бойынша пайдаланады. Сондай-ақ, өндірістің толық көлемі бар технологиялардың алғыңғы қатарлысын қолдануды қарастырады. Жұмыспен толық қамтылу жұмыссыздықтың жоқтығын, жұмысқа қабілетті тұрғындардың жұмысының бар болуын білдіреді.

2. Бар ресурстардың тұрақтылығы. Өндірістің қолданып жүрген факторлары саны жағынан да, сапасы жағынан да тұрақты.

3. Өндіріс технологиясы тұрақты ретінде қабылданады, яғни біздің сараптама жасау кезінде ол өзгермейді. Екінші және үшінші жіберілім ол біздің қарастырып жатқан экономикамыздың аз уақытын тұспалдайды. Ұзақ мерзімді үшін техникалық прогресті алып тастау ақиқат емес.

Ел экономикасы өндіретін барлық өнімді екі түрге бөлеміз: 1) тұтыну тауары, яғни біздің қажеттілігімізді қанағаттандыруға арналған тауарлар; 2) Өндіру құралдары – бұл тауарлар біздің қажеттілігімізді жанама түрде қанағаттандырады.

Таңдау қажеттілігі. Бар ресурстардың жалпы көлемінің шектелу салдарынан өнімді өндіруде экономиканың қабілеттілігі шектеулі, себебі бар ресурстардың жалпы көлемі шектеулі. Ресурстар шектеліп, толық қолданатындықтан, өндірудің ұлғайтылуы ресурстардың бір бөлігін тұтыну тауарларын өндіру үшін бағытын өзгертуге қажет етеді. Керісінше, егер біз тұтыну тауарларының өндіру көлемін ұлғайтатын болсақ, ол кезде ресурстарды өндірістік бағыттағы тауарларды қысқарту арқылы аламыз.



2.4-сурет. Мемлекеттің өндірістік мүмкіндігінің кестесі

Мемлекеттің өндірістік мүмкіндігінің кестесін қарастырайық. Абсцисс осі бойынша тұтыну тауарының көлемі шығарылған, ординат осі бойынша – өндіру құралының көле-

мі көрсетілген. Бұл көлемді ақша түрінде келтірейік. Өндіріс мүмкіндігі деп аталатын $ABCD$ қисығы, барлық ресурстарды толық және тиімді тұтыну тауарларын пайдаланумен сипатталады.

Демек, бұл қисықтағы әр нүкте осы нүктенің белгілі бір және шектеулі комбинация тауарларының көлемін ұсынады. Мысалы, B нүктесі тұтыну тауарларының XB бірлігінің комбинациялық көлемі және өндіріс құралдарының YB бірлігі болып саналады.

A және D нүктелерін қарастырамыз. A нұсқасын таңдап алып, қоғам өзінде бар барлық ресурстарын өндіріс құралдарын өндіруге бағыттайды. D нұсқасы кезінде бар ресурстардың барлығын тұтыну тауарларын өндіру үшін пайдаланады. Бұл екі нұсқада мүмкін емес, себебі қандай да болмасын экономика тауарлардың өндірістік бағыттағы да және тұтыну тауарларын да өндіруі тиіс. Тұрғындарды үнемі тұтыну тауарларымен қамтамасыз етіп отыру қажет, ал оны өндіру үшін өндіріс құралдарын қайта жаңғыртуды және кеңейтуді қажет етеді. Айтарлықтай көп ресурстарды өндіріс құралдарын өндіруден тұтыну тауарларын өндіруге ауыстыруға бағытталған саясат қызығарлықтай болғанымен, ол қымбатқа түседі. Уақыт өте келе бұл қоғамның өзіне ауыр соққы болып тиеді, себебі өндіріс құралдарының қоры ерте ме, кеш пе қысқарады. Нәтижесінде болашақ өндірістің потенциалы төмендейді, сонымен қатар тұтыну тауарларын өндіру мүмкіндігі де төмендейді. D нұсқасынан A нұсқасына қарай жылжи отырып, қоғам ағымдық тұтынудың өзін-өзі тежеу саясатын таңдайды. Осылай босатып алған ресурстарын өндіріс құралдарын өндіруге пайдаланады, олай болса қоғам болашақта көбірек тұтыну мүмкіндігіне ие болады.

Өндіріс аясының ішіндегі мүмкіндігінің F нүктесін қарастырамыз. Бұл барлық ресурстарды нәтижелі және толық өндіргенде алатын өнімнен анағұрлым аз өндіріс құралдарының және тұтыну тауарларының комбинациясынан тұрады. Осындай нүктені таңдай отырып, біз пайдаланбайтын ресурстардың барына (мысалы, жұмыссыздықпен) немесе олардың пайдалану нәтижелілігінің төмендігіне (мысалы, жұмыс уақыт жоғалту) бой ұсынар едік. E нүктесі керісінше, қазіргі таңда бар технологиялар мен бар өндірістік ресурстарды толық пай-

даланғанымен, жобамен өнімді шығаруға мүмкіндігінің жетпеумен сипатталады.

Сонымен, $ABCD$ қисығы, яғни өндірістік мүмкіндіктің шегі, өнімді шығару қалаулы, мүмкін және біруақытты болып сипатталды. Осы қисықта жатқан нүктенің біреуін ең қолайлы дегенін таңдауды қажет етеді. Мысалы: B нүктесінен C нүктесіне өткен кезде біз қосымша тұтыну тауарларының $DX = OX_c - OX_b$ бірлігін аламыз, ол үшін өндірістік құралдарының $DY = OY_b - OY_c$ бірлігін құрбан етеміз.

– *Басқа тауарды өндіруді ұлғайту бірлігі үшін құрбандықты қажет ететін бір тауардың мөлшерін альтернативті шығын немесе шығынның жіберіп алған мүмкіндіктері деп аталады.*

$ABCD$ қисығының формасын қарайық. Оның оңынан – төмен қарай дөңес формасы бар. Бұл мынаған байланысты: біреулері өндіріс құралдарын өндіруде кейбір ресурстардың өндірушілік мүмкіндігіне ие болады, ал екіншілері тұтыну тауарларын өндіруде пайдалана алады. Өндіріс мүмкіндігінің шегімен оңынан – төмен қарай жылжи отырып және тұтыну тауарларын шығарылуын ұлғайта отырып, өндіріс құрылымын өзгерту үшін өндіріске тиімділігі аз тұтыну тауарларының ресурстарын тартуды қажет етеді. Сондықтан шығарылатын тұтыну тауарларының әрбір қосымша бірлігі өндіріс құралдарының өндірілуін қысқартуды талап ететін болады. Осы координатына жақындаған сайын альтернативті шығын артуы мүмкін.

2.6. Экономикалық өсу

Қоғамның ресурстық мүмкіндігін шектейтін қисық тұрақты болып табылмайды. Қоғам өндірістік мүмкіндігінің шегінен де шығуы мүмкін, яғни оңынан – төменге қарай. Оны өндірістік ресурстарды арттыру есебінен жасауға немесе ғылыми-техникалық прогрестің жетістігі пайдалану есебінен жасауға болады, бұл тауарлардың жоғары сапасын қамтамасыз етеді және осы тауарларды өндіру тәсілдерін жетілдіреді. Өндірудің тиімділігін арттыра отырып, ғылыми-техникалық прогресс өзгермейтін ресурстар мөлшерінен қоғам көп тауар өндіруге мүмкіндік алады.

Экономикалық өсу өнімді көп көлемде өндіру қабілеттілігі болып табылады. Егер ғылыми-техникалық прогресс өндірістің құралдарын өндіретін салаларда жүзеге асатын болса, онда өндірістік мүмкіндіктің шегі 2.5, а-суретте көрсетілгендей, болып өзгереді еді; ал тұтыну тауарларын өндіретін салаларда – қисық 2.5, б-суретінде көрсетілгендей болып қозғалар еді. Өндіріс құралдарын өндіретін салаларды өрістететін ғылыми-техникалық прогресс, тұтыну тауарларын өндіретін салаларды да бір мезгілде өрістетеді. Ол үшін кешенді жоспар және ғылыми-техникалық прогрестің болжамы қажет, әсіресе алдыңғы қатарлы технологияларды (2.5, в-сурет). Дәл осы ғылыми-техникалық прогресс қоғамды ресурстармен қамтамасыз етуде негізі болып табылады.

Нарықтық экономикада әлемдегі сауда-саттықтың ашық түрде жүргізілуі қарқынды дамуда (кеңейту, жоғары өнеркәсіптік шығынның өсуі). Адамның қажеттілігі шексіз. Бірқатар елдердегі халық санының өсуімен қатар, қажеттіліктің артуы тауарлар мен қызмет көрсетудің таралу масштабын кеңейтті. Жылдан-жылға артып келе жатқан бұл өндіріс мүмкіндігі экономикалық өсу деп аталады. Экономикалық өсу мемлекеттің өндірістік қуатын жоғарылату және ресурстарды тиімді пайдалану кезінде орын алады. Төменде келтірілген әрбір себеп экономикалық өсу болып табылады:

- жұмыс күші санының өсуі;
- еңбек өндірісінің артуы;
- техникалық деңгейдің жоғарылауы;
- капитал қоры;
- кәсіпорынның күрделі қаржы жұмсалымын арттыру.

Әлемде экономикалық өсу болғанда жаңа мүмкіндіктер қатары ашылады. Тауарлар мен қызметтердің көбеюі тұрғындардың күнкөріс деңгейін жақсартуға сеп болады. Экономиканың өсу, сонымен қатар басқа мемлекеттердің де экономикасына жағдай жасауға мүмкіндік береді.

Экономикасы дамыған елдерде тұрғындардың өсуі орта есеппен 0,3%-ды құрайды, ал дамушы елдерде – 1,7%. Бай және ілгерілеуші елдерде бала туу саны көп болуы қажет, ал іс жүзінде керісінше: дүниеге келушілер санының төмендігі тұрғындар санын қысқартады. Еуропа елдерінде бала туу санын арттыратын бірқатар шаралар қолданылуда. Мысалы:

туылған әр балаға ақшалай көмек – жәрдемақы беріледі. Ал, Голландияда отбасында екі бала болса, жәрдемақы 400 доллар, шамамен алғанда орташа еңбекақының 1,3 бөлігі төленеді. Бала туудың төмендеуі және бала өлімі әйелдердің өмірге бала әкелу-әкелмеу таңдауын жоғарылатуда.

Қазіргі таңда Қазақстандағы тұрғындар саны артып келеді. ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің мәліметі бойынша, ҚР-да 2015 жылы 397 мыңнан астам бала дүниеге келді.

«2015 жылы Қазақстан Республикасында АХАТ орғандарымен 397 634 туғандар тіркелді, соның ішінде қалалық мекендерде – 225 383 адам, ауылдық – 172 251 адам. Туғандардың 51,5%-ы (204 868) ер балаларды және 48,5%-ы (192 766) қыз балаларды құрады. Туған кездегі жыныстардың арақатынасы 100 қыз балаға шаққанда 106,3 ер баланы құрады», – делінген хабарламада.

2005 жылмен салыстырғанда туғандар саны 42,5% (ер балалар – 42,7%, қыз балалар – 42,3%), қалалық мекендерде – 37,5%, ауылдық мекендерде – 49,7% артты.

Туудың жалпы коэффициенті (1 000 тұрғынға шаққандағы туғандар саны) 2015 жылы 22,66 промиллені құрады және 2005 жылмен салыстырғанда 4,24 промиллеге (2005 ж. – 18,42) артты. Қалалық мекендерде осы көрсеткіш 22,61 промиллені (2005 ж. – 18,94), ауылдық мекендерде – 22,73 промиллені (2005 ж. – 17,72) құрады.

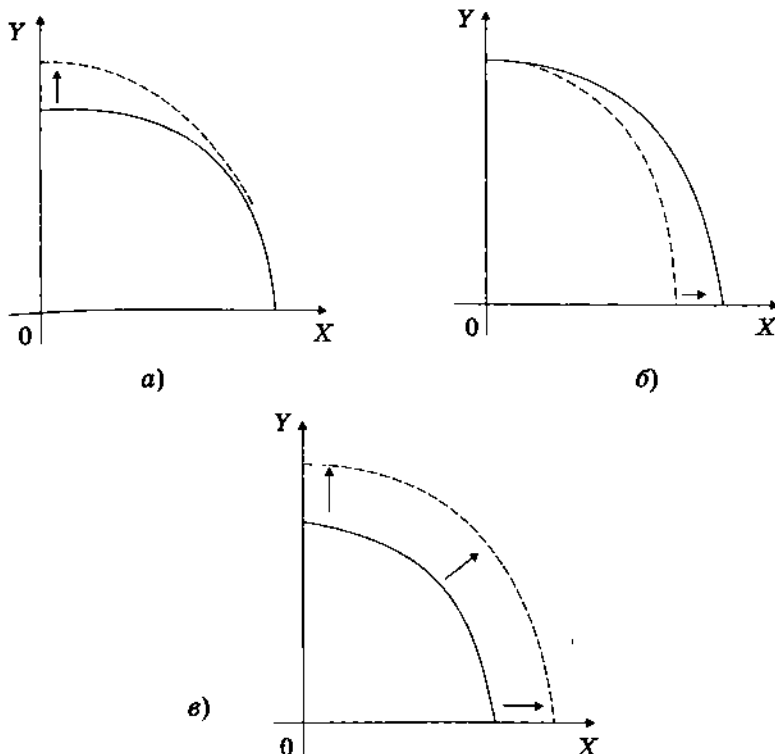
Қазақстан өңірлерінің ішінде туудың ең жоғары деңгейі Маңғыстау (1 000 тұрғынға шаққанда 31,25 туғандар), Оңтүстік Қазақстан (29,00) облыстарында және Астана қаласында (30,23) байқалды. Ең төменгі көрсеткіш Солтүстік Қазақстан (14,23), Қостанай (14,44) және Шығыс Қазақстан (16,37) облыстарында көрініс тапты.

Барлық ұрпақты болу кезеңінде (15-49 жас) бір әйелдің орта есеппен алғанда дүниеге әкелген балаларының санын көрсететін туудың жиынтық коэффициенті (ТЖК) 2015 жылы 2,73 құрады және 10 жыл ішінде 23,0% өсті (2005 ж. – 2,22). Қалалық мекендерде ТЖК 16,7%, (2015 ж. – 2,52; 2005 ж. – 2,16), ауылдық мекендерде 31,8% өсті (2015 ж. – 3,07; 2005 ж. – 2,33).

Елдің өңірлері бойынша ең жоғары ТЖК Маңғыстау (3,75), Оңтүстік Қазақстан (3,68) облыстарында, ал төмен деңгейлері

Алматы қаласы (1,74) мен Қостанай (1.78) облысында байқалды.

2015 жылы әйелдердің бала туу кезіндегі орташа жасы 28,2 жасты құрады және 10 жылда 0,5 жасқа (2005 ж. – 27,7 жас) ұлғайды, ал қалалық мекендерде – 0,9 жасқа, ауылдық мекендерде 0,1 жасқа ұлғайды (www.primeminister.kz веб-сайтынан)



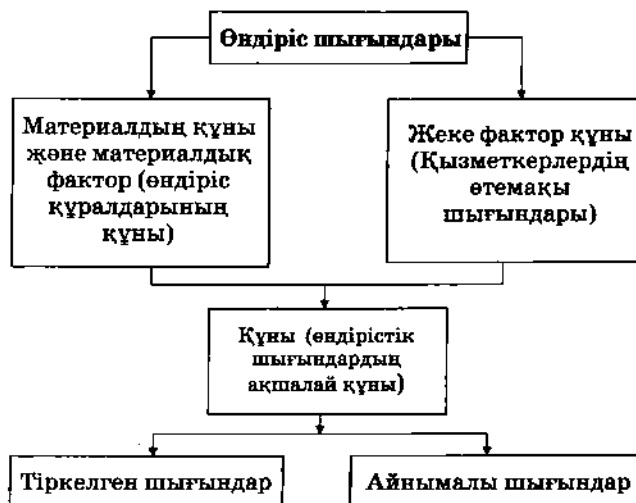
2.5-сурет. Өндірістік мүмкіндіктерін шығарылымды ұлғайту бағытында кеңейтілуі:

а) өндіріс құралдарын өндіру; б) тұтыну тауарларын өндіру; в) өндірістік құралдарды және тұтыну тауарларын өндіру

2.7. Баға түсінігі

Баға – тауарды сатып алғанда төленетін ақша сомасынан тұрады.

Сатып алушының көзқарасынан қарағанда баға – бұл қалаулы тауарын сатып алу үшін шығындайтын шығын. Егер өндірушінің көзқарасымен қарастыратын болсақ, ол тауар шығынын өтеуі және пайдамен қамтамасыз етуі тиіс.



2.6-сурет. Шынайы бағаның шегі

Өндіріс шығыны – бұл өнімді дайындауға кеткен шығын. 2.6-суретте қалдық шығыны келтірілген.

Өндіріс процесі материалдық-заттай және жеке фактордың қолда бар болуын талап етеді. Сондықтан кәсіпорындар үшін өндірістік шығыны өндірістік құралдар және жұмысшыларға еңбекақы төлеу ретінде қарастырылады. Бұл шығынның ақшалай білдірілуі *өзіндік құн* деп аталады. Кәсіпорынның шығынын тұрақты және өзгермеліге бөлуге болады. Тұрақты шығыны өндірілген тауар бірлігінің мөлшеріне тәуелді емес. Бұл ғимаратты, құрылыстарды, жабдықтарды пайдалануға

жіберілген шығын, кәсіпорынды басқару шығыны және т.б. Өзгермелі шығыны өнімді шығару көлемінің өзгеруімен өзгереді. Бұнда материалдарға, тікелей кәсіпорындар жұмыс жасайтын жұмысшыларға еңбекақы төлеуге кеткен шығындар жатады. Мысалы, мектеп оқулықтарын шығару үшін қосымша қағаздар қажеттілік етеді.

Жалпы алғанда, шығын тұрақты және өзгермеліге жатуы, зерттелу кезіне кеткен уақыт кезеңінің ұзақтығына байланысты. Сонымен, ұзақ мерзімдегі шығын өзгермелі болып табылады, себебі осы уақытта жабдықтар жаңартылуы мүмкін немесе жаңа ғимараттар, құрылыстар сатып алынуы мүмкін. Өте қысқа мерзімдегі шығыны тұрақты болуы мүмкін, себебі қосымша жұмысшыны алуға да уақыт жетіспейді.

Егер кәсіпорын өз өнімін өз құнына сататын болса, онда оның кәсіпорынды кеңейту үшін құралдар жетіспей қалады. Бұл жағдайда тек жай өндіруді ғана қамтамасыз етуге болады. Кеңейтілген өндірудің көзі пайда болып табылады, яғни шығынын жапқаннан кейін қалған ақша құралдары жатады. Оны алудың негізі ол жұмысшы күшінің көп өнімді құру қабілеттілігі болып табылады. Қорыта келе, бағаға әдетте, пайда мен өз құны кіреді.

2.8. Баға белгілеу әдістемесі

Өз тауарына бағаны белгілеу үшін кәсіпорындар түрлі әдістемелер пайдалануы мүмкін (кейбір жағдайда, мемлекет тауарға бағаны өзі белгілейді. Ал біз еркін бағаны белгілеуді қарастырамыз). Алайда, бағаны белгілеуде жалпы тәсілдемесін қолданады, ол төменде көрсетілген.

Тым төмен баға	Мүмкіндік аясы			Тым жоғары баға
Бұл бағамен пайда көру мүмкін емес	Өнімнің өзіндік құны	Бәсекелестердің бағасы және тұтынушы – тауардың бағасы	Тауардың құндылығы	Бұл бағамен сатып алуыларды табу мүмкін емес
				

Әдетте бағаны пайда әкелмейтін тым төмен немесе сатып алушыларды тауып алуға мүмкін болмайтын тым жоғары баға аралығында белгіленеді. Ең аз мүмкіндік бағасы өнімінің өз құнымен, ал ең көбі – тауардың бірден-бір, ерекшелігінің бар болуымен анықталады. Бағаны белгілеу кезінде бөсекелесінің дәл сондай тауарларды өндіретін өндірістеріндегі тауар бағасы да ескеріледі.

Сол өндірушінің тауары негізгі бөсекелесінің тауарына ұқсас болса, ол кезде бөсекелесінің бағасына жақын қылып қою керек, ал баға тым жоғары болса, онда өткізу мүмкіндігінен айырырылып қалады. Егер тауардың сапасы төмен болған жағдайда, өндіріс өз тауарына бөсекелесінің бағасындай баға белгілей ала алмайды. Бөсекелесінің бағасындай бағаны белгілеу үшін оның тауарының сапасы жоғары болу керек. Тауар – алмастырғыштың да бағасы сол өнімнің бағасын тағайындауға әсер етеді. Мысалы, апельсиннің бағасы жоғары болған жағдайда сатып алушылар назарын бағасы төмен алмаға аударады.

Кейбір баға белгілеу әдісін қарастырайық.

1. Шығын негізіндегі бағаның есептесуі

Бұл жағдайда тауардың өз құнының есебіне және өз құнына қосылған үстеме бағаға сүйене отырып тағайындалады. Үстеме баға, әдетте өз құнына қосылған пайызда белгіленеді.

Мысалы, тауардың өз құны 16 шартты бірлікке тең. Қабылданған (стандартты) үстеме баға бұл тауарға 25%-ды құрайды. Ол кезде сатып алушыға бұл тауар 20 шартты бірлікке шығады ($16 \text{ шартты бірлік} + 16 \text{ шартты бірліктен } 25\% = 16 \text{ шартты бірлік} + 4 \text{ шартты бірлік} = 20 \text{ шартты бірлікке}$). Өндірушінің пайдасы 4 шартты бірлікті құрайды ($20 \text{ шартты бірлік} - 16 \text{ шартты бірлік} = 4 \text{ шартты бірлік}$).

2. Тауардың сезіну құндылығының негізінде белгіленген баға.

Қазіргі таңда шетел фирмалардың көпшілігі осы әдісті қолдана бастады. Олар бағаны белгілеудің негізгі факторы деп сатушыға кеткен шығынды емес, тауарды сатып алушылық қабылдауды есептейді. Бұл жағдайда баға тауардың сезімдік маңыздылығына сәйкес келуіне жетелейді. Егер сатушы сатып алушының тауар құндылығын мақұлдағаннан артық сұраса, онда фирманың өтімі күткен нәтижеден төмен болады. Егерде

фирма керісінше, өзінің тауарына өте төмен баға тағайындаса, онда оның тауарын ынтамен сатып алады, алайда фирмаға ақшалай кірістің аз мөлшері түседі.

Осы әдісті қолдану арқылы бағаны белгілеу мысалын келтірейік. «Катерпиллар» америкалық көлік құрылысының фирмасы осы әдісті негізге ала отырып, өзінің тракторын 24 мың долларға бағалауы мүмкін, сонымен қатар оның қарсыласының дәл сондай тракторы 20 мың долларды құрайды. Және бұл ретте өтім қарсыласына қарағанда «Катерпиллар»-да жоғары болады. Егер әлеуетті сатып алушылар «Катерпиллар» тракторына артық ақша төлейтінін сұраса, оған мынадай жауап береді:

20 мың доллар – қарсыласының тракторына ұқсас трактордың бағасы;

3 мың доллар – үлкен ұзақ мерзімділігі үшін үстемақы;

2 мың доллар – сатып алушының тауарына фирманың қызмет көрсету дәрежесінің үстемақысы;

2 мың доллар – жоғарғы сенімділіктің үстемақысы;

1 мың доллар – түйіндер мен тетіктерге берілген ұзақ мерзімді кепілдеменің үстемақысы;

28 мың доллар – «Катерпиллар» тракторының барлық құндылық көрсеткіштері есептелінген үстемақысы;

4 мың доллар – жеңілдік;

24 мың доллар – трактордың ақтық бағасы.

Сатып алушылар төленетін 4 мың доллар үстемақыға қарамастан, шын мәнінде 4 мың доллар жеңілдік алатынына таңғалады! Іс «Катерпиллар» тракторын сатып алумен бітеді, себебі, тұтынушы трактор қызметінің пайдалану мерзімінде кеткен шығыны қарсыластарының тракторынан ақырында аз болып шығады.

1. Тұтынушының тасымалдауға жіберілген дара төлемінің шығынымен бірге тауардың бағасын тағайындау.

Бұл жағдайда сатып алушы өндірістен тауарды мекен жайына жеткізу үшін өзі төлейді. Мысалы, тауардың бағасы 100 шартты бірлікті құрайды. Сатып алушыға, сонымен қатар тауарды тасымалдау үшін де төлеу керек: айтарлық, А клиентіне – 10 шартты бірлік; В клиентіне – 15 шартты бірлік және С клиентіне 25 шартты бірлік.

Бір жағынан бұл әдіс тасымалдау шығынының әділ бағалаудың тәсілі болып есептеледі, себебі әр тұтынушы өз-өзіне төлейді. Екінші жағынан, қашықта тұратын клиенттер үшін бұл фирма қымбат болып табылады. Сондықтан егер бұл фирмалан қашықта тұратын тұтынушылардың мүмкіндігі болса, дәл сондай тауарды өндіретін басқа фирмалардан сатып алуға тырысады.

2. Жеткізуге кеткен шығынды кіргізген бірыңғай бағаны тағайындау.

Бұл әдіс алдыңғы әдіске толығымен қарама-қарсы болып табылады. Бұл жағдайда фирма клиенттің қашықта тұратынына қарамастан, тасымалдау шығынын бірыңғай бағамен алады. Тасымалдау төлемі тасымалдау шығынының орташа сомасына тең. Ол 15 шартты бірлік құрайды деп болжайық. Бұл әдісті қолданған кезде жоғарыда аталған А клиенті артық төлейді (тасымалдауға кететін 10 шартты бірліктің орнына 15 шартты бірлік), ал С клиенті – аз (25 ш.б. орнына 15 ш.б.) Бұл жағдайда клиент, тауарды жергілікті жеткізушіден сатып алуды ұйғарады. Бір жағынан, фирмада С клиент тұратын жерде тұтынушыларды өзіне тартуға мүмкіндігі туады.

Бағаны тағайындаудың басқа да әдістері бар.

2.9. Нарықта тауарларды өндіру және ұсыну жағдайы

Нарық ортасында өндірушінің іс-әрекет ету негізгі жағдай – экономикалық дербестік. Тәуелсіз өндіруші қанша, қалай өндіру керек, қандай бағамен сату керек екенін өзі анықтайды. Алайда бұл жағдай экономикалық процеске қатысушы соның ішінде мемлекеттік шешім қабылдауға ықпал ететінін ескермеуге болмайды. Ол біреулеріне кейбір қызмет түрімен айналысуға мүлдем тыйым салуы да мүмкін, яғни қатаң ереже тағайындауы да мүмкін (стандарттар, бағанының лимит нормасы). Жалпы мемлекет экономиканың нарықтық жағдайында өндірістің кейбір түрлерін ынталандыруға есептелінген жанама немесе тура әдістермен ықпал етуді қарастырады (салық, жеңілдік, субсидия, кедендік баж және т.б.).

90-жылдардың басында Қазақстанның ауыл шаруашылығында, сондай-ақ, бүкіл ел экономикасында жоспарлық-өкімшілік экономикадан нарықтық экономикаға өту реформасы басталды. Бұл мақсатқа жету үшін кәсіпорындарды ұйымдастырудың жаңа формалары мен меншік иелену формалары құрылып, ауыл шаруашылығы өндірісі реформасы жүзеге асты.

2005 жылы республикада 161962 ауылшаруашылық құрылымдары нарыққа бағытталды, оның ішінде 156978 шаруа қожалығы, 4919 серіктестік, 1200 өндірістік кооператив, 65 мемлекеттік кәсіпорын, 224 акционерлік қоғам, 3000 жуығы саяжайлық кооперативтер және 2,2 млн жеке қосалқы шаруашылық жүргізуші азаматтар.

Ауыл шаруашылығы реформасын жүргізу бастамасы ауылшаруашылық тауарларын өндіру құрылымын түбірімен өзгерту болды. Меншіктің мемлекеттік емес формасы ауылшаруашылық өнімін өндіруде төмен жетістіктер көрсетті. Оның өндіріс көлемінде 1990 жылғы 38,9 % -дан 1999 жылы 99,3% -ға өсті. Серіктестік және акционерлік қоғамдағы орташа жер үлесі 29900 га құрады; сәйкесінше кооперативке – 22498 және 4114 га. болса, мемлекеттік емес ауылшаруашылық кәсіпорындарына – 7131 және 184 га. Егер 1999 жылы барлық егістік жер ауылшаруашылық кәсіпорындары қолында болса, ал 2005 жылы 22,2 млн. гектар егістік жердің 60,4% -ы ауылшаруашылық кәсіпорындарында, 38,6% -ы шаруа қожалықтарында болды. Сонымен қатар, ауылдағы меншік формасының өзгеруі ауылшаруашылық өнімінің көлемінің төмендеуіне әкеледі. 1997–2000 жж. аралығында ет өнімі 1,2 есеге дейін, жүн – 1,5 есеге төмендеді.

Өндіруші қызметінің негізгі мақсаты пайданы асыра асыру болып табылады. Алайда фирманың барлығы бірдей пайданы көбірек түсіру үшін қызметін бағыттай алмайды. Өндірушілер сонымен қатар, ерекше жағдайлармен де кездесуі мүмкін, мысалы жаңа нарыққа шығу үшін бағаны қатты төмендетуі ықтимал, қымбат тұратын жарнамалық кампаниялар жүргізілуі және т.б. Бірақ, бұл барлық қадамдар стратегиялық міндеттерді шешуге бағытталды, яғни көбірек пайда алу.

Пайда туралы пішіп-кесу үшін оның негізгі шектеуі туралы білу керек, ол – шығын (өндіріс шығыны). Фирманың қандай да болмасын өнімнің көлемін өндірудегі шығыны қажетті ресурстардың бағасына ғана байланысты емес, сонымен қатар технологияға да, яғни қандай ресурстар және қандай мөлшерде қолданып жатқандығында. Көп жағдайда соңғысы тез өзгеруі мүмкін (мысалы, шикізатқа, жанармайға, энергияға, тірі еңбекке байланысты). Сонымен қатар, қысқа мерзімде кеңейтуге мүмкін емес ресурстар бар (мысалы, арнайы күрделі жабдықтар немесе ерекше сирек құралдар – бұл кешенді азды-кемді ұзақ конструкторлық, жобалық, сынақтық, іске қосу жұмыстарын талап етеді).

Сонымен бірге, дәл осы ресурстар фирманың көлемін анықтауға, өндірістік қуатына ықпал етеді.

2.10. Фирма қызметінің қысқа мерзімді және ұзақ уақыттылық кезеңдері

Өндірісте қолданатын ресурстардың мөлшерін өзгерту үшін кететін уақытқа байланысты фирма қызметінде қысқа мерзімді және ұзақ уақыттылық кезеңдер ажыратылады. Қысқа мерзімді кезең – бұл кәсіпорынның осы мерзімде өз өндірістік қуатын өзгерте алмайтын кезең. Бұл кезеңде ілгерілеуді тек осы барлық қуатты пайдалану арқылы жетеді, яғни түзетуге тез икемделетін ресурстар. Ұзақ уақыттылық кезең – бұл өндірістік қуаттылықпен қоса, барлық ресурстардың көлемін өзгерту үшін қажетті кезең.

Қысқа мерзімді және ұзақ уақыттылық кезең түрлі салалар үшін бірдей емес. Мысалы, жеңіл өнеркәсіпте өндіріс қуатын өзгерту жедел түрде орындалады (мысалы, киім тігетін кәсіпорын қосымша тігін машинасы мен пішім үстелін орнату арқылы өндірістік қуатын бірнеше күнде кеңейте алады). Ауыр өнеркәсіпте бұл процесс ұзақ мерзімді қажет етеді: мұнайды өңдеу зауытының құрылысы үшін бірнеше жыл қажет.

Сонымен, қысқа мерзімді кезең кезінде фирма өндіріс көлемін ауыспалы ресурстарды белгіленген қуатқа қосу арқылы

өзгерте алады. Мысалға, тұрақты мөлшерде жабдықтары бар велосипедті жөндейтін кішігірім кәсіпорындарда иесі оған қызмет көрсету үшін артық жұмысшыларды жұмысқа ала алады. Қанша адамды жұмысқа алу керектігіне шешім қабылдау үшін жұмысқа қабылдаған күнде де қаншалықты шығарылатын өнімнің мөлшері есетінін білу керек.

2.11. Фирманың жалпы, орташа және ақтық өнімі

Берілімнің азаю заңы

Белгілі бір фирма екі факторды – капитал (тұрақты ресурс) және еңбекті (ауыспалы ресурс) қолданып, өнімді шығарады делік. Бір ай мерзімде ол 10 шартты бірлік капиталын және тауардың ауыспалы бірлік мөлшерін (L) пайдаланады. 2.2-кестеде өнімінің шығарылуы ұсынылған.

2.2-кесте

1 айда фирманың өнімді шығаруы

Капиталдың бірлік мөлшері	Еңбектің бірлік мөлшері (L)	Жалпы өнім (TP)	Ақтық өнім	Орташа өнім (AP)
---------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	------------	-------------------------

Енгізілген көрсеткіштер бойынша анықтама берейік:

1. Жалпы өнім (TP) – берілген уақытта өндірілген өнімнің жалпы мөлшері. Ол ауыспалы фактордың қосымша бірлігін енгізілуімен өседі.

2. Орташа өнім (AP) – ауыспалы фактордың бір бірлігіне есептегендегі өнім саны:

$$AP = TP / L$$

Кестеден көргеніміздей, басында AP көлемі өсіп, кейбір максимумға жетеді де, содан кейін төмендейді.

Ақтық өнім (MP) – кез келген ауыспалы фактордың қосымша бірлігінің есебінен жиынтық өнімнің көлемінің өзгерілуі (бұл жағдайда – еңбек).

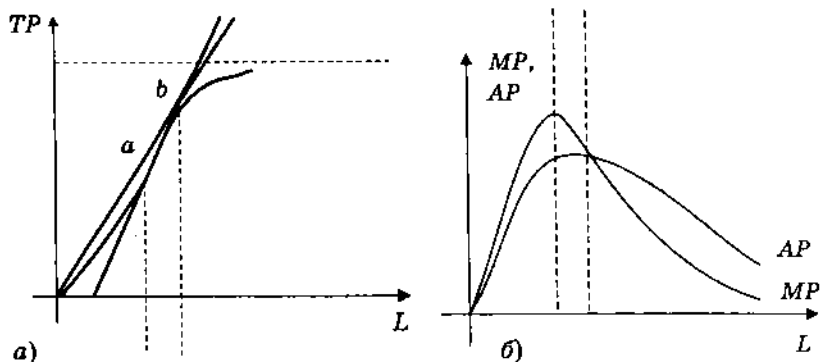
MP көлемі ол да алдымен үлкейеді, өзінің максимумына жетеді де содан кейін төмендейді. Таблица мәліметі бойынша кесте құрастырайық. Ақтық өнім үшін абсцисс нүктесін MP есептелінетін интервал ортасынан тандаймыз.

Өнімнің қисық жиынтығын толығырақ қарастырайық. Оның иілу нүктесі бар: алғашқы еңбек үстелімінде артық өнім үстелімін береді, ал иілім нүктесінен кейін – кем болады. Сонымен қатар, үлкен мағыналы L , TP өнімінің қисық жиынтығында тіпті төмендейді.

Өндіріс көлемінің динамикасы азаймалы қайтарым заңында немесе ақтық өнімнің азаю заңында келтірілген. Осы заңдарға сай өзгермейтін белгілі ресурстарды ауыспалы ресурстардың бірлігін бірізділікпен қосу арқылы белгілі бір кезеңнен бастап азаймалы үстемені немесе ақтық, ауыспалы ресурстың әр кезектегі бірлігі есебінен беріледі. Мысал ретінде көрсетелік.

Мысалы, жиназ үшін ағаш ұста шеберханасы ағаш рама-сын дайындады делік. Шеберханада жабдықтың белгілі бір мөлшері бар. Егер бұл фирма бір немесе екі жұмысшыны жұмысқа алса, өндірудің жалпы көлемі және өндіру деңгейі (бір жұмысшыға шыққанды) өте төмен болады. Бұл жұмысшыларға түрлі еңбек операцияларын орындауға тура келеді, мамандықтың артықшылығын қолдана алмай қалады. Жұмыс уақыты жұмысшы бір операциядан екінші операцияға ауысқанда жоғалтады, машиналар көп уақыт бойы жұмыс жасамай тұрады. Сонымен, шеберхана жұмысшылармен толымданбаған болады, демек өндіріс тиімсіз.

Бұл қиыншылықтан шығудың жолы жұмысшылардың санын көбейту: жабдықтар толығымен пайдаланылады, ал жұмысшылар дара операцияларды орындаумен мамандануы мүмкін. Нәтижесінде, бір операциядан екінші операцияға ауысу кезінде уақыт жоғалмайды. Сонымен, кәсіпорындағы жұмысшы саны артқан сайын, әр келесі жұмысшы өндірген үстеме немесе ақтық өнімінің өсу тенденциясына ие болады.



2.7-сурет. Орташа жиынтық және ақтық өнімінің қисығы.
Қосынды (а), орташа және шекті өнім (б) қисықтары

Алайда әрі қарай жұмысшы санын арттыру арттырылу мәселесін тудырады. Өнімнің жалпы көлемі баяу қарқынмен өседі, өйткені әр жұмысшыға белгіленген өндіріс қуатына жабдықтың аз мөлшері тиесілі болады. Қосымша жұмысшылардың үстеме немесе ақтық өнімі қысқартыла бастайды. Ақырында өндірістегі жұмысшылар санының артылуы бос кеңістіктің толтырылуына және өндіріс процесінің тоқтауына әкеліп соғады.

Атап өту керек, азаймалы қайтарым заңы ұсынысқа негізделген, осыған сәйкес барлық ауыспалы ресурстардың бірлігі – келтірілген мысалдағы барлық жұмысшылар – сапалы біркелкі. Ақтық өнімнің азаюы соңынан жұмысқа қабылдандан жұмысшылардың біліктілігінің төмендігінен емес, жұмысшылардың көп саны бар жабдықтармен жұмыс жасауында.

Ақтық және орташа өнімінің кестесіне қайта оралайық. Анықтамаға байланысты орташа өнім көлемі $AP = TP/L$ болғандықтан, әр L мағынасында AP көлемі A көлбей қисықтың бұрышын көрсетеді. AP максималды көлемі бар A -ның зор сызық көлбеуі TP сызығымен (b) жанасу нүктесінде. Қисық TP жанамасына бүгілген (a) нүктесі ақтық өнімнің максимум қисығына сәйкес келеді.

(максималды мағына TP / L)

MP және AP қисықтарының өзара байланыс ерекшеліктері:

1. Қисықтар ылғи да бір нүктеден басталады;
 2. Алғашқы кезеңде ақтық қисықтар мағынасы орташа мағынадағы қисықтарға қарағанда тез ұлғаяды немесе азаяды. Орташа өнім тез балалау үшін келесі жұмысшы AP -ге қарағанда үлкен көлемді қосуы керек.
 3. AP максималды мағынасында MP қисығы AP қисығын кесіп өтеді.
 4. Өнімнің жиынтық көлемі MP қисығымен шектелген пішіннің аумағына тең.
- Өнімнің ақтық, орташа және жиынтық қисығының сараптамасы өндіріске енгізілетін факторлардың пайдалылығы туралы маңызды тәжірибелік қорытынды шығаруға мүмкіндік береді.

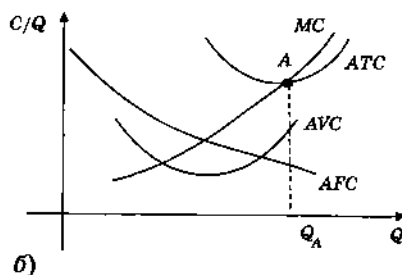
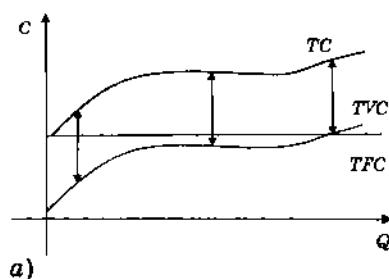
2.12. Фирма шығыны: тұрақты, ауыспалы және жалпы

Мысалы кейбір шартты фирмалардың әрекеті 2.3-кестеде ұсынылған делік. Өндіріске (еңбек) тартылған (ауыспалы) факторлар өскен сайын жалпы өнім ұлғаяды, жалпы және ауыспалы шығындар арта бастайды. 2.3-кестедегі мөлдіметтерді (2.8-суреттегі) графикке ауыстырамыз. Ақтық (маржиналды) шығын (MC) қисығын құрастыру кезінде MC көлемі есептелінетін AQ орташа интервалында орналасуы қажет.

Байқағанымыздай, өндіріс шығындары тұрақты және ауыспалы болып бөлінеді. Тұрақты деп өндіріс көлемінің өзгеруіне байланысты мөлшерді айтамыз (олар зауыт ғимараттарын, көліктерін және жабдықтарын ұстауға кеткен шығын, сақтандыру жарнасын, басқару персоналдарына еңбекақысын төлеуге кеткен шығын). 2.3-кесте – тұрақты шығын.

Жалпы өнімнің және фирма шығынының динамикасы

Еңбек бірлігінің саны (L)	Жалпы өнім (Q)	Жалпы шығын			Ақтық шығын (MC)	Орташа шығын		
		Тұрақты (TFC)	Ауыспалы (TVC)	Жалпы (валовые) (TC)		Тұрақты (AFC)	Ауыспалы (AVC)	Жалпы (ATC)
0	0	1000	0	1000				
1	15	1000	250	1250	16,7	66,7	16,7	83,4
2	40	1000	500	1500	10	25,0	12,5	37,5
3	63	1000	750	1750	10,9	15,9	11,9	27,8
4	76	1000	1000	2000	19,2	13,2	13,2	26,4
5	85	1000	1250	2250	27,8	11,8	14,7	26,5
6	90	1000	1500	2500	50,0	11,1	16,7	27,8
7	91	1000	1750	2750	250	11,0	19,2	30,2



2.8-сурет. Фирманың қисық шығыны

(TFC) абсцисс осіне параллель, сызықпен берілген. Бұл нөлдік өндіруде де фирма шығынға ұшырайтынын білдіреді.

Фирма басшыларына өнімді қанша шығару керектігін шешу үшін өндіру көлемі өскен жағдайда ауыспалы шығын қаншалықты өсетінін білу керек. 2.8, а-суретте TVC қисығымен ұсынылған, ол ауыспалы шығынның динамикасын көрсетеді. Ол координат басынан шығады: өндіріс болмаған кезде фирма

ауыспалы шығынға қалмайды. Бұл қисықтың өсуі: өндірістің ұлғайюы ауыспалы шығынның өсуіне байланысты. Алайда фирманың ауыспалы шығыны белгілі бір кезеңге дейін өндіру көлемінің өсуіне қарағанда ақырындап жоғарылайды. Содан кейін ол әр өндірілген өнімнің бірлігіне есептелінген жеделдету темпімен ұлғаяды. Ауыспалы шығынның мұндай қылығы азаймалы қайтарым заңына себепті. Белгілі бір кезеңде Ақтық өнімнің ұлғайюы әр келесі өнім бірлігін өндіру үшін ауыспалы ресурстардың өсуінің азайюына өкеледі. Олай болса, өндіріс көлеміне қарағанда ауыспалы шығынның жиынтығы ақырын қарқынмен ұлғаяды. Содан кейін қосымша ресурстардың барлық мөлшерін өнімнің әр қосымша бірлігін өндіру үшін пайдаланады. Сөйкесінше, ауыспалы шығынның жиынтығы өндіріс көлемін өсіру қарқынынан асып түсетін қарқынмен ұлғаяды.

Жалпы (валовый) шығын – бұл әр көлемді өндірудегі тұрақты және ауыспалы шығынның жиынтығы. 2.8-суретте өндіру көлеміне байланысты жалпы шығын динамикасын сипаттайтын ТС қисығы ұсынылған. Анықтамаға сөйкес (TVC) ауыспалы шығынның сызығын толығымен қайталайды, бірақ одан тігінен жоғары қарай жылжытылған.

2.13. Фирманың орташа шығыны

Өндірушілер басқару шешімін қабылдау үшін тек қана шығынның жалпы сомасын емес, сонымен қатар шығарылатын өнім бірлігіне шыққанда оның көлемін, яғни орташа шығынның деңгейін білу керек. Бұл көрсеткіш, мысалы өнім бірлігіне беретін бағаны салыстыру үшін қажет. Орташа шығынның үш түрі бар: орташа тұрақты, орташа ауыспалы және орташа жалпы шығын (2.8, 6-сурет).

Орташа тұрақты шығындар (AFC) өнім бірлігіне шыққанда тұрақты шығынды білдіреді:

$$AFC = TFC/Q,$$

мұндағы Q – өндірілген өнім мөлшері.

Тұрақты шығындар өндіру көлеміне байланысты өзгермейтіндіктен, орташа тұрақты шығындар өндірілетін өнімдер мөлшері ұлғайған сайын қысқарады. 2.8, 6-суретте орташа тұрақты шығын динамикасын көрсететін *AFC* қисығымен берілген. Ол өнім өндірісінің көлемі өскен сайын үнемі төмендейді.

Орташа ауыспалы шығындар (*AVC*) өнім бірлігіне шыққанда ауыспалы шығынды бідіреді:

$$AVC = TVC/Q$$

Орташа ауыспалы шығын алдымен минимумға жеткенше төмендейді, содан кейін көтеріле бастайды. 2.8, 6-суретте *AVC* қисығы орташа ауыспалы шығынның динамикасын көрсетеді. Ол азаймалы қайтарым заңына сәйкес доға тектес пішініне ие. Қайтарым өсу сатысында болғанда өнімнің әр қосымша бірлігін өндіру үшін қосымша ауыспалы ресурстардың аз мөлшері ғана талап етіледі. Демек, осы бірлікке есептелінгенде ауыспалы шығындар төмендейді. Азаймалы қайтарым сатысында суреттеме қарама-қарсы болады: өнім бірлігіне есептегенде ауыспалы шығындар ұлғайады.

Орташа жалпы өнімдер (ATC) өнім бірлігіне есептегендегі жалпы (валовой) шығынды білдіреді. Оларды өндірілген өнімнің мөлшеріне жалпы (валовой) шығынды бөлу жолымен, немесе орташа тұрақты және орташа ауыспалы шығындарды біріктіру жолымен есептеуге болады. *AVC* қисығы секілді *ATC* қисығы доға тектес пішінге ие, бірақ өндірудің әр көлемінде *AFC* көлемінен асады.

2.14. Ақтық шығын туралы түсінік

Өндіру көлеміне қатысты шешім қабылдау келесідей сұраққа жауап беруді талап етеді: өнімнің әр қосымша бірлігіне шыққанда қосымша шығындар қандай болады? Бұндай шығындарды ақтық (маржиналды) шығындар деп аталады (*MC*). Өнімнің әр қосымша бірлігін табу үшін сол бірліктің өндіру нәтижесінің шығын сомасының өзгеруін айқындау арқылы анықтауға болады:

$$MC = \frac{TC}{Q} = \frac{TVC}{Q} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}.$$

Бұл қисықтың пішіні азаймалы қайтарым заңының өреке-тімен берілген. Себебі тұрақты шығындар фирманың өнімді шығару көлемінің жылжуына байланысты өзгермейді, ақтық шығындар өнімнің әр қосымша бірлігі үшін тек қана ауыспалы шығындардың өзгеруімен анықталады. Демек, ауыспалы ресурстардың ұлғаймалы қайтарымы ақтық шығынның құлауын білдіреді, ал азаймалы қайтарым – оның өсуін білдіреді.

Ақтық шығынның анықтамасы фирма үшін өте маңызды мағынасы бар, өйткені оған шығынды анықтауға мүмкіндік береді, оны ол үнемі бақылауда ұстай алады. Ақтық шығын өнімнің соңғы бірлігін өндіруді ұлғайтқан жағдайда кететін шығын көлемін көрсетеді.

Ақтық шығын қисығы орташа ауыспалы шығынмен орташа жалпы шығынның минимум нүктесінде қиылысады. Егер өнімнің әр келесі бірлікті жасауға кеткен қосымша шығынның өндірілген бірліктің орташа шығынынан кем болса, онда бұл келесі бірлікті өндіруде орташа жалпы шығынды төмендетеді. Егер бұл келесі бірліктің шығыны орташадан жоғары болса, онда оның өндірілуі орташа жалпы шығынның деңгейі артады. Келтірілген мәлімдемеде (MC) ақтық шығыны қисығы (ATC) орташа жалпы шығынының қисығынан төмен өткенше b орташа жалпы шығыны құлай беруі керек. Және керісінше, MC ақтық шығын қисығы ATC орташа жалпы шығын қисығынан жоғары өткен жағдайда ғана орташа жалпы шығын өседі. Бұл, өз кезегінде MC және ATC қиылысқан нүктесінде, яғни ақтық шығындар орташа жалпы шығынға тең болғанда, соңғылары құлауды тоқтатып, өсе бастады. Демек, бұл ATC қисығының минималды нүктесі болып табылады. Ақтық шығынның қисығы орташа жалпы шығынның минимум нүктесінде қиылысып өтеді.

Сонымен жалпы шығыны аз A нүктесінде фирма өз қызметін оңтайландырады. Егер фирма өнімді QA -дан кем шығарса, онда ол өндірістік жабдықтарды толығымен жүктемейді, яғни оған өндіріс қуатының толығымен жүктелмеген бөлігін пайдалану тиімді, мысалы оны жалға беру. A нүктесінен кейін

әр қосымша жұмысшының қайтарымы төмендейді, бұл ретте фирма үшін қосымша жұмысшыларға кеткен құралдарды альтернативті жолмен пайдалану тиімдірек болады. Мысалы, ақшаны пайыздықпен банкіге салуға болады.

2.15. Ұзақ мерзімді шығын қисығы

Ақтық және орташа шығынды саралау мақсаттылық болып табылмайды, оны оңтайлы басқару шешімін табу үшін маңызды құрал ретінде қарастырылады. Ұсыныс бағасы мен көлемінің қандай да болмасын өзгерісі (артынша өндіріс қуаттарының көлемінің өзгеруіне әкелмейтін) сол фирманың қысқа мерзімді кезеңде қисық шығынның динамикасын ескере отырып жүзеге асырылады.

Алайда кейбір жағдайларды өндірушілердің назары ұзақ мерзімді кеңейтуге немесе фирманың тұрақты шығынын қысқартуға бағытталуы керек. Мысалы, егер ол қазіргі таңда көлемі жағынан ақтық шығынның кенеттен өсіп кететін өнімді шығаратын болса, онда оған өндіріс қуаттарының өзгеруін алдын ала қарастыру қажет, себебі ертеңгі күні үлкен көлемді шығынға ұшырамас үшін қосымша шығынды қазір шығаруы керек.

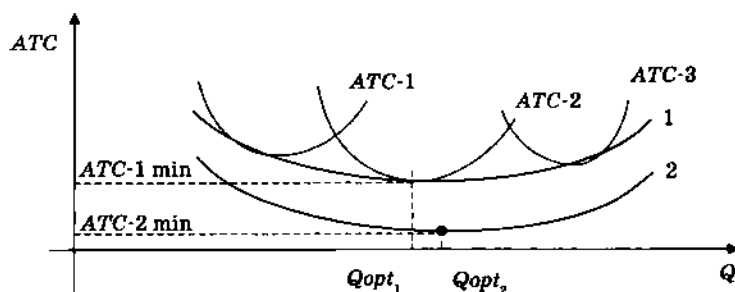
Фирма ұзақ мерзім бойы өндірісте қолданатын барлық ресурстарға, яғни өндірістік ресурстармен қоса, өндірістік қуаттарға да өзгеріс енгізе алады. Қорыта келгенде, ұзақ мерзімді кезеңде барлық ресурстар, демек барлық шығындар ауыспалы болып табылады.

Өндірістің өсу процесінде орташа және жалпы шығындармен не болып жатады? Алдымен, өндірістік қуатты кеңейту орташа жалпы шығынның төмендеуіне әкеледі. Алайда белігі бір мерзімнен бастап қуатты ұлғаймалы түрде енгізу орташа жалпы шығындардың жоғарылауына әкеледі. Бұл заңдылықты түсіндіру үшін (ATC) ұзақ мерзімді шығын қисығының құрастырылу ерекшеліктерін немесе жоспарлы қисық деп аталатынды қарастырамыз.

Ұзақ мерзім бойы фирма түрлі көлемдегі кәсіпорындарды салуы және әрқайсысы үшін қысқа мерзімді орташа шығын

есептелуі мүмкін. 2.9-суретте мысал үшін сондай үш қисық ұсынылған. АТС-1 қисығы кәсіпорындар ішіндегі ең кішкентайы үшін орташа шығын динамикасы көрсетіледі, АТС-2 – келесі көлемдегі кәсіпорын үшін, АТС-3 қисығы – ең үлкені үшін. Фирма өсімінің әр кезеңдегі өндіріс көлемі мен шығынының өзгеруін саралай отырып, ұзақ мерзімді орташа шығынның қисығын көрсетуге болады. Ол қысқа мерзімді орташа шығынның қисығын минималды мағынаға жанамалап өтеді.

Енді ұзақ мерзімді шығынның қисығы доға тектес пішіні бар екенін түсіндіру керек. Азаймалы қайырым заңы бұл жағдайда «жұмыс жасамайды»: оның әрекетінің шартты өзгермейтіндігі болып табылады, ал ұзақ мерзімді кезеңде олардың барлығы өзгеруі мүмкін. Ұзақ мерзімді орташа шығын қисығының динамикасын көлем нәтижесінің көмегімен түсіндіруге болады.



2.9-сурет. Ұзақ мерзімді орташа шығынның қисығы

Ұзақ мерзімді АТС қисығының төмен түсетін бөлігі көлем нәтижесінің оңтайлылығымен ескеріледі (оны өндірудің жалпылық нәтижелігі немесе өндіріс көлемінің үнемділігі деп те атайды). Ол кейбір факторлар қатарының негізінде жетеді, оның арасында жұмысшылар еңбегінің және басқару персоналдарының мамандандыру деңгейінің жоғары болуы маңызды, сондай-ақ өндірімділік және аса күрделі жабдықтарды пайдалану мүмкіндігі.

Фирманың көлемділік әрекетінің ұлғаюына байланысты, ол тек үнемділікті ғана пайдаланып қана қоймай, өндіріс көлемінің салдарының залалымен де кездесуі мүмкін. Оның пайда болуының басты себебі – ірі масштабты кәсіпорындарды басқару қиындығы. Масштабтың жағымсыз нәтижелігі, яғни ресурстарды ұлғайтуға жауап ретінде кәсіпорын көлемінің азаймалы жағына өсу үйлесімсіздігі, ұзақ мерзімді АТС қисығының өрлемелі кесінге сәйкес келеді.

Қорыта келе, өндіріс шығынының талдамасы өндіріс көлемін анықтаған кезінде маңызды роль атқарады. Бұл сұрақты шешу үшін, сонымен қатар, нарықтағы бағаны, тұтыну сұранысының көлемін және басқа да факторларды талдау қажет.

Ұзақ мерзімді шығын қисығынан шаруашылық стратегиясынан маңызды қорытынды жасауға болады. Белгілі болғандай, қисық үшін жалпыламалық (глобальды) минимумы бар, кәсіпкер бір уақытта өндіріс масштабы ұлғайғанда өнім шығарылымының орташа шығыны азаятынына сенімді болуы керек. Бірақ тап осы нүкте төңірегінде біруақытта осы талаптарға жету мүмкін емес. Сондықтан шешім қабылдау үшін ұзақ мерзімді қисықты мұқият есептеуді талап етеді.

Өнім шығаруда көлемін арттырудың радикалды тәсіліне және шығынның біруақытта төмендетуіне ғылыми-техникалық прогрестің жетістігін пайдалану және өндірісті ұйымдастыру тәжірибесі болып табылады. Бұл ұзақ мерзімді шығын қисығын төмен және ATC_{min} жаңа минимумын оңға қарай және шығарылатын өнім көлемінің Q_{opt} жаңа оптимумын жылжытуға мүмкіндік береді.

Бақылау сұрақтары

1. Өндірістің үш негізгі факторы.
2. Өндірістік және қаржылық капиталға сипаттама бер.
3. Технологияның екі анықтамасын ата.
4. Өндіріс тәсілін түсіндір.
5. Жұмысшы күші дегеніміз не?
6. Материалды өндірістің салалары.
7. Модельдерді схема түрінде топтастыр.

8. Ел экономикасы өндіретін өнімнің түрлері.
9. Мемлекеттің өндірістік мүмкіндігін түсіндір.
10. Таңдау қажеттілігіне сипаттама бер.
11. Өндіріс шығыны дегеніміз не?
12. Тұрақты және өзгермелі шығынға сипаттама бер.
13. Баға дегеніміз не? Баға белгілеудің жалпы тәсілдері.
14. Тауарды сезіну құндылығына мысал келтір.
15. Шығын негізінде бағаның есептесуіне сипаттама бер.

III бөлім. МЕХАНИЗМ. НАРЫҚТЫҢ ҚЫЗМЕТ ЕТУІ ЖӘНЕ ҚОҒАМДЫҚ ПРОГРЕСТІҢ ФАКТОРЫ

3-тарау. Нарықтағы сұранысты қалыптастыру

3.1. Сұраныс түсінігі

Нарықтық экономиканың басты қасиеті ол нарықтық жүйенің негізгі бағыттаушы механизмі болып немесе бағаны белгілеу жүйесінің қызмет етуі болып табылады. Сатып алушылардың және сатушылардың қабылдаған шешімі нарық жүйесі арқылы жүзеге асады. Әдетте нарық сатып алушы мен сатушының арасындағы байланысты болдыратын механизм ретінде түсінік береді.

Кең көлемдегі түсінікте *нарық* айырбас саласында әлеуметтік-экономикалық қатынастағы жиынтық ретінде анықталады, осы арқылы тауарларды сату іске асырылады.

Нарықтық жүйе байланыстың көпкүрделі жүйесі болып табылады, осы арқылы сансыз жеке, еркін таңдалған шешімдер ескеріледі, жинақталады және өзара теңестіріледі. Осы байланыс жүйелер арқылы қоғам *қалай* экономика өндіруі керек, *қалай* өндірісті нәтижелі ұйымдастыру керек, және *қалай* еңбек жемісін үлестіру керектігі туралы өзінің шешімін шығарады. Нарықтық жүйе тек қана механизм ретінде қызмет етпейді, осы арқылы қоғам өз ресурстарын қалай үлестіру керектігін және содан өнімдерді өндіру шешімін шығарады, алайда дәл осының көмегімен шешімдер істе қалай жүзеге асырылады.

Сұраныс тауар санын қамтиды, яғни тұтынушы белгілі бір уақытта кейбір бағамен сатып алуға дайын және мүмкіндігі де бар.

Сұраныс кесте түрінде келтіруге болатын альтернативті мүмкіндікті білдіреді. Ол әртүрлі бағада сұраныс жасалған өнім санын көрсетеді. Анықтамада көрсетілгендей, сұраныс

әдетте баға позициясынан қарағанда тиімді жағынан қарастырылады: басқаша айтқанда, сұраныс өнім санын көрсетеді, онда тұтынушы өртүрлі мүмкіндік бағасымен сатып алады. Қандай да бір тауар сатып алып жатқан бір тұтынушының сұраныс шкаласын мысалға келтірейік (3.1-кесте).

3.1-кесте

Тұтынушының тауарға деген жеке сұранысы

Тауар бағасы (шартты бірлік)	Апта бойынша сұраныс көлемі
5	10
4	20
3	35
2	55
1	80

Бұл кесте тауар бағасы мен санының арасындағы байланысты көрсетеді. Бұнда кейбір тұтынушылар осы бағамен сатып алуға мүмкіндігі бар және қалайды. Біз «қалайды» және «мүмкіндігі бар» деп айтамыз, себебі нарықта тек бір ғана қалауы аздық етеді, сондай-ақ белгілі бір ақша мөлшері де қажет. Сонымен қатар, сұраныс көлемі қандай да бір мағынасы болуы үшін, олар – күнге, аптаға, айға және т.б., яғни белгілі бір уақыт кесіндісіне жатуы керек. «Тұтынушы 10 бірлік тауарды 5 шартты бірлікке сатып алады» деген мәлімдеу, белгісіз жай және орынсыз. Ал, «тұтынушы 10 тауар бірлігін 5 шартты бірлікпен бір аптада сатып алады» деген мәлімдеме анық және мағыналы.

3.2. Сұраныс заңы

Сұраныстың түпкі қасиеті өзгермейтін басқа барлық параметрлердің бағасын төмендету, соған сәйкесінше сұраныс көлемінің артуына әкеледі. Және де керісінше, бағаны көтеру

соған сәйкесінше сұраныстың төмендеуіне әкеледі. Қысқасы, баға мен сұраныс көлемінің арасында кері байланыс бар. Экономистер бұл кері байланысты сұраныс заңы деп атады. Бұл заңдылықты түсіндіру үшін дәлелдің бірнеше деңгейін пайдалануға болады. Әдетте адамдар сол өнімді жоғары бағамен сатып алғаннан гөрі арзан бағамен сатып алғанды қалайды. Тұтынушылар үшін баға сауда жасауға кедергі жасаушы және көмектесуші тосқауыл ретінде көрінеді. Жоғары баға тұтынушылардың сауда жасау ниетінен айырады, ал төмен баға сауда жасау ниетін күшейтеді. Батыста мезгіл-мезгіл сұраныс заңына негізделген «төмен бағамен сауда күні» өткізіліп тұрады. Кәсіпорындар өз тауар қорларын бағаны жоғарылату жолымен емес төмендету арқылы, сонымен бірге өзіне жарнама жасау арқылы қысқартады.

2. Тұтынушы қандай да бір тауарды сатып ала отырып, қанағат алуға немесе пайда көруге ұмтылады. Тұтыну ақтық пайдалылықтық кему принципінің ықпалы іліккен, онда сол тауардың әр бірлігі ақтық пайдалылық деп аталатын пайда әкеледі. Мысалы, тұтынушыға екінші алма бірінші алмаға қарағанда аз қанағат әкеледі; үшінші алма екінші алмаға қарағанда одан да аз қанағат әкеледі, т.с.с. Бұдан біз тұтынудың ақтық пайдалылықтың кему принципі әрекет етеді, тұтынушылар қосымша өнім бірлігін бағасы төмендетілген жағдайда ғана сатып алады.

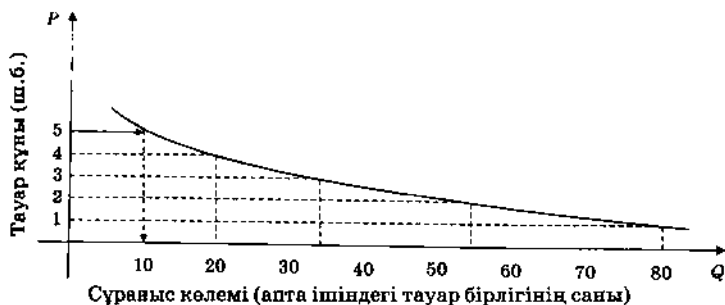
3. Сұраныс заңын өте жоғары деңгейдегі сараптамада табыс әсерімен түсіндіруге болады. Табыс сатып алушының қолында барақша сомасын білдіреді. Табыс әсері баға төмен болған жағдайда адамның басқа да тауарды да сатып алуға өзін шектемей осы тауарды көбірек сатып алуға мүмкіндігі болатынын көрсетеді. Басқаша айтқанда, өнім бағасын төмендету тұтынушының ақша табысының сатып алу қабілетін арттырады, сондықтан бұрынға қарағанда осы тауарды көбірек сатып алуға жағдайы болады. Жоғарырақ баға қарама-қарсы нәтиже береді. Ауыстыру әсерінде адамның қазір қымбат тұратын тауарды сатып алғаннан гөрі төмен бағамен арзан тауарды сатып алуға ынтасы пайда болады. Тұтынушылар қымбат тұратын тауарды арзан тұратын тауармен ауыстыруға бейім. Мысал келтірейік:

алма бағасын арзандату тұтынушының сатып алу қабілетін арттырады және көп алма сатып алуға мүмкіндік береді. Одан төмен алманың бағасын арзандату сауданы қызығарлықтай етеді және оны апельсин, алмұрттың орнына сатып ала бастайды. Табыс және ауыстыру әсерінде тұтынушының жоғары бағадан гөрі төмен бағамен өнімнің көбірек мөлшерін сатып алу қабілеті пайда болады.

3.3. Сұраныс қисығы

Өнім бағасы мен сұраныс көлемінің арасындағы кері байланысты екі өлшемділік кестесі түрінде бейнелеуге болады, онда сұраныс көлемі көлденең осіне жатқызылған, ал баға – тігінен жіберілген (3.1-сурет). Бейнеленген процесс 3.2-кестеде көрсетілген сол бес нұсқаны «баға – сан», кестеге орналастыру болып табылады. Мысалы: нұсқаны анықтау үшін: «5 шартты бағада сұраныс көлемі 10 тауардың бірлігін құрайды» біздер 10 (сан) санынан көлденең осі бойынша перпендикуляр жүргізуіміз керек, ол тік осіндегі 5 (баға) санынан жүргізілген перпендикулярмен кездесуі керек. Егер бұл операцияны әр бес нұсқаға жасалынса, біз қисық жүргізетін бірнеше нүкте аламыз. Кестенің әр нүктесі нақты бағаны береді және тұтынушы осы бағамен сатып алатын өнім санына сәйкес келеді. Алынған қисық сұраныс қисығы деп аталады және *DD* әріптерімен белгіленген. 3.1-суретте ол төмен және оңға қарай қисаяды, себебі бейнеленген баға мен сұраныс көлемінің арасындағы байланыс кері. Төмендетілген бағытта сұраныс қисығы сұраныс заңына тап келеді – адамдар жоғары бағаға қарағанда арзан бағамен көбірек өнім сатып алады.

Осыған дейін біз бір тұтынушының позициясы туралы сұрақты қарастырдық. Бірақ, әдетте нарықта көп тұтынушылар шығады. Жеке сұраныс шкаласынан нарық сұранысының шкаласына ауысу сұраныс көлемін жинақтау арқылы орындалуы мүмкін.

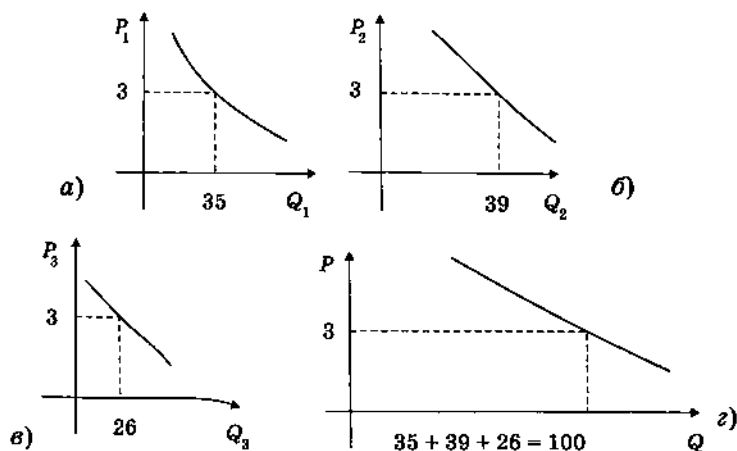


3.1-сурет. Сұраныс қисығы

3.2-кесте

Тауарға нарықтық сұраныс: үш сатып алушы

Тауар бірлігі үшін баға, Р, Шартты бірлік	Жеке сұраныстың көлемі			Бір аптадағы сұраныс- тың жалпы көлемі (нарықтық сұраныс) $Q_{\text{жалпы}} = Q_1 + Q_2 + Q_3$
	1-сатып алушы, Q_1	2-сатып алушы, Q_2	3-сатып алушы, Q_3	
5	10	12	8	30
4	20	23	17	60
3	35	39	26	100
2	55	60	39	154
1	80	87	54	221



3.2-сурет. Нарық сұранысының қисығы –
жеке сұраныс қисығының сомасы

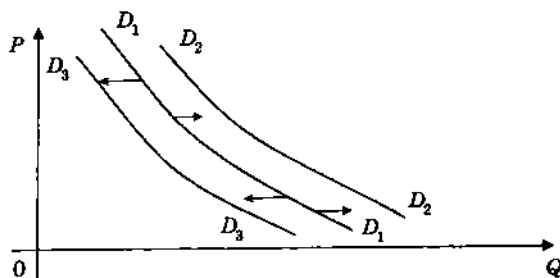
Бұл процесс жиынтығы графикалық бейнеде көрсетілген, және де ол үшін бір ғана баға 3 шартты белгі пайдаланады. Сұраныс қисығын шығару үшін біз үш жеке сұраныс қисығын көлденеңнен қиыстырамыз.

3.4. Сұраныс факторы

Экономист сұраныс қисығын құрастырып жатқанда – айталық, 3.3-суреттегі D_1, D_1 сияқты онда өнімнің әр сатып алына-тын санын анықтаушы ретінде баға ең маңызды фактор бо-лып қызмет етеді. Алайда сатып алуға басқа да факторлардың бар екені экономиске белгілі. Негізгі бағаланбайтын нарық сұранысының факторлары келесі:

- 1) көзқарас немесе тұтынушылардың ұнатуы;
- 2) нарықтағы тұтынушылар саны;
- 3) тұтынушылардың ақша кірісі;
- 4) өзара байланысты тауарлардың бағасы;
- 5) болашақ бағалар мен табыстарға қатысты тұтыну күтуі.

Бір фактордың өзгеруі (немесе одан да көп) сұраныс қисығы жағдайының өзгеруіне өкеледі. Сұраныс қисығының ауысуы сұраныстағы өзгеріс деп аталады.



3.3-сурет. Сұраныстың тауарға деген өзгерісі

Егер, мысалы тұтынушы әр мүмкіндік бағасымен сол та-уардың көп мөлшерін сатып алу қабілеттілігі мен қалауын

байқаса, онда сұраныстың артуы мүмкін. 3.3-суретте бұл сұраныстың артуы сұраныс қисығының оңға қарай жылжуында байқалады, мысалы, D_1D_1 -ден D_2D_2 . Және керісінше, сұраныстың төмендетілуі бір фактордың өзгеруінен тұтынушылар әр мүмкін бағадан өнімнің аз мөлшерін сатып ала бастайды. Графикалық бейнелеуде сұранысты төмендету сұраныс қисығын соған қарай жылжытуға тура келеді, мысалы D_1D_1 -дан D_3D_3 -ке.

Енді әр жоғарыда келтірілген бағаланбайтын факторлардың сұранысқа келтіретін әсерін қарастырып көрейік.

1. *Тұтынушы көзқарас.* Жарнама немесе сәннің өзгеруіне байланысты тұтынушылық дәмдер немесе ұнамдылық осы өнімге қолайлы өзгерістер әр бағаға сұраныстың артатынын білдіреді. Тұтынушылардың қалауларына қолайсыз өзгерістер сұраныстың төмендеуі және сұраныс қисығының солға қарай жылжуына әкеледі. Жаңа өнімнің пайда болуы тұтынушылық көзқарастың өзгеруіне әкеледі. Мысалы, калькуляторлар логарифмтикалық сызғыштарға деген сұраныстарды мүлдем жойды.

2. *Сатып алушылар саны.* Белгілі болғандай, тұтынушылар саны көбейген сайын, сұраныстың да жоғарылауын арттырады. Ал тұтынушылардың санын азайту сұраныстың кемуіне әкеледі. Мысалы, өмір сүруді ұзарту медициналық қызметке деген сұранысты арттырады.

3. *Кіріс.* Бұл фактордың сұранысқа деген ықпалы туралы өте күрделі. Тауарлардың көп бөлігіне қатысты кірістің көбейуі сұраныстың артуына әкеледі. Және керісінше, егер төмендетілсе ондай тауарларға азаяды. Ақша кірісінің өзгеруіне тікелей байланысты сұраныс тауарларын, жоғары санаттағы тауарлар немесе қалыпты тауар делінеді. Тауарлардың көп бөлігі қалыпты тауарларға жатса да, кейбір ерекше тауарлар бар. Егер кіріс белгілі бір деңгейден асқанда сұраныс төмендейді, мысалы киілген киім үшін және үшінші сорттағы автокөлікке. Қарама-қарсы бағытта өзгертін сұраныс тауарлары, яғни кіріс төмендегенде өсетін, төмен сатыдағы тауарлар деп аталады.

4. *Өзара байланысты тауарлар бағасы.* «Өзара байланысты тауарлар» термині бір тауардың бағасының өзгеруі басқа та-

уардың сұранысына өзгеріс әкелетін тауарлар жатады. Оларды бір тауар бағасының өзгеруі өзара байланысты тауарға деген сұранысты ығыстыратынымен ажыратуға болады (мысалы: шаңғыға деген бағаның төмендеуі шаңғы бәтөнкесіне деген сұранысты арттырады.)

Екі тауарды қарастырып көрелік, X және Y . Егер X және Y тауар – алмастырушы болып табылса, онда Y тауарына деген бағаның жоғарылауы және X тауарына бағаның өзгерілмеуі тұтынушылардың X тауарына деген сұраныстың артуына себепші болады. Ол X тауары үшін сұраныс қисығы оңға қарай жылжиды. Егер Y тауарына баға төмендетілсе, X тауарына деген сұраныстың азайғанын көрсете отырып, X тауарына сұраныс қисығы солға жылжиды. Тауар – алмастыру мысалы ретінде май және маргаринді жатқызуға болады.

Өзара толықтырушы тауарлар үшін кері жағдай тән: Y тауарына бағаны төмендету, X тауарына деген сұранысты арттырады, ал Y тауарына бағаны жоғарылату, X тауарына деген сұранысты төмендетеді. Бұндай тауарларға мысал ретінде автомобиль мен бензин жатады.

1. Күту. Тауарлардың болашақ бағалары, тауарлардың бар болуы және болашақ табыс туралы тұтынушылардың күтуі сұраныстың өзгеруіне ықпал етеді. Болашақта бағаның өсу мүмкіндігі тұтынушылардың сауданы дәл қазір жасауға итермелейді. Кірістің жоғарылауы туралы күтімі тұтынушылардың ағымдағы шығындарына аз шектеу жасайтынына әкеледі. Керісінше бағаның құлауы және кірістің төмендеуі тауарға деген ағымдық сұраныстың қысқаруына әкеледі.

«Сұраныстағы өзгеріс» түсінігін «сұраныс көлемінің өзгеру» түсінігімен араластыруға болмайды. Біз сұраныстағы өзгеріс сұраныс қисығының не оңға, не солға жылжитынын атап өттік. Бұның себебі сұраныстың бағалаусыз факторларының бір немесе одан да көп өзгерістерістердің болуында.

Сұраныс көлемінің өзгеруі сұраныс қисығының бойында бір нүктеден екінші бір нүктеге жылжуы, яғни «баға – өнім мөлшері» бір комбинациясынан екінші комбинацияға өтуі. Сұраныс көлемінің өзгеру себебі осы тауар бағасының өзгеруі болып табылады.

Бақылау сұрақтары

1. Орташа шығынның түрлері.
2. Орташа жалпы өнімдер дегеніміз не?
3. Ақтық шығынның анықтамасы.
4. Ауыспалы ресурсқа сиаттама беріңіз.
5. Азаймалы қайырым заңы. Өндірістің өсу процесінде орташа және жалпы шығындармен не болып жатады?
6. Ұзақ мерзімді орташа шығынның қисығын көрсетіңіз.
7. Сұраныс түсінігіне сипаттама беріңіз.
8. Сұраныс заңдары дегеніміз не?
9. Тұтынынушының тауарға деген жеке сұранысын түсіндіріңіз.
10. Сұраныс қисығына сипаттама беріңіз.
11. Негізгі бағаланбайтын нарық сұранысының факторлары.
12. Сұраныстың тауарға деген өзгерісін түсіндіріңіз.

IV бөлім. НАРЫҚТАҒЫ ТЕПЕ-ТЕНДІК ПЕН ҰСЫНЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ

4.1. Ұсыныс түсінігі

Ұсыныс өнім санын білдіреді, онда өндіруші белгілі бір уақыт кезеңінде нарық бағасымен сатуға ұсынуға және өндіруге қабілеті бар. Ұсыныс 4.1-кестеде келтірілген альтернативті мүмкіндіктерді білдіреді.

Ұсыныс, бағаға әсер ететін барлық факторлары өзгеріссіз қала отырып, қаншама өнім мөлшері түрлі бағамен сатуға ұсынылатынын көрсетеді. «Ұсыныс» түсінігінің анықтамасы бағаның тиімділігі жағынан қарастырылатынын көрсетеді.

4.1-кесте

Жеке өндірушілердің ұсынылған тауарлары

Тауар бағасы (шартты бірлік)	Аптадағы ұсыныстың көлемі
5	60
4	50
3	35
2	20
1	5

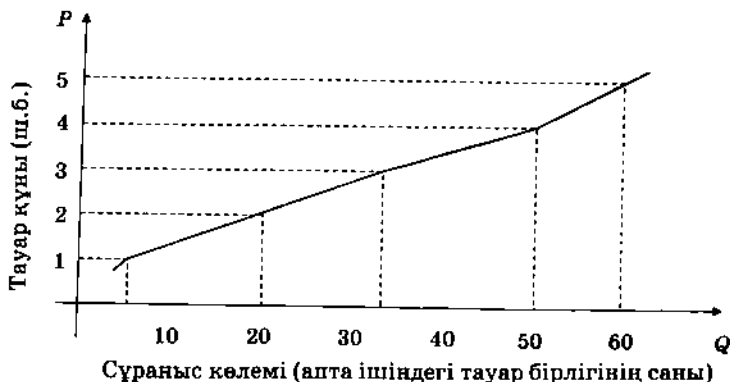
4.1-кестеден байқағанымыздай, баға мен ұсынылған тауар арасында тікелей байланыс бар екенін көреміз. Бағаны көтерген сайын ұсыныс көлемі де артады: бағаны төмендеткен сайын ұсыныс та қысқарады. Бұл байланысты ұсыныс заңы деп атайды. Бұл өндірушілердің төмен бағамен сатқаннан гөрі, жоғары бағамен өз өнімдерінің жасап, ұсынғысы келетінін көрсетеді.

Алдыңғы бөлімде келтірілгендей, тұтынушы көзқарасымен қарағанда, баға тежеуіш фактор ретінде қарастырылады. Жоғары баға ретіндегі кедергі тұтынушының өнімді сол бағамен аз мөлшерде сатып алады; баға төмендеген сайын тұтынушы көп мөлшерде өнімді сатып алады. Екінші жағынан тауарды жеткізуші өз тауарының құнын алушы болып табылады. Ол үшін баға әр өнім бірлігінен алатын ақшалай түсім ретінде қарастырылады, сондықтан оған бұл нарықта өз өнімін өндіріп, ұсынуға ынталандыру қызметін атқарады.

Қайсыбір кезеңде өнім бірлігін өндіру үшін шығын артады. Егер баға ақша түрінде артық немесе тепе-тең болса, шығын әдетте тауарды сатқан кезінде өтеледі. Шыққан шығынды өтеу үшін өндірілетін тауар бағасын көтеру керек болады. Не себепті шығындар ұлғая береді? Оның ұлғаю себебі белгілі бір ресурсты, соның ішінде жабдықтарды, ғимараттарды, құрылыстарды салуға қажетті тауарларды, қысқа мерзімде көбейту мүмкін емес. Сондықтан кәсіпорын осындай ресурстардың санын ұлғайту барысында, соның ішінде тез көбейте алатын жұмысшы күшін, шикізатты, ол кезде ғимараттар мен жабдықтар шамадан тыс артады да келесі өнім бірлігі үшін шығын артады. Бұл өнім бірлігін өндіру үшін көп шығынды талап ететіндіктен өндірушілер жоғары баға алуы керек. Сонымен, баға мен ұсыныс көлемі үшін тікелей байланыс бар.

4.2. Ұсыныс қисығы

Өнім бағасы мен ұсыныс бағасының арасындағы тікелей байланысты екі өлшемдік график түрінде бейнелеуге болады, онда сұраныстағыдай, бағаны тік осінде, ал ұсыныс көлемін – көлденең осінде көрсетеміз (4.1-сурет). Графикте берілген мәліметтер нұсқасы келтірілген. Графикті құрастыру техникасы сұраныстағыдай болып келеді.



4.1-сурет. Тауарға жеке ұсыныстың қисығы

Ұсыныс қисығы өрлеу бағытында ұсыныс заңына тап келеді – өндірушілер арзан бағадан гөрі, тауардың көп бөлігін жоғары бағамен сатуға ұсыныс жасайды.

Біз жеке ұсынысты қарастырдық. Бірақ нарықта тек қана көп сатып алушылар ғана шықпайды, көп сатушылар да шығады. Жеке ұсыныс шкаласынан нарықтық ұсыныс шкаласына өту ұсыныс көлемін жинақтау арқылы жүзеге асырылады. 4.2-кестеде нарықтағы тек екі ғана сатушының өрекеті қа-

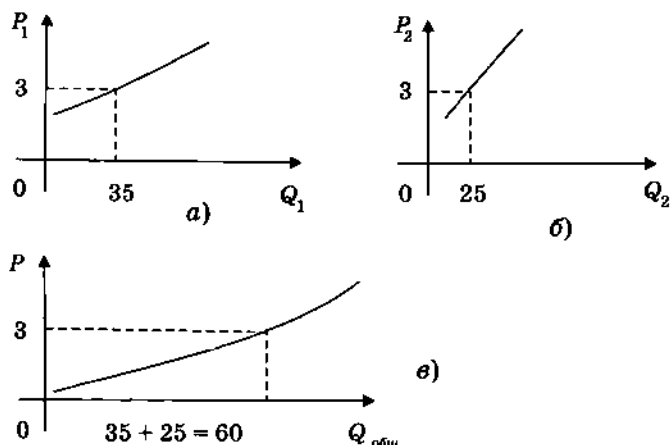
4.2-кесте

Тауарға нарықтық ұсыныс: екі сатушы

Тауардың бағасы, P, ш.б.	Жеке ұсыныстың кемі		Бір аптадағы нарықтық ұсыныстың көлемі $Q_{\text{жалпы}} = Q_1 + Q_2$
	1-сатушы, Q_1	2-сатушы, Q_2	
5	60	50	110
4	50	35	85
3	35	25	60
2	20	15	35
1	5	10	15

растырылған. 4.2-суретте графикалық бейнелеуде жинақтау процесі көрсетілген, бұл ретте тек бір ғана баға – 3 шартты бірлік пайдаланады.

Жалпы ұсыныс қисығын шығару үшін екі жеке ұсынысын көлденеңнен орналастырамыз.



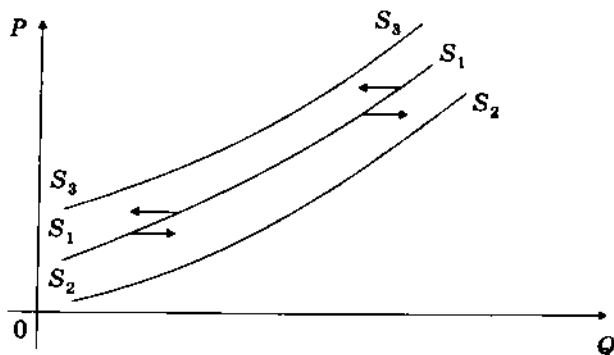
4.2-сурет. Жеке ұсыныс қисығы және нарықтық ұсыныс қисығы

4.3. Ұсыныс факторлары

Ұсыныс қисығын құрастыруда біз қандай да болмасын тауар бағасы ұсыныс көлемінің ең маңызды факторы болып табылатынынан шығамыз. Басқаша айтқанда ұсыныс қисығы ұсыныспен құрастырылады, яғни бағасыз факторлар алдын ала берілген және олар өзгерістерге ұшырамайды. Егер осы факторлардың біреуі өзгеріске ұшыраса ұсыныс қисығының орналасуы да өзгереді.

Ұсыныстың негізгі бағасыз факторларына төмендегілер жатады:

1. Ресурстардың бағалары;
2. Өндіру технологиясы;
3. Салық пен дотациялар;
4. Басқа тауарлардың бағасы;
5. Бағаның өзгеруінің күтімі;
6. Нарықтағы сатушының саны.



4.3-сурет. Тауардағы ұсыныстың өзгерісі

Осы факторлардың біреуі өзгеріске ұшыраса, тауар ұсынысының қисығы не оңға, не солға жылжиды. 4.3-суреттегі S_1S_1 -ден S_2S_2 -ке оңға қарай жылжу, ұсыныстың артуын білдіреді: бұл жағдайда өндірушілер әр мүмкін бағамен өнімнің көп мөлшерін жеткізуді қарастырады. 4.3-суреттегі S_1S_1 -ден S_2S_2 -ке солға қарай жылжу ұсыныстың төмендеуін білдіреді: бұл жағдайда өндірушілер әр мүмкін бағамен өнімнің аз мөлшерін жеткізуді қарастырады.

Келтірілген әр факторлардың ұсынысқа ықпалын қарастырайық.

1. *Ресурстардың бағасы.* Жоғарыда көрсетілгендей, ұсыныс заңын түсіндіргенде өнімді өндіргенде кететін шығын мен ұсыныс арасындағы тікелей байланыс бар екені айтылды. Өнімнің қосымша бірлігі үшін кәсіпорын жоғары баға белгілеуі керек, өйткені қосымша бірлік көп шығынды талап етеді. Бұдан шығатын қорытынды, тауарда өндіру үшін қажетті ресурс бағасын төмендету, өндіру шығынын төмендетеді және ұсынысты арттырады, яғни ұсыныс қисығын оңға қарай жылжытады. Мысал: егер тұқым мен тыңайтқыш бағалары төмендесе, онда ұсыныстың артуын күту керек, мысалы жүгерінің.

2. *Технология.* Технологияны жетілдіру өнім бірлігін ресурстың өз шығынымен өндіруге болады. Ресурстың осы баға-

сы өнімді өндіруде кететін шығынды азайтады және сұранысты арттырады.

3. *Салық және дотация.* Салық – кәсіпорынның сатылған өнімінің нәтижесінде алынған ақшаның бір бөлігін мемлекет пайдасына бөлу ретінде қарастыруға болады. Кәсіпорын кейбір салықты өнімді өндіруге кеткен қосымша шығын ретінде қарастырады. Сондықтан салықты көтеру шығынды арттырады және ұсынысты қысқартады. Дотациялар, керісінше, мемлекеттің ақшалай көмегі ретінде қарастырылады. Қандай да бір тауарды өндіруге мемлекет дотация берген кезде, ол кезде оны өндіруге кететін шығынды нақты азайтады және сұранысты арттырады.

4. *Басқа тауарлардың бағасы.* Басқа тауарлар бағасының өзгеруі тауар ұсынысының қисығын жылжытуға қабілетті. Мысалы, бидайдың бағасын төмендету ауылшаруашылық өндірушілердің көп жүгеріні өсіруге және сатуға ұсынуға итермелейді. Және керісінше, бидайдың бағасын жоғарылату сол өндірушілерді жүгеріні өсіруге және сату ұсынысын қысқартуға мәжбүрлейді.

5. *Күту.* Болашақта өнім бағасының өзгеруін күту өндірушінің нарыққа өз өнімін дәл қазір жеткізуге әсерін тигізеді. Алайда, мысалы қазіргі тауар сұранысының қисығына жоғары баға күту қалай әсер ететіндігі туралы біржақты қорытынды жасауға болмайды. Ауылшаруашылық өндірушілер тауарларының болашақта бағаның жоғарылауын күтіп, жүгерінің нарыққа шығаруын тоқтатуы мүмкін.

Бұл ағымдағы сұраныстың қысқыруына әкеледі. Яғни, болашақта өнім бағасының жоғарылауын күту ағымдағы ұсыныстың қысқартылуына әкеледі. Екінші жағынан бағаның жоғарылауын күту кәсіпорындардың ресурстарды ұлғайтуға және сонымен қатар ұсынысты арттыруға итермелейді.

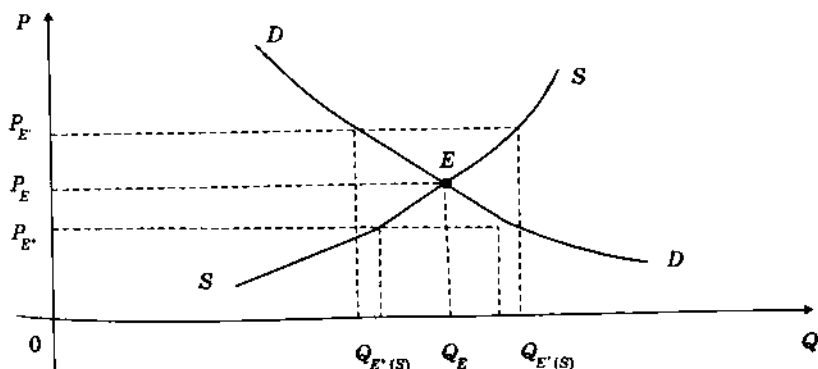
1. *Сатушылар саны.* Өндірудің осы көлемінде өнім жеткізушінің саны көп болса, солғұрлым нарықтық сұраныс артады. Салаға көпшілік кәсіпорынның енуі сұраныс қисығы оңға қарай жылжи бастайды. Салада неғұрлым кәсіпорын саны аз болса, соғұрлым нарық сұранысы төмен болады. Бұл саладан фирмалар шыға бастаса, сұраныс қисығы солға қарай жылжи бастайды.

Ұсыныстағы өзгеріс пен ұсыныс көлемінің өзгеруінің арасындағы айырмашылық, сұраныс өзгерісі мен сұраныс көлемінің өзгеруінің арасындағы айырмашылыққа ұқсас келеді. Сұраныстағы өзгеріс ұсыныс қисығының жылжуын білдіреді. Ұсыныстың өзгеруінің себебі ұсыныстың бір немесе бірнеше бағасыз факторларының өзгеруімен түсіндіріледі. Ұсыныс көлемінің өзгеруі ұсыныс қисығындағы бір нүктеден екінші бір нүктеге ауысуын білдіреді.

4.4. Нарықтағы тепе-теңдік

Егер сұраныс көлемі ұсыныс көлеміне тең болса, нарық тепе-теңдікте болады.

4.4-суретте нарық ұсынысының қисығы және нарық сұранысының қисығы біруақытта көрсетілген. Қисықтардың қиылысу нүктесі *тепе-теңдік нүктесі* деп аталады. Оған тепе-теңдік бағасы деп аталатын баға және тепе-теңдік саны деп аталатын өнім саны сөйкес келеді. Тепе-теңдік нүктесі сұраныс көлемі ұсыныс көлеміне тең келген жағдайды білдіреді.



4.4-сурет. Нарықтық тепе-теңдік

Тепе-теңдік бағадан асатын бағада ұсыныс көлемі сұраныс көлемінен артық болып шығады. Бұл шығын сатушылардың

артық қалған өнімдерінен құтылу үшін бағаны түсіруге мәжбүрлейді. Бағаны төмендету өнім ұсынысын қысқартады және бір уақытта сатып алушыларды көп мөлшерде сатып алуға итермелейді. Теңтаразылықтағы бағадан төмен баға өнімнің жетіспеушілігіне әкеледі, яғни бұл жағдайда ұсыныс көлемі сұраныс көлемінен артық болады. Сатып алушылардың ұсынған, бағаға үстеме қосу теңтаразылық мағынаға ие болуға итермелейді. Бұлай бағаны көтеру өндірушілерді бір уақытта ұсынысты көтеруге мәжбүрлейді, ал сатып алушылар бар өнімді сатып ала бастайды, нәтижесінде қалдық мүлдем жойылады.

Ұсыныс пен сұраныс күштерінің бір деңгейде бағаны белгілеу қабілеті, бағаның теңеу функциясы деп аталады.

Тепе-теңдік функциясынан басқа баға келесідей күрделі функцияларды орындайды:

- мұғдарлау функциясы – мұнда тепе-тең бағаға сатып алушының тұтынушылық мүмкіндігімен сұраныс көлемін шектейді.

- ақпарат функциясы – түрлі тауарлар нарығында баға тауар өндірушілердің шешім қабылдауы үшін негізгі ақпаратты жүргізеді, ал сатып алушылар үшін – тұтыну көлеміне қатысты болады.

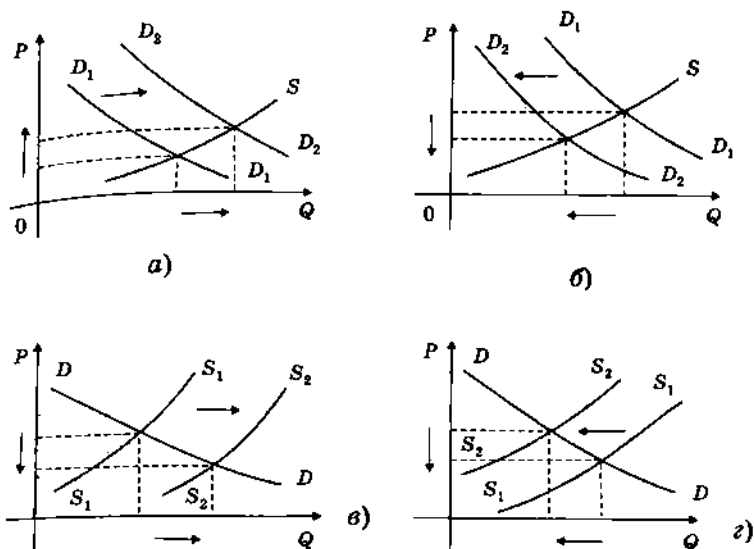
- санкция функциясы – егер өндіруші сатып алушының тәуелсіздігін қабылдмаса, онда бағалау механизмі сатушыны кірісті төмендету арқылы «жазалайды».

4.5. Нарықтық тепе-теңдікке ұсыныс пен сұраныс өзгерісінің ықпалы

Өнімнің теңтаразылық бағасына және теңтаразылық мөлшеріне ұсыныс пен сұраныстың өзгеруінің ықпалын қарастырамыз.

Ұсыныстың тұрақты болып қалатынын ескере отырып, алдымен сұраныс өзгерісінің салдарын саралап көрелік. Мысалы, сұраныс 4.5, а-суретінде көрсетілгендей, өседі делік. Ұсыныс қисығында қиылысатын жаңа нүкте және сұраныстың бұрынғы нүктесінен жоғары және оңға қарай жылжуын, біз

қорытынды жасай аламыз: өзгермейтін ұсыныста сұраныстың артуы бағаның көтерілуі мен әсерін және өнім санын арттыру әсерін туғызады. 4.5, б-суретінде көрсетілгендей, сұраныстың төмендеуі бағаның төмендеу әсері мен өнім мөлшерінің қысқарту әсері байқалады. Сонымен, біз, сұраныс өзгерісінің және бұдан туындайтын өзгерістердің теңтаразылық бағалар және өнім мөлшерін байқаймыз.



4.5-сурет. Сұраныс пен ұсыныстың өзгеруі және олардың баға мен өнім мөлшеріне ықпалы: а – сұраныстың артуы; б – сұраныстың төмендеуі; в – ұсыныстың артуы; г – ұсыныстың төмендеуі

Сұраныстың тұрақты болып қалатынын ескере отырып, ұсыныс өзгерісінің ықпалын саралап көрелік. 4.5, в-суретінде көрсетілгендей, ұсыныс артқан кезде, қиылысу жаңа нүктесі бұрынғы теңтаразылық бағадан төмен және оңға қарай жылжиды, яғни теңтаразылық баға азаяды, бірақ теңтаразылық мөлшер өседі. Ұсыныс қысқарғанда (4.5, г-суретінде) теңтаразылық баға жоғарылап, өнімнің теңтаразылық мөлшері азаяды. Сонымен, ұсыныс өзгерісімен, бұдан шығатын теңтаразылық бағаның өзгеруінің арасында кері байланыс бар, бірақ бұл байланыстар тікелей байланыс болып табылады.

Еңбек нарығында, сондай-ақ тауар мен қызмет нарығында сұраныс пен ұсыныс заңы жүреді. Сұраныс заңы бойынша өз еңбегіне қарай неғұрлым жұмысшы көп ақша алатын болса, жұмыс беруші аз мөлшерде жұмыс орнын ұсынады. Ұсыным заңында жұмыс беруші жұмысшыға неғұрлым аз жалақы ұсынса, жұмысшы соғұрлым оған аз жұмыс жасағысы келеді. Нәтижесінде, еңбек бағасының тепе-теңдігі, өз еңбегін ұсынған жұмысшы саны жұмыс орны санымен сәйкес келеді. Бұл сұраным мен ұсыным арасындағы өзара байланысты көрсетеді. Жұмыс беруші жұмыссыз, жұмысшы жұмыс берушісіз өмір сүре алмайды. Жұмысшысыз жұмыс беруші өз тауары мен қызметін өткізе алмайды, демек пайда түспейді деген сөз. Бір жағынан егер де жұмысшылар ешкім жалақы төлемесе, өмір сүру үшін ақша таба алмайды. Жұмыс беруші осы уақытта шығынды азайтып және кірісті көбейткісі келеді. Кез келген кәсіпорын жалақыны негізгі шығыс көзі деп есептейді және жалақы мен еңбек өнімділігінің өзара деңгейін бақылайды. Жұмысшылар, керісінше, өз өмірлерін жақсарту мақсатында неғұрлым көп жұмыс жасағысы келеді.

Өндіріс факторына сұраныс тауарға деген сұранысқа байланысты. Еңбекке, капитал мен жерге сұраныс – бұл өндірістік сұраныс. Еңбекке сұраныс өндірілетін тауар құнына және оның өнімділігіне байланысты өлшенеді. Қолданылған еңбектің пайдасы еңбек өнімділігі мен жалақымен анықталады. Еңбек бағасының рөлі ретінде жалақы есептеледі.

Сұраныс пен ұсыныс бір уақытта өзгерген мезетте – бұдан да қиын жағдайлар туындауы мүмкін. Олар бір бағытта немесе қарама-қарсы бағытта өзгеруі мүмкін. Бұл жағдайда бағаның ұлғаюы немесе азаюы түрлі әсерін ескеру қажет. Оның нәтижелі ықпалы нақты жағдайларға тәуелді.

Бақылау сұрақтары

1. «Ұсыныс» түсінігіне анықтама беріңіз.
2. Жеке өндірушілердің ұсынылған тауарларын атаңыз.
3. Жеке ұсыныс қисығы және нарықтық ұсыныс қисығының схемасын түсіндіріңіз.

4. Ұсыныстың негізгі бағасыз факторлары.
5. Тауардағы ұсыныстың өзгерісін түсіндіріңіз.
6. Нарықтық тепе-теңдікке ұсыныс пен сұраны өзгерісінің ықпалы.
7. Тепе-теңдік функциялары дегеніміз не?
8. Тепе-теңдік нүктесі дегеніміз не?

V бөлім. СҰРАНЫС ПЕН ҰСЫНЫСТЫҢ ИКЕМДІЛІГІ

Нарықта байланысты зерделеу өте жоғары қызығушылық танытады: Тауарбағасы өзгерген жағдайда сұраныс пен ұсыныстың көлемі қаншалықты өзгереді. Бұл мақсат үшін сұраныс пен ұсыныс икемділігінің түсінігі енгізіледі.

Икемділік үшін баға мен кіріс бойынша икемділігінің түсінігі енгізіледі.

5.1. Баға бойынша сұраныс икемділігі

Ол тауар өндіруші (сатушы) үшін өте маңызды. Оны келесі мысалмен қарастырғанымыз жөн.

Мысалы, нарықта картоп 1,5 шартты бірлікпен /кг баға-сымен сатылып жатыр делік, 1 айдағы сату көлемі – 200 т. Картоптың көп қоры пайда болды. Сатуды жылдамдату мақсатында бағаны 1,4 шартты бірлік/ кг-ға дейін төмендетуді шешті және 210 т сатылып кетті. Сатушылар дұрыс шешім қабылдады ма? 5.1, а-суретіне назар аударайық.

Тік осі бойына баға жіберілген (шартты бірлік/кг). Теңта-разылы бағаны төмендету ұсыныстың жоғарылауын білдіреді (S_1 қисығы оңға қарай S_2 -ге дейін жылжиды). A_1 және B_1 нүк-телерінде тепе-теңдікке жетеді.

200 т-ға 1,5 шартты бірлік/кг бағада кіріс құрайды:

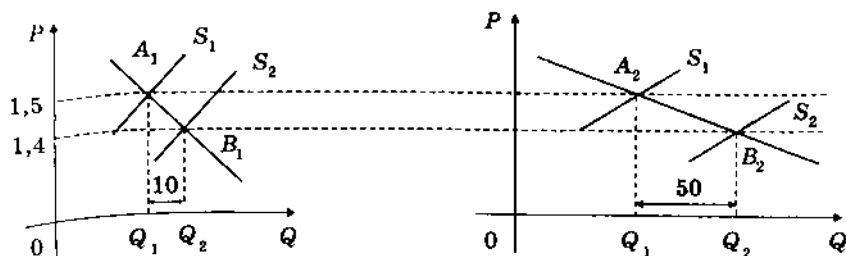
$$TR_1 = 1,5 \cdot 200 \cdot 10^3 = 3 \cdot 10^5 \text{ шартты бірлік.}$$

200 т-ға 1,4 шартты бірлік/кг бағада кіріс құрайды:

$$TR_2 = 1,4 \cdot 210 \cdot 10^3 = 2,94 \cdot 10^5 \text{ шартты бірлік.}$$

Сонымен, сату көлемін 10 т-ға арттырғанымен, шығын $6 \cdot 10^3$ шартты бірлікті құрады.

Мысалы, сол төмендетілген бағамен 210 т емес, 250 т сатылды делік. Бұл жағдайда сату көлемі құрайды:



5.1-сурет. Баға бойынша сұраныс икемділігінің көлемін анықтау

$$TR_3 = 1,4 \cdot 250 \cdot 10^3 = 3,5 \cdot 10^5 \text{ тг.,}$$

Яғни, $5 \cdot 10^4$ шартты бірлікке артық. Бұл жағдайда сатушының шешімі сәтті болды деуге болады. Бұл екі жағдайда бағаның өзгеруі өнім сұранысына өртүрлі әсер етті. Мұны баға бойынша икемділік көрсеткішімен көрсетуге болады:

$$\xi_d = \frac{\text{Тауар көлемінің өзгерісі, \%}}{\text{Бағаның өзгерісі, \%}} = \frac{\Delta Q / Q_{\text{орт}} \cdot 100\%}{\Delta P / P_{\text{орт}} \cdot 100\%}$$

Сұраныс қисығының төмендеу сипаты болғандықтан, әрдайым $\xi_d < 0$. Алайда, есептесу кезінде бұл жағдайлар дерексізденеді және жағдай $\xi_d > 0$ болып есептеледі. Практикалық есептесу үшін әдетте Q және P мағынаны орташа мағына түрінде есептейді.

$$Q_{\text{орт}} = (Q_1 + Q_2) / 2; P_{\text{орт}} = (P_1 + P_2) / 2$$

Біздің ξ_d көлемі үшін есептеп көрелік:

$$1) \Delta Q_1 = 210 \cdot 200 = 10 \text{ (т)} = 10^4 \text{ (кг)}$$

$$Q_{\text{орт}} = (Q_1 + Q_2) / 2 = (210 + 200) / 2 = 205 \cdot 10^3 \text{ (кг)}$$

$$\Delta P_1 = 1,5 - 1,4 = 0,1 \text{ (шартты бірлік/кг)}$$

$$P_{\text{орт}} = (1,5 + 1,4) / 2 = 1,45 \text{ (шартты бірлік/кг)}$$

$$\xi_{d1} = \frac{10 / 205}{0,1 / 1,45} = 0,7$$

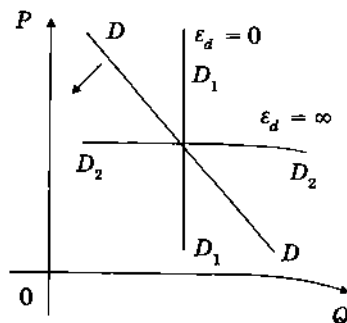
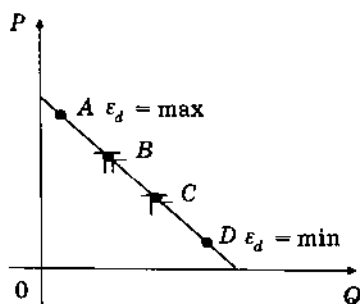
$$2) \Delta Q_2 = 250 - 200 = 50 \text{ (т)} = 50 \cdot 10^3 \text{ (кг)}$$

$$Q_{opt} = (Q_1 + Q_2) / 2 = (250 + 200) / 2 = 225 \cdot 10^3 \text{ (кг)}$$

$$\Delta P_2 = 1,5 - 1,4 = 0,1 \text{ (шартты бірлік/кг)}$$

$$P_{opt} = (1,5 + 1,4) / 2 = 1,45 \text{ (шартты бірлік/кг)}$$

$$\xi_{d2} = \frac{50/225}{0,1/1,45} = 3,2$$



5.2-сурет. Қисықтың түрлі нүктелері мен икемділіктің мән шегіндегі баға бойынша сұраныс икемділігінің өзгеруі

Егер $\varepsilon_d < 1$ болса, онда сұраныс баға бойынша икемсіз, ал $\varepsilon_d > 1$ болса икемді. Сонымен қатар, егер сатылатын тауардың бағасы төмендеген жағдайда сатушының кірісін арттырып жатса, онда сұраныс баға бойынша икемді, егер бағаның төмендеуі жалпы кірісті төмендетсе, онда сұраныс икемсіз. $\varepsilon_d = 1$ болғанда бағаның өзгеруі кіріске еш әсер етпейді.

Баға бойынша сұраныс икемділігі бірнеше факторларға байланысты, соның ішінде тауар алмастырушының бар болуы. Егер тауарда алмастырушылар көп болса, баға бойынша сұраныс икемді. Сонымен, автомобиль нарығы – бұл тауарлар икемділігінің нарығы қандай да бір маркіге бағаны төмендету ($\varepsilon_d = 2,1$ автомобильдері үшін) сатып алушылардың назарын аударады.

Тағам өнімдері, темекілер, киімдер алмастырушылары болмағандықтан, олар үшін $\varepsilon_d < 1,0$ болады.

Сұраныс қисығы бойынша A нүктесінен D нүктесіне жылжу, ε_d көлемі максималды мағынадан минималды мағынаға дейін өзгертін болады.

Икемділік формуласын саралай отырып, ε_d екі шеткі мағынасын атауға болады.

5.1-кесте

ε_d	Икемділікті анықтау	Баға мен сұраныстың өзара байланысы	Пайданың баға өзгерісінен тәуелділігі	
			Баға төмендейді	Баға өседі
$\varepsilon_d = 0$	Нақты икемсіз	Q бағаға тәуелді		
$\varepsilon_d < 1$	Икемсіз	$\Delta Q/Q_{орт} < \Delta P/P_{орт}$		
$\varepsilon_d = 1$	Бірмезеттілік икемділік	$\Delta Q/Q_{орт} = \Delta P/P_{орт}$	Өзгермейді	Өзгермейді
$\varepsilon_d > 1$	Икемді	$\Delta Q/Q_{орт} > \Delta P/P_{орт}$		
$\varepsilon_d = \infty$	Нақты икемді	$\Delta Q/Q_{орт} \gg \Delta P/P_{орт}$		

1. $\Delta Q = 0$ $\varepsilon_d = 0$ -де тауар мөлшерінің бағасының қандай да бір өзгерісінде, тұрақты. Сұраныс қисығы D_1D_1 тік, сұраныс баға бойынша икемсіз.

2. $\Delta P = 0$ $\varepsilon_d = \infty$ да тауарға деген сұраныстың бағаның өзгеруіне байланысты емес. D_2D_2 сұраныс қисығы көлденеңнен, бұнда сұраныс өте икемді.

5.1-кестеде сұраныс икемділігі мен тауарды сатудан келген пайданың байланысы келтірілген.

5.2. Кіріс бойынша сұраныс икемділігі

Кіріс бойынша сұраныс икемділігі кірістің төмендеуі немесе өсу барысында тауарлар мен қызмет көрсету қажеттілігінің өзгеруімен байланысты. Дамыған елдерде кірістің өсуі қызмет көрсету, сән заттарына қажеттілігінің артуына өкеледі, дамушы елдерде – ұзақ мерзімді қолданатын тауарларда.

Кіріс бойынша сұраныс икемділігі өнім мөлшерінің пайыздық өзгеруі түрінде анықталады, бұл ретте кірістің пайыздық өзгерісіне сұраныс ұсынысы жасалады:

$$\xi_d = \frac{\Delta Q / Q_{\text{орт}} \cdot 100\%}{\Delta I / I_{\text{орт}} \cdot 100\%},$$

ΔQ және $Q_{\text{орт}}$ – сұраныстың орташа және өсім көлемі.

ΔI және $I_{\text{орт}}$ – кірістің орташа және өсім көлемі.

Кірісі бойынша сұраныс икемділігі әр тауарға әртүрлі.

Кіріс өскен сайын төмендейтін тауарлар, $\varepsilon_i < 0$. Бұл сапасы төмен тауарлар, мысалы, емдәмдік емес азық-түлік тауарлар. Батыста оған таза сүт, сары май және т.б. жатады.

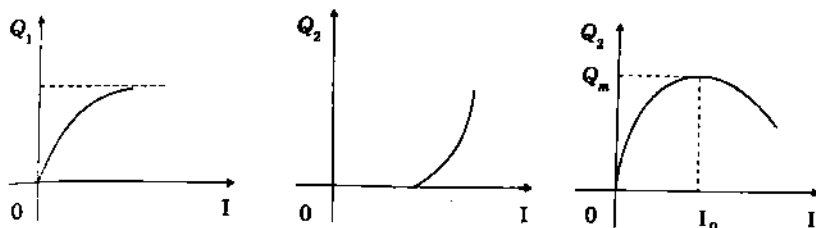
Сапасы жоғары тауарларға $-0 < \varepsilon_i < 1$ және $\varepsilon_i > 1$. Неғұрлым жанұяға тауар қажет болса, соғырлым оның икемділігі аз.

5.2-кестеде АҚШ-тағы кіріс бойынша тауардың икемділігі қарастырылған.

Кірістегі өзгеріспен Энгель заңы байланысты: жанұя кірісі өскен сайын тамаққа кеткен шығын төмендейді, киімге, үйге, коммуналдық қызметке кеткен шығын бөлігі аз ғана өзгереді, ал мәдениет және рухани қажеттілікті қанағаттандыруға кеткен шығын артады.

5.2-кесте

Тауарлар тобы	Тауарлардың атауы	Мөні
Икемділігі теріс төмен сапалы тауарлар	Сүт	-0,5
	Шошқа еті	-0,2
	Картоп	-0,2
Икемсіз тауарлар	Кофе	0,0
	Құс	0,3
	Ірімшік	0,4
Икемі тауарлар	Сиыр еті	0,5
	Темекі	0,8
	Бензин	1,1
	Шарап	1,4
	Ұзақ мерзім пайдаланатын тауар	1,8



5.3-сурет. Кіріс бойынша сұраныс икемділігі

Неғұрлым тұрғындар тамаққа ақшаны көп жұмсаған сайын, соғұрлым дәулет деңгейі төмендейді. Қазіргі таңда 70%-ға дейін тұрғындар азық-түлік тауарларының қажеттелігін толығымен қанағаттандыра алмай отыр. Тұрғындардың көп бөлігі жоқшылықта өмір сүруде, алайда ол оған кінәлі емес.

5.3. Сұраныстың тоғыспалы икемділігі

Нарықтың әдеттегідей тәжірибесі – бір тауарға сұраныс басқа тауарлардың бағасына тәуелді келеді. Мысалы, бензинге деген бағаның өсуі жанармайға көп шығын кететін қуатты автокөліктерге сұраныс төмендейді. X тауарына сұраныс Y тауарының бағасының өзгеруіне тәуелділігі сұраныстың тоғыспалы икемділігі арқылы анықталады:

$$\xi_{xy} = \frac{\text{Сұраныстағы } X \text{ тауар құнының өзгерісі, \%}}{\text{Y тауар бағасының өзгерісі, \%}} = \frac{\Delta Q_x / Q_{x_{\text{орт}}} \cdot 100\%}{\Delta P_y / P_{y_{\text{орт}}} \cdot 100\%}$$

Өзара толықтыратын тауарлар әрқашан сұраныстың жағымсыз икемділігіне ие болады (бензин – автомобиль), өзара алмастырушы тауарлар жағымды икемділікке ие: X тауарының бағасы жоғарылаған сайын, сұранысты жасалынған Y тауарының мөлшері артады (түрлі маркалы автокөліктер).

ε_{xy} мағынасы $-\infty < \varepsilon_{xy} < +\infty$ мағынасында орналасуы мүмкін. Әлдебір тауарды өндіруде монополист емес фирма-проду-

цент (өндіруші) екенін дәлелдеу үшін антимонопольді саясат жүргізу кезінде басқа фирманың тауарымен сұраныстың жағымды тоғыспалы икемділігі қызмет етуі мүмкін.

5.4. Ұсыныс икемділігі

Ұсыныс икемділігі тауар бағасының өзгеруіне ұсыныстың сезімталдығымен сипатталады:

$$\xi_s = \frac{\text{Ұсынылған тауар санының өзгерісі, \%}}{\text{Бағаның өзгерісі, \%}} = \frac{\Delta Q / Q_{opt} \cdot 100\%}{\Delta P / P_{opt} \cdot 100\%}$$

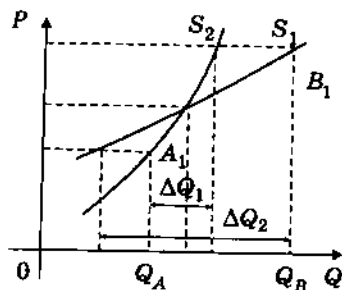
ϵ_s көлемін есептеу әдістемесі ϵ_d үшін есептеумен пара-пар. Бұл ретте ұсыныс қисығы өрлеу сипатына ие екенін ескеру керек, сондықтан әрқашанда $\epsilon_s > 0$.

Ұсыныстың икемділігі кейбір жағдайларға байланысты: соның ішінде:

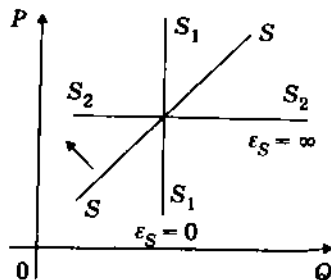
- тауарларды ұзақ мерзім сақтау мүмкіндігі;
- өндірістік процестің ерекшелігі (мысалы, көлемді кеңейту, т.б.);
- уақытша факторлар (өндірісті кеңейту, несиені пайдалану, т.б.).

Ұсыныс қисығын қарастырайық, (5.4, а-сурет) жайпақтау қисығы көбірек икемділікке ие болады ($\epsilon_{s1} > 1$). Бағаның сәл өсуі ұсыныс көлемін едәуір арттырады. $\epsilon_s < 1$ -де ұсыныс икемсіз.

Кәсіпкерлер үшін $\epsilon_s > 1$ мағынасы тепе-теңдік бағаның өсуінде өте пайдалы, себебі кіріс сату көлеміне тепе-тең бағаның өндірілуі ретінде анықталады. Алайда ұсыныстың жоғары икемділігінде тепе-тең бағаны төмендеткенде кіріс лезде төмендейді. Сондықтан сұраныстың төмендеу салдарынан тепе-тең бағаның төмендеуі және өзгерілмейтін ұсыныста кішігірім кәсіпкерлер қызметі құлдырауға ұшырайды.



а)



б)

5.4-сурет. Ұсыныстың икемділігі (а) және икемділіктің шеткі мағынасы (б)

Сұраныс секілді ұсыныстың да икемділігі екі шеткі мағынасына ие (5.4, б-сурет):

1) $\epsilon_S = 0$, S_1 қисығы тігінен орналасқан, қандай да болмасын бағаға өзгеріс болса да, ұсыныс көлемі өзгермейді, ұсыныс абсолютті икемсіз.

2) $\epsilon_S = \infty$, S_2 қисығы көлденеңнен орналасқан, қандай да болмасын бағаға өзгеріс болса да, баға өзгермейді, ұсыныс абсолютті икемді.

Бақылау сұрақтары

1. Баға бойынша сұраныс икемділігі дегеніміз не?
2. Кіріс бойынша сұраныс икемділігі дегеніміз не?
3. Сұраныстың тоғыспалы икемділігі, ұсыныс икемділігіне мысал келтіріңіз.

IV бөлім. ДАРА ТАУАРЛАРДЫҢ НАРЫҚТАҒЫ СҰРАНЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУЫ

6.1. Ақтық пайдалылықтың азаю заңы

Нарықтағы өр тауардың сұранысы пайдалылықты субъективті бағалауына байланысты. Нарықтың теориясы мен тәжірибесінде тауардың ақтық пайдалылық теориясы үлкен мағынаға ие болды.

Пайдалылық – тауар мен қызмет көрсетуді тұтынудан алатын қанағат.

Негізінен жалпы және ақтық пайдалылық ажыратылады. Жалпы пайдалылық – тауардың белгілі бір жиынтығын тұтынудан алатын қанағат. (мысалы, 20 кг картон) Ақтық пайдалылық – тауар мен қызмет көрсетудің қосымша бірлігін сатып алу нәтижесіндегі жалпы пайдалылықтың өсімі. Ақтық пайдалылықты төмендету тауар бірлігін тұтынұшының субъективті бағасының азаюымен байланысты. Сәйкесінше, ақтық пайдалылықтың азаю заңы төмендегідей.

Егер басқа тауардың тұтынуы өзгеріссіз болса, онда қандай да бір тауардың немесе қызмет көрсетудің қажеттілігін толықтыру барысында бұл игіліктің келесі бірлігін тұтынудан қанағаттануы төмендейді.

6.2. Бюджеттік желі

Мысалы, бір жанұя 600 ақшалай бірлік бюджетіне ие делік, оны тек екі тауар арасында ғана үлестіре алады – ол киім және тағам өнімдері. Сонымен, киім бірлігі (y тауары) 60 ақшалай бірліктен тұрады, ал тамақ бірлігі (x тауар) 15 ақшалай бірліктен тұрады. Ол кезде жанұя бір айда 10 бірлікке киім, немесе 40 бірлікке тамақ не мына сомаға сол және басқа да тауарлар сатып алады:

$$600 = 60 \cdot y + 15 \cdot x$$

x мағынасын ұсына отырып, y көлемін алуға болады және керісінше.

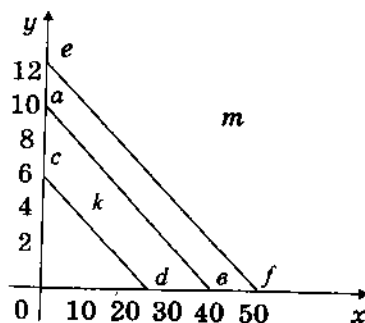
Кесте құрастырайық (6.1, а-сурет)

Ab түзуі – жанұяның бюджеттік сызығы; теория бойынша бұл желінің нүктесі – жанұя таңдауының бірден-бір нұсқасы. Жанұя көрсетілген тауарлардың (желіден төмен орналасқан) кез келген нұсқасын сатып алуға мүмкіндігі бар (мысалы, k нүктесі), бірақ жанұя бюджетінің шектелуіне байланысты m нүктесін сатып ала алмайды.

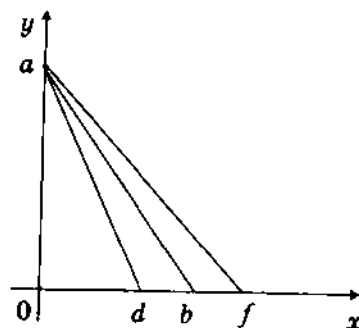
Егер жанұя кірісі төмендесе, бюджеттік желі төмен өтеді және бағаның өзгеріссіз жағдайында ab -ға параллель болады. Жанұя аз тауар сатып ала алады. Егер кіріс көбейсе, баға тұрақталған жағдайда бюджеттік желі ab (ef желісінен) жоғары өтеді де сатып алу қабілеті жоғарылайды.

Бюджеттік желі әрекетінің нұсқасын қарастырайық:

А) егер кіріс пен баға бірдей өзгерсе (пропорционалды) бюджеттік желі өзгеріссіз;



а)



б)

6.1-сурет. Бюджеттік желі (а) және x (б) тауарына түрлі бағадағы әрекетінің нұсқалары

Б) егер x немесе y тауарларының бағасы төмендесе, оларды көбірек сатып алуға болады, сондықтан бюджеттік желі оңға немесе жоғары (мысалы, 6.1, б-суретте: ad – x тауарына бағаның өсуі, af – x тауарына бағаның төмендеуі) жылжиды.

Сонымен, баға мен кірістің өзгеруі бюджеттік желі жағдайының өзгеруіне себепкер болады.

6.3. Бейтараптық қисығы

Егер бюджеттік сызық жанұяның шынайы сатып алу мүмкіндігін сипаттаса, онда нарық теориясында жанұяның сатып алу ниетін, ықыласын зерттеу өте маңызды. Бірнеше мөлшерде тауарды сатып алу ықыласы жанұяны әлеуетті сатып алушы ретінде сипаттайды, және бұл ықыласты бейтараптық қисығымен зерттеуге болады.

Мысалы, жанұяны 10 киім бірлігін және 5 тамақ өнімінің бірлігін сатып алса, қанағат тұтады. Алайда бұл тауарлар мөлшерінің басқа да үйлесімдері бар, олар да дәл солай қажеттілікті қанағаттандыра алады. Егер жанұяның субъективті бағалауымен түрлі киімдер және тамақтар комбинациясын тұтынудан бірдей қанағат алса, онда сондай тауарлардың үйлесімділігіне жанұя бейтарап қарайды делінеді.

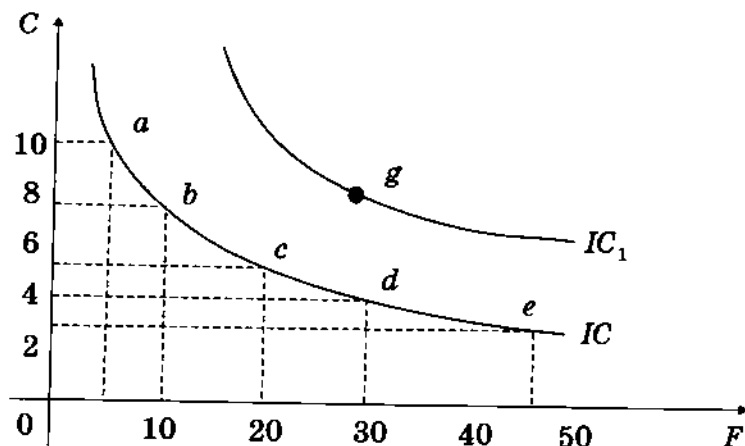
Ондай үйлесімділік 6.1-кестеде келтірілген мәліметтермен берілген.

a, b, c, d, e, f нүктелерінен IC қисығын – бейтарап қисығын жүргізейік.

Әрі қарай осы графиктен тыс кез келген нүктені таңдаймыз (мысалы, g) одан IC_1 тағы бір қисығын жүргіземіз; оның нүктесі IC – қисығына қарағанда қолайлырақ. Бұндай қисықтарды көп жүргізуге болады. Бұндай қисықтар жүйесін бейтарап қисықтары деп аталады. Неғұрлым қисық жоғары болса, сонда орналасқан тауарлар комбинациясы қолайлырақ келеді.

Бірдей қанағат беретін тауарлардың үйлесімділік бірлігі

Қарастырылатын комбинация	Киім бірлігінің саны, (C)	Тамақ бірлігінің саны, (F)
A	10	5
B	7	10
C	5	20
D	4	30
E	3	45



6.2-сурет. Бейтарап қисығы

6.4. Ауыстырудың ақтық нормасы

Қандай да бір сатып алу кезінде шаруашылық басқа тауардың бас тартуға мәжбүр. Бас тарту ауыстырудың ақтық нормасының түсінігімен бағалануы мүмкін, бұл басқа тауардың қосымша бірлігінің сатып алу үшін тұтынушы бір тауардың қанша мөлшерінен бас тарту керектігін көрсетеді.

$$MRS = \frac{\Delta Q_{\text{киім}}}{\Delta Q_{\text{тамақ}}}.$$

Төмен қарай құлаған қисық белгіге байланысты өсімі түрлі болғандықтан $MRS < 0$.

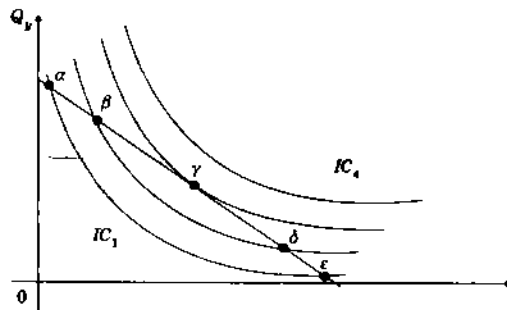
MRS көлемі MRS өлшенетін IC нақты нүктесіне байланысты және оны графикамен тексеруге болаты. IC нүктесіне жанама жоғарыдан төмен қарай қисығымен қозғалу барысында MRS абсолютті мағынасы азаяды, және ол ауыстырудың азаю нормасының ережесін растайды: неғұрлым шаруашылықтың киім бірлігін аз болса, бұл игіліктің тағы бір бірлігінен бас тарту соғұрлым қиын болады және киім бірлігінің шығынын өтеу үшін тамақ өнімін көп қажет етеді.

6.5. Бейтарап қисығының картасы

Атап кеткеніміздей, әр кеңістік нүктесі арқылы бір бейтарап қисығы өтуі мүмкін. Егер таңдалынған мұндай нүктелер саны – n болса, онда n қисықтарынан топтар немесе сол жанұя үшін бейтарап қисығының картасын құруға болады. Кез келген басқа жанұя үшін ол басқа болады. Бейтарап қисығының картасы нақты сатып алушының талғамын білдіреді. Себебі, сол сатып алушы үшін осы тауарларды кез келген тұтыну деңгейінде екі тауарды ауыстыру нормасын көрсетеді. Бейтарап қисығының картасында екі түрлі тауар мөлшерінің байланыстылығы мен олардың пайдалылығы көрсетілген. Әр қисық бірдей пайдалылық нүктесін бірлестіреді.

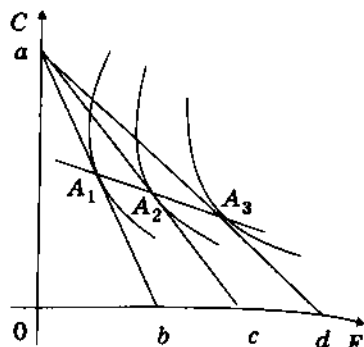
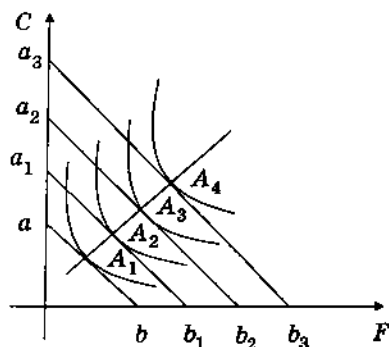
Егер бейтарап қисығында бюджеттік желіні өткізсек, онда ол $\alpha, \beta, \gamma, \delta, \varepsilon$ (6.3-сурет) нүктелерінде қиылысады. Жанұя осы кез келген нүктелеріне сәйкес тауарлар комбинациясын сатып ала алады. Алайда γ нүктесі таңдалынып алынуы мүмкін, бұл кіріс деңгейінде шаруашылық қажеттілікті максималды қанағаттандырады. γ нүктесі – тепе-теңдік нүктесі.

Тепе-теңдік нүктесіне кірістің өзгеруі мен салыстырмалы нүктесінің ықпалын қарастырайық.



6.3-сурет. Бейтарап қисығы мен бюджеттік желінің картасы

Егер шаруашылық кірісі жүйелі түрде өссе, онда бюджет желісі жоғары қарай жылжиды. Өр желі үшін бейтарап қисығы құрылуы мүмкін, оның жанамалығы тепе-тең нүктесіне ие болады (ab қисығы үшін A_1 нүктесі), (6.4, а-суреті). Жанама нүктесі арқылы қисығын жүргізе отырып, біз тұтынудың кірістен тәуелділігін аламыз.



6.4-сурет. «Тұтыну – кіріс» (а) және «баға – тұтыну» (б) тәуелділік қисығы

Егер x тауарына баға төмендейтін болса, онда бюджеттік желі «желпуіш» сипатына ие болады (6.4, б-суреті). Бейтарап қисығы мен бюджеттік желінің жанасу нүктесінде оңға жөне

төмен қарай жылжиды. A_1, A_2, A_3 және т.б. нүктелерін біріктіре отырып, «баға – тұтыну» қисығын аламыз, әр нүкте екі тауардың арақатынасын көрсетеді.

Кірістің, бейтарап қисықтың және бағаның өзгеруіне бюджеттік желіні пайдалана отырып, дара тауарлардың нарықтағы сұранысының қалыптасуын қатаң зерттеуге алу керек.

Бақылау сұрақтары

1. Пайдалылық дегеніміз не? Түрлерін ата.
2. Жалпы пайдалылыққа сипаттама бер.
3. Ақтық пайдалылықтың азайу заңы неде?
4. Бюджеттік желіге мысал келтір.
5. Бейтарап қисық схемасын түсіндір.
6. Бірдей қанағат беретін тауарлардың үйлесімділік бірлігін ата.
7. Ауыстырудың ақтық нормасына сипаттама бер.
8. Ауыстырудың азаю нормасының ережесі.
9. Бейтарап қисығының картасын көрсет.

7.1. Ұдайы өндірудің мәні

Ұдайы өндіру материалды өнімдерді және қызмет көрсетуді, оларды үлестіру, айырбастау және тұтынуды өндірудің бірінші процесі болып келеді.

Барлық ұдайы өндірудің фазасы (өндіру, үлестіру, айырбас, тұтыну) қоғамның бүтін, ертең болсын өмір сүруіне байланысты қажеттілігімен қайталанатын. Ұдайы өндіру өндірістің жаңғыртылуын және дамытылуын қамтамасыз етеді, ол ұдайы өндірудің процесінде және қоғамдық прогресте шешуші рөл ойнайды.

Ұдайы өндіру – жұмысшы күшін, өндіру құралдарын, табиғи ресурстарды, сондай-ақ өндірістік қатынастарды қамтиды.

Жұмысшы, күшінің бір бөлігін жұмсағаннан кейін келесі еңбек қызметін атқару үшін жұмыс күшін қайтадан қалпына келтіруі тиіс. Жұмысшы күшін ұдайы өндіру проблемасын кең мағынада қарастыратын болсақ, ол кеткен жұмысшылардың орнына еңбек процесін орындау үшін қажетті барлық қасиеттерге ие жаңа жұмысшылардың келуімен байланысты.

Әр келесі өндірістік циклдің басталуы үшін өндіруге қажеттілердің барлығы болуы керек. Тозған машиналар, механизмдер және жабдықтар, ғимараттар және құрылыстар қайтадан жаңғыртылуы керек немесе жөнделуі тиіс. Ұдайы өндіру жанар-жағармайсыз және материалдар қорын қалпына келтірмей іске аспайды. Өндірістік циклді қайталау үшін тек жұмысшы күшімен және өндірістік құралдарымен қамтамасыз ету ғана емес, олардың белгілі бір пропорцияда үйлесімділігі. Пропорционалды бұзу өндірістің іркілуіне, тиімділіктің төмендеуіне әкеледі.

Ұдайы өндіру процесінің құрамдас бөлігі, ол табиғи ресурстарды және адамның өмір сүру ортасынын қалпына келтіру

болып табылады. Өндірісті үздіксіз жаңғыруы үшін табиғи ресурстарды үнемі жаңғырту қажет: орман массивтерін және құнарлы жерлерді қайта қалпына келтіру, ауа және су алабының таза қалпында ұстауын қамтамасыз ету. Мұнай, газ, металл рудаларының қорларын ұқыпты пайдалану – маңызды, ғылыми-техникалық прогресс негізінде алмастырушыларды іздеу.

7.2. Ұдайы өндірудің түрлері

Ұдайы өндірудің қарапайым, кеңейтілген және таратылған түрлері ажыратылады.

Қарапайым ұдайы өндірісінде өнімнің өндірілген мөлшері, сонымен қатар әр келесі циклінде оның сапасы өзгеріссіз қалады. Өндіру факторлары да өзгеріске ұшырамайды.

Кеңейтілген ұдайы өндірісте өндірілген өнімнің сапасы мен мөлшері әр келесі циклде өседі. Өндіру факторлары да өзгеріске ұшырайды. Кеңею көзі немесе өндіру факторларының сапалы жетілуіне қосымша өнім қызмет етеді. Бұны жұмысшы күшін жаңғырту үшін талап етілген, жұмысшылардың қажеттіліктен тыс жасап шығарған өнімі. Қажетті өнім тамақтың, киімнің, мәдени қажеттілікті қамтамасыз ету үшін кететін шығынды өтейді.

Егер өндіру көлемінің ұлғаюы көп мөлшердегі ресурстарды тарту арқылы қол жеткізілсе, онда ұдайы өндірудің кеңейтілген экстенсивті түрі туралы сөз болады. Егер өнімді шығару ғылыми-техникалық прогресс, жаңашыл техника және технология, ресурстарды үнемді пайдалану негізінде көбейтсе, онда бұндай ұдайы өндіруде қарқынды деп аталады.

Ұдайы өндіру таратылған да болып келеді. Бұл өнімді өндіруді түгелімен қысқартумен немесе дара элементтер бойынша жаңа циклде өндірісті қысқартумен байланысты. Бір тауарларды өндіруді тарылту басқа тауарларды өндіруді ұлғайтумен орны толтырылуы керек.

7.3. Ұдайы өндіру процесінің құрылымы

Белгілі болғандай, ұдайы өндіру түрлі игіліктердің, оларды үлестіру, айырбастау және тұтынуды өндірудің бірлігінен тұрады. Бұл сатылардың барлығы бір-бірінен оқшау, өзімен-өзі өмір сүре алмайды, олар бірыңғай фазасын, процестің біртұтастығын, өзара тура және кері байланыстармен қосылған.

Бұл бірлікте өндіріс шепшүші рөл атқарады. Ол тек қана өндірілген өнімдерді үлестіруге, айырбастауға және тұтынуға байланысты. Одан басқа, әлеуметтік (қоғамдық) тип, өндіру сипаты әлеуметтік типтің басқа барлық сатылар сипатын алдын ала анықтайды. Өндірістегі адамдардың әлеуметтік теңсіздігі, олардың үлестіру мен тұтынудағы теңсіздігіне әкеледі.

Әлеуметтік-экономикалық өзгеріс жаңғыртылған циклдың барлығын реформаға енгізілуі мүмкін. Сондықтан нарықтық қатынасты қалыптастыру туралы сөз болғанда, міндетті түрде олармен байланысты өндіріс фазаларын, үлестіру, тұтынуды сөзге тиек етеді. Сөйкесінше, басқару ықпалының барлық түрлері және басқарудың барлық деңгейінде кеңейтілген жаңғыртудың барлық фазалары ескерілуі керек.

Жаңғыртылған процестердің фазаларын, олардың байланыстарын және өзара ықпалын қарастырайық.

Өндіру – ол мақсатты пайдалану; қоғамдық қажеттілікті қанағаттандыру үшін табиғи материалды қайта жасау және құру; ол қоғам мен табиғаттың жалпылық заңының әрекет ету жағдайында жүзеге асырылады. Өндіру жаңғыртылған процестің дербес фазасы болып табылады. Алайда өндіру процесі кезінде тұтыну жүзеге асады – индивид өміршеңдік күшін сарп етеді; еңбек құралдары мен заттар тұтынылады. Бұндай тұтынулар *өндірушілік тұтынулар* деп аталады.

Үлестіру – ол қоғамдық даму заңына сай іске асады. Қоғам индивидке жетерліктей өнім мөлшерін анықтайды. Өйткені үлестіру мемлекет қабылдаған заңға тәуелді, ал заңның өзі кәсіби күзіреттілікке және заңгерлердің табандылығына, саяси топтардың қарсы болуына, дауыс беру қорытындысына, заңдарды енгізу мерзімдеріне байланысты – ал қоғамдық кездейсоқтықпен байланысты, бұл факторлар қоғамдағы кез-

дейсоқтық үстемділігін, яғни үлестіру сипатын анықтайтынын сөз етеді.

Айырбас – ол қоғамда индивидке белгілі бір өнімді жеткізуді білдіреді, ол үлестіру кезінде оған тиесілі болған өз үлесін соған айырбастағысы келетіндігінде. Айырбасқа жекелей тұтынуды қанағаттандыру формасында тауардың өндірістік және тұтыну байланысының жанамалау функциясы жатады.

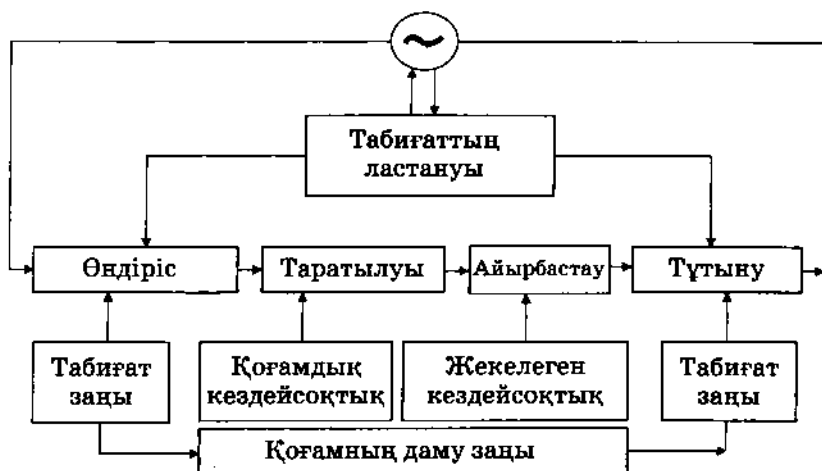
Айырбас жекеше кездейсоқтыққа бағынады әр индивид жеке талғамына, көзқарасына, мүмкіндігіне сай өзіне қажетті тауарды сатып алады. Қоғамдық кездейсоқтық та, үлестіру айқындаушысы да және жекеше, айырбас айқындаушысы да қоғамда әрекет етуші заң түрлері. Нарықта өндірілген өнімнің әлеуметтік мағынасын білдіреді. Үлестіру сияқты өнім қозғалысының өзіндік сатысынан тұратын айырбастау өндірістің өзінде де, сыртында да жасалады. Айырбас ерекше роль ойнайды, ол кеңейтілген ұдайы өндірудің өзара байланыс фазасында біріктірілген роль атқарады. Сондықтан лайықты деңгейде айырбас дамымаса өндірістің, сондай-ақ тұтыну дамымай қалады.

Тұтынудың екі түрі болады. *Өндірушілік тұтыну* – ол индивидтің өмірлік күшін, өндіріс құралдарын тұтынудың шығынын өндіру процесі кезінде жүзеге асырады. *Жеке тұтыну* – ол тамақ, киім, мәдени-тұрмыстық заттарды адам өз тұтынушылық қанағаттандыру үшін пайдаланады. Сонымен, тұтыну әрқашан өндірушілік тұтыну болып табылады, мысалы тамақ өнімдерін тұтыну өмірлік энергияны өндіру болып табылады. Тұтыну тек қана ұдайы өндірудің ақтық пункті болып табылмайды, сондай-ақ өнімді тұтынуды жаңа актіні өндіруге түрткі болады.

7.1-суретте жалпы көріністе жаңғыртылған процестің сұлбасы берілген. Жаңғырту фазасының барлығы тығыз байланысқан. Табиғаттың жалпылық заңымен айқындалатын өндірудің алғашқы пункті болып табылады. Тұтыну ақтық пункті болып табылады. Өндіру сияқты сөзсіз қажеттілікпен іске асады, себебі тұтыну кезінде адамның өмірлік энергиясы қайта қалпына келеді. Сонымен бірге, өнімінің жойылуы тұтыну оны өндірудің жаңа актісінің негізін жасайды.

Үлестіру мен айырбастау аралық пункт болып табылады, соның ішінде үлестіру қоғам, қоғамның даму заңы тарапынан жүргізіледі, ал айырбас тұлға тарапынан және оның қажеттілігінен туындайды.

Табиғи ресурстар



7.1-сурет. Жаңғыртылған процестің сұлбасы

Қазіргі таңда біздің елде нарықтық қатынасқа көп көңіл бөлінуде. Нарықты дамытудың қажеттілігі келесі себептерге байланысты:

- Тауар өндірушілердің мамандануының өсуі;
- Шаруашылық формасының түрлілігіне байланысты аймақтардың, салалардың, кәсіпорындар мен мекемелердің экономикалық жекеленуін күшейтілуі;
- Жекеленген тауар өндірушілердің экономикалық бірлігін сақтау және нығайту қажеттілігі;
- Ел экономикасын әлемдік экономика жүйесіне енгізу қажеттілігі;

Сонымен, нарық, өндіріспен де, үлестірумен де, тұтынумен де байланысты, сондықтан оның қалыптасуын тауар өндірушілер және тауарды тұтынушылар бірлігін қалыптастырушы жалпы жаңғырту процесіне тәуелді процесс ретінде қарастыру қажет. Сондай-ақ, нарық жаңғыртудың аралық фаза екенін естен шығармау керек. Сонымен қатар, өндіру алғашқы болғандықтан, шешуші кезең екенін де ұмытпау керек. Сонымен, толыққанды нарықты құру үшін өндірістің дамуымен тікелей байланысты.

7.4. Жаңғыртылған цикл және қоршаған ортаны қорғау

Қоғамды материалды және рухани игілік қажеттілігімен қамтамасыз ете отырып, ол үшін жаңғыртылған цикл азайып бара жатырған табиғи ресурстарды пайдаланады.

Алайда, бұл мәселенің тек бір жағы. Екінші жағынан, жаңғыртылған циклдің әр сатысы, қоршаған ортаны ластаумен іске асады (7.1-сурет). Енді қоршаған ортаның өзі жаңғыртылған циклге белсенді ықпал ете бастады, яғни қоғамды шектей отыра немесе жаңғыртылған циклге ластанған, нашарланған ресурстарды жеткізіп отырады. Бұл мәселе әсіресе индустриясы дамыған елдерде, үлкен қалаларда немесе табиғи ресурстарды қайта өңдеу және өндіретін жерлерде аса күрделі болып отыр. Шексіз болып көрінген жер, су, ауа, аумақтар ластанып, жетіспей жатыр. Жер шарының көптеген аймақтарында ластану деңгейінің қатерлі шегіне жетті. Экологиялық жүйе аймақтық көп жерлерінде өзін-өзі реттеу мен өзін-өзі жаңғыртуды қамтамасыз етуге жағдайы келмей жатады, осы ретте табиғаттың құлдырауы күшейе түседі. Қоршаған ортаның ластану себептерінің бірі:

1. *Тұрғындардың тығыздылығы.* Бұл қоршаған ортаны ластаудың бірден-бір факторы болып табылады, алайда көптеген Батыс Еуропада аймағынан көріп отырғанымыздай, бұл шешуші себеп емес.

2. *Кірістің өсуі.* Бұл экономикалық өсуге байланысты. Америкалық экономистердің көзқарасы бойынша, жалпыұлттық өнімнің өсуі «жалпыұлттық қоқыстың» көбеюін білдіреді. Қоғамның қалдықтары мен тастандылары ретінде мысалы, тозған автокөліктер, жиһаздар, теледидарлар, орауыш материал және т.б. жатады.

3. *Технология.* Қоршаған ортаны ластаушылардың негізгі факторларының бірі болып есептеледі, ол тұрғындардың денсаулығының нашарлауына, адамзат генофонына әсер етушінің бірі. Ластаушы технологиялар тауар өндірушілер үшін ең қолайлы болып табылады, өйткені ол ең арзан және тауар айналымының аз шығыны кетеді.

4. Тауар өндірушілер үшін мықты ынталандыру ретінде аз шығын кететін *ресурстар комбинациясы* жатады. Егер тазарту құрылыстарын салу орнына қалдықтарды тастай салатын болса, жасаушы-фирмалар бұл әрекетті жасайды және қоршаған ортаға зиянын тигізеді. Өндіру шығынын қоғамға артып қояды; ресурстарды қайта үлестіру ластаушы фирманың пайдасына шепіледі. Әлеуметтік жауапты фирмалар өз өнімін өндірудегі шығындарды төмендете алмайды да бәсекелес бола алмай қалады. Күрестің жалғыз тәсілі билеуші құрылымдарды жалпыұлттық мүддесі үшін күреске қосу, оған экологиялық таза ортаны қамтамыз етуді де енгізу болып табылады.

Ластаушы фирмаларға қарсы айыппұлдық ықпалпара енгізу түрлі себептерге байланысты шектеулі жетістікке жетуі мүмкін. Негұрлым өндіруге көп мөлшерде түрлі факторлар тартылса, соғұрлым белгісіз және кең түрде ластану спектрі. Ластанудың экономикалық проблемалары белгісіз сипатқа ие болып бара жатыр, өйткені ластану мезгілі мен әрекет көлемінің белгісіз болуында. Ластанумен күресте заңдылық база ілгеріде қалуда, бұл кәсіпкерлер мен саудагерлердің әрекет етуіне себепші болып отыр.

Қазіргі таңда өндірісі дамыған елдер дамушы елдерге тек улы және канцерогенді қалдықтарды шығарып қоймайды. Шетелдерде улы химикаттар, пестицидтер, еріткіштер өндіретін химиялық және мұнайхимиялық кәсіпорындар орналасқан. Сондай-ақ, осындай ірі кәсіпорындар орналасқан елдердегі қабылданған заңдарды айналып жұмыс жасап жатады,

олар қауіпсіздік техникасы, өндірістік санитария және гигиена талаптарын сақтамайды. Мұндай кәсіпорындардың жобаларымен қатар қоршаған ортаны ластаудың жағымсыз салдары да импортталады. Бұл құбылыстар жаһандық сипат алды.

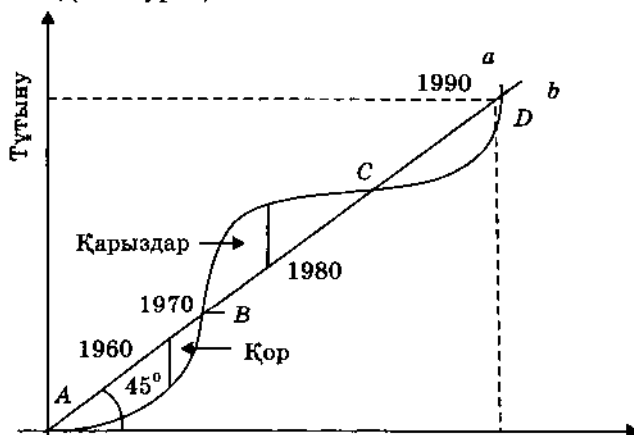
Радикалды жолдардың бірі айыппұлдық ықпалшара енгізу емес, қалдықсыз технологияларды енгізу болып табылады.

7.5. Тұтыну және қаражат сақтау

Тұтыну шығын жиынтығының басты компоненті болып табылады.

Қаражатты сақтау – кірістің салықты төлегеннен кейін тұтынылмайтын бөлігі ретінде айқындалады. Басқаша айтқанда, кіріс салық төлегеннен кейін тұтыну плюс қаражатты сақтауға тең.

Тұтыну шығынының деңгейіне көп факторлар әсер етеді, алайда ең маңызды факторларының бірі салық төлегеннен кейінгі кіріс. Тұтыну мен кіріс арасындағы тәуелділікті қарастырайық (7.2-сурет)



7.2-сурет. Тұтыну (а) және шектеулі (б) сызығының графигі

Шектеулі сызық ретінде биссектриса пайдалануы мүмкін; ол кіріс пен тұтырудың дәлме-дәл теңдігіне сай келеді.

Биссектрисадан тігінен ауытқуы ол қаражатты сақтауды немесе қарызға өмірді сипаттайды. Егер тұтыну биссектрисадан жоғары болса, тұтынушы «қарызға кіреді». Биссектрисаның дәлме-дәл теңдік нүктесі шектеулі болып табылады – үй шаруашылығы өз кірісін толығымен тұтынады. Үй шаруашылығында кіріс көлемі жоғары болған жағдайда, өз кіріс бөлігінің қаржысын сақтауды жоспарлайды.

График нүктесі (а) кірісті анықтайтын күнтізбелік жылға сай келеді.

Қаржатты сақтау және тұтынуды сарапаттау кезінде тұтынуға орташа (APC) және қаржатты сақтау (APS) түсінігі енгізіледі:

$$APC = \frac{\text{тұтыну}}{\text{пайда}}; \quad APS = \frac{\text{сақтау}}{\text{пайда}};$$

Тұтыну және қаржатты сақтау сомасы кіріске тең

$$APC + APS = 1; \quad \frac{\text{тұтыну} + \text{сақтау}}{\text{пайда}} = 1.$$

Тұтынуға ақтық бейімділік (MPC) және қаражатты сақтаудың ақтық бейімділігіне енгізіледі (MPS):

$$MPC = \frac{\text{тұтыну қажеттілігіндегі өзгерісі}}{\text{пайдадағы өзгеріс}}; \quad MPS = \frac{\text{сақтаудағы өзгеріс}}{\text{пайдадағы өзгеріс}};$$

Тұтынылған үлес тұтынуға ақтық бейімділік және қаражатты сақтаудың ақтық бейімділігі кірістің өсуін толығымен жояды.

$$MPC + MPS = 1.$$

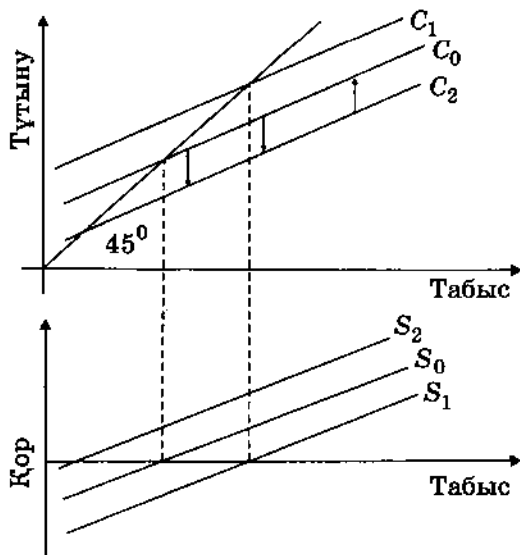
Тұтыну және қаражатты сақтау факторлары кіріспен байланысты. Бірнеше факторлар тұтыну және қаражатты сақтау түрлі факторлар графигінің жылжуын шақырады. (7.3-сурет)

Тұтыну және қаражатты сақтаудың кейбір факторларының өсер етуін қарастырамыз:

1. **Байлық.** Неғұрылым үй шаруашылығы байлықты көп жинақтаса, соғұрылым қаражатты сақтау көлемі азаяды.

Байлыққа жылжымайтын мүлік, қаржылық құралдар және т.б. жатады. Байлықты ұлғайту қаражатты сақтау графигін төмен, ал тұтыну графигін – жоғары қарай қозғайды.

2. Баға деңгейі. Баға деңгейінің өсуі тұтыну графигін төмен, ал баға деңгейінің төмендігі – жоғары қарай қозғайды.



7.3-сурет. Тұтыну және қаражатты сақтау графигі және олардың әртүрлі факторлар әсерінен жылжуы

3. Үй шаруашылығының күтілімі ағымдағы шығын мен қаражатты сақтауға маңызды ісер етуі мүмкін. Баға мен тауар жетіспеушілігін күтілуі тауарларды сатып алуға ағымдағы шығындарды арттыруға әкеледі. Тұтыну графигі жоғарылайды, ал қаражатты сақтау төмендейді.

4. Тұтынушылық берешек. Егер тұтынушылық берешек үлкен болса, онда тұтынушылар ағымдағы тұтынуын берешегін азайту үшін қысқартуға тура келеді. Егер берешек аз болса, онда үй шаруашылығының қаражат сақтау деңгейі артуы мүмкін.

5. *Салық салу.* Жоғары салықтар тұтыну және қаражатты сақтаудың жартылай есебінен өтеледі. Салықтың өсуі тұтыну және қаражатты сақтау графигін төмен қарай орнықтырады. Салықты төмендету тұтыну графигінде, қаражатты сақтау графигінде жоғары қарай ығыстырады.

7.6. Экономикалық циклдер

Өнеркәсібі дамыған мемлекеттердің ұзақ мерзімді экономикалық өсуі жүйелі түрде экономикалық тұрақсыздық кезеңдермен үзіліп тұрады. Бұл кезеңдерде бағаның, жұмыссыздықтың, көпшілік тұрғындардың өмір сүру деңгейінің төмендеуі байқалады. Дегенмен, экономикалық тұрақсыздық мерзімдік параметрлермен ерекшеленсе де, олар сол бірдей фазаларды білдіреді (7.4-сурет).



7.4-сурет. Экономикалық цикл

Әдетте, сараптама циклдік шыңнан басталады, онда толық жұмыспен қамтылу, өндіріс толық қуатымен жұмыс жасап тұрғаны, баға деңгейінің өсу тенденциясы байқалады. Құлдырау фазасында өндіру және жұмыспен қамтылулары қысқарады. Құлдыраудың ең төменгі фазасы – ол торығу.

Циклдік ауытқушылықты іскерлік белсенділікпен, түрлі жаңашылдықты енгізумен және ғылыми-техникалық табиғатымен түсіндіру мүмкін емес.

Экономикалық циклдар экономикалық жаңашылдықты енгізумен, саяси тұрақсыздықпен тікелей байланысты байқамайды. Экономистердің көпшілігі дағдарысты шығынның жалпы жиынтық деңгейімен түсіндіреді. Өнеркәсіптік және сауда өлемі дағдарыстық фазада өндіріс пен айырбас белгілі бір кезеңімен жүйеленген жолдан шығып кетеді. Саудада тоқырау басталады, нарық өтпей жатқан тауарлар мөлшерімен лық толып кетеді, қолма-қол ақшалар айналымнан жойылып кетеді, кәсіпорындар кенеттен өндіру көлемін азайтады. Өмірлік құралдарды шығарған жұмысшылар сатып алуға мүмкіндіктері болмай қалады. Дағдарыс жылдарға созылуы мүмкін, өндірілген тауарлардың көпшілігі жойылады. Кәсіпорындар жаппай банкротқа ұшырайды, тіпті ірілері де. Тек уақыт өте біртіндеп өндіру мен айырбас қалыпқа келе бастайды, содан кейін сауданы, несиені, алысатарлық мәмілелерді тарта отыра үдете түседі. Жоғары шыңға жетіп, процесс қайтадан құлдырауға ұшырайды. Дағдарыстық нарықтық түрде міндетті жағдай, алайда жетіспеушілік пен экономиканың жақсы жағын саралау кезінде ол жағы талқыланбайды.

Бақылау сұрақтары

1. Ұдайы өндіру дегеніміз не? Түрлерін атаңыз.
2. Қарапайым ұдайы өндіруге сипаттама беріңіз.
3. Кеңейтілген ұдайы өндіріс дегеніміз не?
4. Өндіру дегеніміз не? Тұтынудың түрлерін атаңыз.
5. Жанғыртылған процестің сұлбасын түсіндіріңіз.
6. Нарықты дамытудың қажеттілік себептері?
7. Үлестіру, айырбас дегеніміз не?
8. Қоршаған ортаның ластану себептерінің бірі?
9. Ресурстар комбинациясы дегеніміз не?
10. Радикалды жолдардына мысал келтіріңіз.
11. Қаражатты сақтау дегеніміз не?
12. Үй шаруашылығының күтіліміне сипаттама беріңіз.
13. Тұтыну және қаражатты сақтаудың факторлары қандай?
14. Экономикалық циклді схема түрінде түсіндіріңіз.
15. Құлдыраудың ең төменгі фазасы.
16. Екінші дүниежүзілік соғысынан кейінгі елдердің жағдайы?

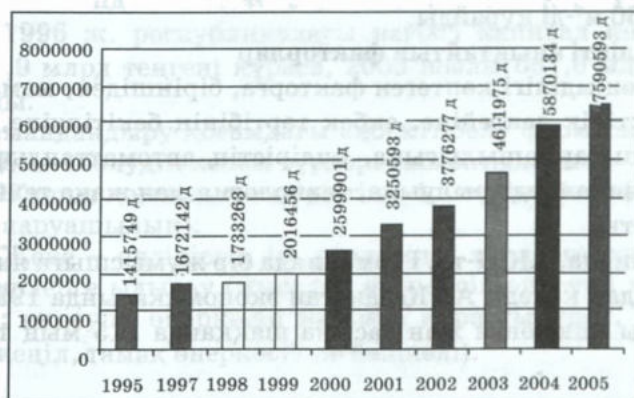
VIII бөлім. ҚОҒАМДЫҚ ӨНДІРІСТІҢ ЖАЛПЫЛЫҚ ФОРМАСЫ

8.1. Өндірісті мамандандыру

Өндірістің дамуы барлық өндіру процесін жетілдіру қоғамдық өндірістің жалпылық формасымен сипатталады: мамандандырумен, кооперациялаумен, шоғырланумен, құрамдастырумен.

Қоғамдық өндіріс қорытындысының жалпылама көрсеткіші нәтижесі жалпы ішкі өнім болып табылады (ЖІӨ).

Жалпы ішкі өнім – бір жыл ішінде ел аумағында өндірілген тауарлар мен қызметтердің біртұтас құны. 1992 жылдан 1999 жылдар аралығында Қазақстан дағдарыс кезеңін бастан кешіруіне байланысты мемлекеттің дамуы тұрақты болмады. 1992–1995 жылдары республикада өндіріс қарқыны төмендеді. Макроэкономиканың көрсеткіштеріндегі дағдарыс 1996–1997 жж. орын алды, бұл кезде жалпы ішкі өнім көлемі азайып кетті. 1997 ж. Қазақстанда дөңді дақыл өсіруден рекордтық өнім алынды, өнеркәсіптік өндіріс көлемі, құрылыс, сауда өсті. Жалпы ішкі өнімнің өсуі 1991 ж. 27%-ды көрсетті. Ал



2000 ж. жалпы ішкі өнімнің өсуі 1999 жылмен салыстырғанда 9,6% -ды құрады.

Қазақстандағы жалпы ішкі өнімнің өсуін диаграммадан көруге болады.

Жалпы ішкі өнімнің артуы төмендегідей негізгі факторлардың қорытындысы болды: инфляцияның төмендеуі, мемлекеттік меншікті жекешелендіру, шетелдік инвестиция тарту, т.б.

Жалпы ішкі өнімнің құрылымдық өсуін кестеден байқауға болады.

Өнімділік түсінігі

Өмір сүру деңгейін жоғарылату үшін өндіріс көлемі өсу керек. Өнімділік – бұл ресурстарды қолданудағы тиімділік шаралары. ТМД елдері мен Қазақстанның шаруашылық тәжірибесінде өндірісті тиімді қолдану көмегімен әртүрлі көрсеткіштерді көрсетті. Осындай көрсеткіштің бірі – еңбектің өнімділігі болып табылады. Еңбек өнімділігі неғұрлым жоғары болса, соғұрлым елде өмір сүру деңгейі жақсы болады.

Еңбек өнімділігі – белгілі бір уақыт: бір сағат, күн, ай, жыл ішіндегі бір жұмысшының өндірген өнімінің саны. Сол себепті өндірілген тауар физикалық өлшеммен (дана, тонна, метр), сондай-ақ (теңгемен) ақшалай өлшенеді.

Мысалы: «Қуат» құрылыс компаниясында 2000 құрылысшы жұмыс істейді. Олар бір жылда 120 000 м² тұрғын үйді тұрғызады. Мұнда еңбек өнімділігі бір жұмысшыға шаққанда жылына 60 м²-ді құрайды.

Өнімділікті анықтайтын факторлар

Еңбек өнімділігі көптеген факторға, біріншіден, мамандардың біліктілік деңгейіне, еңбек тәртібінің бекітілуіне, адамдардың шығармашылығына, өндірістің автоматтандырылуы мен механикаландырылуына, технология мен жаңа техникаға байланысты.

Жапонияда, АҚШ-та, Германияда бір жұмысшыға жылына \$ 60 000-дан келеді. Ал Қазақстан экономикасында 1998 жылы жалпы ішкі өнім жан басына шаққанда 115 мың теңгені құрады.

Еңбек өнімділігі өсуінің бірінші шарты – еңбек ресурстарының сапасы: жұмысшылардың қызығушылығы, біліктілік, кәсібилік, тәжірибе, білім. Қазіргі кезеңде Қазақстан үшін сапалы даярланған мамандар қажет. 2002 жылы қазан айында бұл мақсатқа орай Алматы қаласында Қазақстан – Британ Техникалық Университеті ашылды. Мұны ашу идеясын Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаев ұсынған болатын. Университет еліміздің өнеркәсібі үшін жоғары біліктілікті мамандар дайындау жөніндегі мәселені шешеді.

Екінші шарты – технологиялық процестердің прогрессивтілігі. Жоғары технологиялық өндіріс – мемлекеттік бюджетті толтырудың негізгі бірден-бір көзі. Жоғары технологияны қолдану өндірістің техникалық деңгейін және шығарылатын өнімнің сапасын жоғарылатады, қоғамның сұранысын қанағаттандырады.

1998 ж. маусымда «Алмас» ғылыми-зерттеу орталығында 8000 м тереңдіктегі геологиялық бұрғылау үшін қозғалмалы қондырғы құрылды. Импорттық жабдық қазақстандық жоба үшін екі есеге қымбат түсті.

Өтпелі кезең Қазақстанның нарықтық экономикасына өз әсерін тигізбей қоймайды.

Үшінші шарты – күрделі қаржы жұмсалымының артуы. Қазақстанның дамып келе жатқан экономикасы үшін ірі көлемді инвестициялық ресурстарды тарту қажет болды. Оларды қолдану ұтымды әрі тиімді. Бұларға ҚР-ның инвестиция жөніндегі Мемлекеттік комитеті бақылау жасайды. Егер 1996 ж. республикадағы негізгі капитал инвестициясы 80,9 млрд теңгені құраса, 2005 жылы 667,6 млрд теңгені құрады.

Мамандандыру қоғамдағы еңбекті бөлу формасын білдіреді. Еңбекті бөлудің келесі түрлері ажыратылады:

1. Жалпы қоғамдық өндірістің – ірі түріне бөлу (өнеркәсіп, ауылшаруашылық);

2. Жеке – өндірістің ірі түрлерінің түрлерге және кішігірім түрлерге ыдырау (мысалы, өнеркәсіп өңдеуші және табушыға; өңдеуші өнеркәсіп машина құрастырушы, металлургия, жеңіл, тамақ өнеркәсібіне бөлінеді).

3. Даралық – өнеркәсіп ішіндегі өрекеттің дара түрін бөлу.

Өнеркәсіпте өндірісті мамандандыру үш формада дамиды:

А) Заттай, яғни ақтық тұтынуға өнімдердің дара түрлерін дайындау үшін мамандандыру (мысалы, автокөлік, трактор).

Б) Тетіктік, яғни дайын өнімдердің тетіктері, өндірістегі дара бөліктерді мамандандыру (мысалы, мойынтірек, электр қозғалтқышы).

В) Технологиялық, яғни технологиялық процесс сатысындағы дара операциясын орындау үшін мамандандыру.

Мамандандыру дегеніміз – жеке-дара салаларды ұлғайту, дара кәсіпорындарда, цехтарда, өнеркәсіптерде белгілі бір өнім түрлерін шығаруға бір жерге жинақтау. Мамандандыру мамандандырылған кәсіпорындарда біртекті өнімдерді өндіру көлемін ұлғайтуға маңызды және алдыңғы шарты ретінде қарастырылады. Сонымен бірге, жаңа дербес өндірісті атап көрсету үнемі кооперация механизмін жетілдіруді талап етеді, яғни әрі қарай салааралық және ішкісалаалық өндірістік байланыстарды дамыту болып табылады.

Замануи жағдайда ғылым, өнеркәсіп, ауылшаруашылық, денсаулықты сақтау, білім беру сияқты салалармен бір қатарға тұрып, еңбекті жалпы бөлуге кірісті. Бұл саланың өрекетінің нәтижесі, бір жағынан табиғат пен қоғамның даму заңдылығын ашу, екінші жағынан – еңбек заттарының және жаңа құралдарының негізінде дайындау, жаңа технологияларды құру және жетілдіру, өндірудің барлық фазаларын дамыту болып табылады.

Ғылымды төмендегідей айқындауға болады:

А) ғылыми білімдердің жиынтығының жүйесі;

Б) ғылыми ақпаратты өңдеуге және жүйелеуге, алуға бағытталған адамдардың шығармашылық өрекеті.

Өртүрлі елдерде дара салалардың дамуының теңсіздігі және де өз күштерімен барлық салалардағы алдыңғы қатарлы деңгейді қамтамасыз етіп ұстап тұра алмау заңдылық. Сондықтан әлемнің барлық елдері көп немесе аз дәрежеде халықаралық еңбекті бөлуге енгізілген.

8.2. Кооперация

Өндіріс кооперациясы – рационалды, ұзақ және өндірістік байланыстар формасы, яғни қоғамдағы еңбекті бөлу нәтижесінде пайда болатын және өнімді өндіру процесінде мамандырылған кәсіпорындар арасында орнатылған байланыс.

Неғұрлым еңбекті бөлу дәрежесі жоғары болса, соғұрлым біріктіру қажеттілігі арттады. Сондықтан өндірісті мамандандыру кооперациямен заңды түрде толықтырылады.

Кооперацияның келесі түрлері бар:

1. Салааралық – түрлі салалық кәсіпорындар арасында (мысалы, транспорт барлық салалардың қызмет етуін қамтамасыз етеді).

2. Салалық – бір салалық кәсіпорындар арасында (мысалы, зауыттар және автокөлік өндірісінің арасында).

3. Ішкі өндірістік – бір кәсіпорында түрлі қызмет атқаратын жұмысшылар арасында немесе белгілі бір тауар өндіру процесінде.

Мамандандыру, яғни кооперация ғылыми-техникалық прогрестің салдары және шарты болып табылады.

Ғылыми-техникалық прогресс (ҒТП) ғылым мен техниканың өзара байланысқан дамуын көрсетеді. Алдыңғы бөлімде ғылымның анықтамасын келтіргенбіз. Техника – бұл өндіру процесін жүзеге асыру үшін қажетті еңбек құралдарының жиынтығы, сондай-ақ қоғамның өндірілмейтін қажеттілігіне қызмет көрсету үшін арналған басқа да құралдар (мысалы, тұрмыстық техника) Техника ғылыми жетістіктердің негізінде дамиды. Бір жағынан, ол ғылыми танымдылыққа ықпал етеді, ғылым алдында жаңа міндеттер қояды. ҒТП процесінде кооперация, ғылым мен өндірістің біріктірілуі жүзеге асады.

ҒТП заманауи кезеңі ғылыми-техникалық революциямен ҒТР сипатталады. ҒТР-дің басталуы XX ғасырға жатады. Бұл кезеңде бірнеше ғажайып жаңалықтар ашылды және өндірісте оны қолданылды. Бұл кезең атом энергиясын иемдену, алғашқы ЭЕМ құруы, адамның ғарышқа шығуы және т.б.

Ғылыми-техникалық революция – бұл танымдылық негізінде өндіруші күштерді түбірімен жаңалануы және табиғаттың жаңа, терең қасиеттері мен заңдарын иемдену, ғылым, техника және өндірістің бірлесе әрекет етуін күшейту.

8.3. Жаһандық проблемаларды шешудегі халықаралық кооперация

Халықаралық еңбекті бөлу және осыдан шығатын халықаралық кооперация әр елге және өз қажеттілігін аз шығынмен қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Осы негізде барлық халықаралық мамандандыруға қатысушылар да өзара байланысты дамытуға қызығушылығы туады. Халықаралық кооперацияға дайын өнімдерді айырбастау, ғылыми-техникалық ынтымақтастық, техникалық және экономикалық көмек көрсету, бірлескен кәсіпорындар құру және басқа да формалары енеді. Олар тауар өндіруді дамытудың нәтижесі болып табылады.

Халықаралық ынтымақтастық адамзаттың жаһандық проблемаларын шешуге қажет. Шешімді кешіктіру өркениеттің опат болуына және өмірлік жағдайдың азуына және Жердің өндірушілік әрекетіне қауіп төнеді. Жалпы адамзаттық проблемаларда әлемдік шаруашылықтың байланыстың тереңдетіліп және қиындатылуы қамтылады. Жаһандық проблема, соның ішінде алдымен экологиялық апатты алдын алу, ядролық соғыстың болдырылмауы, кейбір елдер халықтарының мүшкіл жағдайларын жеңу, бұл тек барлық мемлекеттердің бірлесе әрекет ету негізінде шешілуі мүмкін.

Өте күрделі және өзекті проблемалардың бірі қоршаған ортаны қорғау болып отыр. Оны ғасырдың басында ғалымдар алдын ала болжаған, яғни болашақта Жер табиғатының антропогендік сипатты өзгеруі планетарлық сипатқа ие болады деген. Бұл болжам шынайы болды.

Соңғы жүзжылдықта әлемдік өнеркәсіптік өндіріс 50 есеге артты, оның 4/5 өсімі заманауи кезеңнің үлесіне тиеді. 50-жылдардан бастап өндіріс қызмет көлемінің өсуіне байланысты ауа және су алабының ластануы бастырмалау түрде жүріп жатыр. Атмосфераның ластануының нәтижесінде және «қышқыл жаңбырдың» әсерінен 32 млн. га орманға зиян келтірді. Жыл сайын 6 млн. га жер шөлейтке айналады, 11 млн. га орман шабылады.

Адамның табиғи ортаға ықпалы дағдарыстық сипатқа ие болды. Бұл тек дара елдердегі экологиялық механизмді бұзу емес, сонымен қатар су, ауаның ластану шегінен асуы, жаһандық масштабта табиғи жағдайдың төмендеуі.

Қоршаған ортаны қорғау аумағында әрекет етуге халықаралық бағдарламаны дайындау түрлі ғылыми-техникалық, өндірістік және басқа да міндеттерді шешумен байланысты. Әр ел халықаралық келісімге және ғылыми-зерттеулерге негізделе, экологиялық қажеттілікке жеткілікті қаржылық құралдар бөлуі тиіс.

Адамзат алдында экологиялық болып табылатын технологиялық мәдениет қалыптастыру міндеті тұр. Бұл жерде қалдықсыз технология басым болуы керек. Оның көмегімен табиғат пен өндіріс арасындағы антогонизмді жоюға болады және табиғи ресурстарды орынды пайдалануға мүмкіндік береді. Қалдық жетілдірілмеген өндірістің нәтижесі болып табылады. Көнерген технологияларды қолдана отырып пайда болған қалдықтар ерте ме, кеш пе жаңа технологиялық процессте алғашқы құнды материал болады. Барлық жерде алдыңғы қатары технологияларды тарату материалдар мен энергияны пайдалануын бірнеше есе төмендетуге қабілетті. Халықаралық кооперация прогрессивті технологияларды дамытып, таратуға ұтымды механизм болып табылады.

8.4. Шоғырлану

Өндірісті шоғырландыру ірі кәсіпорындардың өсуі, оларды біріктірілуі және өндірістің, жұмысшылардың және өнімнің шығарылу құралдарының көп бөлігінің жинақталуын білдіреді.

Өндірісті шоғырландыру біріншіден, кәсіпорын есебінен қосымша өнім бөлігін өндірісті кеңейтуге бағытталуынан болады.

Екіншіден, жиі шоғырлану процесі акционерлік негізде болады. Акционерлік қоғам (корпорация) дамыған елдердің барлық салаларында үстемдік етуші қалыпта қалыптасқан. Акционерлік форманың бірден-бір артықшылығы – түрлі кәсіп-

орындарды ірі шаруашылық блоктарға біріктіре алу қабілеттілігінде. Акционерлік қоғам бір-бірінің акцияларына иемдене отырып, түрлі өндірістердің ішкі біріктірілген кешендерін құрайды.

Акциялар пайда алуға, сондай-ақ сол акционерлік қоғамның қызметін бақылауға мүмкіндік беретін құнды қағаз. Дара адамдар негізінен акцияны дивиденд алу үшін сатып алады. Кәсіпорындар өз кезегінде фирмааралық байланыстарды қамтамасыз ету үшін, яғни олар үшін акция – бақылауды жүзеге асыру үшін құнды қағаз, содан кейін басқа кәсіпорындардың қызметінен пайда алу.

Әйткенмен акцияның көптігі акционерлер жиналысында дауыс беру құқы бар, демек, акционерлік қоғамды басқаруға қатысуға мүмкіндігі бар, немесе одан да көп мөлшерде акциясыны иемдену корпорация қызметіне мейлінше ықпал етуге мүмкіндік алады. Акционерлердің жалпы жиналысында, акционерлік қоғамның басты басқару органы болып табылатын, келесі принциптер бойынша шешім қабылдайды: 1 акция – 1 дауыс. Сондықтан 51% акцияны иемдену акционерлік қоғамның барлық қызметін айқындауға мүмкіндік береді. Шын мәнінде әр корпорация көп акционері болғандықтан және барлығы бірдей жалпы жиналысқа қатыспайтындықтарынан, бақылау пакетіне иемдену үшін сол акционерлік қоғамның 10–15% акциясына ие болу жеткілікті.

Корпорация акционері тек жеке адамдар ғана емес, кәсіпорындар да бола алады. Бұл кәсіпорындар да өз кезегінде, акционерлік қоғам болуы мүмкін. Кәсіпорындардың акционерлік жекеменшіктілігі біржақты немесе екіжақты болуы мүмкін. Бір акционерлік кәсіпорын біржақты тәртіпте басқа кәсіпорынның акциясын иемденуі мүмкін. Бірақ, олайда болуы мүмкін емес, яғни тек бірінші кәсіпорын ғана екінші кәсіпорынның акциясын иемденіп қана қоймайды, екінші кәсіпорын да бірінші кәсіпорынның акциясын иемденуі мүмкін. Бұл ретте иемдену екіжақты сипатқа ие болады және кәсіпорындардың үлкен өзара байланысын қамтамасыз етеді.

Акцияны екіжақты иемдену үлкен пайданы өндірістік қажеттілікке бағыттауға мүмкіндік береді, ол өз ретінде кәсіпорынның шоғырлануын артырады. Оның реті егерде кәсіп-

орындар акционер болған жағдайда, акцияны екіжақты иемденуде дивидендті көтеруді талап етпейді. Бірақ та кәсіпорындар бір-бірінің акцияларына ие болғандықтан, егер біреуі дивидендті арттыруды талап етсе, сондай талапты екінші жақта талап етеді. Ол кезде бәрі дивидендті көбейтеді. Нәтижесінде одан ешқандай ұтыс болмайды, керісінше кәсіпорындар үшін ұтылыс болады, себебі біржақты түрде акцияға иемденген кәсіпорындардың дивиденттері де өседі.

Сондықтан бір-бірінің акцияларына ие болған акционерлік қоғамға тиімді жағдай туындайды: егер пайда өссе де дивиденттер сол қалпында қалады. Сөйкесінше, ішкі қор пайда болады, кәсіпорын өндірісін кеңейту үшін пайдаланатын ақшалай сома көбейеді.

Өндірісті шоғырландыру қосылу және жұтылу есебінен болады. Қосылу дегеніміз – кәсіпорындардың біртұтас болып бірігуі. Жұтылу – акцияны бір кәсіпорын екінші кәсіпорынның сатып алуын немесе бір кәсіпорынның ақшаға екінші кәсіпорынды сатып алуы.

8.5. Құрамдастыру

Құрамдастыру – өндірістің шоғырлану түрі, онда кәсіпорындар өздігінен немесе басқа кәсіпорындармен бірігу арқылы басқа салаларға еніп, басқа салаларға жататын өндірістерді қосу.

Құрамдастырудың үш түрі бар:

- 1) Тігінен біріктіру;
- 2) Диверсификациялау;
- 3) Конгломерациялау.

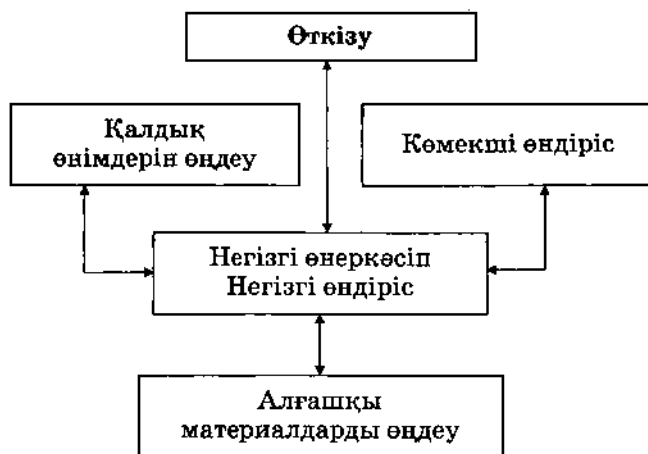
Құрамдастың бұл түрлерін жеке-жеке қарастырайық.

Тігінен біріктіру дегеніміз – басқа салаларға кәсіпорындарға енуі, онда негізгі өндіруге қатысты жүйелі технологиялық сатысының қызметін орындайды немесе жабдықтау және өткізу желісі бойынша байланысты. Мысалы, бір кәсіпорындарда өнеркәсіптің түрлі салаларының өндірістік процесі жүзеге асырылады, яғни шикізатты өңдеудің келесі сатыларын білдіреді: кеннен шойынды қорыту, шойын болат қылып қайта

жасау, болаттан түрлі дайын өнімдер жасау. Сондай-ақ, өндірістік процестер де бірігуі мүмкін, біреулері көмекші ролін атқарады: қалдықтарды өңдеу немесе жанама өнім.

Тігінен бірігу 8.1-суретте сұлба түрінде келтірілген, онда құрамдастырудың тарихи ерте формасы болып табылады. Алдыңғы шептегі елдерде жүзжылдықтың 20-жылдары пайда болған.

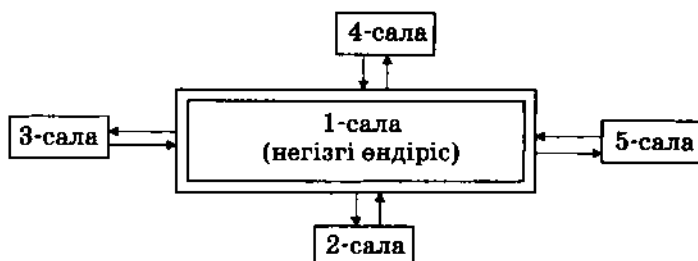
Тігінен бірігу фирмалардың нарықтағы позициясын нығайтады, себебі ол ресурстарды жеткізуге және өнімді өткізуге кепілдік береді. Екінші жағынан, ЕТР жағдайында бұл процеске нақты шикізатты алмастырушының пайда болуы тежеуіш ретінде әсер етеді (жасанды каучук, пластмасса, синтетикалық талшықтар). Оларды қолдану нақты шикізатқа қарағанда, анағұрлым арзан болады, ал тігінен біріктірілген фирмалар белгілі бір шикізат түріне «байлап» қоюы мүмкін. Алайда жалпы тігінен бірігу барлық өндірістік ресурстар түрін кешенді пайдалануға мүмкіндік береді.



8.1-сурет. Тігінен бірігудің сұлбасы

Диверсификациялау түрлі салаларға жататын, тікелей өндірістік ортақтығы жоқ кейбір кәсіпорындардың бірігуін білдіреді. Алайда салалардың арасындағы кейбір байланыстар,

ескеріледі, мысалы, алғашқы шикізаттың ортақтығы, технологиялардың жақындығы, жабдықтардың біртүрлілігі, өнімді өткізу жағдайындағы және басқару жүйесіндегі ұқсастықтары. Диверсификациялау процесінде басымдық сала сақталады. Бұл құрамдастыру формасы 8.2-суретте сұлба түрінде ұсынылған:



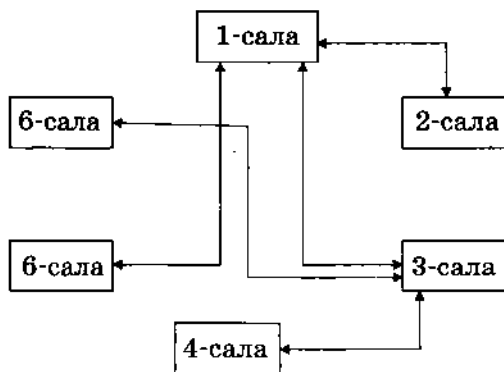
8.2-сурет. Диверсификациялау сұлбасы

Жалпылық процесс ретінде диверсификациялау 50-жылдарда пайда болды. Диверсификациялау көлемі кеңейюі және соған байланысты ірі кәсіпорындар ішкі құрылымдарын қайта құрып жатыр. Диверсификацияға америкалық корпорациясын мысалға келтірейік. Кеңінен диверсификацияланған «Борг-Уорнер» корпорациясы. Ол транспорттық, құрылыс, өндірістік жабдықтар, ауаны салқындататын құралдар, болат құятын зауытқа қажетті механизмдер, сондай-ақ химиялық өнімдер, пластмасса бұйымдарын шығаратын 50 дербес бөлімнен тұрады. Бұл жағдай корпорациядағы ғылыми-зерттеулерді жүргізуді бағыттауға және жалпылауға мүмкіндік береді. Әр 50 дербес орталықтың қажеттіліктерін жүзеге асыратын өз ғылыми бөлімдері бар. Одан өзге корпорацияда технологияны дамытатын жалпы ғылыми бөлім бар. Бұл орталық басқа бөлімшелерде пайдалану үшін бөлімдегі ғылыми жұмыстардың қорытындысын жалпылайды.

Құрамдастыру процесінің арасында диверсификациялауға үлкен ауыртпалық жатады.

Диверсификациялау арқылы кәсіпорындар тек қосымша мүлік (ғимарат, жабдық) алып қоймайды, сондай-ақ басқа фирмалардың жинақтаған білімдерін (ғылыми құзыреттілік) және тәжірибе (инженерлік-техникалық, ұйымдастырушылық және басқарушылық құзыреттілік), жеткізуші мен өткізу жүйесінің байланыстарына ие болады.

Конгломерация диверсификациядан ерекшелігі ол конгломерацияда бейінді саланы бөліп белгілеу мүмкін емес. Сондықтан конгломерация түрлі кәсіпорындардың бірігуімен жүргізіледі. 8.3-суретте конгломерация сұлба түрінде берілген.



8.3-сурет. Конгломерация сұлбасы

Конгломерация құрамдастырудың ең жаңа түрі болып табылады. Ол 60-жылдары кеңінен тарай бастады, негізінен, америка экономикасында. Мысалы, тоқыма өндірісінен басталған «Текстрон» корпорациясы, 10 жыл ішінде 67 фирманы сатып алды, соның ішінде: 12 электротехникалық, 6 сағат және оптикалық, 1 су асты зерттеулерін жүргізетін жабдықтарды шығаратын, 2 химиялық, 2 пластмассаны шығаратын, 2 фармацевтикалық, 3 фанер өндіретін, 2 жиһаз шығаратын, 1 аяқ-киім, 1 цементтік, 1 кеме құрылысының, 2 құс фабрикасын сатып алды.

Құрамдастырудың барлық үш түрі де бір уақытта жүзеге асуы мүмкін. Жалпы олар кәсіпорынның тұрақты жағдайын қалыптастыруға мүмкіндік жасайды. Диверсификация мен конгломерацияда басқа кәсіпорындар есебінен кәсіпорындар тоқтаса да үлкен пайда түсіруге мүмкіндігі бар.

Бақылау сұрақтары

1. Өндірістің жалпылық формасына сипаттама беріңіз.
2. Өнеркәсіпте өндірісті мамандандырудың үш формасы қандай?
3. Еңбекті бөлудің ажырату түрлері.
4. Өндіріс кооперациясы дегеніміз не?
5. Кооперация түрлеріне сипаттама беріңіз.
6. Ғылыми-техникалық революция дегеніміз не?
7. Халықаралық кооперацияға сипаттама беріңіз.
8. Өндірісті шоғырландыруға сипаттама беріңіз.
9. Қосылу, жұтылу дегеніміз не?
10. Акционерлік қоғамда туындайтын жағдай?
11. Құрамдастыру дегеніміз не?
12. Конгломерация сұлбасын түсіндіріңіз.
13. Диверсификациялау саласына сипаттама беріңіз.
14. Тігінен біріктіру дегеніміз не?
15. Құрамдастырудың түрлерін атаңыз.

ІХ бөлім. НАРЫҚТАҒЫ БӘСЕКЕЛЕСТІК ЖӘНЕ МОНОПОЛИЯ

9.1. Бәсекелестік пен монополияның өзара әрекеті

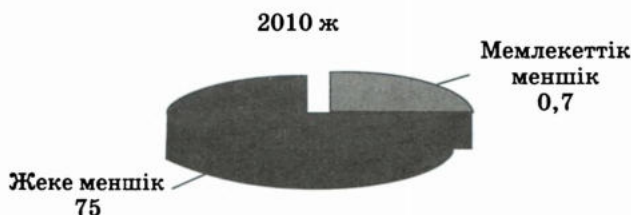
Бәсекелестік пен монополия нарықтық қатынастың ажырамас бөлігі болып табылады. Бәсекелес дегеніміз қандай да бір мақсатқа жету үшін дара бәсекелестер арасындағы бақталастықты білдіреді. Экономикалық бәсекелестікте тауарларды сату мен өндірудің тиімді жағдалайры үшін бақталастық болып табылады.

Өндіруші өткізу нарығында өз бәсекелесімен үнемі күрес жағдайында болуы шарт. Дамыған экономика жағдайында бұл күрес неғұрлым арзан бағаға сатылатын жоғары сапалы тауарлар мен қызметтің әр түрінің көбеюіне жол ашады. Бұл тұтынушы және жалпы қоғам үшін ұтымды болады.

Қазақстан экономикасында бәсекелестік өндірістің көптеген салалары мен түрлерінде жеткілікті дамып отыр. Бәсекелестіктің дамуына мемлекет иелігінен алу, жекешелендіру, шетел капиталын тарту, шағын бизнес пен кәсіпкерліктің тиімді қызмет етуі мен ұйымдастырылуына жағдай жасау белсенді әсерін тигізеді.

Диаграммадан көріп отырғандай, меншік құрылымының динамикасы Қазақстанның экономикалық нарығы бәсекелестік жағдайында дегенді көрсетеді.

Меншік түрлері бойынша өндірістік өндірушілер құрылымы



Монополияны едебиетте екіұшты анықтама беріледі:

– бағаны жоғарылатуға және монополиялық жоғары пайда алуға бір немесе бірнеше салаларда басымдылықты орнатып, пайдаланатын кәсіпорын немесе біріккен кәсіпорындар;

– Қандай да бір қызметті жүзеге асыру үшін мемлекетке, кәсіпорынға, мекемелерге және жеке адамға берілетін ерекше құқық.

Нарықта бөсекелестік түрлі формада және түрлі әдістермен жүзеге асырылады (9.1-сурет). Ол ішкісалалық және салааралық болуы мүмкін. Бірінші жағдайда біртектес өнім өндіретін кәсіпорындар арасындағы бөсекелестік туралы сөз етіледі. Екінші жағдайда нақты күреске кәсіпорынның түрлі салалары қосылады. Бөсекелестікті іске асыру әдісін бағалы және бағасыз деп бөлуге болады.

Бағалы бөсекелестікте бақталасқа қарағанда тауарды сату бағасы төмен болады. Бағаны төмендету теория негізінде өндіріс шығынын төмендету есебінен немесе пайданы азайту есебінен мүмкін. Ұсақ немесе орташа фирмалар нарықта тұрақтап қалу үшін жиі аз пайда түсіруге келіседі. Ірі монополиялар арзан өнім көмегімен бақталастарын күйрету үшін және нарықтан ығыстыру үшін аз уақытқа пайда алудан мүлдем бас тартуы мүмкін (ұсақ фирма жоғары бағамен өнімдерін сата алмайды, себебі бұл жағдайда тұтынушылар монополиялардың арзан өнімдерін сатып ала бастайды). Ұзақ өз құнынан төмен бағамен ұсақ фирмалар өнімдерді сата алмайды. Бақталасты нарықтан ығыстыратын бұндай әдістерді «бағалар соғысы» деген атаумен белгілі. Соңғы кезде жаңа технологияларды қолдана бастағаннан бері баға бөсекелестігіне қызығушылық тудырып отыр.



9.1-сурет. Бөсекелестік түрлері

Бағасыз бәсекелестік жоғары сапалы, қызмет мерзімі, басқа да өткізу тәсілдері мен жарнама тәсілдерін пайдалану сияқты тауарларды ұсыну негізінде жасалынады.

Бәсекелестік сонымен қатар, еркін және монополиялық бөлімшелеріне бөлінеді. Жетілдірілген бәсекелестікте еркіндік сипатына ие. Монополиялық бәсекелестік тауарлы өткізу жағдайына ықпал ету мүмкіндігіне ие.

Экономика көптеген дамыған елдерде екі негізгі кезеңнен өтеді: монополияға дейінгі кезең, еркін бәсекелестік кезеңі және монополиялық кезең. Бірінші кезең – капиталистік тәсілмен өндірудің пайда болуынан ХІХ ғасырдың аяғына дейін. Екінші кезең – ХІХ ғасырдан осы кезге дейінді қамтиды.

Монополияны ұйымдастыру өндірісті бір жерге шоғырландыру нәтижесінде болады. Негізгі кезеңдерді атап кетейік, шоғырлану процесінің сипатына ие болады.

Өндірісті шоғырландыру келесі себептерге байланысты:

1. Өзінің құралдарының есебінен – қосымша өнімдерді өндіріс факторларын ұлғайтуға бағыттау жолымен.

2. Өндірістердің біріктірілу және жұтылу жолымен.

Өндіріс иелерінің пайда табу мақсаты жаңа техниканы енгізуге итермелейді. Бұл өндіріс күштерінің жылдам дамуына себеп болады. Жаңа техника, негізінен ірі кәсіпорындарға қолжетімді, олардың бәсекелестікте артылықшылығын қамтамасыз етеді, бұл өндірісті шоғырландыруда маңызды ынталандыру болып табылады.

Кәсіпорындардың басқа кәсіпорындарды жұту және бірігу себептері олардың тез өсуіне және олардың ішкі өз құралдарын жинақтауға мүмкіндік береді.

Біріктіру және жұтылу арқылы өндіріс екі есе жылдам өсуі мүмкін.

Біріктіру мен жұтылудың басқа маңызды себебіне өндірістің ұмтылуы мен диверсификациясы жатады. Диверсификация тауарға деген сұраныс ауытқуын әлсіретеді және пайданың тұрақтылығын қамтамасыз етеді. Диверсификацияға негізінен өндірісті кеңейту келешегінен айырылған салалар ұмтылады.

Біріктіру және жұтылуда басқа фирманың есебінен басқару және өндіру саласында жинақтаған білімдерін алу; жаңа технологияларды игеру үшін уақытты қысқарту; білікті мамандарға ие болу; басқа фирманың байланыстарын пайдалану сияқты мақсаттарды көздейді.

9.2. Монополиялық бірлестіктердің формалары

Ірі кәсіпорындар арасындағы бәсекелестік талқандаушы сипатқа ие.

Кәсіпорындар көлемінің үлкенділігі және техниканың жоғары деңгейлігі құралдарының көп бөлігі машиналар мен жабдықтарды, сондай-ақ ғимараттар мен құрылыстарды сатып алуға кетеді. Бұның барлығы бір саладан екінші салаға ауыстырылуы мүмкін, демек баға төмендегенде ірі кәсіпорындарға үлкен шығасысына қауіп төнеді. Бәсекелестікті азайту мақсатында, тауарға жоғары баға белгілеуде және үлкен табыс алу үшін ірі кәсіпорындар монополиялық одаққа бірігеді. Монополияға келесі қасиеттер тән:

1. Монополист нарықта өз еркін мәжбүрлейтін, жалғыз сатушы ретінде шығады.

2. Сатылатын тауар ерекше сипатқа ие.

3. Монополист нарықтық билікке ие – бағаны өзі орнатады, нарыққа тауарды жеткізу көлемін анықтайды, сату жағдайын бақылайды және т.б.

4. Басқа фирмаларға монополист жеңе алмайтын жасанды кедергілер белгілейді.

Монополиялық бірлестіктердің типтік формаларына консорциум, картель, синдикаттар, трестер, концерндер жатады.

Консорциум бірлескен ірі жобаларды дайындау және іске асыру мақсатында өндірістік компаниялар, дайындаушылар, банктер арасындағы уақытша келісімдер негізінде құрылады.

Картель – өндіру және өткізу дербестігі жойылмаған, алайда кейбір мәселелер бойынша келісімге келген бір саладағы кәсіпорындардың бірлестіктері. Алдымен картель келісіміне бірыңғай монопольді жоғары баға енеді, онда картель қатысушыларына өз тауарларын сол бағамен сатуға мәжбүрлейді.

Синдикат – бұл сату дербестігінен айырылған бір саладағы кәсіпорындардың бірлестігі. Өз кезегінде картель қатысушылары нарықта тауарларын дербес сатып жатқанда синдикат келісімі бірлестікке кіретін кәсіпорынның барлық өнімін синдикатқа өткізіп, сол арқылы, яғни өткізу конторлары арқылы тауарларды сатады.

Трест – жекеменшік бірлестігінен және дербестігі жойылған кәсіпорындардың бір немесе бірнеше саласын басқару болып табылады. Трест тек тауарды ғана сатып қоймайды, трест құрамына кіретін кәсіпорындарды толығымен басқарады.

Концерн – монополиялық бірлестіктің жоғары формасы болып табылады. Ол бірыңғай бақылау орнатылған кәсіпорындардың түрлі салаларының бірлестігін білдіреді. Концернге кіретін кәсіпорындар түрлі елдерде орналасады.

Монополист ретінде тек ірі фирмалар емес, жаңа өніммен нарыққа қатысушы басқа да кез келген фирмалар да болуы мүмкін. Өз монополиясын жаңалықты патенттеу арқылы немесе мазмұнын құпия түрінде ұстау арқылы бекітеді. Патент жаңалықты пайдалануды айрықша құқыққа ие болады (басқа фирмалар оны пайдалануға құқығы жоқ). Мұндай монополия әдетте ұзаққа бармайды, шамамен 2–3 жыл, себебі басқа фирмалар бұл уақытта құпияны ашуға және патентті «айналып өтуге» тәсілдер іздеп табады, мысалы, өнімге ұқсас айырмашылығы бар өнімді дайындау жолымен жасайды.

9.3. Нарық түрлерінің бәсекелестік пен монополиялардың тәуелділік арақатынасы

Сұраныс пен ұсынысты жасаушы ретіндегі сатушылар мен сатып алушылар арасындағы өзара қимылы нарықта өтеді. Бағаға, өндіру көлеміне, тауарды сатып алуға қатысты сатушылар мен сатып алушылардың шешімі түрлі нарық үшін өзгешелеу болады. Жалпы айтқанда, экономикалық зерттеулердің мақсатына байланысты нарықтық құрылымдардың топтастырылуы түрлі болады. Бәсекелестік пен монополиялық қатынастың негізінде нарықтың келесі түрлері ажыратылады:

1. Таза бөсекелестік;
2. Таза монополия;
3. Монополиялық бөсекелестік;
4. Олигополия.

Таза бөсекелестік деп бір-бірінен тәуелсіз әрекет ететін сатушылардан тұрады. Бөсекелесуші фирмалар стандартты немесе біртектес өнім өндіреді. Тұтынушыға бұл бағамен қай сатушыдан сатып алса да бөрібір. Бөсекелестік нарықта *A, B, C, D* фирмаларының өнімдерін бір-біріне дәлме-дәл ұқсас ретінде қарастырады. Өнімді стандарттау салдарынан бағасыз бөсекелестік үшін негіздеме болмайды, яғни тауар сапасының, жарнама, өткізуге ынталандыру айырмашылықтар негізінде бөсекелестік болмайды.

Таза бөсекелестік нарығыда дара фирмалар өнім бағасына аз ғана бақылау жасайды. Бұл қасиет келесі қасиеттерден шығады. Таза бөсекелестік жағдайында әр фирма жалпы өндіру көлемінің аз ғана бөлігін өндіреді, оны шығаруды көбейтсе де, азайтса да жалпы ұсынысқа еш әсері болмайды. Өнім бағасы өндірушінің әсер ете алмайтын көлемі. Ол тек соған бейімделе алады. Нарық бағасынан жоғары баға белгілеу еш нәтиже бермес еді, себебі дәл сондай өнім басқа фирмада төмен бағамен сатылады. Сонымен қатар, ол фирмаға да ең төмен баға белгілеу қажеттілігі жоқ, себебі ол аз пайда көреді.

Жаңа фирмалар еркін кіре алады, ал бар фирмалар таза бөсекелес салаларды еркін тастап кете алады. Демек, жаңа фирмалардың пайда болуына және бөсекелестік нарықта өнімдерін өткізуге заң, технология, қаржы және басқа да жағынан еш кедергі жоқ.

Таза бөсекелестік тәжірибеде сирек кездеседі. Алайда шынайы нарық құрылымын зерделеу үшін бір нарық моделін құруға мүмкіндік туғызады. Модель бөсекелестік нарығында көптеген шынайы нарық үшін қанағаттандырудың ақиқаттылығына жақындатады. Мысал ретінде батыс нарықтарының ауылшаруашылық тауарларын, құнды қағаздар нарығын келтіруге болады.

Таза монополия жағдайында сала бір фирмамен көрсетіледі. Ол сол өнімді жалғыз өндіруші немесе жалғыз қызмет

түрін жеткізуші болып табылады. Бұл белгіден шығатын, монополия өнімінің ерекшелігі – жақсы немесе соған ұқсас өнімдерінің болмауында. Сатып алушы монополистен сатып алуға мәжбүр немесе сол тауарсыз қалуға тиіс.

Таза бәсекелестік жағдайда дара фирмалар тауар бағасына еш әсер етпейді, себебі ол нарық ұсынысының аз ғана үлесін береді. Оған қарама-қарсы бағаны үстемдік етуші таза монополист шығады, бұл ретте фирма бағаға қатаң бақылау етеді, себебі, сол өнімді жалғыз өзі шығарады.

Таза монополия жағдайында жаңа фирмалардың салаға енуіне күрделі кедергілер кездеседі. Бұл кедергілер алдымен монополиялық фирмалардың патентінің бар болуында, сондай-ақ өндіру көлемін үнемдеуінде. Кейбір салалардағы заманауи технологиялар үлесі келесідей: нәтижелі аз шығынды өндіруді тек ірі өндірушілер ғана іске асыра алады. Жаңа тексерілмеген кәсіпорындар үшін, мысалы, көп мөлшердегі қаражатты қарызға алу қиындық тудырады. Монополиялық фирмалардың жабдықтарына сай жабдықтар сатып алу үшін үлкен қаражат керек.

Кейбір салаларға, яғни табиғи монополия деп аталатын, мемлекет белгілі бір жеңілдіктер ұсынады. Ондай салаларға қоғамдық пайдаланудың көптеген кәсіпорындары жатады – коммуналдық, электрлік және газ кәсіпорындары, қоғамдық көліктер, теледидар, су және байланыспен қамсыздандыру кәсіпорындары жатады. Алайда оған айырбас ретінде мемлекет сол жағрафиялық аймақта электр, су, көлік қызметімен қамтамасыз ету құқығына, монополия әрекетін реттеу құқығына ие болады. Бұнымен мемлекет монополияға берілген билігін асыра пайдалануға мүмкіндік бермейді.

Монополия нарықта сатып алушы жалғыз болып шығатын сұраныс жағында және оны монополия деп атайды.

Монополиялық бәсекелестік деп көптеген үлкенді-кішілі кәсіпорындары бар, бірдей, бірақ ұқсастығы жоқ тауар шығаратын нарықтық жағдайды атайды. Егер таза бәсекелестік жағдайда жүздеген, мыңдаған фирмалар қатысатын болса, ал монополиялық бәсекелестікте шамамен 25, 35, 75 фирма қатысады.

Бұндай фирмалар санынан монополиялық бәсекелестіктің басқа күрделі белгілері шығады. Әр фирма өнімнің аз мөлшерін шығарады, сондықтан нарықтың бағаны бақылауда салыстырмалы түрде қарайды. Саладағы фирмалардың көптігінен фирмалар арасындағы өзара тәуелділігі сезінбейді, әр фирма өз саясатын анықтайды.

Таза бәсекелеске қарама-қарсы, монополиялық фирмалардың негізгі қасиеттерінің бірі өнімді дифференциациялау болып табылады, яғни өндірушілер көптеген түрлі өнімдер шығарады. Мысалы, киім жұмыс сапасына, материалына, стиліне қарай ажыратылады. Монополиялық бәсекелестік жағдайда экономикалық бақталастық тек бағаға қатысты ғана емес, өнім, жарнамалау, тауарды стауға байланысты жағдайлар бір жерге топтастырылады, яғни бұл нарық түріне бағасыз бәсекелестік тән.

Монополиялық бәсекелестік саласына ену жеңіл. Өндірушілердің өнім өндіру жағынан қарағанда да, жалпы алғанда да, өндіру көлемінің әсері мен талап етілетін құралдар көп емес. Басқа жағынан қарасақ, таза бәсекелестікпен салыстырғанда, бәсекелестің өнімінен өзгеше және осы өнімді жарнамалау үшін өнім қажеттілігінен туындаған кейбір қаржылық кедергілер кездесуі мүмкін.

Олигополия. Нарыққа фирмалардың аз саны қатысса, олигополиялық болып табылады. Бұл бір фирманың бағаны анықтаудағы және өндіру көлемінің шешімі басқа фирманың іс-әрекетіне байланысты екенін білдіреді. Әр фирма бәсекелесінің қабылдаған шешімінің өзіне әсер еткенін сезінеді және ол шешімдерді еңсеруі тиіс. Өнімдер стандартталған болуы мүмкін (мысалы, болат, алюминий), я болмаса дифференциаланған да болуы мүмкін (түрлі маркалы автокөліктер).

Олигополияда салаға ену өндіру көлемінің әсері, патент, шикізатпен иемдену сияқты кедергілермен шектеледі. Олигополияның пайда болуы бірігу мен жұтылудың ықпалынан болады. Жалпы олигополия нарықта аз болғанда ғана, яғни әр фирма баға немесе басқа саясатты қалыптастыру барысында бәсекелестердің әсерін ескеруі де керек.

Нарықтың негізгі түрлерінің сипаттамасы

Басты ерекшелігі	Нарық моделі			
	Таза бәсекелес	Монополиялық бәсекелес	Олигополия	Таза монополия
Фирма саны	Өте көп сан	Көп	Бірнешеу	Біреу
Өнім түрі	Стандартталған	Дифференциялық	Стандартталған немесе дифференциялық	Ерекше; ұқсас алмастырғышы жоқ
Бағаның үстінен бақылау	Жоқ	Кейбіреуі, алайда шектеулі шегінде	Өзара тәуелділікпен шектелген;	Едәуір
Салаға кіру шарттары	Өте жеңіл, тосқауыл жоқ	Салыстырмалы жеңіл	Тосқауылдың болуы	Салаға кіруге оқшауланған
Бағасыз бәсекелес	Жоқ	Маңызды	Белгілі жағдай, әсіресе өнімді саралауда	Аз ғана
Шетелдің экономикасынан мысал	Ауыл шаруашылығы	Киім және аяқкиім өнімдерін өндіру	Болат, автомобильдер, ауыл шаруашылығы техникасының өндірісі	Қоғамдық пайдаланудың жергілікті кәсіпорындары

9.1-кестеде нарық түрлерінің негізгі ерекшеліктері қарастырылған. Бір пішіннен екінші пішінге өту барысында фирмалар саны нарықта түрленбелі болады: таза бәсекелестікте өте көп мөлшердегі фирмалар санынан таза монополиядағы бір фирмаға дейін. Таза бәсекелестікте өндірілген өнім стандартталған, монополиялық бәсекелестікте – дифференцияланған, бірегей ерекшеліктік таза монополияда болып табылады. Олигополияда ол стандартталған немесе дифференцияланған болып келеді. Нарықты монополиялау барысында өндірушілер тарапынан бағаны бақылауға алу күшейе түседі де жаңа фирмалардың салаға енуіне қиындықтар туғызады. Таза монополия мен таза бәсекелестікте бағасыз бәсекелестік болмайды да, ал монополиялық бәсекелестікте және олигополияда оның аса үлкен бәсекелестігі болып табылады.

9.4. Экономиканы монополияға қарсы реттеу

Заманауи жағдайда нарықтың көпшілігі бәсекелестікпен монополияның үйлесімділігімен сипатталады. Бәсекелестік қоғамдық өндірістің дамуына ықпал етеді, ғылыми-техникалық прогресті ынталандырады. Бұл кәсіпорындардың өз өнімдерін және технологияларын еріксіз үнемі жетілдіруді қажет етеді. Сонымен қатар, бәсекелестік күштердің әрекетінің бей-берекеттілігі және өндірістің аса көп шоғырлануы күрделі экономикалық әлеуметтік салдарына өкеледі.

Монополиялық күштер ірі өнеркәсіптер, мемлекеттер, бірлестіктер жағынан байқалады. Олардың ықпалы да біркелкі емес. Бір жағынан, бәсекелестіктің қиратушы күшін шектейді. Екінші жағынан, реттеу саяздық мақсатылықты көздейтін күштерге бағынатындықтан, ол тоқырауға ұшырайды. Бәсекелестік күштерді басуда ірі кәсіпорындардың абсолютті монополиясы ғылыми-техникалық прогресті және өндірістің дамуын тежейді.

Әлемде монополиялық жағдай деп бір фирма нарықтың 30%-ын ұстап тұрған жағдайын айтады. Ал біздің елімізде 100% өнімді өндіру бір кәсіпорынға шоғырландырылған. Көптеген жағдайда сапасы төмен өнім шығару, жоғары баға, кәсіпорындар арасындағы келісімшарттардың орындалмауы осы монополияларға байланысты болып жатады.

Экономиканы монополиялаудың жағымсыз жақтарын ескере отырып, үкімет монополиялық жағдайларын асыра пайдаланушы фирмалар белгілі бір шаралар қолданады.

Монополияға қарсы заңдылық мемлекеттік экономиканы реттеу түрлерінің бірі болып табылады. Түрлі елдердің монополияға қарсы жалпы мақсаттарына:

1. Бәсекелестікті қорғау және мадақтау болып табылады;
2. Нарықта монополиялық позициямен айналысатын фирмалар үстінен бақылау жүргізу;
3. Баға белгілеудің үстінен бақылау жүргізу;
4. Тұтынушылар мүдделерін қорғау;
5. Ұсақ және орташа фирмалардың операцияларына ықпал ету жатады.

Заңсыз деп:

1. Нарықта үстемдік жағдайдағы фирмалар арасындағы өткізу нарығын аймақтық бөлісу туралы келісімдері;
2. Келісілген бағаларды белгілеу;
3. Біріктіру және жұтылу, егерде нарықта кейбір фирмалардың мүдделері күшейетін болса.

Монополияға қарсы заңымен фирманы айыптау үшін, фирманың монополист екенін және де оның нарықта қабылданбаған іскерлік тәжірибелер мен этикет тәсілдерін қолданатынын дәлелдеу қажет. Бұл заңдылықты бұзғаны туралы істі қозғауға мемлекеттік органдарымен қатар (мысалы, АҚШ-та – сауда комиссиясының Федерациясы), монополиялық тәжірибеден жапа шеккен жеке фирмаларда істі қозғай алады. Трестке қарсы (монополияға қарсы) заңдылықтары бар барлық елдерде істі қарастыру үшін арнайы соттар құрылған.

АҚШ монополияға қарсы заңының отаны деп атауға болады. Ол Шерман (1890 ж.), Клейтон (1914 ж.) және Селлера КефOVER (1950 ж.) заң негіздерінен құрылған. Артынша толықтырулар мен өзгерістер енгізіліп отырылған.

Шерман және Клейтон заңдарында монополиялық бірлестіктермен қатар, алақол тәсілдері сипатталады. Заманауи тәжірибеде монополияға қарсы реттеу картельдер арасында айырмашылықтар жүргізіледі. Көптеген елдер ішкі нарықта картельдердің пайда болу процестерін қатаң бақылап отырады, сонымен қатар эксперттік картельдің құрылуын қолдайды.

Селлер-КефOVER заңы фирмалардың бірігуі мен жұтылуын бақылау үшін бағытталған. Бұл процестер экономикалық биліктің шоғырлануына әкеледі. Біз қарастырғанымыздай, бірігу мен жұтылу сипаты жағынан тігінен, көлденеңнен немесе диверсификацияланған болып табылады.

Монополиялық және олигополиялық жағдайдың пайда болуына алдымен бірігу мен жұтылудың көлденең интеграциялауға бағытталуына әкеледі. Нарықтық шоғырландыру және орталықтандырудың өлшем дәрежесінің әдістерінің бірі арнайы индексінің есебі болып табылады (Герфиндаль-Хиршман индексі). Ол келесідей анықталады: әр фирманың нарықтық үлесі квадратқа шығарылады және қорытындысы қосылады:

$$H = \sum_{i=1}^n d_i^2 = d_1^2 + d_2^2 + d_3^2 + \dots + d_n^2.$$

мұндағы d_i – нарықтағы дара фирмалардың үлесі;
 n – осы өнімнің нарықтағы фирмалардың саны.

Мысалы, егер нарықта өрекет етуші қандай да бір өнімнің әр бес фирмасына 20% үлесі тиесілі болса, онда бұл нарықтың индексі 2000 ($20^2 \cdot 5 = 2000$)-ді құрайды. Индекс көп болған сайын, нарық шоғырландырылуы жоғары болады. АҚШ-та индекс 1000-ға тең немесе одан аз болса да біріктіріледі, себебі ондай нарық шоғырландырылған болып есептелінбейді. 1000–1800 шамасында біріктірілуге тыйым салынады, егер индексін 100 және одан жоғары бірлікке көбейтсе. Нарықта 20% үлесі бес фирма мысалына қайта оралайық. Егер олардың екі фирмасы бірігуге өрекет етсе, не болады? Онда индекс 2000-нан 2800-ге дейін көбейеді ($(20 + 20)^2 + 20^2 + 20^2 + 20^2 = 2800$). Онсыз да аса шоғырланған, бұндай бірігулер нарықтың шоғырлануын арттырады. Сондықтан бұндай бірігулерге тыйым салынады.

Бұдан басқа индекстер фирмалардың бірігуіне сараптама жасаушы монополияға қарсы органдар басқа да факторларды есепке алады: яғни, сол салаға жаңа фирмалардың еніп кету мүмкіндігін; шетел фирмалардың бәсекелестігін; тоқырау алдында тұрған фирмалардың бірігуге қатысуын; ол кезде бірігуге рұқсат беруі мүмкін.

Тігінен интеграциялау бағытында жүргізіліп жатқан бірігу немесе жұтылу бұлда нарық үшін қолайсыз салдары болуы мүмкін. Мысалы, ресурстарды жеткізушіні иемдене отыра, өндіруші өз бәсекелестерін жеткізуге шектеу қоюы мүмкін. Тігінен интеграцияланған кәсіпорын, бәсекелестеріне түрлі тосқауыл қоя отырып, оларды сонымен қатар нарықта бағаны төмендету арқылы ығыстырып шығаруы мүмкін.

Диверсификациялау бағытындағы бірігу мен жұтылуды бақылауды ескере отырып, ең күрделі кезеңдерінің бірі фирмалардың қосымша қаржылық мүмкіндіктері болып табылады.

Бақылау сұрақтары

1. Бағалы бәсекелестікке сипаттама беріңіз.
2. Өндірісті шоғырландыру себептері?
3. Монополияның екіұшты анықтамасы.
4. Монополияның қасиеттері.
5. Концерн формасына сипаттама беріңіз.
6. Таза бәсекелес дегеніміз не?
7. Нарықтың негізгі түрлеріне сипаттама беріңіз.
8. Монополиялық бәсекелестік дегеніміз не?
9. Экономика монополияның жағымсыз жақтары?
10. Түрлі елдердің монополияға қарсы жалпы мақсаттары?

10-тарау. Өндіру құралдарының нарығы

10.1. Материалды-техникалық жабдықтау және өткізу туралы түсінігі

Экономиканың жоғары нәтижелі жұмыс істеуі қажетті шартының бірі дамыған интегралды нарығы болып табылады, оның элементтеріне өндіру құралдарының нарығы, тұтыну тауарлары, құнды қағаздар, интеллектуалды өнімдер, жұмысшы күші жатады.

Қоғамдық өндірудің көлемі жүйелі түрде ұлғайған сайын қолданылған өндіру құралдары мен еңбек заттарын өтеу үшін қажетті өндіру құралдарының үздіксіз түсімін, сонымен қатар олардың тұтынуын ұлғайту үшін талап етеді. Бұл процесті қамтамасыз ету және оның үздіксіздігін қолдауға – қайта өндірудің кеңейтілген және жай қажеттілік кезеңі жатады. Оның екі жағы қарастырылады – техникалық және экономикалық. Біріншісі материалды ресурстарды ауыстыру, оларды сақтау және өндірістік қолдануға дайындауды құрайды. Келісілген экономикалық жағын жабдықтау – өткізу қызметін орындау процесінде адамдар белгілі бір қатынасқа түседі. Сонымен, материалды-техникалық қамсыздандыру бір мезгілде техникалық және экономикалық процесс те болып табылады. Техникалық жағы қоғамның өндіру күшінің даму деңгейімен анықталады, ал экономикалық – шарттасылған өндірістік қатынастармен анықталады.

«Материалды-техникалық қамсыздандыру» түсінігі өндірістік бағыттағы өнімнің процестің бір жағын сипаттайды – сатып алуды, кәсіпорындардың өндіру құралдарын сатып алу және дайындау. Бұл процестің екінші жағы – өндірістік өнімді өткізу – бұл түсінікті қамтымайды.

Жалпы материалды техникалық қамыздандыру және өткізу өзара байланысқан процесті білдіреді. Қамсыздандыру мен өткізудің міндеті әр дара кәсіпорындар үшін әртүрлі. Әр кәсіпорын қажетті материалды – заттай компоненттерімен қамсыздандыру қызметін және өндірілген өнімдерін өткізу қызметін жүзеге асырады. Технологиялық қатынаста бұл операциялар түрлі болып орындалады.

«Қамсыздандыру» және «өткізу» түсінігі «сатып алу» және «сату» түсінігімен тетелес. Алайда олар сату-сатып алу актісінен басқа көптеген қосымша процестер де енеді – өнімнің кеңістіктік ауыстырылуы, оның сақталуы, өндірісте қолдануға дайындау және т.б.

10.2. Өндіру құралдарымен көтерме сауданың түрлері

Жеткізуші мен тұтынушының арасындағы тікелей келісілген байланыстар

Өндіру құралдарымен көтерме сауданың келесі негізгі түрлері бар:

1. Жеткізуші мен тұтынушы арасында тікелей келісілген байланыстар;
2. Делдалдар арқылы көтерме сауда;
3. Тауар биржасы;
4. Жәрмеңкелер;
5. Аукциондар;
5. Лизингтер.

Тікелей келісілген байланыстар жеткізуші өнімді тура тұтынушыға жеткізуді білдіреді. Келісімде келесі өлшемдер анықталады:

1. Өнім көлемі;
2. Жеткізу мерзімі мен шарттары;
3. Өнім сапасы;
4. Келісім міндеттемелерін бұзғаны үшін санкциялар.

Өндірістік бағыттағы өнімдер – шикізат пен материалдар, көліктер мен жабдықтар, шартты түрде екі маңызды түрге бөлінуі мүмкін. Бірінші түрдегі өнімнің ерекшелігі – оның

тар шеңберлі мамандырылған немесе техникалық күрделі болып табылатындығында, оны сатып алушылар саны аз болады. Тұтынушылардың өзі географиялық тығыз аймақта орналасқан, өз қателіктерін нақты анықтайды. Олар ұзақ уақыт бойы өндірушілермен байланыста болады. Бұндай мамандандырылған, ғылымдандырылған өнімдерге алғашқы көтерме сауда түрі тән. Тікелей байланыстар күрделі монтаждарды қамтамасыз ету үшін қажет. Бұл әсіресе ерекше және ірі габаритті қондырғылар үшін, оны дайындау мен өндіруіне жеткізуші мен тұтынушының бірлескен ұзақ жұмысы себепкер болды.

Екінші түріне қалыпты, мамандандырылмаған өнім жатады. Бұндай әлеуетті сатып алушылардың саны көп, олар кеңістіктік түрде бытыраңқы орналасқан. Әдетте мұндай тауарлардың бағасы жоғары болмайды. Бұндай өнімдердің түрлеріне электршамдары, радиотетіктері, қалыпты қозғалтқыштар, түрлі құралдар жатады. Ондай тауарлармен қамтамасыз ету әдетте делдал арқылы жүргізіледі.

Қазіргі таңда Қазақстан алдында өзінің экономикалық қауіпсіздігін сақтай отырып, әлемдік экономикалық жүйеге интеграциялану міндеті тұр. 2001–2013 жж. Қазақстан Республикасының сыртқы сауда экономикасы айналымын талдау 2001–2013 жж. дейін экспорттың шикізат бағытында басым екенін көрсетті. 2000 ж. минералды ресурстардың үлесіне 43,9% және 32,2% металлургияның өнім өндірісі үлесіне тиегісілі болды. Азық-түлік өнеркәсібінің өнімі – 6,2%-ды құрады. Мұнайды экспорттау үлесі – 2001 ж. – 2,8% -дан 2001 ж. – 50% -ға артты, ал қара металды жалға беру – 3,9–16,1%, мыс 1,8% -дан – 10,3% -ға дейін болды.

Қазақстан Республикасының экспорт құрылымы 2013 ж., %



Нарықтағы өзгерістерге бейімделе отырып, тәуелсіз делдал кәсіпорындар өзінің сауда саясатының маңызды бағыттарын қайта қарауға ұшыратты. Олар өндіру құралдарының өндірушілерімен тығыз қарым-қатынасқа түсті. Бір жағынан ірі делдал фирмалар нарық туралы білім пайдала отырып, өздері өнімдердің кейбір түрлеріне сипаттама дайындау бастады, және тапсырыстарды кішігірім өндірістік кәсіпорындарға орналастыра бастады. Екінші жағынан, өндіру құралдарын өндіруші – фирмалар делдалдардың ынтымақтастыққа дайын екенін ескере отырып, олармен жарнамалау және белгілі бір аймақта өз өнімдерін сатуға келісімге отыра бастайды. Жалпы, әлемдік тәжірибеден көріп отырғанымыздай, тұтынушылардың тікелей өндірушілерден өнімдерді сатып алу тиімді үлесі 50–70% -ды құрайды.

Бақылау сұрақтары

1. Интегралды нарыққа сипаттама беріңіз.
2. «Материалды-техникалық қамсыздандыруды» түсіндіріңіз.
3. Өндіру құралдарымен көтерме сауданың түрлері.
4. Өндірістік бағыттағы өнімдер қандай?
5. Келісім өлшемдерін атаңыз.

Абсолютті рента – жер иелерінің жердің құнарлы не құнарсыздығына қарамастан, барлық учаскеден бірдей алатын рента (табысы).

Абстрактылы еңбек – тауар айырбасы кезінде көрінетін жалпы адам еңбегі (еңбек шығыны), яғни құн жасайтын еңбек.

Акционерлік қоғам – бірнеше жеке капиталдың бірігуі арқылы акция шығарып, оны сатудан түскен қаражат арқылы шаруашылық ұйымдастыру формасы.

Акция – иесінің акционерлік қоғам капиталына белгілі бір мөлшерде үлес қосқандығын куәландыратын құнды қағаз. Ол дивиденд түріндегі пайданың бір бөлігін алуға құқық береді.

Актив – мүліктік құқықтар жиынтығы, бухгалтерлік баланстың бір бөлігі, онда осы кәсіпорынға тиесілі барлық материалдық құндылықтардың есепті кезеңнің басындағы және аяғындағы жиынтығы.

Амортизация – негізгі қорлардың құнын солардың көмегімен өндірілетін тауарларға бірте-бірте көшіру; ақша қаражатын мақсатты түрде жинақтау және оны тозған негізгі қорлардың орнын толтыру үшін пайдалану.

Құнды қағаздар – иесіне мүліктік құқық және дивиденд, пайыз түрінде білгілі бір ақша сомасын алуға құқық беретін құжаттар (акциялар, облигациялар, вексельдер, депозиттік және инвестициялық сертификаттар, чектер, жинақ кітапшалары, т.б.).

Баға индексі – тауар бағасының орташа деңгейінің уақытқа байланысты салыстырмалы өзгеруін білдіреді.

Баж – мемлекеттің кәсіпорындар мен мекемелерден, азаматтардан оларға көрсетілген қызметтің белгілі бір түрлері үшін алатын ақшалай алымы.

Банк пайызы (проценті) – банктің қарызға ақша бергені үшін алатын төлемі.

Банк активтері – банк балансының актив бөлігі онда қысқа және ұзақ мерзімді несиелер, банктегі кассалық және валюталық қолма-қол ақша, акциялар, т.б. көрсетіледі.

Бәсеке – өнім өндіру мен өткізудің экономикалық бағынан неғұрлым тиімді жағдайлары үшін тауар өндірушілер арасындағы жарыс.

Бизнес жоспар – кәсіпорынды (кәсіпкерлікті) белгілі бір кезеңде дамыту жоспары. Өндірісті жетілдіріп, дамытуға бағытталған инвестиция тарту үшін әзірленеді.

Бюджет тапшылығы – мемлекеттік бюджет бойынша шығындардың табыстан артып кетуі.

Валюта – 1. елдің ақша бірлігі; 2. шетелдің ақша белгісі, халықаралық есеп айырысуда қолданылатын төлем құжаттары.

Валюталық бағам (курс) – екі валютаның айырбас кезіндегі құндық ара салмағы; бір елдің ақша өлшемінің – екінші бір елдің ақша өлшеміне шаққандағы бағасы.

Вексель – төлем және несие құралы; кәсіпкердің несиеге алған тауарларға белгілі бір уақыттан кейін ақша төлеуге берген міндеттемесі.

Венчур – өнімнің жаңа түрлерін жасауға өндірісті игеруге, енгізуге, жаңа технологияларды қолдануға маманданған шағын коммерциялық ғылыми-техникалық ұйым.

Дәстүрлі экономика – сирек кездесетін шектеулі табиғат ресурстарын кеңінен пайдалануды дәстүрлер мен ғұрыптар айқындайтын экономикалық жүйе.

Дебитор – кәсіпорынның біреуге қарыздар берешек болуы.

Девальвация – қағаз ақша құнын өзінің тұрақты қалпына түсіру; тұрақты валютамен немесе халықаралық шот өлшемдерімен салыстырғанда елдің валюта бағамының төмендеуі.

Демпинг – тауарларды ішкі нарықтағы бағаға қарағанда сыртқы нарықта неғұрлым төмен бағамен сатылуы.

Деноминация – ақшаның құны күрт төмендеп кеткен кезде оның айналысын реттеп, есептеуді жеңілдету мақсатымен ақшаның белгіленген көрсеткішін кеміту арқылы өзгеріс жасау.

Депозит – белгілі бір шартты мерзімге сақтау орындарына сақтауға берілген ақша немесе құнды қағаз.

Дивиденд – акционерлік қоғамның пайдасы есебінен әр акция үшін акционерлерге төленетін ақы.

Диверсификация – бұл жан-жақты даму; бір-біріне байланысты емес көптеген өндіріс түрлерінің қатар дамып отыруы, өндірілген өнімнің таңдаулы ассортиментінің ұлғайып отыруы.

Дифференциалды рента I – жер иесінің жердің табиғи құнарлығы мен жер учаскесінің жақсы орналасуына байланысты алатын рентасы (жолақысы).

Дифференциалды рента II – жер иесінің жердің құнарлылығын жасанды жолмен жақсарту арқылы алынатын қосымша пайдасы.

Еркін экономикалық аймақтар – ұлттық және шетелдік кәсіпкерлер үшін жеңілдікті экономикалық жағдайлар жасалған аймақтар.

Ең төмен деңгейдегі тұтыну – адамның физиологиялық және әлеуметтік бюджеті (минималды) мәдени қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін тұтыну тауарлар мен қызметтердің жиынтығын сатып алуға жұмсалатын шығын.

Ең төмен жалақы – мемлекеттің ресми белгілеген еңбек (минималды) ақысының ең төменгі деңгейі.

Жабық акционерлік қоғам – акциялары тек құрылтайшылардың немесе күні бұрын айқындалған адамдар тобының арасында ғана сатылатын шаруашылық формасы.

Жалақы – еңбеккерлердің білгілі бір уақыт кезеңінде (күні, айы) алатын ақшалай табысы.

Жалпы ішкі өнім – статистиканың жинақтап қорытатын макроэкономикалық көрсеткіші; ел ішінде өндірілген тауарлар мен қызметтердің белгілі бір кезеңдегі нарықтық құны.

Жалпы ұлттық өнімнің – номиналды ЖҰӨ-нің нақты ЖҰӨ-ге дефляторы қатысын көрсетеді.

Жалпы ұлттық өнім – статистиканың жинақтап қорытатын макроэкономикалық көрсеткіші, яғни ел ішінде және сондай-ақ басқа да шетелдерде белгілі бір мерзімде өндірілген тауарлар мен қызметтердің жиынтық нарықтық құны.

Жарғылық капитал – құрылатын кәсіпорынға құрылтайшылардың бірігіп салған салымдарының құны, яғни кәсіпорын капиталының бастапқы сомасы.

Жер – өндірісте пайдаланатын табиғи ресурстар мен байлықтар.

Жекешелендіру – мемлекетке тиесілі объектілерді меншіктену құқығын жеке немесе заңды тұлғаның сатып алу процесі.

Жұмыссыздық – еңбекке жарамды халықтың бір бөлігі өзіне жұмыс, пайдалы еңбек қызметін таба алмай дағдаратын әлеуметтік-экономикалық құбылыс.

Жиынтық сұраныс (АД) – бұл графикте көрсетілген қисық сызық, оның мағынасы: қоғамдағы барлық тауарлар мен

қызметтердің жиынтық көлемі, яғни тұтынушылардың, кәсіпорындардың және үкіметтің бағаның әрбір деңгейінде нақты жалпы өндірілген тауарлар мен қызметтерді сатып алу қажеттілігінің көрінісі.

Жиынтық ұсыныс (AS) – бұл графикте көрсетілген модель, яғни бағаның әрбір мүмкіншілік деңгейінде өндірілген нақты жалпыұлттық өнімнің көрінісі.

Импорттық квота – шеттен тауарлар әкелуді бір кезеңге шектеу.

Инвестициялар – пайда немесе табыс табу мақсатымен өз еліндегі не шетелдегі белгілі бір халық шаруашылығы саласына, кәсіпорындарға, өнеркәсіпке, құрылысқа, т.б. ұзақ мерзімге күрделі қаржының (капиталдың) сатылуы немесе жұмсалуды.

Инвестициялық банктер – ұзақ мерзімді қаржыландырумен айналысатын банктер.

Инновация – жаңа техникаға, технологияға еңбекпен басқаруды ұйымдастырудың жаңа нысандарына қаражат жұмсау.

Инновациялық банктер – өнер, табысқа, ғылыми-техникалық талдамаларды кеңінен қолдануға жәрдемдесу үшін коммерциялық негізде құрылатын банктер.

Инфляция – айналыстағы қағаз ақшаның құнсыздануы.

Ипотека – ақшалай қаражат алу мақсатымен жылжымайтын мүлікті (жерді, кәсіпорынды, ғимаратты, жермен тікелей байланысты басқа да объектілерді) кепілге салу түрі.

Кадастр – табиғат объектілері туралы негізгі мәліметтердің жүйелендірілген жинағы (су, жер). Жер құбырларына сәйкес пайдалануға бөлінетін әрбір жер учаскесіне арнаулы ережелер бойынша кадастрлық нөмір, яғни жеке және қайталанбайтын код беріледі.

Капитал – тауар мен қызмет өндіруге пайдалану мақсатымен өндірілген құрал-жабдықтар.

Конвенция – халықаралық келісімшарт.

Конверсия – 1. өндірісті түбірімен өзгерту; 2. бір валютаны екінші валютаға айырбастау.

Кондоминимум – біртұтас объектіні бірлесіп иелену, иемдену.

Консалтинг – кеңес беру (менеджмент, маркетинг, кеңес фирмалары).

Консорциум – бизнес саласындағы көп қаржы ресурстарын (қажет ететін нақты экономикалық міндеттерді, күрделі жобаларды жүзеге асыру мақсатымен бірлескен қызмет туралы шарт негізінде уақытша берлестік (шаруашылық жағынан тәуелсіз фирмалар мен банктердің бірлестігі).

Концессия – ұлттық экономиканы қалпына келтіру мен дамыту, табиғат байлықтарын игеру мақсатымен кәсіпорындарды, жерді, жер қойнауын, т.б. белгілі бір талаптар негізінде жеке кәсіпкерлерге, шетелдік фирмаға пайдалануға беру жөніндегі мемлекетпен жасасқан шарт; осындай шарт негізінде құрылған кәсіпорынның өзі

Кооператив – меншікті, жалға алынған немесе тегін пайдалануға берілген мүлік негізінде қандайда болсын қызметті бірлесіп жүргізу үшін ерікті түрде біріккен азаматтардың ұйымы.

Корпорация – меншіктің акционерлік нысаны, меншікті (капиталды) келісіп иелену, кәсіпорынды басқару міндеттерін кәсіпқой басқарушылардың (менеджерлердің) жоғары тұрған буындарының қолына шоғырландыру.

Қаржы – ақшалай қаражаттың құралуы, бөлінуі, пайдалану барысында экономикалық қарым-қатынас жүйесі.

Қосымша құн – өнімді сатудан түскен түсімнен оны өндіру үшін басқа фирмалардан сатып алу шығындарының арасындағы айырмашылық құн, яғни фирманың осы өнімді өндіруге жұмсаған нақты өзіндік шығыны (жалақы, несие пайыз, жол төлемі, салықтар мен пайда сомасы).

Құн – тауардың бағасы немесе тауарларды, негізгі құрал-жабдықты сатып алуға, жұмыстарды орындауға және қызметтерді көрсетуге, игіліктерді сатып алуға жұмсалған ақшалай шығын.

Лаффердің қисығы – салық өсімі мен салық түсімі арасындағы байланыстың графиктегі көрінісі.

Лизинг – заңды (жеке) тұлғаның еңбек құралдарын меншігіне сатып алудың орнына басқа фирмалардың меншігін пайдалануы; ұзақ мерзімде пайдалануға құрал-жабдықтарды несиеге беру.

Либерализация – бейтараптану; «бағаны либерализациялау» – бағаны босату, яғни өкімшілік жүйеде мемлекет бағаны

бірқалыпта ұстап, нарықтық экономикаға өту кезеңінде оны босатып жібереді.

Лицензия – ұйымдардың немесе жеке адамдардың патенттермен қорғалған өнертабысты, техникалық білімді, тәжірибені, өндірістік құпияларды және т.б. пайдалануына арнаулы рұқсат (келісім).

Лоренц қисығы – қоғамда табыстардың графикте нақты бөліну көрінісі.

Макроэкономика – экономиканы тұтас алып зерттейтін экономикалық ғылым бөлімі. Макроэкономикада зерттелінетін негізгі мәселелер: жиынтық өндіріс, жұмыссыздық, бағаның жалпы деңгейі (инфляция), экономикалық саясаттың басты мақсаттары.

Мемлекеттік қарыз – өткен жылдардағы бюджет тапшылығының жиынтық сомасы.

Меншік – өндіріс құрал-жабдықтары мен өндірілген өкімдерді иемденуге байланысты адамдар арасында туындайтын экономикалық қатынастар.

Микроэкономика – экономика ғылымының кәсіпорын (фирма) мен саланы, үй шаруашылығын, сондай-ақ жекелеген нарықтарды, нақты бағаны, тауарлар мен қызметтерді зерттейтін бөлімі.

Монетаризм – макроэкономикалық талдау мен экономиканы реттеу теориясы, ол экономикалық дамуда ақшаның және экономиканы тұрақтандыруда ақша-несие саясатының рөлін бірінші орынға қояды.

Монополия – ерекше тауардың бір ғана сатушысының нарықта үстемдік жүргізуі.

Монополистік бәсеке – нарық көптеген сатушылардың ұқсас, бірақ әртекті өнімді сатуынан құралады.

Мультипликатор – ұлттық өнімнің, табыстың немесе ақша айналысының өсуі немесе азаюының қанша есеге өзгергенін анықтайтын көрсеткіш.

Нақты еңбек – арнайы еңбек құралдарын пайдаланумен, жұмыскерлердің мамандығымен, одан қалды нақты нәтиже-сімен көрінетін, яғни тауардың тұтыну құнын жасайтын еңбек.

Нақты жалақы – жұмысшының номиналды жалақысына өзі мен отбасы үшін қанша және күнкөріс заттарын сатып алуға болатынын көрсетеді.

Нақты пайыздық – номиналды пайыздық мөлшерлемеден мөлшерлеме инфляция ықпалын тазартқандағы мөлшерлеме.

Несие – бір тұлғаның екінші тұлғаға қарыз түрінде ақша немесе тауар – материалдық беруі туралы келісім.

Номиналдық жалақы – жалақының ақшалай сомасы.

Номиналды пайыздық – ағымдағы нарықтық пайыздық мөлшерлеме.

«НОУ-ХАУ» – патенттілік құқы жоқ қандай да болсын міндетті шешу үшін қажетті техникалық білімдер, тәжірибе, технологиялардың құпиялары.

Облигация – құнды қағаз, ол иесінің ақшалай қаражат салғанын куәландырады.

Олигополия – нарықта аздаған ірі компаниялар үстемдік жүргізеді. Өнім біркелкі (біртектес) болып келеді. Бұл нарыққа басқа фирмалардың кіруі қиын болады. Бағаны бақылау бір-біріне тәуелді болады.

Онкольдық несие – қарыз алушы несие берушінің талап етуі бойынша өтейтін қысқа мерзімді коммерциялық несие. Тауарлар мен құнды қағаздар кепілдікке жүреді.

Өнімнің өзіндік құны – өнімді өндіру процесінде пайдаланатын табиғат ресурстарының, шикізаттың, материалдардың, отынның, энергияның негізгі құралдардың, оларды дайындау мен өткізуде көрсетілетін қызметтер шығындарының ақшалай сомасы.

Өндіріс шығындары – материалдық заттар мен қажетті еңбек шығынының жиынтығы. Ақшалай тұлғада ол өнімнің өзіндік құны.

Пайда – табыстың шығыннан ақшалай есептегі артуы

Пайда нормасы – пайданың барлық авансыланатын капиталға (немесе тиімділік) (барлық шығындарға) пайыз түріндегі қатынасы.

Пассив – бухгалтерлік баланстың бөлігі, оң жағы. Ол қаржының қайдан келіп түсетінін және қандай мақсатқа жұмсалатынын көрсетеді.

Патент – 1) өнертапқышқа ашқан жаңалығын пайдалануға құқық беретін куәлік қағаз; 2) саудамен, кәсіппен айналысуға құқық беретін рұқсат қағаз.

Протекционизм – мемлекеттің жергілікті өндірушілерді шетелдік бәсекеден қорғау саясаты.

Паритет – алтын мөлшеріне сай келетін валюталардың арақатынасы.

Ревальвация – ұлттық валюта бағамын ресми түрде жоғарылату.

Резервтік валюта – ұлттық (доллар, фунт, стерлинг) және ұжымдық валюталар (ЭКЮ, СПЗ), оларды елдер халықаралық есеп шоттарындағы қарыздарын реттеп отыру үшін пайдаланады.

Резидент – белгілі бір мемлекеттің аумағында тұрақты мекендейтін жеке тұлға, сондай-ақ онда өзінің қызметін тұрақты түрде жүзеге асыратын заңды тұлға.

Рента – жерден, мүліктен, капиталдан, т.б. заттардан меншік иесінің еңбексіз табыс алуы.

Реимпорт – шетелде өңделмеген отандық тауарларды қайтып әкелу.

Резкспорт – шетелден әкелінген тауарды өңдемей елден қайтарып жіберу.

Рецессия – өндірістің құлдырауы.

Роялти – салық салу жүйесінде табиғат ресурстарын қазып алу құқығы үшін жер иесінің жерді пайдаланушыдан алатын төлемақысы және пайда үстемесіне салынатын салық.

Санация – банктер мен ірі өндіріс орындарын банкротқа ұшыратпау мақсатында жүргізетін шаралар жүйесі немесе кәсіпорындардың бәсекелестік қабілетін арттыру шаралары.

Сальдо – табыс пен шығын арасындағы айырмашылық.

Секвестр – бюджеттің атқарылуы кезінде тапшылықтың белгіленген деңгейден артып кетуінен не түсімдердің қысқаруынан және көзделген шараларды ағымдағы қаржыландыру мүмкін болмаған жағдайларда қолданылатын арнаулы шаралар.

Серіктестік – жеке кәсіпкерлердің күш-жігер мен қаражатты біріктіру, мұнда екі не одан көп тұлға пайда табу мақсатымен кәсіпкерлікпен бірлесіп айналысады.

Стагфляция – өндірістің тоқырауымен, инфляцияның бір мерзімде өршуімен сипатталатын экономиканың жағдайы.

Синдикат – кәсіпорындар бірлестігі, бұл бірлестіктер барлық сауда қызметтерді (баға белгілеу, тауар өткізу, т.б.) жүзеге асырады, ал өнім өндіру жауапкершілігін кәсіпорындар өз мойнына алады.

Статистика – әлеуметтік-экономикалық құбылыстар дамуының сандық көрсеткіштері мен оларды есептеу заңдылықтарын зерттейтін ғылым.

Субвенция – мемлекеттің мақсатты жәрдемінің бір түрі.

Субсидия – мемлекеттің бір жолғы қайтарымсыз ақшалай көмегі.

Сұраныс – тауар сатып алуға жұмсалған және қызмет көрсеткені үшін төленетін ақынның ақшалай сомасы.

Сұраныстың икемділігі – тауарлар мен қызметтердің нарықтық бағасының өзгеруіне жауап ретінде сұраныстың мөлшерінде болатын өзгерістің деңгейі.

Сыртқы сауда айналымы – елдің белгілі бір кезеңдегі экспорты мен импорт құнының сомасы.

Табыс – жеке тұлғалардың, кәсіпорындардың белгілі бір уақытта қандай да болсын қызметтің нәтижесінде алатын ақшалай қаражаты.

Таза пайда – кәсіпорында салықтар мен басқа да төлемдерді төлегеннен қалған қалдық пайда.

Таза ұлттық өнім – өндірілген өнімнің өнім шығару барысында тозған өндіріс құрал-жабдығын ауыстыру (амортизация) үшін қажет бөлігін шегеріп тастағандағы жалпыұлттық өнім.

Трансферт төлемдер (лат. «тасу», «аудару») – 1. Төлем-ақыны бір шоттан екінші шотқа аудару. 2. Мемлекеттік трансферттік төлемдерге жататындар: (зейнетақы, жәрдемақы, стипендия, т.б.).

Төлем балансы – шетелдік мемлекеттерге төленген жалпы төлем сомасы мен белгілі бір уақыт аралығында олардан алынған сомалар арасындағы айырмашылық. Төлемдер мен түсімдерге алтын, тауарлар мен қызметтердің құны, туристердің шығындары, капиталдың қозғалысы, пайыздар мен несиелердің негізгі сомасы кіреді.

Трансұлттық корпорация – штаб пәтері бір елде орналасқан және көптеген филиалдары дамыған елде, сондай-ақ дамушы елде орналасқан халықаралық корпорация.

Трестке қарсы заң – еркін бәсекеге бөгет жасайтын монополистік бірлестіктер құру жолы мен капиталды орталықтандыру процесін реттеу үшін мемлекетте қолданылатын заң актілері.

Тұйық валюта – бір елдің көлемінде пайдаланылады, дамушы елдердің көпшілігінің валютасы.

Ұлттық табыс – елдің әлеуметтік экономикалық дамуын қорытындылаушы көрсеткіш; қоғамдық жиынтық өнім құнының құрал-жабдық – еңбек заттары өтелгеннен кейін қалған бөлігі, яғни ұлттық табыс жалпы өнім жиынтығы мен өндірістік шығындар арасындағы айырмашылық; таза ұлттық өнімнен алынатын жанама салықтардың арасындағы айырмашылықпен есептеледі.

Ұлттық шоттар жүйесі – өндірісті макроэкономикалық есептеу, (ҰШЖҚ қоғамдық өнім мен ұлттық табысты бөлу және түпкілікті пайдалану жүйесі, ол бухгалтерлік есеп-шоттар нысанында жасалған. Ұлттық есеп-шоттар БҰҰ-ның халықаралық статистикасында кеңінен пайдаланылады.

Ұсыныс – нарықтағы немесе тауар өндірушіні қанағаттандыратын белгілі бір мерзімде тиісті баға бойынша сатуға дайындалған тауарлар жиынтығы.

«Үлкен сегіздік» – бірінші әлемнің алдыңғы қатарлы индустриалды мемлекеттері (АҚШ, Канада, Ұлыбритания, Франция, Германия, Жапония, Италия, Ресей). Әлемдік шаруашылық, тағы өзекті проблемаларды шешуді талқылайтын жыл сайын жоғары деңгейдегі кездесулерді ұйымдастырушылар.

Франчайзинг – ұсақ және ірі фирмалардың орналасуы; ірі компанияның өзінің фирмалық таңбасымен тауар өндіруге (қызмет көрсетуге) лицензиясын пайдалану құқығын ұсақ фирмаларға келісімшарт арқылы береді.

Фьючерстік келісім – тауар мен қор биржасындағы мәліме түрі, мерзімдік келісім; тауарды (қызметтерді) құнды қағаздарды келісім жасалғаннан кейін өзара шартта көрсетілген бағамен төлеу, сатып алу немесе сату жөніндегі биржа мәселесі. Оның мақсаты – акциялардың бағасындағы немесе бағамындағы мәміле аяқталған кезде пайда болатын айырманы алу.

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы. – Алматы, 1995.
2. Қазақ ССР-нің экономикасын тұрақтандыру және нарыққа көшу бағдарламасы. – Алматы, 1991.
3. Н. Назарбаев «Қазақстан Егеменді мемлекет ретінде қалыптасуы мен дамуының стратегиясы». – Алматы, 1992.
4. Н. Назарбаев «Қазақстан-2030». Барлық қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, Қауіпсіздігі және әл-ауқатының артуы. – Алматы, 1997.
5. Қазақстан Республикасының «Халықты жұмыспен қамтылу туралы» заңы. – Астана, 1998 жылғы желтоқсанның 30-ы. «Егемен Қазақстан», 5 қаңтар, 1999.
6. Рахимжанова Н. И., Попкова Е. Б., Стекольников Т. П. Основы рыночной экономики, Астана, 2003
7. Е. Борисов. Основы экономической теории. – М.: Новая волна, 2004
8. www.primeminister.kz веб-сайтынан

Жанат Тоғабайқызы Ходжаниязова

Нарықтық экономика негіздері

Оқулық

3-басылым, толықтырылған, өңделген

Редакторы Айгүл Абдрахманова
Техникалық редакторы Эльмира Заманбек
Көркемдеуші редакторы Жеміс Қазанқапов
Корректоры Венера Ғайнуллина
Дизайнері Асет Салиев
Компьютерде беттеген Ұлжан Бердібекова

Басуға 27.04.2017 қол қойылған.
Пішімі 60x84 ¹/₁₆. Офсеттік басылыс.
Шартты баспа табағы 8,8
Таралымы 500 дана. Тапсырыс №0060

«Фолиант» баспасы
010000, Астана қ., Ш. Айманов көшесі, 13

«Регис-СТ Полиграф» баспаханасында басылды
010000, Астана қ., Ш. Айманов көшесі, 13

КӘСІПТІК БІЛІМ

ISBN 978-601-302-668-8



FOLIANT