

Б 65.01
Ж69

КОСІПТІК

БІЛІМ



Г. Жолдасова

ЭКОНОМИКА НЕГІЗДЕРІ

КӘСІПТІК

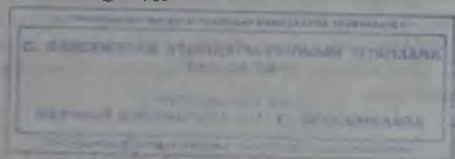
БІЛІМ



Г. Жолдасова

ЭКОНОМИКА НЕГІЗДЕРІ

Оқу-құралы

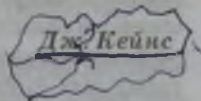


Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі
кәсіптік бастауыш және орта білім беру
ұйымдарына ұсынады



«Фоллиант» баспасы
Астана-2008

Экономикалық теория тікелей шаруашылық саясатында қолданылатын дайын ұсыныс емес. Бұл – ілім, интеллектуалды құрал, ойлау техникасынан гөрі, әдіс болып келеді де, оны меңгеріп алуға, дұрыс қорытынды жасауға көмек береді.



КІРІСПЕ

Экономикалық теория адамзат қоғамының тарихи даму сатыларында ерекше орын алады. Себебі, адамдар өмір сүру үшін алдымен материалдық, рухани игіліктер өндірілуі қажет. Басқаша айтқанда өмірге қажетті азық-түлік, киім, тұрғын үй, отын, т.с.с. тұтынуға жарамды заттар өндірілуі керек.

Осыған орай не өндіру, қалай өндіру, кімдер үшін өндіру деген сұрақтар адам баласының әрбір жеткіншек буындарының алдында тұрған маңызды міндет. Адамзат өмір сүруі үшін тұтыну қажет. Тұтыну қалай тоқтамаса, өндіріс те солай тоқтамауы керек. Нәтижесінде өндіріс қоғамдық өндіріс болып саналады. Себебі жеке өнім өндірушілер өздерінің қажетін өтеп қоймайды, қоғам мүшелері үшін де қызмет атқарады. Қоғамның өндіргіш күштері даму барысында, алдымен адамдардың еңбекке қабілеттері өсуіне байланысты алғашқы қауымның өзінде қосымша өнім пайда болуына сәйкес тайпалар арасында тікелей өнім айырбасы, кейіннен ақша арқылы айырбас жүргізіп, экономикада тауар-ақша немесе нарық қатынасы пайда болды.

Нарық қатынастарының дамуы елімізде білім беру жүйесінің алдына айқын талаптар қойып отыр. Ғылыми прогресс пен экономикалық, әлеуметтік салалардағы же-

ББК 65.011

Ж 69

Пікір жазған:

Хабатұлы М. – жоғары санатты оқытушы

Ж 69 Жолдасова Г.А.

Экономика негіздері: Оқу құралы. – Астана: Фолиант, 2008. – 224 б.

ISBN 9965-35-454-5

Оқу құралында жалпы экономикалық ұғымдар мен түсініктер берілген. Экономика ғылымдарының жүйесіне, макроэкономика мен микроэкономика тармақтарының негізгі тақырыптарына тоқталған. Тақырыптарға сәйкес сызбалар мен сөзжұмбақтар, тест тапсырмалары берілген.

Оқу құралы орта кәсіптік білім беретін оқу орындарына арналған.



ББК 65.011

ISBN 9965-35-454-5

© Жолдасова Г.А., 2008

© «Фолиант» баспасы, 2008

дел өндірістерді ескере отырып, білім беру жүйесіне қазіргі заманғы оқу бағдарламаларын енгізу арқылы білім берудің мазмұнын жаңарту қажет. «Білім» бағдарламасында «Мемлекеттік білім беру жүйесінде жүргізілетін реформаларының мақсаты, оның нарықтық экономика жағдайларында ғаламдық ауқымға ие болуын ескере отырып, сапалы өзгерістерін қамтамасыз ету болып табылады» делінген.

Сондықтан білім беру саласы жаңа мазмұнға ие бола отырып, қазіргі заман талабына сай жан-жақты дамыған іскер, жаңашыл азаматтар дайындауы тиіс. Өскелең ұрпақтың өмірге етене араласуы мен іс-әрекетінің тиімділігі, білім деңгейі мен тәрбиесі педагогтар еңбегіне тікелей байланысты. Бұл бағытта орта білім беретін оқу орындарында экономика пәнін оқытудың рөлі ерекше. Себебі, бүгінгі түлек жаңаша өмір сүріп қана қоймай, қоғамның әлеуметтік-құқықтық, экономикалық нормаларын меңгере отырып, қоғаммен тығыз байланыста болуы керек. Экономикалық білім негіздерін оқытудың басты мақсаты – студенттердің бойында экономикалық ойлау қабілетін қалыптастыру, қоғамдағы экономикалық құбылыстар мен процестердің мәнін түсіндіру, қоршаған орта өзгерістеріне бейімделе білуі мен қоғамда өз орнын таба білуге үйрету. Сонымен қатар студенттерді экономикалық мәдениетпен, қоғамның экономикалық дамуының заңдылығымен таныстыру, оларды жеке тұлғаның дамуы, қалыптасуы негізінде материалдық құндылықтарды өндіру мақсатында еңбек ете білуге үйрету және өз Отанының патриот азаматын тәрбиелеу. Экономикалық теорияны оқыту ұқыптылыққа үйретуге үлкен мүмкіндіктер тудырады, экономикалық түсініктердің мағынасына терең үңілуіне көмектеседі. Әр түрлі экономикалық тәсілдердің, тапсырмалардың қолданылуы білім сапасының көтерілуіне қол жеткізеді. Сонымен бірге, олардың танымдық белсенділігі мен өзіндік қабілеттерінің қалыптасуына, ынталандыру идеяларымен жақын танысуына қолайлы ықпалын тигізеді.

Экономикалық білім негіздерін меңгермей, қазіргі өмірге бейімделу өсте мүмкін емес. Осы орайда, ұсыны-

лып отырған бұл оқулықтың басты мақсаты – экономикалық білім мазмұны мен білімге қойылатын талаптарды анықтау, экономика пәні мұғалімдерін даярлау бағдарламасын жасау мәселелеріне көңіл бөлу, егемен еліміздің экономикасына өз үлесін қосатын экономикалық сауатты азаматтар тәрбиелеу.

Оқулық Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің бастауыш және орта кәсіптік білім жөнінде оқу-әдістемелік Кеңесінің шешімімен 2002 жылы бекітілген «Экономика» пәнінің типтік оқу бағдарламасына сай жазылған.

Оқулық 4 тараудан тұрады. Бірінші тарауда экономикалық теория пәні және әдісі, экономикалық жүйе, экономикалық дамуының жалпы проблемасы, меншік қатынасының мәні және олардың даму тарихы жазылған. Екінші тарауда шаруашылықты ұйымдастыру типтері, кәсіпкерлік, ақша, инфляция, нарық құрылымы, сұраныс және ұсыныс, бәсеке мәні, баға мәні және қалыптасуы, менеджменттің мақсат-міндеті, маркетингтің даму принциптері туралы, макроэкономикалық тепе-теңдік, бюджет, мемлекеттік салық қызметі, банк және қаржы-несие жүйесі, биржа туралы жалпы мағлұмат берілді.

Үшінші тарауда жұмысбастылық мәселесі және халықты әлеуметтік қорғау, экономиканы мемлекеттік реттеу түсініктері берілді, дүниежүзілік экономика жайлы қысқаша баяндалады.

Оқулықтың құрамында негізгі ұғымдар, оқушының білім деңгейін тексеруге арналған тест сұрақтары, сұрақтар мен тапсырмалар, сөзжұмбақтар, есептер бар.

1-ТАРАУ

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТЕОРИЯҒА КІРІСПЕ

1.1. Экономикалық теория пәні және әдісі

Жоспар:

1. Экономикалық теорияның ғылым ретінде даму кезеңдері.

2. Экономикалық теория пәні, тәсілі.

3. Экономикалық теорияның атқаратын қызметтері.

I. Экономика туралы ғылым табиғат пен қоғам туралы адам білімінің жүйесі ретінде дамыған құлдық қоғамда пайда болды. Экономика туралы алғашқы түсініктер Ксенофонт, Платон, Аристотель және басқа да ойшылдардың еңбектерінде берілген. «Экономия» терминін алғаш ұсынған Ксенофонт бойынша термин мағынасы үй шаруашылығы (*ойкос – үй, шаруашылық; номос – заң*) деген ұғымды білдіреді.

Көп ғасырлар бойы «экономия» сөзі үй шаруашылығын ұйымдастырып, жүргізу ережелерін қамтыған. Бірақ феодалдық бытыраңқылықты жеңу, орталықтандырылған мемлекеттердің бірлесуі үй шаруашылығын жүргізу ережелерін ғана емес, жалпы ұлттық мемлекеттік шаруашылықты жүргізу ережелерінің анықталуын қажет етті. Осыған байланысты «экономия» ұғымы жаңа мәнге ие болып, «*саяси экономияға*» айналды, ол *грек тілінде «полис – мемлекет; ойкос – үй шаруашылығы; номос – заң»* дегенді білдіреді. «Саяси экономика» ұғымын ғылымға енгізген А. Монкретьян болатын. 1615 жылы оның «Саяси экономия трактаты» деген еңбегі жарық көрді, мұнда мемлекеттік шаруашылық-

ты жүргізу кеңестері баяндалған. Экономика – қоғамдық шаруашылықтың даму заңдары жөніндегі ғылым. Мәселен, экономиканың көрнекті өкілі, ағылшын экономисі Уильям Петтидің «Еңбек – байлықтың атасы, жер – оның анасы» деген әйгілі қағидасы мәлім.

Қазіргі экономика пәні капитализмнің дүниеге келу қарсаңында (XVI ғ. аяғы – XVII ғ. басы) дами бастады. Алғашқыда буржуазия өндіріске емес, байлықтың бейнесінде танылған сауда және алтын операцияларымен айналысатын айналым саласына өрекет еткен. Сол себепті де бастапқы экономикалық ілім ретінде меркантилизм (*итальян тілінде mercante – саудагер*) ілімі қалыптасты.

Меркантилизм екі кезеңнен тұрады. Алғашқы кезеңде ол алтын мен күмісті байлықтың жалғыз нысаны ретінде идеализациялауға төн монетаризм түрінде танылады. Монетарист «ақша балансы» теориясын ұсынды. Оған сәйкес олар елден ақшаны сыртқа шығаруға тыйым салу қажеттілігін ұсынды. Соңғы меркантилистер ақша емес, тауар айырбастау саласын зерттеуге көшті. Осылайша «Сауда балансы» теориясын жасаған болатын. Алғашқы меркантилистерден айырмашылығы соңғы меркантилистер ақшаны шетке шығаруға тыйым салды, өндірістік тауарлардың экспортын көбейтіп, шетелдік тауарларға жоғарғы кеден салығын салып, ұлттық экономиканы қорғауды, яғни протекционизм (*лат.тілінен аударғанда protectio – қорғау*) саясатын жүзеге асыруды ұсынды.

Еуропа әлі аграрлы ел болғандықтан көптеген экономистер өндірісті ауыл шаруашылығымен теңестірді. Олар физиократтар мектебінің (*грек тілінен аударғанда Physis – табиғат, kratos – билік*) өкілдері деп аталады. Бұл мектеп Францияда XVIII ғасырдың орта шенінде қалыптасты және классикалық саяси экономиканың француздық нұсқасы болып табылады. Оның негізін салушы XV Людовиктің дәрігері Франсуа Кэне болды. Классикалық саяси экономиканың көрнекті өкілдеріне Адам Смит және Давид Рикардо жатады. А.Смит 1777 ж. «Халықтар байлығының табиғаты мен себебі жөнінде зерттеу» кітабын жазған.

Классикалық мектептің елеулі ғылыми табыстары:

1. Басты зерттеу нысаны ретінде олар айналымды емес, өндіріс саласын алды.

2. Еңбектің мәнін барлық тауарлар құнының негізі және өлшемі ретінде қарады.

3. Экономиканың нарық арқылы өздігінен реттелуі қажеттігін және патшалар, билеушілер де жоя алмайтын өзіндік объективті заңдары бар екенін дәлелдеп берді.

4. Қоғамның барлық өлеуметтік топтарының, атап айтсақ, кәсіпкерлер, жұмысшылар, жерге меншік иелері, банкирлер, саудагерлер табыстарының қайнар көздерін айқындады.

Экономикалық ғылымының өрі қарай дамуы күрделі жолдардан өтті. XIX ғасырдың екінші жартысының басында политэкономия терең дағдарысты басынан өткерді. Ол екі тармаққа – марксизм және маржинализмге бөлініп кетті.

Марксизмнің негізін салушы – Карл Маркс (1818-1883 ж.ж.). К.Маркстің басты еңбегі – «Капитал». К.Маркс өз зерттеулерінің пәні ретінде өндірістің капиталистік өдісін және оған сәйкес өндіріс пен айырбас арасындағы қатынастарды, ал соңғы мақсаты ретінде капитализмнің экономикалық заңдарын ашуды көздеді.

А.Смит сияқты К.Маркс та нарықты капиталдың қорлануының аса ірі құралы болып табылады деп есептеді. Алайда, Смиттен айырмашылығы сол, Маркс бұл процесс таптық күрестің шиеленісуі және капитализмнің күйреуімен аяқталады деп есептеді, өйткені оның қарама-қайшылықтары соншалықты елеулі болғандықтан да нарық механизмінің оларды жоюға өлі жетпейді. Бұл идея осы күнге дейін пікірталас туғызып келеді. К.Марксты сынға алушылар капитализмнің күйремегендігін, жұмысшы табының кедейленбегендігін және оның болжамдарының орындалмағандығын дәлелдеуге ұмтылады.

Маркстің экономикалық ілімі Ресейде кеңінен таранды, себебі мұнда XX ғасырдың бас кезіндегі пролетариаттың жағдайы Батыс елдеріне қарағанда өлдеқайда ауыр болатын. Кеңес Одағында Маркстік емес ойдан туындағанның барлығы қабылданбады.

Маржинализмнің (француз тілінен аударғанда *mariginal – шекті*) марксизмнен айырмашылығы – қанауға негізделген өндіріс әдісі ретінде капитализм мәнін зерттеуден бас тартып, шаруашылық қатынастарын зерттеуге ден қойды. Бұл бағыт ХІХ ғ. 70-жылдарында дүниеге келді. Оның өкілдері: Австрияда – К.Менгер, Англияда – У.Джевонс, Швецарияда – Л.Вальрас. Маржиналисттер экономика ғылымының мақсаты шектеулі ресурстарды бөлудің тиімді әдістері мен шаруашылықты ұтымды жүргізудің әдістерін іздестіруде деп таныды. Өздерінің зерттеулерінің әлеуметтік бейтараптылығын баса көрсету үшін, олар, тіпті «политэкономия» ұғымынан бас тартып, «экономикс» ілімін енгізді. Мұны ең бірінші У.Джевонс, одан кейін оған тәуелсіз А.Маршалл «Экономика принциптері» кітабын жазу арқылы жүзеге асырды.

Маржинализмнің марксизмнен айырмашылығы – ол өзіне жаңа құнды пікірлер мен әдістерді қабылдауға мәжбүр ететін идеялар бәсекесі қысымында болды.

Маржинализмге тұтас баға бере отырып, оның құндылығы ретінде өзіне сәйкес тұжырымдамаларда көрініс тапқан жаңа идеялардан бас тартпағандығын айта кетуге болады. Алайда, маржинализмде айтарлықтай негативті қасиет бар, яғни шектен тыс математикаландырылған абстрактілі ойларға, графиктер мен формулаларға өбден толықтырылған. Ал ең бастысы, әлеуметтік мәселелерге назар аудармайды.

Маржинализмнің әлеуметтік мәселелерді шеше алмауына қарсы әсер ретінде институционалды-әлеуметтік бағыт пайда болады (*латын тілінен institutum – ұйым, мекеме*) Оның өкілдері: Т.Веблен, У.Митчелл, М. Вебер, В. Зомбарт. Д. Гэлбрейт, Г.Мюрдаль және т.б.

Институционалды-әлеуметтік теорияға сәйкес экономикалық даму сипаты тек нарықтың өзі ғана емес, нарық тек бір бөлігі болып табылатын тұтас экономикалық институттардың жүйесі.

Тарихи тәжірибе экономикалық ғылым дағдарысының тек сол ғылымның өзінің дағдарысымен ғана емес, оның зерттеу нысаны – экономиканың дағдарысымен байланысты екендігін көрсетеді.

II. Ерте заманғы ойшылдардан бастап қазіргі заманғы экономист ғалымдардың барлығының көзқарастарында бір жалпы сипат байқалады: олардың көздеген мақсаттары қоғам байлығының өсуіне әкелетін тиімді шаруашылық жүргізу жолдарын зерттеу.

Қоғам өмірінің әр түрлі даму сатыларында шаруашылықты жүргізуді дұрыс ұйымдастыру әр түрлі әдістермен жүзеге асырылады. Қарапайым, техникаға маманданбаған еңбек кезеңінде өндірістің тиімділігін арттыру үшін тек адам еңбегін қанауды ашық түрде күшейту, табиғи және еңбек ресурстарына ысырапшылықпен қарау орын алды.

Экономикалық теория шаруашылықты тиімді жүргізу заңдары мен шаруашылық жүргізуші тұлғалардың әр түрлі деңгейлерін және әр қилы тарихи кезеңдердегі әрекеттерін ұғымдар мен категориялар жүйесі арқылы зерттейді.

Экономикалық теория басқа кез келген ғылым сияқты танымның әр түрлі нысандары мен әдістерін қолданады, олардың барлығы шаруашылық өмірді зерттеу әдістерінен тұратын ғылыми әдіснаманы құрайды. Ол әдістер жалпы ғылыми және жеке болып бөлінеді.

Жалпы ғылыми әдістер – бұл көне грек философтары негізін салған және кейінгі буын ғалымдары дамытқан диалектика-материалистік принциптер. Бұл әдістерге сәйкес барлық экономикалық процестер бір-біріне тәуелді. Қайшылықты түрде дамиды және ұдайы қозғалыста болып табылады. Бұл процесті зерттеу барысында тарихи және теориялық тәсілдер қолданылады.

Тарихи әдіс құбылыстардың пайда болып, дамып және бірінің орнын бірі басқанын тізбекті түрде талдауға жәрдемдеседі.

Логикалық тәсіл осы тарихи құбылыстардың тарихи жолының дәлме-дәл көрінісі емес. Ол зерттелініп отырған құбылыстың мәнін ұғыну мен абстракциялауды, яғни олардың болмашы қасиеттерін жорамал түрде таза зерттеуді көздейді. Соның нәтижесінде бұл құбылыс жайында ғылыми түсінік немесе тауар, баға, ақша және т.б.

сияқты экономикалық категориялар қалыптасады. Зерттеудің мұндай әдісі ғылыми абстракция деп аталады.

Экономикалық теория тарих, философия, статистика, математика және т.б. ғалымдармен тығыз байланысты. Экономикалық ғылымдар жүйесінде ол орталық орынға ие.

Осылайша, экономикалық теория біріншіден, экономикалық заңдарды айқындайды. Экономикалық заң дегеніміз не?

Бұл – экономикалық ұғым ретінде санада қалыптасқан құбылыстардың себеп-салдарлы байланыстары.

Экономикалық процестердің ішкі мазмұнын, мәнін анықтау үшін объективті заңдарды ашуды қажет етеді. Олар экономикалық құбылыстар мен процестердің қасиеттері арасындағы қажетті, тұрақты, ұдайы тәуелділіктерді көрсетеді және объективті болып табылады, яғни себеп-салдарлы байланыстарды айқындайды.

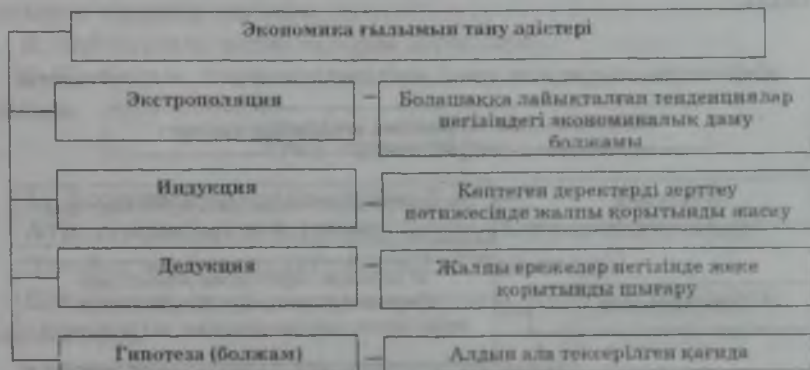
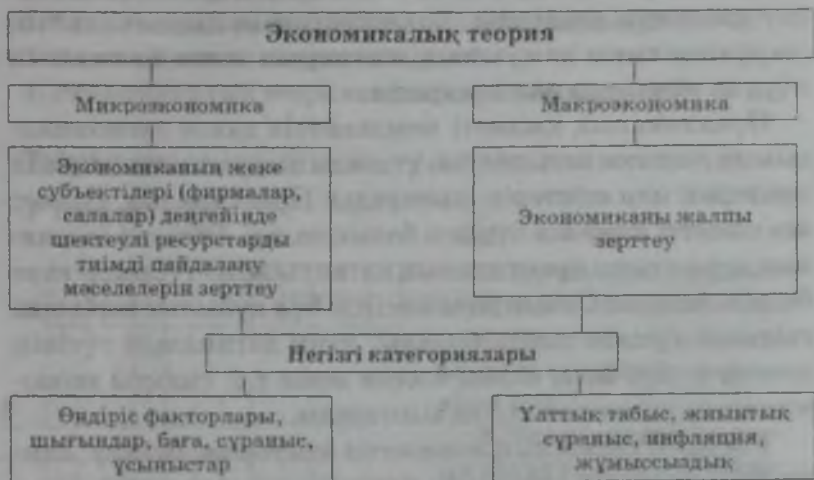
Экономикалық заңдар адамдардың экономикалық іс-әрекеті мен қатынастарын білдіреді. Сонымен, экономикалық заңдар – бұл адамдар арасындағы экономикалық қатынастарды бейнелеу нысаны.

Олар адамдардың қоғамдық іс-әрекеттерінің тәуелді байланыстарын, жүйелі ұғым нысанындағы заңдарын қарастырады.

Экономикалық заңдарға әлеуметтік, қоғамдық қатынастар заңдары жатады.

Өздерінің әрекет ету сипатына қарай экономикалық заңдар ерекше және жалпы болып екіге бөлінеді. Ерекше экономикалық заңдар жекелей алынған дәуірлерге, формаларға тән. Мысалы, құлдық және феодализм дәуіріндегі материалды игіліктерді бөлу заңдары.

Жалпы экономикалық заңдар барлық экономикалық нысандарда әрекет етеді. Мысалы, еңбек өнімділігін арттыру заңы және басқа да тарихи әлеуметтік қажеттіліктер.



III. Экономика басқа ғылым саласы секілді ең алдымен танып білу қызметін атқарады. Ол экономикалық теорияларды, қоғамдық экономикалық өмірдегі барлық жағдайда жай көзге көрінбей бүркемеленіп тұратын құбылыстардың сырын зерттейді, түсіндіреді, практикалық іс-әрекетке пайдалануға үйретеді.

Болжаушылық қызметі (грек тілінен аударғанда «прогносис» – болжау, болжап айту) экономикалық тео-

рияда ғылыми-техникалық және әлеуметтік-экономикалық дамудың болашағын ғылыми негізде болжап талдау қызметін атқарады. Болжаушылық қызметі халық шаруашылығы дамуының жоспарын және болжамын құруда маңызды рөл атқарады.

Практикалық қызметі мемлекеттің саяси экономикасының ғылыми негізделуін, ұтымды шаруашылық етуінің принципі мен әдістерін нығарады. Практикалық қызмет аса қажетті және аса күрделі болып келеді. Өйткені теорияның дұрыстығы практиканың қатаң сынына түскенде ғана белгілі болады. Соның нәтижесінде бұл құбылыс жайында ғылыми түсінік пайда болады, яғни логикалық түсінік немесе тауар, баға, ақша, бәсеке және т.б. сияқты экономикалық категориялар қалыптасады.

Ғылыми танымның жекелеген әдістеріне: байқау, синтез бен анализдің көмегімен материалды өңдеу, индукция және дедукция, заңдар мен категориялар жүйесін құрау, оларды тексеру, тәжірибе-сынақтар жүргізу және т.б. жа-тады.

4-кесте

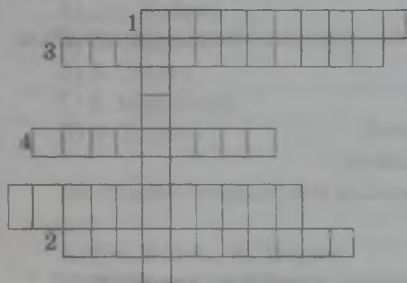
Экономикалық теорияның атқаратын қызметі	
Танымдық	Экономикалық заңдарды, құбылыстарды зерттеу және түсіндіру
Практикалық	Іс жүзінде зерттелген объектілер теориясын қолдану. Мемлекеттің экономикалық саясатының негізін құру
Болжамдық	Экономиканың және жалпы қоғам дамуының ғылыми болжамын жасау
Дүниетанымдық	Қоғам өмірінде белгіленген көзқарастар жүйесін ғылыми негізінде құру
Әдіснамалық	Экономикалық ғылымдар жүйесі үшін теориялық және әдіснамалық негіз болады

Сұрақтар:

1. Экономика дегеніміз не?
2. Экономиканың пән ретінде қалыптасу кезеңі?
3. Экономикалық заң дегеніміз не?
4. Экономикалық теорияның атқаратын қызметі?

Тапсырма:

♣ Ойлан, тап!



1. Бір тауардың барлық тауарларға айырбасталуы.

2. Экономикалық теорияның атқаратын қызметінің бірі.

3. Экономиканың дамуын сауда саласымен теңестірген ілім.

4. Экономиканың дамуын ауылшаруашылық са-

ласымен теңестірген ілім.

5. Байлықтың негізі тауарда деген ілім.

6. Қоғамдық шаруашылықтың даму заңдарын зерттейтін ғылым.

Тест сұрақтары

1. Экономика ұғымының мәні?

- А) материалдық игіліктерді өндіру, бөлу қатынастары;
- Б) еңбек және өнім айырбастау қатынастары;
- В) өндірістік қатынастар жиынтығы, кіріс пен шығысты салыстыру;
- Г) адам мен табиғат арасындағы қатынас;
- Д) А, Б, В.

2. Экономикалық теория нені оқытады?

- А) өндірістік процесс және тауар айырбасын;
- Б) елдің ұлттық байлығын;
- В) адамдарды қанағаттандыру үшін қажеттіліктерді өндіру үстінде шектеулі ресурстарды тиімді пайдалану жөніндегі қатынастар;
- Г) әкімшілік және шаруашылық;
- Д) А, Б.

3. Экономикалық заң дегеніміз не?

А) экономикалық ұғым ретінде санада қалыптасқан құбылыстардың себеп-салдарлы байланыстары;

Б) бұл адамдар арасындағы экономикалық қатынастарды бейнелеу нысаны;

В) А,Б;

Г) ұтымды шаруашылық етуінің принципі мен әдістерінің жиынтығы;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

4. Экономикалық зерттеу әдістеріне мыналардың қайсысы жатпайды?

А) ғылыми абстракция;

Б) тарихи және логикалық;

В) теория және әдіснамалық;

Г) бөлу және тұтыну;

Д) анализ және синтез.

5. Экономикалық теорияның атқаратын қызметтері?

А) танымдық және практикалық;

Б) танымдық және болжаушылық;

В) әдіснамалық және ақпараттық;

Г) танымдылық, болжаушылық, практикалық.

Д) дұрыс жауабы жоқ.

6. Теорияның дұрыстығын анықтайтын экономиканың атқаратын қызметін ата:

А) танымдық;

Б) болжаушылық;

В) практикалық;

Г) классикалық;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

7. «Мерканте» итальян тілінен аударғанда қандай ұғымды береді?

А) саудагер;

Б) капитал;

В) меншік;

Г) кәсіпкер;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

8. Физиократтар мектебінің негізін салушыларды ата:

- А) А.Смит, Д.Рикардо;
- Б) Т.Мон, А. Монкретьен;
- В) К. Маркс;
- Г) Ф.Кэне, А.Тюрго;
- Д) У.Петти.

9. Мемлекеттік реттеу теориясының негізін салушыларды ата:

- А) Дж.Кейнс;
- Б) К. Маркс;
- В) А.Смит;
- Г) А.Маршалл;
- Д) А.Тюрго.

10. Классикалық саяси экономиканың негізін салушылар кімдер?

- А) Дж.Кейнс, К. Маркс;
- Б) К. Маркс, А.Смит;
- В) У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо;
- Г) А.Маршалл;
- Д) А.Тюрго.

1.2. Экономикалық жүйе.

Экономикалық дамудың жалпы проблемалары

Жоспар:

1. Экономикалық жүйе және оның мәні, құрылымы мен негізгі қасиеттері.
2. Қоғамдық және әлеуметтік-экономикалық прогресс.
3. Өндірістің материалдық-заттық факторлары.

1. Экономикалық жүйе (грек тілінен аударғанда *sistema* – тұтастық, бірнеше бөліктерден құралған дегенді білдіреді) – бұл алдында тұрған экономикалық мәселелерді шешу үшін қоғамның ұйымдастырылу тәсілі.

2-157

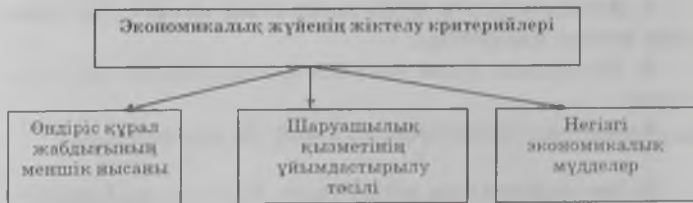
526525

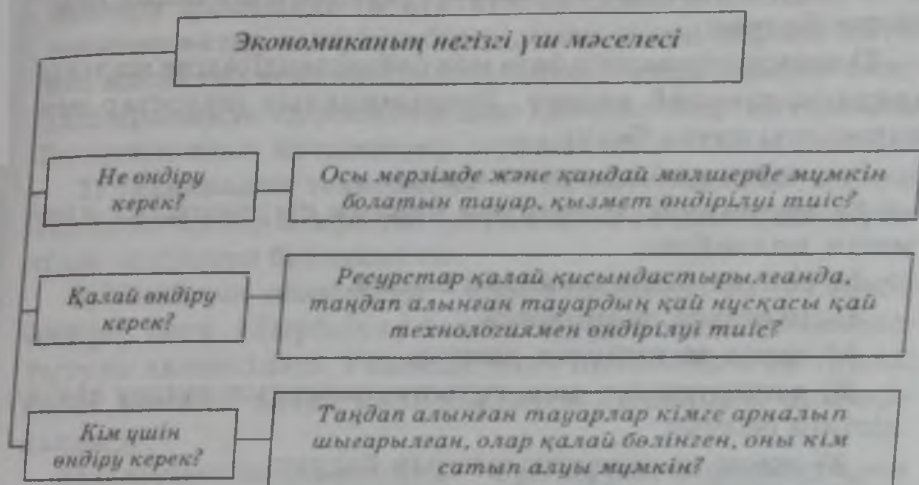


Экономикалық жүйенің мәні – тірі ағза тәрізді экономика өзіне тән жүйеге ие, әрбір жүйе нақты бірлікті қалыптастыратын және тұрақты қатынастың өзара байланысының бірлігін құрайтын көптеген элементтер жиыны. Экономикалық жүйенің негізгі өзіндік белгілері: оның құрылымдық бөліктері тұтастық бірлігіне ие шаруашылық жүйесін құрайды. Мұндағы экономикалық қатынас үзілмейтін айналыс ретінде қарастырсақ өндіріс – тарату – айырбастау және тұтыну. Яғни, экономикалық жүйенің күрделі құрылымы болады. Сондықтан ондай құрылымның бөліктері кең тұтастыққа толықтай бағынатын бөлік жүйе болып құрылымға кіреді. Қазіргі өндіріс екі жүйе ішілік құрылымға ие – 1) материалдық, 2) материалдық емес өндірістік сала болып бөлінеді. Экономика типінің және формасының әр түрлілігімен ерекшеленеді. Экономикалық теория шаруашылық құрылымның әр түрлі мақсаттарына сай өзгеше жүйелерді көрсетеді. Мысалы, техникалық өндіріске тоқталатын болсақ, әр түрлі техникалық жүйелер, автоматтандырылған жүйе, техникалық процестерді басқару, т.б.

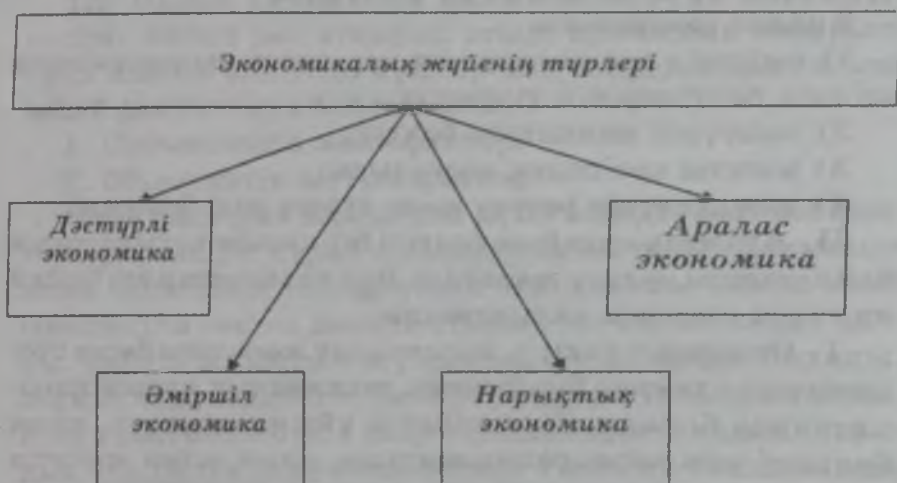
Сонымен, экономикалық жүйе өндірісте тарату алмастыру және материалдық, материалдық емес игіліктер және қызметтерді қалыптастыратын, шаруашылық қатынастарымен өзара байланысатын біріккен жиынтық болып табылады.

1-кесте





3-кесте



Дәстүрлі экономика:

- 1) көп укладты экономика;
- 2) артта қалған технология;
- 3) ғасырлар бойы сақталған дәстүрлер.

Әміршіл экономика:

1) барлық материалдық ресурстардың қоғамдық меншікте болуы;

2) өнімді тіркелген баға мен сөйкестендірілген жалақы арқылы тікелей тарату. Экономикалық ресурстар мен қаржыны қатаң бөлу;

3) кәсіпкерлік қызмет жоқ;

4) көлеңкелі экономика барлық шаруашылық қызметін қолдайды;

5) саясат экономикадан басым.

Нарықтық экономика:

1) жеке меншіктің дамуы;

2) өндірушілер мен тұтынушылардың таңдау еркіндігінің болуы;

3) жеке қызығушылықтың болуы;

4) бәсекелестіктің дамуы;

5) тауарларға еркін баға белгілеу;

6) мемлекеттің араласуы шектеулі.

Аралас экономика:

1) өміршіл экономика мен нарықтық экономиканың өзіндік белгілерінің ұштасуы;

2) көптүрлі меншіктің болуы;

3) мықты кәсіподақ қозғалысы;

4) мемлекеттің реттеу және түзету рөлі белсенді.

II. Адамдар әрдайым белгілі бір қарым-қатынастарға байланысты әрекет жасайды. Бұл қатынастар екі бірдей әр түрлі нысанда қалыптасады.

1. Өнімдерді өндіру, тасымалдау және тағы басқа процестерде адамдар бір-бірімен техникалық қарым-қатынастарда болады. Бұл еңбекті ұйымдастыруға, оның бөлінісі мен корпорациялануына, оның еңбек әрекетін басқаруға тағы басқаға байланысты. Мұндай қатынастар қоғамның өндіргіш күшінің, оның басты факторы – жұмысшы күшінің әрекетіне байланысты.

2. Адамдар және олардың топтарының арасында материалдық игіліктер мен қызметтерді өндіру, бөлу, айырбастау және тұтыну процесіне байланысты қатынастар қалыптасады. Бұл – өндірістік немесе экономикалық қатынастар. Былайша айтқанда адамдар өндіріс

процесінде еңбек заттарын алу және еңбекті қайтадан қайтару процесінде табиғатпен қатынас жасайды, олар сонымен қатар өздері де бір-бірімен өзара қарым-қатынас жасайды, яғни өндірістік қатынастар немесе олардың арасында экономикалық қатынастар қатысады. Экономикалық қатынастар жүйесі.

1) **Техникалық технология** – бұл материалдық игіліктерді, белгілі бір өндірістік операцияны технология жүйесінде өндірумен байланысты.

2) **Ұйымдық экономика** – олардың пайда болу себебі: өндіріс, бөлу, айырбастау белгілі бір деңгейде ұйымдастыруды қажетсінеді. Ұйымдастыру нысандары өр түрлі: еңбек бөлінісі, еңбек корпорациясы, өндірісті шоғырландыру.

3) **Әлеуметтік экономика** – бұл құрал-жабдықтарға меншік нысандары мен адамдардың өндіріс процесіндегі өзара байланыстары.

III. Нарық қатынасын қалыптастыруда қоғамдық өндіріс негізгі рөл атқарып отыр. Қоғамдық өндірісте орын алатын өндіргіш күштер мен олардың дамуы мынадай факторларға байланысты:

1. Субъективтік жеке фактор.
2. Объективтік заттық фактор.

Жеке факторға жұмысшы күші кіреді. Заттық факторларға өндіріс құрал-жабдықтары жатады. Қоғамдық еңбек бөлінісінің тереңдеуімен байланысты өзіннің жеке ерекшелігін сақтап дамыта отырып қоғамдық сипат алады. Сөйтіп жиынтық жұмысшы күші пайда болады. Жұмыс күші өндірістің жеке факторы ретінде орын алды. Қоғам дамуының бүкіл даму тарихы көрсеткендей қоғамдық өндірістің дамуында өсіресе ғылыми-техникалық прогресс дамуында жұмыс күші факторы негізгі рөл атқарады. Заттық факторларға еңбек заттары мен құрал-жабдықтары кіреді. Еңбек заты – адамның күш-қуаты мен еңбек құралы нәтижесінде алынатын заттар, бұлардың өзі табиғи заттардың екінші өңдеуден өткен түрі. Еңбек құралдары бірнеше түрге бөлінеді. Еңбек құралының өзі өндірістің жүйесі, өндірістік объектілер, жер, электр қуаты, бу, химиялық, ядролық реакциялар осының бәрі

еңбек құралының құрамына кіреді. Материалдық игіліктерді өндіру үшін пайдаланылатын еңбек құралдары еңбек заттары жиынтығын, өндірістік құрал-жабдықтарын құрайды. Адамның еңбек заттарына ықпалы өндірістік фактордың механикалық, физикалық қасиеттерін көрсетеді.

Сұрақтар:

1. Экономикалық жүйе дегеніміз не?
2. Экономикалық жүйенің түрлері?
3. Нарықтық экономиканың өзіндік ерекшеліктерін ата?

Тест сұрақтары

1. Экономикалық жүйе дегеніміз не?
А) экономикалық қатынастардың қарапайым саласы;
Б) өндірістік бірлестіктермен бірлесе отырып өрекет жасау;
В) өндірісте тарату, алмастыру және материалдық, материалдық емес игіліктер мен қызметтерді қалыптастыратын шаруашылық қатынастарының жиынтығы;
Г) А,В;
Д) А,Б.
2. Экономикалық жүйенің түрлерін ата:
А) дәстүрлі, орталықтанған, нарықтық;
Б) орталықтанған, ұжымдық меншік;
В) қор биржасы, қор жинау;
Г) нарықтық; әлеуметтік ;
Д) фискалды; дәстүрлі.
3. Әр түрлі экономикалық жүйе ерекшелігінің негізгі белгілері:
А) өндіріс тиімділігі негізі;
Б) меншіктің негізгі басқарушы типі;
В) халықтың тұрмыс жағдайының деңгейі;
Г) экономиканың даму мақсаты;
Д) игіліктерді иемдену және қолдау.

4. Нарықтық экономикалық жүйенің белгілерін ата:

- А) күшті кәсіподақ қозғалысы;
- Б) жеке меншік, бөсекелестік, еркін баға белгілеу;
- В) артта қалған технология, орталықтандырылған жоспарлау;
- Г) кәсіпкерлік жоқ, саясат экономикадан басым;
- Д) мемлекеттің реттеу және түзету рөлі белсенді, көптүрлі меншіктің болуы.

5. Қоғамдық өндірістегі орын алатын өндіргіш күштерімен олардың дамуы қандай факторларға байланысты?

- А) субъективтік жеке фактор, объективтік заттық фактор;
- Б) өндірістік фактор;
- В) ұлттық табыс, жанама салықтар;
- Г) жалпы ұлттық өнім;
- Д) табыстар мен шығындар.

6. Ашық жүйе дегеніміз не ?

- А) өзінің шаруашылық қызметін белгілі бір шекте ұстап әрекет ету;
- Б) өндірістік бірлестіктермен бірлесе отырып әрекет жасау;
- В) экономикалық қатынастардың қарапайым саласы;
- Г) А,Б;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

7. Жабық жүйе дегеніміз не ?

- А) өзінің шаруашылық қызметін белгілі бір шекте ұстап әрекет ету;
- Б) өндірістік бірлестіктермен бірлесе отырып әрекет жасау;
- В) экономикалық қатынастардың қарапайым саласы;
- Г) А,В;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

8. Экономикалық қатынастар жүйесін ата?

- А) техника технологиялық;
- Б) ұйымдық экономика;
- В) өлеуметтік экономика;
- Г) аралас экономика;
- Д) А,Б,В.

9. Еңбек заты дегеніміз не?

А) еңбек құралының өзі;

Б) өндірістің жүйесі, өндірістік объектілер;

В) адамның күш-қуаты мен еңбек құралы нәтижесінде алынатын заттар;

Г) электр қуаты, бу, химиялық, ядролық реакциялар;

Д) өңдеуден өткен заттар.

10. Ұйымдық экономиканың ұйымдастыру нысандарын ата:

А) еңбек корпорациясы, өндірісті шоғырландыру;

Б) еңбек бөлінісі, еңбек корпорациясы, өндірісті шоғырландыру;

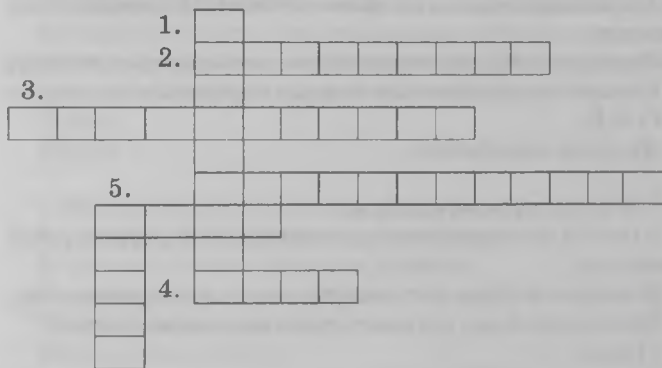
В) өндірістің жүйесі, өндірістік объектілер;

Г) өзінің шаруашылық қызметін белгілі бір шекте ұстап өрекет ету;

Д) ұлттық өнімнің сандық көбеюі.

Тапсырма:

♣ Ойлан, тап!



1. Қоғамдық шаруашылықтың даму заңдарын зерттейтін ғылым.

2. Тауардың өндірілуі, бөлінуі, айырбасталуы қасиетін ата.

3. Тауар өндіру барысындағы адамдардың өзара байланысын көрсететін қасиет.

4. Өзінің байланысын ылғи басқа өндірістік бірлестіктермен бірлесе отырып өрекет жасайтын жүйе.

5. Шаруашылық қызметін белгілі бір шекте ұстап өрекет ететін жүйе.

1.3. Қоғамдық өндіріс және оның тарихи түрлері

Жоспар:

1. Қоғамдық өндірістің негіздері: еңбек процесінің қарапайым жақтары, қоғамдық өнім және оның қозғалысы.

2. Өмір сүрудің табиғи және әлеуметтік жағдайлары. Ресурстар шектеулігі мен қажеттіліктердің шексіздік мәселесі.

3. Өндіріс факторлары, олардың өзара үйлесуі. Өндірістік функция.

1. Өндіріс – адамдардың табиғи заттарға әсер ете отырып, материалдық және рухани игіліктерді өндіру процесі. Игіліктер деп қажеттіліктерді қанағаттандыратын заттарды айтамыз. Өндіріс үш элементтің – адам еңбегі, еңбек заты және еңбек құралдарының өзара әрекеті арқасында жүзеге асырылады. Оларды еңбек процесінің қарапайым жақтары деп атайды. Осы жағдайды ескере отырып, К.Маркс былай жазған: «Қоғамдық өндіріс түрлері қандай болмасын, жұмысшы мен өндіріс құрал-жабдығы үнемі оның факторы болып қалады».

Еңбек – бұл адамдардың материалдары, рухани игіліктер өндірілуі мен қызмет көрсетуіне байланысты мақсатты, нәтижелі қызметі.

Еңбек заты – адамның дайын өнім өндіру мақсатында өз еңбегі арқылы әсер ететін зат.

Еңбек құралдары – бұл адамның еңбек затына әсер ететін қаруы.

Игіліктер өндірісі, біріншіден, адам мен табиғаттың қарым-қатынасын, екіншіден, өз шаруашылық қызметтер барысындағы адамдардың өзара қарым-қатынастарын бейнелейді. Өзара қарым-қатынастың бірінші типін өндіргіш күштер деп, ал екіншісін экономикалық қарым-қатынастар деп атаймыз.

Өндіргіш күштер – бұл қоғамдық өндірістің жеке және затық факторларының өзара әрекеті, адам мен табиғат қатынасының шешуші, белсенді элементтері.

Ғылыми-техникалық революция өндіріс факторларын өзгертеді. Осылайша, өндіріс құрал-жабдықтары информатика, электронды-есептеуіш және компьютерлік техникамен байытылады. Өз кезегінде жұмыс күші құрылымында да сапалы өзгерістер жүреді: оның ғылыми ұйымдастырылуы пайда болып, жұмыскерлердің біліктілік және интеллектуалдық деңгейлері көтеріліп, адамның кәсіпкерлік қасиеттерінің ролі мен маңыздылығы арта түседі.

Экономикалық қатынастар – бұл адамдар арасында қызметтер мен материалды, рухани игіліктерді өндіру, бөлу, айырбастау мен тұтыну процесі барысында пайда болатын қатынастар. Экономикалық қатынастардың сипаты өндіріс құрал-жабдықтарына меншік нысанымен анықталады, мұны экономикалық базис деп атаймыз.

Өндірістік қатынастар біріншіден, тек өндіріс саласында болатын қарым-қатынастар, екіншіден, өндірістік емес салада қалыптасқан қатынастардан тұрады.

Құрылымы бойынша экономикалық қатынастар ұйымдастыру – экономикалық және әлеуметтік-экономикалық болып бөлінеді.

Ұйымдастыру-экономикалық қатынастар өндірілген өнімнің бөлінуі және айырбасталуының қалайша ұйымдастырылғанына қарай қалыптасады. Ұйымдастыру нысандарына еңбек бөлінісі, еңбек кооперациясы, өндіріс концентрациясы, өндірістің орталықтандырылуы және т.б. жатады.

Осы қатынастардың қалыптасуы мен даму тарихында үш кезеңді бөліп қарастыруға болады:

- А) еңбектің қарапайым кооперациясы;
- Б) мануфактура;
- В) машиналы өндіріс.

Еңбек кооперациясы бір ғана адамның нұсқауымен біртектес жұмыс атқаратын адамдарды біріктіреді, бұл бір адамның қолынан келмейтін жұмысты атқару үшін көптеген адамдардың күштерін жұмылдыруға мүмкіндік бере отырып, күмәнсіз экономикалық нәтиже берді.

Машиналы өндіріс – еңбек өнімділігі мен өндіріс тиімділігін арттыру жолындағы келесі бір маңызды қадам.

Ол өндіріс техникасы мен технологиясын түбірлі түрде өзгерте отыра, өндірістің жаңа технологиялық тәсіліне көшуге себепші болды.

Әлеуметтік-экономикалық қатынастар өндіріс құрал-жабдықтарына меншік нысандарымен анықталатын өндіріс жағдайларына байланысты адамдар арасында қалыптасады. Меншік нысанында өндіріс, бөлу, айырбас пен тұтыну қатынастарының әлеуметтік-экономикалық мазмұны туындайды.

Бір жыл бойы өндірілетін адамдардың шаруашылық қызметінің нәтижесі қоғамдық өнім болып табылады. Өзінің қозғалысында ол 4 сатыдан өтеді: өндіріс, бөлу, айырбас және тұтыну.

Өндіріс – пайдалы өнім шығару процесі. Бұл – бастапқы саты. Оның қоғамдық өнімнің қозғалысындағы орнына қарай экономистер әр түрлі бағыттар ұстанады. Біреулері бұл саты шешуші мағынаға ие дейді, себебі, егер материалдар және рухани игіліктер өндірілмесе, нені бөліп, айырбастап және тұтынылар еді.

Бөлу өндірілген өнімдегі әр адамның үлесін анықтауды білдіреді.

Айырбас – бұл бір өнімнің басқа өнімге айырбасталу процесі. Бөлу мен айырбас органикалық түрде өндіріспен байланысты, олар бір тізбектің бөліктері болып табылады. Бөлу мен айырбас өндіріс пен тұтыну арасын жалғайды.

Тұтыну – адамның қажеттіліктерін өтеуі үшін өндірілген игіліктерді қолдану. Тұтыну өнімді пайдаланудың тәмамдаушы кезеңі болып табылады.

Тұтыну екі сипатта: өндірістік және өндірістік емес болуы мүмкін. Өндірістік тұтыну дегеніміз – өндіріс процесінде өндіріс құрал-жабдықтары мен жұмысшы күшін пайдалану.

Өндірістік емес тұтыну жеке және қоғамдық болып екіге бөлінеді.

Жеке тұтыну – бұл адамдардың тамаққа, киімге, білім, демалысқа және т.б. қажеттіліктерін қанағаттандыру.

Қоғамдық тұтыну — қоғамның ғылымға, білімге, мәдениетке, басқаруға, қорғанысқа және т.б. қажеттіліктерін қанағаттандыру.

Ұдайы өндіріс — бұл өндіріс процесінің қайталануы. Ұдайы өндірістің жай және ұлғаймалы түрлері бар.

Қоғамдық өнімнің барлық өтетін төрт сатысы немесе кезеңдері өзара тығыз байланысады және қоғамдық өндірісті құрайды.

Қоғамдық өндірістің әрекет етуінің маңызды көрсеткіші оның тиімділігі. Бұл көрсеткіш өндіріс нәтижелерінің оның шығындарына қатынасымен анықталады.

Адамдар экономикалық әрекеттерін белгілі бір жағдайда немесе орталарда жүзеге асырады. Басты жағдайларға әлеуметтік және табиғи орталар жатады.

1. Адамдардың әлеуметтік ортасы:

а) меншік қатынастары;

б) қоғамның әлеуметтік құрылысынан тұрады;

в) меншік қатынастарына байланысты:

— адамның қоғамдағы алатын орны;

— қоғамдық өнімдегі адамның үлесі;

— қоғамдық өмірдегі адамның рөлі және т.б. анықталады.

Меншік нысандары іскерлік белсенділікке әр қалай әсер етеді. «Ешкімдіні емес» қоғамдық меншік белсенді шаруашылық қызметін ынталандырмайды. Жеке меншік, керісінше, жеке мүдделер тұрғысынан анағұрлым нәтижелі еңбекке жетелейді. Алайда, әлеуметтік көзқарас тұрғысынан қарастырсақ, кейде ол барлық жағынан тиімді емес.

Қоғамның әлеуметтік құрылымы әлеуметтік заңдарға, яғни жұмыс істейтін азаматтардың, жұмыссыздардың, әртүрлі себептерге байланысты жұмыс істеуге мүмкіндігі жоқ адамдардың жағдайын реттейтін құқықтық нормалар жиынтығына негізделеді.

2. Табиғи ортаға табиғи және еңбек ресурстары мен басқа да өмір сүру жағдайлары жатады.

Қажеттілік — бұл жеке тұлғаның немесе қоғамның өз өмір жағдайын немесе дамуын қалыпты деңгейде жүргізуге қажет қандай да бір нәрсеге талабы.

Алдыңғы кезекте, әрқашан материалдық қажеттіліктер, яғни киімдер, тамақ, тұрғын үйге деген қажеттіліктер тұрады.

Рухани қажеттіліктер ғылыммен, өнермен шұғылдану, білім алу, адамгершілікті жетілдіру және т.б. барысында қанағаттандырылады. Қажеттіліктерді қанағаттандыру дәрежесі екі саланың даму деңгейімен анықталады: біріншіге – материалдық өндіріс, екіншіге – материалдық емес өндіріс жатады.

II. Экономикалық ресурстар – бұл да өндіріс факторы, табиғатта пайда болады және оны адамдар өндіреді. Оған: газ, мұнай, көмір, бензин, керосин, темір кені, болат, машина, станок, жабдық, үй және т.б. жатады. Адам ресурстары олардың еңбек әлеуеті, кәсіпкерлік қабілеттілігі болмақ. Планетамыздағы барлық экономикалық ресурстар шектеулі мөлшерде болады. Мысалы: жер өте көп, бірақ жыртуға жарамды жерлер шектеулі ғана.

Ресурстардың жеткіліксіздігі оларды үнемдеу, таңдау мәселелерінің қажеттілігін тудырады. Қолда бар экономикалық ресурстардың шектеулігі кезінде өндіріс қоғамдағы барлық сұранымды қамтамасыз ете алмайды: аштық, ауру, кедейлікті жоя алмайды, оларды сырттан келетін апаттан қорғай алмайды. Қоғамдық өндіріс мүмкіндігінің шектеулігі жағдайында нені өндіруге болады? Экономикалық теорияда мынадай мысалды жиі келтіреді: айталық, май өндіру мен зеңбірек өндіру арасында қайсысын таңдауымыз қажет? Өндірістің шектеулі мүмкіндіктерін автомобиль және танкі өндірісімен сипаттаймыз. Өндіріс мүмкіндіктерінің қисығында көрсетілгендей, автомобиль өндірудің барынша көлеміне танкі өндірісі көлемін кеміту есебінен қол жеткізілу мүмкін. Осының арқасында өндірістегі туындаған балама «өндірістің балама мүмкіндіктері» деп аталады.

III. Еңбек заты мен құрал-саймандар бірге өндіріс құрал-жабдықтарын құрайды. Әрбір адам жеке жұмыс істейді, бірақ барлық еңбек процесі ұжымда, қоғамда жүзеге асады. Өндіріс әрқашан қоғамдық сипат алып, оның екі жағы болады: өндіргіш күштер және өндірістік қатынастар.

Өндіргіш күштер – бұл өндіріс құрал-жабдықтары, ең алдымен еңбек құралдары, сонымен қатар материалдық игіліктерді өндіретін адамдар. Адамдар қоғамның басты өндіргіш күші, олар ғана өндіріс құрал-жабдығын іске қосады. Өндіргіш күштерде ерекше орынды жер алады. Кейбір салаларда ол еңбек заты ретінде қолданылса, екіншісінде басты еңбек құралдары ретінде қолданылады.

Келтірілген өндіріс факторларының жіктелімі (классификациясы) қатып қалған қағида емес. Мысалы: маржинализм теориясының топтауынша, төрт өндіріс факторы бар: жер, еңбек, капитал және кәсіпкерлің қабілеттілік.

Жер табиғи фактор ретінде қарастырылады. Бұған табиғат байлықтары, пайдалы қазбалар қоры, орман мен жыртуға жарамды жерлер және т.б. жатады.

Капитал – бұл машина, құрал-жабдықтар, қойма, көлік және байланыс құралдары.

Еңбек – адамның ақыл-ой және дене қызметтерін көрсетеді. Адам еңбегі – әрқашан да ақылмен орындалатын, мақсатты бағытталған қызмет.

Кәсіпкерлік қабілеттілік – арнайы өндіріс факторы ретінде өндірісті ұйымдастыруда ынталылықты, төзімділікті және тәуекелдікті көрсетеді.

Батыстың қазіргі экономикалық теория мектептері, жоғарыда аталған өндіріс факторларынан басқа, ақпараттық, экономикалық және экологиялық факторларды да қарастырады.

Экологиялық фактор – экономикалық өсудің импульсі ретінде жүзеге асады. Алайда, оның мүмкіндігі қоршаған ортаның ластануына байланысты шектеледі. Өндіріс процесінде адамдар бір-бірімен қатынаста болады. Бір жағынан, бұл қатынастар – ұйымдастырушы, техникалық-өндірістік қатынастармен байланысты. Екінші жағынан, бұл – қоғамдық-өндірістік, яғни экономикалық қатынастар. Олар меншік сипатымен, меншік қатынастарымен анықталады.

Өндіргіш күштер мен өндірістік қатынастар бір-біріне өзара әсер етеді. Өндіргіш күштердің дамуы өндірістік

қатынастардың жетілуіне ықпал етеді. Өз кезегінде өндірістік қатынастар өндіргіш күштерді тоқтатуы немесе дамытуы мүмкін. Өндіргіш күштер мен өндірістік қатынастардың бірлігі өндіріс әдісін құрайды. Әрбір өндіріс әдісіне өзінің экономикалық қатынастары сай келеді.

Сұрақтар:

1. Қоғамдық өндірістің мәні?
2. Өмір сүрудің табиғи және әлеуметтік жағдайларын ата.
3. Ресурстар шектеулілігі мен қажеттіліктердің шексіздігін дәлелде.
4. Өндіріс факторларын ата?

Тест сұрақтары

1. Өндіріс, бұл –
А) өндіргіш күштер мен өндірістік қатынастар;
Б) адамдардың құрал-жабдықтар арасындағы қатынасы;
В) адамдардың табиғи заттарға әсер ете отырып, материалдық және рухани игіліктерді өндіру процесі;
Г) экономикалық өсудің импульсі ретінде жүзеге асады;
Д) адамның ақыл-ой және дене қызметтерінің көрінісі.
2. Еңбек дегеніміз не?
А) адамдардың материалдық, рухани игіліктер өндірілуі мен қызмет көрсетуіне байланысты мақсатты, нәтижелі қызметі;
Б) жұмысшы күші;
В) адамдардың құрал-жабдықтар арасындағы қатынасы;
Г) адамның ақыл-ой және дене қызметтерінің көрінісі;
Д) Б, В.
3. Өндіріс факторларын ата?
А) жер, еңбек;
Б) капитал, кәсіпкерлік қабілеттілік;
В) өндіріс құрал-жабдықтары;
Г) А, Б;
Д) экономикалық ресурстар.

4. Еңбек заты дегеніміз?

- А) игіліктер өндірісі;
- Б) адамдардың материалдары, рухани игіліктер өндірілу қызметінің нәтижесі;
- В) адамның дайын өнім өндіру мақсатында өз еңбегі арқылы өсер ететін зат;
- Г) адам мен табиғаттың қарым-қатынасы;
- Д) өндіргіш күштер.

5. Еңбек құралы, ол –

- А) құн өлшеуіш құралы;
- Б) жалданбалы еңбектің қолданылуы;
- В) адамның еңбек затына өсер ететін қаруы;
- Г) айнымалы капитал;
- Д) капиталдың қалыптасуы.

6. Өндіргіш күштер, бұл –

- А) салық төлеу міндеті;
- Б) адамның еңбек затына өсер ететін қаруы;
- В) ұлттық табыс мөлшері;
- Г) қоғамдық өндірістің жеке және затық факторларының өзара өрекеті, адам мен табиғат қатынасының шешуші, белсенді элементтері;
- Д) еңбек заты.

7. Ресурстар шектәулілігі мынаны білдіреді:

- А) адамдардың барлық қажеттілігін қанағаттандыру мүмкін болмауы;
- Б) ақшаның жетіспеуі;
- В) нарықтағы өндіріс факторының тапшылығы;
- Г) нашар дамыған елдердегі түрлі мәселелердің тууы;
- Д) А,Б.

8. Экономикалық игілік:

- А) ресурстар шығынын қажет етпейді;
- Б) шектеулі;
- В) экономикалық өсу шектеулі;
- Г) шектеусіз;
- Д) ортақ мүлік.

9. Өндірістің негізгі факторларына не жатпайды?

А) еңбек;

Б) жер;

В) капитал;

Г) кәсіпкерлік қабілеттілік;

Д) салық.

10. Ұдайы өндіріс бұл –

А) экономикалық өсу шектеулілігі;

Б) өндіріс процесінің қайталануы;

В) өнім өндіруге кеткен уақыт;

Г) салық салу әдістері;

Д) нарықтағы сұраныс заңы.

1.4. Меншік қатынастарының мәні және олардың дамуы

Жоспар:

1. Меншік мәні, мазмұны.

2. Меншік объектілері және субъектілері.

3. Қазақстан Республикасындағы меншіктің жаңа нысандарының қалыптасуы.

4. Мемлекет иелігінен алу және жекешелендірудің ерекшеліктері.

I. Қандай ел болсын оның шаруашылық өмірімен жете танысу барысында мынадай сауалдарға тап болатынымыз анық: экономикалық билік кімнің қолында? Адамдардың өмір сүру негізі – материалдық игіліктерді иемденетін кім?

Бұл биліктің мәні өндіріс құрал-жабдықтарына және оның нәтижесіне тиісті меншік қатынастар болып табылады.

Меншік – қоғамдық құрылыстың экономикалық негізі. Сондықтан әрбір мемлекет меншік туралы заңдар қабылдап, оны қорғайды. Меншік заң тұрғысынан алып қарағанда, мүліктік қатынастарға жатады. Меншік иесі заң-

мен анықталатын мүліктерге ие болады және ол қолындағы мүліктерді иемдену, пайдалану оған иелік жасау өкілеттілігін алады. Меншік экономика мен құқықтың біртұтастығы деп тұжырымдалады. Демек, меншік қатынастарының ерекшелігі де дәл осында.

Меншік қатынастары құқықтық және экономикалық материалдардан тыс қалыптаспайды, олар осы екі нысанда бірдей өрекет жасайды. Сонымен меншіктің категория ретінде қоғамдық процесті сипаттайтын принциптерінің ерекшелігі осында.

Ендігі басты мәселе меншіктің мәні мен сипаты туралы. Жалпы меншік дегеніміз не? Міне, осы сұраққа жауап іздеу қажет.

Меншік дегеніміз – өндіріс құрал-жабдықтарын және өндірілген өнімдерді иемденуге байланысты адамдар арасында туындайтын қоғамдық қатынастар. Ол адам және заттың арасындағы қарым-қатынас емес, адамдар арасындағы қатынастар болып табылады.

Меншік, саяси-экономикалық тұрғыдан қарастырғанда өндіріс процесінің адамдар арасындағы күрделі шаруашылық қарым-қатынастары. Қандай да бір материалдық игілікті өндіру – адамдардың өз қажетіне қарай табиғат байлығы мен энергияны иемденуі болып табылады.

Меншік қатынастары: а) иемдену; б) материалдық ресурстарды тиімді пайдалану және в) оларды жүзеге асырудың экономикалық сипатын анықтау процестерінің қарым-қатынастарын қамтиды. Міне, осылардың барлығы да өндіріс саласындағы аса маңызды: «адам мен адам» қарым-қатынастарын бейнелейді.

Меншік экономикалық категория ретінде белгілі бір нақтылы өлеуметтік қарым-қатынастарды бейнелейді. Яғни, меншік нақты қоғамдық, экономикалық қатынастардың толық жүйесіндегі қандай да бір экономикалық немесе жиынтық жүйе қарым-қатынастарының абстрактылы көрінісі болып табылады.

Өндіріс процесіндегі адамдар өзінен тыс табиғатты иемденеді деп айтуға болады. Бұл иемдену өндіріс фак-

торларын ұштастыру арқылы жүзеге асырылады. Ал, ұштастыруда әр түрлі қоғамдық нысандар қолданылады: мемлекеттік, жеке меншік, ұжымдық деген т.с.с.

Меншік – иемдену, билеу, пайдалану тәрізді күрделі қарым-қатынастар ретінде осы қоғамның экономикалық қатынастарының барлық жүйесі арқылы жүзеге асырылады. Олай болса, оның экономикалық мазмұны мен заңдылық қозғалысын тану үшін экономикалық қатынастарының барлық жүйесін зерттеу қажет.

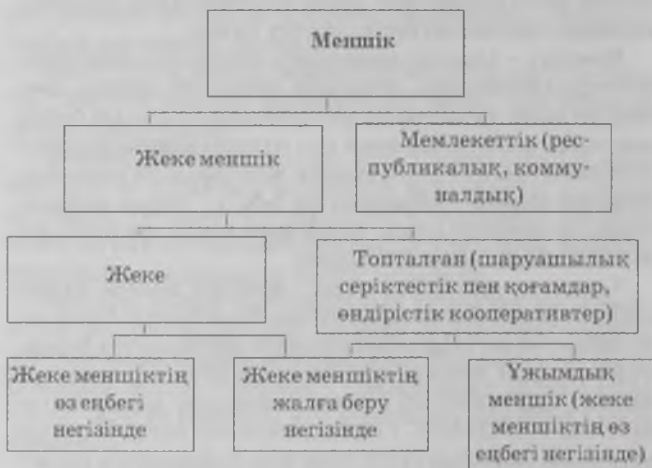
Иемдену – адамдар арасындағы экономикалық байланыстарды бейнелейді, егер олар: «мына зат менікі» десе, онда ол жайт қалыптасып үлгерген шаруашылық байланыстарын сипаттайды және бұл мүлікті кімнің иемденуге құқығы бар, ал кімнің құқығы жоқ екендігін көрсетеді. Иемдену ұғымы – қоғамның бір бөлігі – құрал-жабдықтарды өз иелігіне алып, басқа адамдарды тіршілік ету көзінен айыру дегенді білдіреді.

Көптеген жағдайда құрал-жабдық иелері өздері өндіріс процесімен айналыспайды. Олар белгілі бір шартқа сәйкес өз заттарын басқа біреуге пайдалануға береді. Бұл жағдайда меншік иесі және кәсіпкерлер арасында мүлікті шаруашылық ретінде пайдалану қарым-қатынастары туындайды. Сөйтіп, кәсіпкер басқа біреудің меншігіне қожалық етуге және оны пайдалануға уақытша заңды құқық алады. Бұған жалға беру мысал бола алады. Оның басқа түрі – концессия, мемлекеттің жеке адамдарға, шетел фирмаларына өндіріс кәсіпорынын және оның белгілі бір бөлігін шарт бойынша өндірістік әрекет жасауға беруі.

Билік ету – мүліктің тағдырын айқындаудың заңмен қамтамасыз етілуі. Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексі меншіктің жеке, мемлекеттік және аралас нысандарының құқықтық ауқымын анықтайды. Әлемдік тәжірибеде және батыс ғылымында мемлекеттік болып табылмайтын барлық меншік «жеке» деп танылады. «Жеке» жеке-дара және топтық меншік бола алады. Қазақстан Республикасында меншік нысанына қарай тіркелген заңды тұлғалардың саны 2002 жылғы 1 қан-

тарда келесідей болды: барлығы 156,4 мың; оның ішінде мемлекеттік меншік – 24,1 мың; жеке меншік – 127,1 мың; оның ішінде мемлекеттің қатысуымен – 1,3 мың; біріккен кәсіпорындар (шетелдіктердің қатысуымен) – 4,1 мың; шетелдік меншік – 5,1 мың.

1-кесте



Нарықтық экономиканың қалыптасуы меншік қатынастарын өзгертудің заңды қажеттілігін туындатты. Бұл мемлекетсіздендіру және жекешелендіру арқылы жүзеге асырылады.

Мемлекетсіздендіру – мемлекеттік кәсіпорындарды тікелей шаруашылық жүргізуші субъектілерге шаруашылық жүргізу және сәйкес өкілеттіктерді беру арқылы түрлендіру.

Жекешелендіру – заңды және жеке тұлғалардың мемлекеттен мемлекеттік меншік объектілерін, сондай-ақ мемлекеттік кәсіпорындар мен ұйымдардың өзгертілуі арқылы құрылған акционерлік қоғамдардың акциялар үлесін алуы.

Жекешелендіру мүддесі:

1. Жеке меншік топтарын құру.
2. Бәсекелес ортаны құру.
3. Кәсіпорындардың тиімділігін арттыру.
4. Экономиканың монополиясыздандырылуына жәрдемдесу.
5. Шетел инвесторларын тарту.

Жекешелендіру түрлері:

- Шағын – жұмысшылар саны 200 адамға дейінгі объектілерді жекешелендіру.
- Жаппай – жұмысшылар саны 200 адамнан асатын орта кәсіпорындарды жекешелендіру.
- Жеке жоба бойынша – ірі жұмысшылар саны 5000 адамнан астам және стратегиялық маңызды мемлекеттік меншік объектілерін жекешелендіру.

II. Меншік қатынастары көптеген ғасырларды қамтиды. Оның өз даму тарихы бар. Меншік қатынастарының ерекшелігі, ол бір жағынан, өте қарапайым, ал екінші жағынан өте күрделі де.

Қарапайымдылығы, әр адам онымен күнделікті кездеседі және оны жиі сезіп отырып, ол туралы белгілі бір деректер алып отырады.

Күрделілігі, оның тасасында тұрған адамдар арасындағы өзара қарым-қатынастарды бейнелейтін көп қырлы мазмұны.

Меншік қатынастарының экономикалық мазмұнын меншік субъектісі мен объектісі анықтайды.

Меншік субъектілері – меншік қатынастарының белсенді жағы. Олар меншік объектісін иемденіп, оған билік ететін тұлғалар

Меншік субъектілері: адам, тұлға – меншіктің бастапқы субъектісі болып табылады. Ол – ең алдымен өз дене қуатының, қарым-қабілетінің, жұмыс күшінің қожасы. Меншіктің бұл объектісі адамдардың жеке өзіне тәуелді. Отбасы – бұл да меншіктің көп тараған субъектісі. Отбасы мүшелері үй ішінің жиған мал-мүліктерінің иесі.

Ел (елдің аумағы) халқы жалпы халықтың дәулеті болып саналатын елдің ұлттық байлығының белгілі бір

бөлігін иемденеді. Меншік қатынастары әр түрлі иемденулерге байланысты қалыптасады. Көптеген меншік объектілерінің құрамын және мазмұнын түсіну үшін оның маңызды деген түрлерін атап өту керек. Жер, жер телімі, пайдаланатын жер – меншіктің көп тараған объектілері болып саналады. Оларды әр түрлі субъектілер, құрылыс жүргізу, ғимараттар салу, коммуникациялар жүргізу және өсімдіктер егу, адамдарға, қоғамға қажетті шикізаттар алу үшін де пайдаланады.

1. Табиғат байлығы – меншіктердің тағы да бір көпқырлы объектісі болып табылады.

2. Әлеуметтік-мәдени ғимараттарға – ең әуелі үй-құрылыс қорларымен қоса, адамдардың өмір бойы жинақтаған байлығы құрамындағы меншіктің күрделі объектілері жатады.

3. Негізгі өндірістік қорлар – өндіріс процесіне тікелей қатынасатын өндірістік ғимараттар, құрылыстар және құрал-саймандар мен әр түрлі жабдықтар меншік объектілерінің едәуір бөлігін қамтиды.

4. Ақша, валюта және бағалы қағаздар – бұлар да меншік объектілері. Олардың басты ерекшеліктері: материалдың заттық бағасында емес, құндылығында, дәлірек айтқанда, құннан көрініс алатын меншіктер екендігіне байланысты.

5. Жұмыс күші – адамдардың еңбек әрекетіне қабілеттілігінің, еңбек әлеуетінің көрінісі. Бұлар – әр адамның өз меншігіне жататын объектілер.

III. Республикада нарықтық қарым-қатынастарды қалыптастыру бағытында көптеген шаралар жүзеге асырылуда. Сан алуан, тәуелсіз және тең құқықты субъектілердің болуы – нарықты қалыптастыру мен олардың тиімді жұмыс істеулерінің қажетті шарты. Бұл мемлекет меншігіндегі кәсіпорындардың негізгі бөлігін мемлекеттік басқару органдарына тікелей бағынудан құтқарып, оларды акционерлік, кооперативтік және т.б. кәсіпорындарға айналдыруды қажет етеді.

Мемлекеттік меншіктердің бүкіл қоғамдарды түгел қамтитын сипатынан айыру, меншікті мемлекет иелігін

алу, акционерлік, кооперативтік және жеке меншікке негізделген кәсіпорындарының алуан түрлерін қалыптастыру адамдардың шаруашылық және еңбекке деген ынта-жігерінің арта түсуіне жол ашып, әлеуметтік қиындықтарды жеңілдендірді.

Қазақстан Республикасының «Меншік туралы заңының» біршама ерекшелігі бар. Осы заң алғаш рет республиканың өз меншігін айқындап берді. Сондай-ақ осы құжатта меншіктің бір түрін екінші бір түріне өзгерту мүмкіншілігі және оның аралас түрлерінің болатындығы да ескерілген. Сол себепті де бұл заңда отбасы мен шаруа қожалығында, кооперативке, шаруашылық қоғамдары мен серіктестіктерге, акционерлік қоғамға, қоғамдық ұйымдар мен қорлардың меншігіне арналған арнайы баптар бар. Қабылданған құжатта меншіктің жекелеген азаматтарының және мемлекеттің меншігі деп аталатын түрлері көрсетілген. Сондай-ақ жеке дара меншіктің қатарына жеке меншіктің де жататындығы ашық айтылған.

Бұл айтылғандарының үлкен әлеуметтік маңызы Қазақстан Республикасы Конституциясының 45-бабында былайша айқындалған: «Қазақстан Республикасының экономикасы сан алуан заң алдындағы теңдігін қамтамасыз етеді. Меншік объектілері мен субъектілері, оның негізгі салаларының әр түрлі, меншік иелерінің өз құқығын жүзеге асыру шектері, оларды қорғау кепілдіктері заңмен белгілейді».

Конституцияда тікелей меншіктің екі түрі – мемлекеттік және жеке меншік аталады. Бұл «меншік туралы» заңға (маңызды) енгізілген өзгерістерге сай келіп отыр. Ол өзгерістер өте маңызды және бүгінгі таңда орнықты орын алып отыр.

Қазақстандағы меншік туралы заңға сәйкес жеке, мемлекеттік, муниципалды және басқа да меншік түрлері танылады.

Мемлекеттік меншік бұл меншік нысандарын мемлекеттік билік өкілдерінің басқаруы мен іске жаратуын жүзеге асыратын қатынастар жүйесін білдіреді. Мемлекеттік меншік бүкіл халық шаруашылық деңгейінде, аймақ, облыс, аудан, қала, ауыл деңгейінде бар.

Ұжымдық меншік – бұл еңбек ұжымы өндіріс құралдары мен өнімдерін ортақ иемденіп, пайдаланып және іске жарататын экономикалық қатынастар жүйесі. Қазақстан Республикасында қазіргі кезде ұжымдық меншік түрлеріне кооперативтік, акционерлік, қоғамдық ұйымдар және т.б. меншік нысандары жатады.

Иеленуге байланысты экономикалық қатынастар қозғалмалы. Бұл меншік нысандарының бірінен-біріне өте алуын білдіреді. Бұл процесс әр түрлі әдістермен жүзеге асырылады. Солардың ішіндегі ең маңыздыларын қарастырайық.

Ұлттандыру (национализация) – бұл шаруашылықтың негізгі нысандарының (жер, өнеркәсіп, көлік, банктер) жеке меншіктен мемлекет меншігіне көшірілуі. Ұлттандыру кімнің мүддесін көздеп және қандай тарихи кезеңде жүргізілуіне байланысты әр түрлі әлеуметтік-экономикалық және саяси мәнге ие болады. Ұлттандыруға қарама-қарсы процесс жекешелендіру болып табылады.

Жекешелендіру – бұл мемлекеттік немесе муниципалды меншікті ақыға немесе тегін жеке меншікке беру. Жекешелендіру жасырын сипатта болуы мүмкін, мәселен мемлекеттік мүлікті жеке тұлғалар мен компанияларға жалға беру, бөлшектеу, мысалы, акциялардың тек бір бөлігінің сатылу мүмкіндігі денационализация мен реприватизация түрінде жүзеге асырылуы мүмкін.

Денационализация ұлттандырылған мүліктерді бұрынғы иелеріне қайтаруды білдіреді. Қазіргі кезде бұл процесс Балтық елдері – Эстония, Латвия, Литвада кеңінен іске асырылуда.

Реприватизация – бұл жеке меншік иелеріне бастапқы кезде сатылып алынған кәсіпорындар, жер, банктер, акциялар және т.б. сияқты мемлекеттік меншікті жеке меншікке қайтару. Реприватизацияның денационализациядан айырмашылығы, әдетте ол мемлекеттік билік актілерімен жүргізіледі.

Онда мемлекет меншігінің бөлінбестігі жөнінде ерекше жазылған. Меншік иесінің құқығын білдіріп, «толық шаруашылық жүргізу» құқығын жойып, мүлікке иелік

жасау мен пайдалану құқығын айғақтайтын, сондай-ақ меншік иесіне белгіленген мөлшерде оларды пайдаланудың белгілі бір өкілетін беретін «шаруашылық жүргізу» түсінігі енгізілді. Мұндағы басты ерекшелік: заңнан «ұжымдық меншік» деген ұғым алынып тасталды.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында меншіктің жеке және мемлекеттік түрі қолданылады, осы екеуіне тән негізделген меншіктің басқа да түрлері заңды деп саналады. Олар:

- Арендалық кәсіпорынның меншігі: кооперативтің меншігі.
- Шаруашылық қоғамы мен серіктестіктің меншігі.
- Акционерлік қоғамның меншігі.
- Қоғамдық ұйымдар мен қорларының меншігі.

Сондықтан, нарықтық экономикаға көшуде меншік қатынастарын құру өзекті проблеманың бірі болып табылады.

IV. 1991 жылдан бастап Қазақстан Республикасының Конституциясы ең алғаш жеке меншік құқығын анықтады, осы кезден бастап жекешелендіру мен мемлекетсіздендіруге қадамдар жасалды. Жекешелендірудің заңдық негізі «Меншік туралы» және «Мемлекетсіздендіру және жекешелендіру туралы» заңдарда көрініс тапқан.

Мемлекетсіздендіру және жекешелендірудің 1991-1992 жылдарға арналған алғашқы ұлттық бағдарламасы 1991 жылдың желтоқсанында қабылданған. Негізгі мақсаты – мемлекеттік меншікті басқа нысандарға айналдыру, азаматтардың мемлекеттік кәсіпорындардың мүліктерін сатып алуы болатын.

1993-1995 жылдарға арналған екінші ұлттық бағдарлама 1993 жылдың наурызында қабылданып, кіші, жаппай және жеке жобалар бойынша жекешелендіруді де қамтыды. Осы кезеңнің негізгі мақсаты – нарықтық экономикаға көшуге жағдай жасау.

Мемлекеттік меншікті қайта құрылымдау және жекешелендірудің 1996-1998 жылдарға арналған үшінші ұлттық бағдарламасы негізінен жекешелендіру процесін аяқтау арқылы экономикада жеке сектордың басымдылығына жетіп, оны бекітуді мақсат етті.

Бірінші кезеңде (1991-1992 ж.ж.) сауда, қызмет көрсету аясындағы кіші және орта кәсіпорындардың 50% -ы, екінші кезеңде (1993-1996 ж.ж.) орта және ірі кәсіпорындар жекешелендірілді, үшінші кезеңде (1997-2000 ж.ж.) жекешелендіру процесі аяқталды.

Қазақстан Республикасында меншіктің алуан түрлері мен нысандарын қалыптастыру меншікті қайта құру жолымен жүзеге асырылады. Меншік туралы заңның 1-бабында, мемлекет иелігінен алу – мемлекеттік кәсіпорындардың шаруашылық басқару міндеттерін және тиісті өкілеттіктерін тікелей шаруашылықты жүргізуге субъектілерге беру арқылы қайта құру деп көрсетілген. Ал жекешелендіру мемлекеттік меншік объектісін азаматтардың және басқа да заңды тұлғаларының жеке меншігіне беру (сату) дегенді білдіреді.

Әрине, мемлекет иелігінен алу мен жекешелендірудің аражігін ажырата білген жөн.

Айталық мемлекет иелігінен алу кезінде мемлекет мемлекеттік мүлкінің толық немесе ішінара меншік иесі ретінде қалады.

Жаңа ұғымдар:

- Меншік
- Денационализация
- Реприватизация
- Ұлттандыру
- Жекешелендіру
- Меншік субъектісі
- Меншік объектісі

Сұрақтар:

1. Меншік дегеніміз не?
2. Қ.Р-ғы меншіктің жаңа нысандарын ата.
3. Мемлекет иелігінен алу мен жекешелендірудің ерекшелігін ата.

Тест сұрақтары

1. Меншік – бұл:

- А) адамдардың өндірістік және өндірістік емес заттарды иемденуінің тарихи анықталған қоғамдық тәсілі;
- Б) өндірістік құрал-жабдықтардың қолданылуы;
- В) өндіріс пен қоғам арасындағы қатынас;
- Г) өндіріс процесі нәтижесіндегі өнімге иелік ету;
- Д) жеке және заңды тұлғалар арасындағы экономикалық қатынас.

2. Экономистер үшін «меншік» түсінігі – бұл:

- А) игіліктерді пайдалану, қолдану;
- Б) игіліктерді иемдену;
- В) игіліктерге билік ету;
- Г) табыс алу;
- Д) өнімін сақтау және ұлғайту.

3. Жеке меншік – бұл:

- А) кәсіпкерлікті ынталандыру;
- Б) бөсекенің дамуы;
- В) өз меншігін сақтау мен ұлғайтуға ынталандыру;
- Г) жеке табыс табу;
- Д) өндірістің тиімділігінің негізі.

4. Акционерлік меншік мына меншіктің қайсысына жатады?

- А) жеке меншік;
- Б) топтық жеке меншік;
- В) қоғамдық меншік;
- Г) жеке дара жеке меншік;
- Д) ортақ меншік.

5. Қоғамдық меншіктің негізгі түрлеріне мыналар жатады:

- А) мемлекеттік және муниципалдық;
- Б) акционерлік және кооперативтік;
- В) мемлекеттік және акционерлік;
- Г) кооперативтік және акционерлік;
- Д) мемлекеттік және ортақ.

6. Меншіктің субъектілерін ата:

А) жер телімдері, жер кеңістіктері, пайдаланылатын жер;

Б) жер телімдері, ел аумағы халқы, кәсіпорынның еңбек ұжымы;

В) адам, жеке тұлға, отбасы, кәсіпорынның еңбек ұжымы, ел аумағы халқы;

Г) өндіріс құрал-жабдығы, кәсіпорынның еңбек ұжымы;

Д) өндірістің жеке және заттық факторлары.

7. Меншік қатынастарын ата:

А) иемдену материалдық ресурстарды тиімді пайдалану, оларды жүзеге асырудың экономикалық сипатын анықтау процесіндегі қарым-қатынастарды қамтиды;

Б) материалдық ресурстарды пайдалану, иемдену;

В) иемдену және оларды жүзеге асырудың экономикалық сипатын анықтау процесіндегі қарым-қатынасты қамтиды.

8. Меншік субъектісі дегеніміз не?

А) меншік қатынасының белсенді жағы;

Б) меншік объектілерін иемденеді;

В) меншік қатынасының әр түрлі объектілері;

9. Денационализация дегеніміз не?

А) ол мемлекеттік билік актілері;

Б) ұлттандырылған мүліктерді бұрынғы иелеріне қайтаруды білдіреді;

В) бұл жеке меншік иелеріне бастапқы кезде сатылып алынған кәсіпорындар, жер, банктер, акциялар және т.б. сияқты мемлекеттік меншікті жеке меншікке қайтару.

10. Реприватизация дегеніміз не?

А) бұл жеке меншік иелеріне бастапқы кезде сатылып алынған кәсіпорындар, жер, банктер, акциялар және т.б. сияқты мемлекеттік меншікті жеке меншікке қайтару;

Б) ұлттандырылған мүліктерді бұрынғы иелеріне қайтаруды білдіреді;

В) ол мемлекеттік билік актілері.

Экономика	Өндіріс құрал-жабдықтарын және өндірілген өнімдерді иемденуге байланысты адамдар арасында туындайтын қоғамдық қатынастар.
Экономикалық жүйе	Өзінің шаруашылық қызметін белгілі бір шекте ұстау.
Ашық жүйе	Қоғамдық шаруашылықтың даму заңдары жөніндегі ғылым.
Жабық жүйе	Бұл (тауар шаруашылығын айтуға болады) өзінің байланысын үнемі басқа өндірістік бірлестіктермен байланыстыра отырып кеңейтетін жүйе.
Меншік	Өндірісте тарату, алмастыру және материалдық, материалдық емес игіліктер және қызметтерді қалыптастыратын, шаруашылық қатынастары мен өзара байланысатын біріккен жиынтық болып табылады.

Сол бағандағы терминдердің анықтамасын оң жақ бағаннан тап!

2-ТАРАУ

МИКРОЭКОНОМИКА

2.1. Тауар және ақша теориясы

Жоспар:

1. Тауарлы шаруашылықтың пайда болу шарттары, негізгі белгілері мен типтері.
2. Тауар және оның қасиеттері. Тауар мен құн қасиеттерінің балама теориялары.
3. Ақша – тауар өндірісінің категориясы: пайда болуы және мәні. Ақша теориясы.
4. Ақша қызметтері.
5. Ақша айналысының жүйесі, мазмұны мен белгіленуі. Ақша айналысы мен ақшаның эволюциясы.

І. Өндірісті экономикалық ұйымдастырудың тарихи бірінші типі – натуралды шаруашылық.

Натуралды деп адамдардың өнімді айырбасқа, нарыққа жеткізуге ұмтылмастан, тек өздерінің жеке бас қажеттіліктерін өтеу үшін өндіретін шаруашылықты айтамыз. Натуралды шаруашылық қоғамдық еңбек бөлінісінен хабары жоқ және өнімдерін өзара айырбастамаған алғашқы қауымдық қоғамда орын алды. Өндіргіш күштер мен оларды ұйымдастыру аса қарапайымдылығымен сипатталды; өндірілетін өнімдер жиыны ғасырлар бойы өзгерместен, жылдан жылға бірдей көлемде өндірілді (жай ұдайы өндіріс).

Үш басты сұрақ – нені? қалай? және кім үшін өндіріміз? дейтін мәселелерді өз шаруашылықтарының (патриалхалды отбасы) Сұранысын ескере отырып, шаруашылық иелері шешті. Натуралды шаруашылықта қалыптасқан әдет-ғұрып пен көсемнің еркі үлкен рөл атқарды.

Басым нысан ретінде натуралды шаруашылық оған тарихтың өлшеп берген жолын әлдеқашан жүріп өтті. Алайда «өндірдік-тұтындық» принципі бойынша байланыс аса тұрақтылығын көрсетті, оның элементтерін қазіргі заманғы қоғамның микро, макро деңгейлерінен де көреміз. Микро деңгейдегі натуралды шаруашылыққа экономикалық күйзеліс кезіндегі мемлекет аса қолдау көрсететін бау-бақша жерлеріндегі жұмыс мысал бола алады. Ал макро деңгейде бір ғана елдің шегінде, өзін-өзі қамтамасыз етуге бағытталған автархия саясатын келтіруге болады. Мұндай саясат елдің әлемдік нарықтан оқшаулануына, экономикалық дамуының артта қалуына әкеледі.

Натуралды шаруашылыққа қарағанда тауарлы шаруашылық анағұрлым күрделі.

Тауарлы деп өнімдер сату үшін өндіріліп, ал өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы байланыс нарықтың көмегімен жүзеге асырылатын шаруашылықты айтамыз.

Тауарлы шаруашылықтың пайда болуының қажетті шарты – нақты бір өнім шығаруға өндірушілердің мамандануын білдіретін қоғамдық еңбек бөлінісі.

Қоғамдық еңбек бөлінісі тарихи 3 кезеңнен тұрады. Біріншісінде, мал шаруашылығы егіншіліктен бөлініп шығып, тайпалар арасындағы ұдайы айырбастың болуына жағдай жасады. Екіншісінде – қолөнер егіншіліктен бөлініп шықты да, нәтижесінде тауарлы шаруашылық пайда болды. Үшінші кезеңде сауда өндірістен оқшауланды және көпестік капитал бөлініп шықты. Осы кезеңде нарықтық байланыстар ұдайы қалыптасты.

Тауарлы өндірістің шығу себебі жекеменшік және шаруашылық қатынастары арқылы өндірушілердің бір-бірінен оқшауланды.

Тауарлы өндірістің даму сипаты айырбас пен нарықтың дамуына байланысты.

Нарықтың мынадай үлгілері белгілі: дамымаған, еркін, реттелетін, деформацияланған. Әр нарық үлгісіне тауарлы өндірістің ерекше моделі сәйкес келеді:

1. Дамымаған нарықтың тауарлы өндірісі.
2. Еркін нарықтың тауарлы өндірісі.
3. Реттелетін нарықтың тауарлы өндірісі.
4. Деформацияланған нарықтың тауарлы өндірісі.

1. Дамымаған нарықтың тауарлы өндірісі (жай тауар өндірісі) – қоғамдық еңбек бөлінісіне, өндіріс құралдарына жеке меншік болуына, тауар өндірушілердің өз еңбектеріне негізделген. Жай тауарлы өндіріс кезінде шығарылған өнімнің тек белгілі бір бөлігі ғана нарыққа шығарылады. Сондықтан, ол бүкіл экономиканы қамти алмағандықтан, жалпыға ортақ емес.

2. Еркін нарықтың тауарлы өндірісі (нарықтық экономика). Түбегейлі жаңа белгіге ие болды, ол жалпы ортақ сипат алды, яғни ол келесі құбылыстарды білдіреді:

а) адамның жұмыс күші тауарға айналды және өндірушінің өз еңбегінің орнына жалдамалы еңбек келді;

б) қоғамдық өнімнің басым бөлігі тек жеке тұтыну үшін емес, нарық арқылы сатуға арналды.

Бұл кезеңдер тауарлы өндірісте еркін бәсекенің болуымен сипатталатындықтан, оны өлі күнге дейін еркін бәсеке дәуірінің капитализмі немесе «еркін экономика» деп атайды. Мемлекеттің шаруашылық өміріне тіпті толық араласпауы оны «таза» – *Laisser Faire*, яғни «қалай жүрсе, солай жүрсін» дегенді білдіретін капитализм деп атауға мүмкіндік береді.

Іс-әрекетті үйлестіру мақсатында барлық жерде нарық пен баға жүйелерін қолдану бұл тауарлы өндірісті нарықтық (капиталистік) экономика деп атауға негіз болды.

Нарықтық экономика машиналы өндіріс сатысында қалыптасты.

3. Реттелетін нарықтың тауарлы өндірісі – экономикада мемлекеттік және жеке сектордың болмауымен сипатталады.

Бұл екеуінің елдегі барлық ресурстар мен материалдық игіліктерді өндіру, бөлу, айырбастау мен тұтынудағы үлестері жоғары. Мемлекет белсенді түрде нарықтық экономикаға араласқанымен, нарықтың реттеуші рөлі –

«көрінбейтін қолды» жоққа шығармайды. Реттелетін нарық экономиканың монополияландыру, яғни үкімет алдында монополияны шектеу мәселесі пайда болатын кезде қалыптасады. Мемлекеттік реттеудің басты нысандарына заң шығару, салықтық және қаржылық нысандар жатады.

Реттелетін нарықтық тауарлы шаруашылықтың бірнеше модельдері бар:

- а) Әлеуметтік нарықтық шаруашылық.
- б) Аралас экономика.
- в) Корпоративтік экономика.

Олар, ең алдымен мемлекеттік бағдарламалардың мақсаты бағытталуымен ерекшеленеді. Әлеуметтік шаруашылықтағы басты мақсат – азаматтар мүдделерін қорғау; аралас экономикада кәсіпкерліктің дамуына жағдай жасау; корпоративтік экономикада ірі бизнес мүдделерін қорғау. Біріншісі, көбінесе Германияға, екіншісі АҚШ-қа, үшінші модель Жапония мен Швецияға тән.

4. Деформацияланған нарықтың тауарлы өндірісі – өміршіл-өкімшіл экономикаға тән және дамыған қоғамдық еңбек бөлінісінен дамыған машиналы өндірісті, ұлттық экономиканы ұдайы реттеуді, еркін нарықтық қатынастарды басып тастауды білдіреді.

Бұл экономиканың екі моделі бар: жоспарлы директивалық және нормативті.

Жоспарлы директивалық жүйе шаруашылық қызметін ресурстарды таратуда қалай орталықтандырса, баға тағайындауда да солай орталықтандыруға негізделген.

Қазақстан экономикасын реформалау өміршіл-өкімшіл жүйеден нарықтық әдістерге өтуді білдіреді. Мысалы, біздің қандай модельді таңдап және қандай экономика құрғымыз келетіндігінде.

Нарықтық экономика моделін таңдау – бұл ұлттық экономикаға мемлекеттің ықпал етуінің әдістер жүйесін таңдау.

Либералды экономикаға (АҚШ) нарыққа ықпал етудің қаржы жүйесінің монетарлық құралдары тән.

Әлеуметтік бағдарланған нарықтық экономикада белсенді салықтық-бюджеттік саясат жүргізумен байланысты әдістер басым.

Нарықтық экономиканың негізі тауарлы шаруашылық екені даусыз.

Алайда тауарлы шаруашылық нарықтық шаруашылықтан бұрын пайда болды және оның орнығуына дейін бірнеше жүзжылдықтар бойы әрекет етіп келді. Мұнан өзге тауар-ақша қатынастары әкімшіл-әміршіл жүйеде де орын алған. Сондықтан «тауарлы өндіріс» ұғымының «нарықтық экономикаға» қарағанда анағұрлым кең екендігін мойындау қажет.

II. Тауарлы өндірісте шешуші категория тауар болып табылады. Оның мәнін өркім әр түрлі түсінеді. Мысалы, маркстік теорияда тауар сатуға арналған адамға пайдалы еңбек өнімі ретінде қарастырылады. Бұдан шығатын қорытынды:

а) тауар тек адамның қандай да бір қажеттілігін қанағаттандыратын зат болып табылады;

б) тауар – еңбек жұмсалған зат;

в) тауар сатуға арналған зат болып табылады.

Тағы бір мысал, австриялық экономикалық мектептің пайымдауынша (оның көрнекті өкілі К. Менгер) тауар айырбас үшін өндірілген ерекше экономикалық игілік ретінде анықталады. Экономикалық игіліктерге К. Менгер экономикалық қызмет нысаны немесе нәтижесі болып табылатын және қажеттіліктермен салыстырғанда шектеулі мөлшерге алуға болатындарды жатқызады. Бүлекі анықтаманың ұқсастығы екеуінде де тауар еңбек нәтижесі ретінде қарастырылады.

Әр түрлі көзқарастардың болуына қарамастан, барлық мектептерде еңбек арқылы өндірілетін пайдалы өнімдер де, еңбек жұмсалған табиғи сыйлар мен әр түрлі қызметтердің де тауар бола алатындығын мойындайды.

Қызметтің ерекшелігі оның заттай нысаны болмағанымен, пайдалы мәні бар адам іс-әрекетінің нәтижесі болып табылады. Тауарлар материалдық және материалдық емес сипатта болуы мүмкін.

Тауардың екі қасиеті бар:

1) қандай да бір адам қажеттілігін қанағаттандыру қасиеті;

2) басқа тауарларға айырбасталу қасиеті.

Тауардың қандай да адам қажеттілігін қанағаттандыру қасиеті **тұтыну құны** деп аталады. Ол тек өндірушінің ғана емес, басқа да адамдардың қажеттіліктерін өтей алады, яғни қоғамдық тұтыну құны болып табылады. Тауардың белгілі бір сандық пропорцияда басқа тауарға айырбастала алу қасиеті **айырбас құны** деп аталады.

Еңбек-құн теориясы XVIII-XIX ғасырларда қалыптасты. Бұл теорияның негіздерін құнды тауар өндірісіне кеткен еңбек арқылы анықтаған саяси экономика классиктерінің еңбектерінен табамыз. К. Маркс пен Ф. Энгельс құн негізінде қоғамдық абстрактілі еңбек жатыр деп есептеген. Маркстің пікірінше тауар өндіруші еңбегі екі жақтылы. Бір жағынан бұл белгілі бір түрдегі еңбек, ол жұмысшының белгілі бір кәсіби дағдылары мен нақты нәтижесі – белгілі бір тұтыну құнының болуымен сипатталады. Екінші жағынан еңбек – бұл нақты нысанына қатыссыз, жалпы жұмыс күшінің шығыны, жалпы қоғамдық еңбектің бөлшегі және өлшеуіші. Ол абстрактілі еңбек деп аталады. Құн өлшеміне деген көзқарастар әр қилы. А. Смит құн өлшемі ретінде жұмыс уақытын, Д. Рикардо нашар өндіріс жағдайларындағы тауар өндірісіндегі жұмыс уақытын, ал К. Маркс қоғамдық қалыпты өндіріс жағдайларын, еңбектің шеберлілігі мен қарқындылығының орташа деңгейдегі өнім өндірісіне кететін қоғамдық қажетті жұмыс уақытын атады.

Шекті пайдалылық теориясы австриялық мектеп өкілдері: К. Менгер, Л. Вальрас, У. Джевонс және т.б. еңбектерінде айқын көрінді.

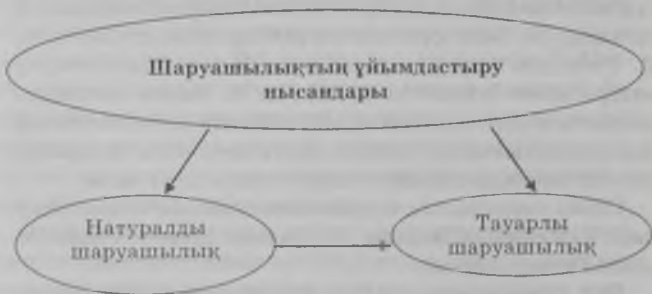
Бұл тұжырымдаманы қолданушылар құнды сатып алушылардың субъективті бағалауларына қарап анықтады. Ал, тауардың субъективті құндылығы екі факторға тәуелді: осы игіліктің бар қоры (сиректігі) мен оған қажеттіліктің қанағаттандырылу дәрежесі. Егер сізді жолда келе жатып, шөл қысатын болса, бірақ су тапшы-

лығы жоқ болса, онда алғашқы ыдыс су сіз үшін баға жетпес игілік. Шөліңіз қанған сайын әрбір келесі ыдыстың пайдалылығы сіз үшін азая береді. Ең соңғы ішкен судың сіз үшін пайдалылығы және құндылығы анағұрлым аз болады.

Қорытынды: шекті пайдалылық бұл тұтынушы тауар мен қызметтің бір бірлігінен алатын қосымша пайдалылық. Ол жалпы пайдалылық өзгерісінің тұтынылған мөлшердегі өзгеріске қатынасына тең.

Тауар өндірісі натуралды шаруашылыққа қарама-қарсылық ретінде пайда болды. Тауар өндірісі қоғамдық өндірістегі адамдар арасындағы қатынастардың нарық арқылы, олардың еңбегінің өнімдерін сатып алу-сату арқылы көрінетіндей болып ұйымдастырылуы болып табылады.

Бұл – өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы қатынастардың, еңбектің өлшемдестірілуінің және оның қоғамдық жиынтық еңбекке қосылуының ерекше әдісі. Анығында, бұл еңбектің қоғамдық танылуының тікелей емес жанама нысаны. Ол тікелей өндірістің өзінде емес, жанама түрде айырбас саласында, сату-сатып алу арқылы баяндалады.



Натуралды өндірістің орнына тауарлы өндірістің келуі – ұзақ және күрделі процесс. Жоғарыда натуралды шаруашылықтың тұрақтылығы, консерватизмі туралы айтылды. Бұл қазіргі кезде де тараған, ол экономикалық жағынан нашар дамыған елдерде орын алады.

Натуралды шаруашылық қатынастардың жекелеген «шағын» аралдары дамыған елдерде сақталып отыр. Өндірісті ығыстырып шығару процесі қалай жүреді? Ол ең алдымен өндірістің мамандандырылуының пайда болуы мен тереңдеуі негізінде шаруашылық бірліктерінің тауар айырмасына, сатып алу мен сатуға тартылу жолымен жүреді.

Жекелеген өнімдерді жасауға мамандану оларды өндірушілер арасындағы айырбасты қажет етеді. Ол сондай-ақ еңбек өнімділігін арттыруға бағытталады, сондықтан тауар айырбасы тек қажеттілік қана болмай, тиімді болып шығады. Демек, уақыт үнемдеу тауарлы шаруашылықтың дамуының қорғаушы күші болады.

Шаруашылық нысандары

Натуралды өндіріс	Тауарлы өндіріс
1. Жабық шаруашылық	1. Ашық шаруашылық
2. Жұмысшының өмбебап еңбегі	2. Қоғамдық еңбек бөлінісі
3. Өндіріс пен тұтынудағы тікелей байланыс	3. Тұтынуды нарық арқылы қанағаттандыратын өндіріс

III. Ақша ежелгі заманда пайда болды. Олар тауар өндірісінің дамуындағы бірден-бір шарт және өнім болып табылады. Тауар – бұл сату немесе айырбастау үшін жасалынған еңбек өнімі. Адам еңбегінің өнімі (зат), оны өндірушілердің қоғамдық қатынастарын тудыра отырып тауар нысанын қабылдайды. Заттардың тауарға айналуы ақшаның пайда болуындағы объективті алғы-шарттарды құрайды. Бірақ кез келген зат тауар бола алмайды. Егер тұтыну құны өз сатып алушысын таппаса немесе қоғам тарапынан мойындалмаса, онда оны дайындауға кеткен уақыттың рәсуа болғаны; мұндай бұйым тауарлық нысанға ие емес, өйткені оның қоғамға қажеті шамалы. Сондықтан да әрбір тауар қажетті тұтыну құнын алу құралы бола отырып, өзінің өндірушісіне қатынасы бойынша айырбас құны ретінде көрінеді. «Айырбас құны – тауарлардың өзінен бөлініп шыққан және олармен бірге өздігінен өмір сүретін тауар, ол – ақша».

Әрбір ерекше тауар міндетті түрде тұтыну құны ретінде көрінеді. Оның құны жасырын түрде болады және тек қана ақшаға теңестіру жолымен табылады. Тауарлар мен ақшалар бір және осы тауар нысанының нақты қарама-қарсы жақтары бола отырып, айырбас процесінде бір-бірін табады және өзара бір-бірімен ауысады.

(К.Маркс экономикалық ақыл-ойлардың тарихында тұңғыш рет ақшаның мәні мен оның пайда болу себептеріне ғылыми түсініктер берді. Алғашында тауар ақшаның көмегімен айырбасталды, оның экономикалық маңызы болған жоқ. Айырбас қатынасының бұл сияқты түрі кездейсоқ сипатта болды. Сөйтіп, құнның бұл нысанын К.Маркс құнның жай, жеке немесе кездейсоқ нысаны деп атады.

Еңбек бөлінісі тереңдеп, тұрақтанған кезде және нақты еңбектерінің көптеген түрлерін қамтыған уақытта айырбасқа өнімдер көптеп түсе бастады. Мұнда сол бір тауарлардың өзі бірқатар басқа тауарларға айырбасталды. Құнның бұл нысанын толық немесе өрістетілген деп атады.

Қоғамның еңбек бөлінісінің одан әрі дамуы, тауар өндірісінің өсуі, айырбастың жүйелілігінің артуы барлық тауарлар дүниесінен айырбасқа ортақ бір тауардың бөлініп шығуына әкелді. Бұл – құнның жалпыға ортақ нысанының келіп шығуы.

Кез келген басқа тауарларға тікелей айырбасталуға қабілеті бар тауар жалпылама эквивалент деген ат алды. Әр түрлі халықтарда және сол бір халықтың өзінің тарихының түрлі кезеңдерінде жалпылама эквивалент рөлін әр түрлі өнімдер (мал, аң терілері, піл сүйегі және т.б.) атқарды. Уақыт өте келе бұл рөлді барлық жерде дерлік үнемі күміс пен алтын атқаратын болды. Міне, осының нәтижесінде құнның ақшалай нысаны пайда болды.

Құнның ақшалай нысанының жалпыға бірдей нысаннан айырмашылығы мынада:

1. Жалпыға бірдей эквиваленттің рөлі бір тауарға жекелей қатысты.

2. Тауар жалпыға бірдей эквиваленттің рөлін жергілікті нарықтың шеңберінде ғана емес, кең көлемде атқарылады.

Тауар өндірісі мен айырбасының ұзақ уақыт нәтижесінде ақша пайда болады. Ақша тауар өндірісі мен айырбастың даму қарқыны бойынша жалпыға бірдей эквивалент түрінде бөлініп шыққан тауар.

Барлық тауарлардың құны және тұтыну құны болады. Ақшаның айырмашылығы – ол ерекше тауар. Себебі:

1. Ол барлық тауарларға айырбасталады.
2. Барлық қажетті өтеу құрал қызметін атқарады.
3. Жалпыға бірдей тұтыну құнына ие болады.

Тауар құны сияқты ақшада өндіріспен айырбас процесінде адамдар арасындағы қоғамдық қатынастарды бейнелейді.

Құнның ақшалай нысанының бекітілуімен байланысты баға пайда болады. Баға – құнның ақшалай көрінісі. Ақшаның жалпыға бірдей эквивалент ретінде мынадай ерекшеліктері бар:

1. Ол нақты бір заттың, қоғамның тұтыну құны болатындығы.

2. Онда абстрактылы еңбек бейнелері құнының да болатындығы.

3. Тауар өндірушінің жеке еңбегі, қоғамдық еңбектердің бір бөлшегі болып табылатындығы.

IV. Тауар мен ақша арасындағы бірлік те, қарама-қарсы қайшылық та тұтыну құны арқылы көрінеді.

Ақшаның қолданылуына байланысты мынадай қасиеттері бар:

1. **Тұрақтылығы** – оның құны бір деңгейде сақталуы керек. Өйткені құнның төмен түсуі немесе жоғарылауы экономикаға әсерін тигізеді.

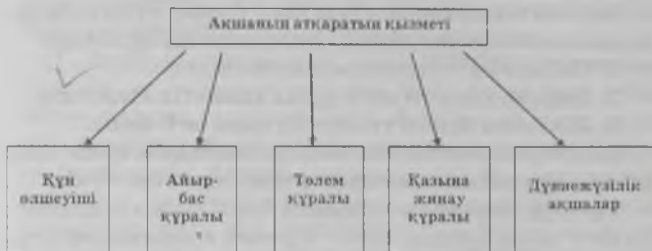
2. **Ықшамдылығы** – қолданыстағы ақшалар адамдар өздерімен бірге алып жүруге ықшамды болу үшін кішкене және жеңіл болуы керек.

3. **Ұзақ мерзімділігі** – ақша жасалатын қағаз берік болып, ұзақ өмір сүруге бейімді болуы керек. Сол себептен де ақша үшін ең сапалы қағаз қолданылады.

4. **Біртекестігі** – бірдей құнды ақшалардың бағасы да бірдей болу керек.

5. **Бөлінімділігі** – ақшаның бұл қасиеті бартерге қарағанда ең тиімді қасиет, бұл қасиет талабы бойынша ақша бірнеше бөлікке бөлінуі керек.

6. Ажыратымдылығы – ақшаның жасалуы қиынға түсіп, олар жеңіл танылуы керек. Қолданылған қағаз сапасы мен ондағы күрделі суреттер ақшаны жасауды қиынға түсіреді.



1. Ақшаның ең бірінші және басты қызметі құн өлшеуіші, мұнда бұл жалпы эквивалент рөлін атқарады. Барлық тауарлардың құны ақша арқылы анықталады. Мұндай қызметті өзіндік құны бар тауар ғана атқара алады.

2. Айырбас құралы – ақшаның пайда болуына байланысты бір тауардың екінші бір тауарға тікелей айырбас талуы ($T - T$) біржолата тауар айналымына, яғни ақша арқылы тауар айырбасына орын берді ($T - A - T$). Ақша тауар айырбасында аралық айырбас құралының қызметін атқарады.

3. Халықаралық еңбек бөлінісінің тереңдеуіне, экономикалық қатынас шеңберінің ұлғаюына байланысты ақша төлем құралы ретінде маңызды рөл атқарады. Бұл жерде де нақты ақшамен қатар оның қызметін кредит ақшалар атқарады.

4. Қазына жинау тауар өндірісінің объективті қажеттілігінен туындайды, әрбір тауар өндіруші өзіне өз тауарларының өту-өтпеуіне қарамастан қандай жағдайда болсын басқа бір тауарды сатып аларлықтай, әр түрлі кездейсоқ нарық стихиясынан сақтарлықтай кепілдік жасауы керек.

5. Тауар-ақша қатынасының ұлттық шеңберден шығып, дүниежүзілік нарықты қамтамасыз етуі оның дүниежүзілік қызметін көрсетеді. Дүниежүзілік айналыста ақша ең алдымен төлем ретінде қызмет атқарады:

1. Халықаралық төлем құралы.
2. Халықаралық сатып алу, сату құралы.
3. Қоғамның байлығын сипаттаушы құрал.

V. Ақша айналысының сипаттамасы. Ақша айналысы деп қолма-қол ақшаның қозғалысын айтамыз. Ал ақша айналымы ұғымы одан кең мағына бергендіктен, ол қолма-қол және қолма-қолсыз айналым мағынасын сипаттайды. Бұл жағдайда қолма-қол ақша қозғалысы тұрғындардың ақшалай табыстарының бөлінуін қарастырса, қолма-қол емес ақша өндіріс қаражаттарының бөлінуін қарастырады.

Ақша белгілері әр түрлі жағдайда қамтамасыз етіледі. Қолма-қол ақша тұтыну заттары және қызметтер жиынтығымен қамтамасыз етілсе, қолма-қол емес ақша бөлуге арналған өндіріс құралдарының жиынтығымен қамтамасыз етіледі.

Тауар айналысы процесіндегі қолма-қол ақша қозғалысы және төлемақыны жүзеге асыру кезінде қызмет көрсету, сонымен бірге кәсіпорындар мен қаржы-несие мекемелерінің арасындағы ақшалай қаражаттардың алмасуы ақша айналысы деп аталады. Ақша айналысының объективті негізі – тауар өндірісі мен тауар айналысы болып табылады. Құн нысанының өзгеріп отыруы, яғни тауардың ақшаға және ақшаның жаңа тауар сатып алу үшін қолданылуы, ақшаның әрдайым қозғалыста, яғни айналыста болуына мүмкіндік жасайды.

Бірақ ақша айналысы тауар айналысын қайталамайды. Бұл екі процесс бір-бірінен жекешеленіп жүреді. Тауарлар, оларды сатып алғаннан кейін, айналыстан шығады және тұтынылады. Ал ақша айналыста әрқашан жүреді.

Жалпы, ақша айналысының көлемі тауар бағаларының сомасынан әрдайым артық болады. Ақшаның қызмет көрсетуі тек сату-сатып алумен шектелмейтіні түсіндіріледі. Ақша еңбекақы, зейнетақы, шәкіртақы, төлеу үшін, бюджетке төлемдер аудару үшін, банктен қарыз алу үшін және т.б. мақсаттар үшін қолданылады.

Ақша айналысын реттеудің маңызды элементі қолма-қол ақшаның қолдану аясын азайту болып келеді. Бұл

мәселе біздің елімізде кәсіпорындар арасындағы есеп айырысуларда қолма-қол ақшаның қолданылуын шектеу, есеп айырысу чектерін ендіру арқылы ғана шешіледі.

Банк жүйесін реформалау және ақша банкноттарын өндіруге байланысты өзінің меншікті қуатын енгізуі Қазақстандағы қолма-қол ақшамен байланысты жағдайды түбірімен өзгертті. Осыған байланысты 1992-93 жылдары қолма-қол ақшаның тапшылығы тұсында енгізілген дерективті саясаттың орнына республикамызда қолма-қол ақша айналысын тұрақтандыру және басқарудың экономикалық әдістерінің алғышарттары жасалынды.

Дамыған елдерде бұл процесс кеңінен дами түсуде: оларда қолма-қол ақшасыз айналыс өріс алған. АҚШ-та халықтың есеп айырысуларының 25-27% -ы ғана қолма-қол ақшамен, ал қалғаны чек, несиелік карточкалар, т.б. көмегімен жүргізіледі.

Өмірлік тәжірибе көрсеткендей, ақша айналысын ақша айналымынан бөлуге болмайды. Ақша айналымын қолма-қол және қолма-қол емес деп қатаң түрде шектеуді ғалымдар онша қабылдай қоймады. Бұл екеуі өзара тығыз байланысты, сондықтан оларды бөлу қажет емес. Ақша өз айналысында қолма-қолдан қолма-қол емес ақшаға өтеді. Мысалы, кәсіпорынның бөлшек саудасынан түскен түсім банкке түскен соң оның есеп айырысу шотында қолма-қол емес ақша қаражаттарына айналады да, ол бұдан өз жеткізушілеріне ақша аударуы мүмкін.

Сонымен бүкіл ақша айналысы: қолма-қол және қолма-қол емес ақша болып бөлінеді. Сондай-ақ:

1. Өнімді өндіру және сату процесімен, яғни тауарлы сипаттағы есеп айырысулармен байланысты ақша айналымы.

2. Тауарлы емес сипаттағы есеп айырысулармен байланысты ақша айналымы түрлері бар.

Ақша айналысы бірнеше тарихи кезеңдерден өтті және металл, қағаз, несие ақшалар көмегімен жүзеге асырылды.

Ақшаның металдық теориясы. Бұл теорияның өкілдеріне капиталдың алғашқы қорлану кезеңіндегі меркан-

тилистер (Томас Мэн, т.б.) жатады. Олар қоғамның байлығын ақшамен өлшеді, сонымен қатар ақшаны бағалы металдармен бірдей деп есептеді. Олардың пікірінше қоғамның нағыз байлығы алтын мен күміс, яғни бұлар өзінің табиғаты бойынша нағыз ақшалар болып табылады.

Ақшаның металдық теориясы фетишистік сипатта, себебі, бұл теорияның пайымдауынша ақшаның рөлін алтын, күміс сияқты кез келген бағалы металл атқара алады, ал адамдардың тауар шаруашылығындағы өндірістік қатынастарын сипаттайтын ақша екендігі жөнінен хабарсыз. Ресейде металдық теорияның өкілі белгілі мемлекеттік қызметкер М.М.Сперанский (1771-1839) болып табылды. Сперанский ең мықты ақша материалы күміс деп санады. Металдық теорияның қайта жандануы XIX ғасырдың екінші жартысында, яғни Германияда 1871-73 жылдары алтын-монета стандартының енгізілуімен байланысты болды.

Неміс экономистері (К.Кейнс және т.б.) ақша деп тек қана бағалы металдарды емес, сондай-ақ металлға айырбасталатын орталық банктің банкноттарын да атаған. Ол кездері ақшаның металдық теориясы ақша реформасына негізделіп қолданылды. Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін француз экономистері Ж.Рюэфф және М.Дебре, ағылшын экономисі Р.Харрд халықаралық айналысқа алтын стандартын енгізу идеясын ұсынды.

Нақты экономика тұрғысынан қарағанда қарапайым тауар болса да, алтын ерекше орында тұрады. Қазіргі жағдайда алтынның негізгі экономикалық қызметінің мәні, оның капиталды инфляциядан сақтау құралы ретінде қызмет етуімен, несие алуда қамтамасыз ету құралы болуымен және маңызды өнеркәсіптік шикізат болып қала беруімен сипатталады.

Теңгелік (монета) – ол формасы, сыртқы пішіні, салмақты құрамы заңмен бекітілген металдан жасалған ақша белгісі.

Теңгелік ақша айналысы тарихында мынадай түсініктемелер бар:

Биметализм – жалпыға бірдей эквивалент рөлін екі немесе одан да көп металл атқарады, яғни айналыста алтын және күміс теңгеліктер пайдаланылады.

Монометализм – жалпыға бірдей эквивалент ретінде бір ғана металл түрінде (алтын, күміс, т.б.) қолданылатын ақша жүйесі. Б.з.д. III-II ғасырларда Римде мыс монометализмі, Ресейде 1843-52 жылдар аралығында күміс монометализмі болды. Ресейде алтын монометализмі 1897 жылы II Николай патша тұсында енгізілді.

Түрікше «*акче*», қазақша «*ақша*» сөзі «*ақ*» сөзіне қатысты, яғни күміс ақшаның (шақаның) түсіне байланысты шыққан.

Капиталистік тауарлы өндірістің дамуы барысында қағаз ақшалар пайда бола бастады. Олар айналыстан алтын ақшаны (шақаны) ығыстырып шықты.

Ақшаның номиналистік теориясы меркантилисттердің метализмге қарсы іс-әрекеті болып табылады. Тауар өндірісі мен айналымының өсуіне байланысты металл шақаларды вексель, банкнот түріндегі несиелік айналыс құралдарына жартылай ауыстыру біртіндеп орын алды. Ақшалар мен бағалы металдардың арасындағы ішкі байланыстарды жоққа шығара отырып, номиналистер құн белгілерінің жүру құқығын негіздеді, ол үшін олардың металдық құрамын белгіледі.

Номинализмнің негізгі ережесі төмендегідей:

1. Ақша идеалды есеп бірлігі болып саналады және олардың көмегімен тауарлардың айырбас құны анықталады.

2. Бұл бірлік ешқандай да ішкі құнға ие емес.

Сонымен номиналистер ақшаның құндық жаратылысын толық жоққа шығара отырып, оларды техникалық айырбас құралы ретінде қарастырады.

А.Смиттің айтуы бойынша, ақша – бұл айырбас процесін жеңілдететін техникалық дөңгелек, айырбас және сауда құралы. Ол ақшаның құны екі жақты мөнге ие деп санайды:

1) қандай да бір заттың пайдалылығын көрсетеді;

2) басқа тауарды сатып алу мүмкіндігі.

XIX ғасырдың аяғы XX ғасырдың басында саяси экономияда номинализм үстемдік ете бастады. Бірақ бұрынғы номинализмнен айырмашылығы – оның объектісіне қағаз ақшалар жатады.

Сұрақтар:

1. Натуралды шаруашылық дегеніміз не?
2. Тауарлы шаруашылық дегеніміз не?
3. Натуралды және тауарлы шаруашылықтың ерекшелігі.
4. Құн заңы дегеніміз не?
5. Ақша дегеніміз не?
6. Ақша қасиеті мен қызметін ата.
7. Ақша айналым жүйесінің төрт компонентін ата.

Тест сұрақтары

1. Тауардың мәні:

- А) адам қажетін өтейтін өнім;
- Б) пайдалы игіліктер;
- В) тұтыну құны мен құн бірлігі;
- Г) айырбас үшін өндірілетін өнім;
- Д) В, Г.

2. Натуралды шаруашылық дегеніміз не?

А) өнімдер сату үшін өндіріліп, ал өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы байланыс нарықтың көмегімен жүзеге асырылатын шаруашылық;

Б) нақты бір өнім шығаруға өндірушілердің мамандануын білдіретін қоғамдық еңбек бөлінісі;

В) жеке бас қажеттіліктерін өтеу үшін өндіретін шаруашылық;

Г) өнеркәсіптің қажеттілігін өтейтін шаруашылық;

Д) тауардың қандай түрін болса адам қажеттілігіне қарай қанағаттандыратын шаруашылық.

3. Тауарлы шаруашылық дегеніміз не?

А) жеке бас қажеттіліктерін өтеу үшін өндіретін шаруашылық;

Б) өнімдер сату үшін өндіріліп, ал өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы байланыс нарықтың көмегімен жүзеге асырылатын шаруашылық;

В) нақты бір өнім шығаруға өндірушілердің мамандануын білдіретін қоғамдық еңбек бөлінісі;

Г) бұл шаруашылықтың негізгі нысандарына жеке меншіктің мемлекет меншігіне көшірілуі;

Д) ұлттандырылған мүліктерді бұрынғы иелеріне қайтаруды білдіреді.

4. Тауар өндірісінің негізгі шарттары:

А) қоғамдық еңбек бөлінісі және меншік түрлерінің жіктелуі;

Б) өндіріске мамандануы мен құбылысы;

В) табиғи-климат ерекшеліктері;

Г) қоғамдық еңбек бөлінісі және меншіктің әлеуметтік түрлерінің теңдігі, өзара өрекетесуі.

5. Жеке бас қажеттіліктерін өтеу үшін өндіретін шаруашылық қалай аталады?

А) натуралды шаруашылық;

Б) тауарлы шаруашылық;

В) өндірістік шаруашылық;

Г) жеке шаруашылық;

Д) ұжымдық шаруашылық.

6. Құнның қай анықтамасы дұрыс?

А) қоғамдық еңбек шығындары;

Б) құн және еңбек шығындары;

В) айырбастан түскен тұтыну құны;

Г) өндірістік шығындар.

7. Құнның элементтерін көрсетіңіз:

А) ауыстырылған құн + жаңа жасалған құн;

Б) қажетті өнім және қосымша өнім;

В) жалақы, пайда және жер рентасы;

Г) өндіріс, айырбас шығындары.

8. Тұтыну құнының анықтамасы:

А) тұтыну қасиеттері, мән-мазмұн бірлігі;

Б) зат, тұтыну игіліктері;

В) адамдардың қажетін өтеу қасиеті, пайдалылығы;

Г) бәрі дұрыс емес;

Д) А, В.

9. Құн мөлшері:

- А) қоғамдық қажетті жұмыс уақыты бәсеке туындысы;
- Б) өндіріс шығындарының орташа мөлшері;
- В) жеке еңбек шығындары;
- Г) капитал өнімділігі.

10. Құн мөлшеріне әсер етуші факторларды атаңыз:

- А) еңбектің өнімділік күші – еңбек өнімділігі және еңбек қарқындылығы;
- Б) негізгі қорларды тиімді пайдалану;
- В) айналатын қорларды үнемдеу;
- Г) жұмыс күшін үнемді пайдалану.

11. Құн нысанының даму сатыларын көрсетіңіз:

- А) жай, жайылыңқы, жалпылама, ақшалай;
- Б) айырбас құны, баға, өндіріс бағасы;
- В) құн өлшемі, төлем құралы, айырбас құралы;
- Г) салыстырмалы, эквивалентті құн нысаны.

12. «Азаматты қаншалықты ақша аздырғандай, махаббат та соншалық аздырған жоқ» деген кім?

- А) У. Гладсон;
- Б) А.Смит;
- В) Аристотель;
- Г) Ксенофон;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

13. Ақша дегеніміз не?

- А) бұл жалпы эквивалент рөлін атқаратын ерекше тауар;
- Б) бұл банктің векселі, қағаз ақшадан айырмашылығы;
- В) бұл әрбір елде тарихи қалыптасқан және мемлекетпен заң бойынша берілген ақша айналысының ұйымшылдық нысаны;

Г) бұл банк арқылы ақша төлеу және оны басқа есепшотқа аудару жөніндегі АҚШ-тағы есепшоты бар тұлғаның жазбаша жарлығы.

14. Қағаз ақша Қытайда, Ресейде қашан пайда болды?

- А) 1800 ж.
- Б) 1769 ж.
- В) 1760 ж.
- Г) 1804 ж.

15. Банк арқылы ақша төлеу және оны басқа есепшотқа аудару жөніндегі ағымдағы есепшоты бар тұлғаның жазбаша жарлығын не деп атаймыз?

- А) вексель;
- Б) ақша;
- В) банкнот;
- Г) чек.

16. Қазақстан Республикасының ақша бірлігін ата.

- А) сом;
- Б) теңге;
- В) доллар;
- Г) рубль.

17. Тауар бағасын анықтауда ақша мынадай қызмет атқарады:

- А) құн өлшеуіш құралы;
- Б) капиталдың қалыптасуы;
- В) қор жинау құралы;
- Г) айналым құралы;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

18. Ақша қызметінің мәні неде?

А) есептеу жүйесі, табысты болу құралы, ресурстарды бөлу құралы қызметін атқарады;

Б) капитал жұмсаудың анықтаушы факторы және жиынтық ұсыныс мен айырбас қызметін атқарады;

В) есептеу бірлігі, айырбас құралы, қолдану құралы қызметін атқарады;

Г) күрделі қаржының анықтаушы факторы және тұтыну мен жиынтық сұраныс қызметін атқарады;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

19. Аталған халық топтарының қайсысы ақшаның аяқ асты құнсыздануынан зардап шегеді?

- А) өндірушілер;
- Б) облигация иелері;
- В) қарыз берушілер;
- Г) фермерлер;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

20. Қандай тауар жоғары өтімділікке ие?

- а) алтын;
- б) мұнай;
- в) ақша;
- г) газ;
- д) бидай.

21. Айналысқа қажетті ақша мөлшері неге кері пропорционал?

- А) ақша бірлігінің айналым санына;
- Б) тауарлардың бағасына;
- В) өндірілген өнім көлеміне;
- Г) жоғарыда аталғандардың барлығына;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

22. Жалпы эквивалент рөлін атқаратын ерекше тауарды не дейді?

- А) нарық;
- Б) маркетинг;
- В) ақша;
- Г) меншік;
- Д) дұрыс жауап жоқ.

23. Қағаз ақша алғаш рет қай елдерде пайда болды?

- А) Қытай, Рим;
- Б) Қытай, Мысыр;
- В) Грекия, Рим;
- Г) Грекия, Қытай;
- Д) Қытай, Үндістан.

24. «Монета» сөзі қай ғасырда, қай елде пайда болды?

- А) б.з. д. IV ғасырда, Ежелгі Римде;
- Б) б.з.д. IV ғасырда, Ежелгі Үндістанда;
- В) б.з.б IV ғасырда, Ежелгі Мысырда;
- Г) б.з.б IV ғасырда Ежелгі Грекияда;
- Д) б.з.д IV ғасырда Ежелгі Қытайда.

25. Қағаз ақша Қытайда қай ғасырда пайда болды?

- А) X ғасырда;
- Б) XI ғасырда;

- В) XII ғасырда;
- Г) XIII ғасырда;
- Д) XIV ғасырда.

26. Ақша айналым жүйесінің 4 компонентін ата:

- А) несие және қағаз ақшалар, теңгеліктер жүйесі;
- Б) ақша эмиссиясы;
- В) ұлтық ақша өлшемі;
- Г) ақша айналымын реттеп отыратын мемлекеттік органдар;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

27. Ақша тауар құнын өлшеуде мынадай қызмет атқарады:

- А) ақшаның тұрақтылығы;
- Б) ақшаның құнсыздануы;
- В) ақшаның біртектестігі;
- Г) құн өлшеуші құралы;
- Д) ақшаның бөлінімділігі.

28. Тауар бағасы нарықтық баға теориясымен сәйкес келеді – бұл:

- А) тауар сатып алушыға тауар пайдалылығының субъективтік бағасы;
- Б) тауар құнының ақшалай көрінісі;
- В) тауар айырбасталу пропорциясы;
- Г) тауар сатып алушының бағасы;
- Д) қор жинау құралы.

29. Жай тауар өндірісінің ерекшеліктері:

- А) меншік иесі мен еңбектің бірлігі, айырмашылығы;
- Б) еркін айырбас құқығы;
- В) мамандану мен еңбек корпорациясының деңгейі;
- Г) патриархалды сипаты;
- Д) А,Б.

30. Тауарға бағаның көтерілуіне байланысты ақшаның құнсыздануы – бұл:

- А) инфляция;
- Б) дифляция;
- В) билинантизм;
- Г) монаментализм;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

2.2. Нарық және оның құрылымы, қызметі мен ықпал ету механизмі

Жоспар:

1. Нарық туралы ілім. Нарық – экономикалық қатынас жүйесі ретінде.
2. Нарық құрылымы. Нарықтық экономика субъектісі.
3. Нарық механизмі, қызметі.

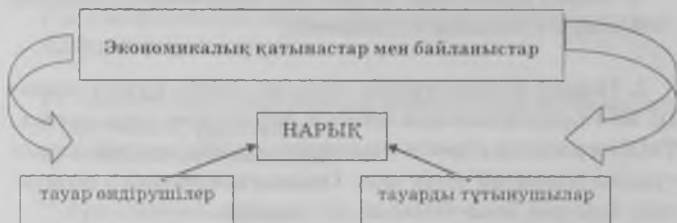
I. Нарық мәселелерінің қоғамды қайта құру теориясы мен практикасында алатын зор мәніне қарамастан, ТМД құрамына кіретін мемлекеттердің арасында нарық туралы бірыңғай пікір жоқ. Осыған байланысты нарықтың бірнеше анықтамасын келтірейік.

Нарық – бұл өндіріс факторларын немесе оның нәтижелері мен шарттарын айырбастауға байланысты болатын өндірістік қатынастардың белгілі бір бөлігі немесе жүйесі.

Нарық – бұл сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы экономикалық қатынастардың белгілі бір жүйесімен сипатталатын тауар айырбасының саласы.

Бұл анықтамаларға тән ортақтық, нарық – өндірістің емес, айырбастың категориясы, нарықтық қатынастардың субъектісі – өндірушілер мен тұтынушылар емес, сатушылар және сатып алушылар деп көрсетілуі. Шын мәнінде тауар-ақша, нарықтық байланыстар сату-сатып алумен шектелмейді. Бұл жерде, басымдылық айырбас пен айналыс саласындағы қатынастарға емес, өндірісте болатын қатынастарға тиісті болуы керек, себебі тек осы жерде ғана өнім жасалады және оның тауарға айналуын сипаттайтын, тауар-ақша қатынастарын қандай нақты нысандарда болатынын көрсететін экономикалық байланыстар пайда болады. Нарық қызметін тек қана айырбас саласымен шектеу – оны бәсеке, ең аз шығынға ұмтылу, өзара тиімді өндірістік байланыстарды жасау сияқты маңызды қасиеттерінен айырады. Сонымен бірге, нарықты жай ғана тауар айырбасы емес, тауар өндірушілер мен

тұтынушылардың қарым-қатынастарына төн қайтарымдылық, бәсекелестік болатын айырбастың экономикалық өткізілуі ретінде қарау керек. Осы тұрғыдан алғанда, нарықты әр түрлі тауар өндірушілер мен тұтынушылардың арасында болатын экономикалық байланыстар мен қатынастар жүйесі деп сипаттауға болады.



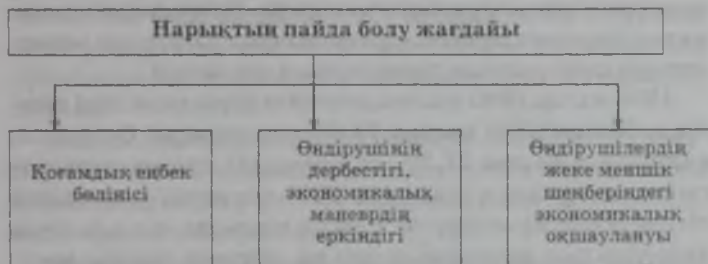
Нарық – экономикалық байланыстар мен қатынастар ретінде

Берілген анықтамаға келсек, әңгіме біріншіден, тек өндірушілер мен тұтынушылардың арасындағы жеке байланыс пен қатынас қана емес, сонымен қатар өндірушілердің, өндірушілер мен сатып алушы-тұтынушылардың өздері арасындағы байланыстар мен қатынастар туралы болып отыр.

Екіншіден, бұл қатынастар мен байланыстар қайтарылымдылықты, тепе-теңдікті, объективті түрде алдын ала анықтайды, яғни шаруашылық серіктестерінің қатынас субъектісі ретіндегі тең құқылығын бейнелейді. Бұдан серіктестердің шаруашылық қызметтердің варианттарын және өткізу бағасын таңдаудағы, табыстарды иемденудегі дербестігі мен тәуелсіздігі туындайды.

Үшіншіден, алғашқы екі жағдайдың салдары – бәсеке өндіріс процесінде де, тұтыну процесінде де болатын шаруашылық байланыстардың өзгеруіне себебін тигізуі мүмкін. Себебі нарық бәсекесіз өмір сүре алмайды. Ал бұл меншік нысандары мен әр түрлі тауар өндірушілер болған жағдайда ғана мүмкін. Соның нәтижесінде өндіріс

экономикалық жағынан әлсіз, өмір сүруге қабілетсіз шаруашылық бірліктерінен тазарады, ал басқа жағынан, тиімділігі жоғары және болашағы зор шаруашылық субъектілеріне жол ашады.



Нарықтық экономиканың күрделі экономикалық жүйе ретінде өзіндік құрылымы бар. Нарықтарды ажырату критерийлері көп және олардың бәрі нарықтық қатынастардың әр түрлі қырларын сипаттайтындықтан маңызды болып табылады.

Сонымен қатар, әр экономикалық жүйенің түпкі мақсаты түрлі экономикалық мақсаттағы тауар өндіру арқылы іске асырылатын тұтыну болғандықтан, негізгі критерийі нарықтық қатынастар объектілерінің экономикалық мақсатына қарай жіктелуі болып табылады.

Белгілі экономис Л. Эрхардтың айтуы бойынша, «нарықтық экономикадан жоспарлы экономикаға өту оңай, керісінше, жоспарлы экономиканы еркін нарықтық шаруашылықпен ауыстыру асқан қиыншылық тудырады».

Қазақстандағы нарыққа өту бағдарламасы 1990 жылы КСРО Жоғарғы Кеңесі бекіткен «Халық шаруашылығын тұрақтандыру мен нарықтық экономикаға өтудің негізгі бағыттарында» негізделген.

Бірінші кезеңде (1990 ж. аяғына дейін) саяси және әлеуметтік-экономикалық жағдайды тұрақтандыру шараларын жүзеге асару және экономикалық реформалар жөніндегі заңды актілер пакетін қабылдау көзделді.

Екінші кезеңде (1991 ж.) нарықтық инфрақұрылымды белсенді қалыптастыру мақсаты мен экономиканы реттеудің жаңа әдістері белгіленді.

Үшінші кезеңде (1992 ж.) республиканың әлеуметтік-экономикалық жағдайын тұрақтандыру және аумақтық, инвестициялық, құрылымдық, ғылыми-техникалық, экологиялық саясаттың болашақ бағдарламасын кезең-кезеңімен іске асыру қарастырылды. Түбегейлі экономикалық реформалардың жүзеге асырылуы ұлттық экономикада дағдарыстың тереңдеуімен ере жүрді.

1993 жылы 1990 жылғы деңгейге қарағанда ішкі жалпы өнімнің (ІЖӨ) көлемі 74,6% -ды құрады. Өнеркәсіп өндірісінің көлемі 27,3% -ға төмендеді, станок құрылысында өндірістің құлдырауы 50% -дан асты, минералды тыңайтқыштар өндіру 80 % -ға құлдырады, т.с.с. Белгілі дейгейде бұл дағдарыс заңды да, өйткені жалпы өлеуметтік-экономикалық жүйенің алмасу кезеңі жүріп жатқан болатын.

1991-1993 жылдарды Қазақстандағы алғашқы нарықтық қатынастардың қалыптасу кезеңі ретінде сипаттауға болады. Сонымен қатар нарықтық экономиканың заңдық базасының қалыптасу процесі жүріп жатты. 1994 жылдан бастап 1998 жылға дейін Қазақстанда нарықтық экономика қалыптасуының екінші кезеңі басталды, бұл кезеңде дербес нарықтық институттар мен нарықтық инфрақұрылымдар белсенді түрде құрылды. 1998 жылдан нарықтық қатынастар дамуының үшінші кезеңі – тұрақтандыру және экономикалық даму кезеңі басталды.

Шаруашылық субъектілерінің дербестігі мен тәуелсіздігі	Меншік қатынастарының алуан түрлі нысандары	Өндіріс қуатының белгілі бір резерві мен бос жұмыскерлердің болуы
Нарықтық экономиканың шарттары		
Тауар өндірушілердің және сауда делдалдарының бәсекесі	Контрагенттер, өздерінің өнімдеріне баға белгілеу құқы	Нарық инфрақұрылымын жасау

II. Нарықтық экономика – өндірушілер мен тұтынушылар нарық арқылы әрекет ететін шаруашылықты ұйымдастыру нысаны. Осы негізде қарастырсақ, нарық – бұл нарықтық экономиканың іске асырылу механизмі, «не, қалай, кім үшін өндіру керек?» мәселелері баға, сұраныс және ұсыныстың көмегімен шешілетін өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы экономикалық қатынастар жүйесі.

Адамдардың әрекет ету ортасына (өндірістік, әлеуметтік, қаржы, рухани) және сату-сатып алу ортасына қарай жалпы ішкі ұлттық нарықты шартты түрде бірнеше түрлерге бөлуге болады.

Олар біртұтас болып табылатын ұлттық нарықтың жеке элементтерін құрайды, бір-бірімен өзара байланыста және тәуелділікте болады. Мәселен, материалдық өндіріс саласы және материалдық емес өндіріс салалары өндіріс құрал-жабдықтары, тұтыну және жұмыс күші нарықтарын құрайды. Нарық түрлерін саралап көрсететін терең құрылым жасау факторы нарық қатынастары объектілерінің экономикалық бағдары болып табылады.

Осы фактор бойынша олар өндіріс құрал-жабдықтары, тұтыну және қызмет көрсету нарығы; қаржы саласы бойынша – бағалы қағаздар нарығы, қарыз нарығы, валюта нарығы, капитал нарығы; рухани сала бойынша – ақпарат нарығы, ғылыми-техникалық ақыл-ой нарығы, ғылыми-техникалық өнімдер, зерттемелер нарығы, рухани ақыл-ой нарығы және астыртын экономика нарығы болып бөлінеді.

1. Өндіріс құрал-жабдықтар нарығы өзгертілген нысанда болды. Ол материалдық-техникалық жабдықтау жүйесі арқылы қорды тікелей бөлу түрінде өмір сүрді. Өзіне керекті ресурсты тұтынушы көбіне бірден ала алмады, қорларды әр түрлі жолдармен алу бүкіл бөлу жүйесінің құрамдас бөлігіне айналды. Шикізат нарығының қалыптасуы – әдеттегі ұдайы өндіріс процесінің қажетті шарты. Сауданың нысандары әр түрлі болуы мүмкін: көтерме сауда дүкендері, жәрмеңкелер, биржалар, келісім бойынша өзара жеткізілімдер.

2. Тұтыну және қызмет көрсету тұтыну тауарлары-ның нарығы елімізде барлық уақытта мемлекеттік сауда жүйесінде және кооперативті колхоз жүйесінде өмір сүрді. Бірақ оған әр уақытта да тауар тапшылығы, сауданысандарының жеткіліксіз дамуы, ассортименттің аздығы, бағаға қатаң бақылау тән болды. Қазіргі міндет осы ескінің қалдықтарын жою, сауданы оның қазіргі барлық әр алуан нысанында тежеп тұрған тұсаулардан босату. Соның ішінде нарықты тұрақтандырушы шаралар қабылдай отырып, оны тауарлармен толтыру, тұрақты баға бойынша мемлекеттік сауда жасаудан тікелей өндірушілердің, мемлекеттік емес фирмалардың, делдалдардың жеке және фирмалық дүкендер және қоғамдық тамақтану жүйесі арқылы нарықтық баға бойынша тауарларды тікелей сатуға көшу. Қызметтер нарығы әр уақытта жасырын фирмаларда өмір сүреді. Нарықтық қатынастардың барлық жақтарының мүдделері үшін тұрмыстық, коммуналдық, көліктік және басқа да қызметтің түрлерін ресмилендіру қажет.

Мәдениет, білім беру, денсаулық сақтау салаларындағы қызмет жөнінде айтатын болсақ, онда қызметтерге ақы төлеуді жаппай енгізу – бұл талас тудыратын мәселе, яғни ақы төлейтін мектептер, емханалармен қатар бюджеттіктер де болуы керек. Олардың ара салмағы халықтың төлем қабілетінің жағдайына, мемлекеттің табыс саясатына байланысты өзгеріп отырады.

3. Еңбек нарығы – нарықтық қатынастар қалыптасуы жағдайында мемлекеттік нысаннан басқа меншік пен кәсіпкерліктің басқа да нысандары болады. Қызметкерлердің тандап алу құқығы пайда болады. Қызметкерлерді жалдау жалдаушы мен қызметкер арасындағы шарт бойынша ғана мүмкін болады. Бұл шартта келісімнің барлық жайлары, соның ішінде жұмыс күші тауардың бағасы да көрсетіледі. Қызметкерді өндіріске қамтудың мұндай нысандары еңбек нарығының қалыптасуын білдіретін болады. Белгілері: конструктор, еңбек биржасы.

Қаржы саласы бойынша:

1. Бағалы қағаздар нарығы – нарықтың бұл түрлері дамыған нарықтық қатынастарға тән. Бағалы қағаздар

нарығы – бұл акциялар, облигациялар, сондай-ақ чектер, вексельдер нарығы. Олардың айналысы үшін сатып алушылар мен сатушылар арасындағы көптеген келісімдер жасалатын құнды қағаздар биржаларының жүйелерін жасау қажет. Бұл жағдайда, акцияларға бағаның өзгеруі көптеген жағдайда өздері өкілдері болып тұрған құрылымдар эканомикасының жайын білдіреді.

2. Валюта нарығы – бұл ақшаға айырбасталатын ақша нарығы. Біздің экономика үшін бұл ең алдымен, өрине, ақшаға валюта нарығы ақшаның өтімділігін қажет етеді.

3. Қарыз нарығы – бұл ақша нарығының бір түрі, бірақ оларды белгілі бір іске жұмсауды қажет етеді. Бірінші жағдайда мемлекет бюджет ресурсын тікелей мақсатта жұмсайды, мысалы: мектеп, емханалар салу және т.б. Ал нарықтық экономикада ақша қаржыларының шығар көзі саудалық банктердің белгілі бір пайызға беретін несиесі болып табылады.

Рухани сала:

1. Ақпарат нарығы – бұл адамдарға ақпарат беретін мағлұматтар нарығы. Мысалға: анықтама ақпараты, электронды есептеу машиналары үшін бағдарламалар, сондай-ақ кітаптар, газеттер, журналдар. Қазіргі қоғамды ақпараттық өнімсіз елестету мүмкін емес. Ол үшін ақы төлеу – онымен кәсіби айналысатындардың еңбегіне ақы төлеу.

2. Инновациялар нарығы – бұл ғылыми-техникалық идеялардың және т.б. нарығы. Бізде өнертапқыш өзінің ғылыми және ақыл-ой еңбегі үшін материалдық ақы тіптен алмайды деуге болады. Ал барлық өркениетті елдерге инновациялық еңбек – ең қымбат еңбектердің бірі, өйткені ол ғылыми-техникалық прогрестің жеделдеуіне серпін береді.

Нарықтың қалыптасуы бұл тауар шаруашылығының орнығуымен тура келетін, ұзақ тарихи процесс. Сондықтан нарықтық қатынастардың пайда болуының да, дамуының да шарттары қоғамдың еңбек бөлінісі және әр түрлі меншік иелерінің болуы болып табылады.

Сонымен, нарықтық экономика тұжырымдамасы мынаны көрсетеді: нарықтың пайда болуы, өмір сүруі және

дамуы үшін, белгілі бір шарттар қажет, оларсыз нарықтың болуы мүмкін емес.

Нарықтық өмір сүруінің бастапқы, анықтаушы шарты – нарықтық қатынастардың шаруашылықты жүргізуші барлық субъектілерінің экономикалық еркіндігі, дербестігі. Бұл әрбір адамның (отбасының, адамдар тобының, ассоциациялардың ұйымдардың және т.б.) қандай да болмасын істі өз мүмкіншіліктеріне, ниетіне сай ұйымдастыруы, кез келген серіктестерімен сатып алу-сату қатынастарына еркін ену құқын, келісім жасағанда барлық серіктестердің тең құқықты болуын білдіреді. Сонымен бірге таңдау еркіндігі абсолютті, шексіз болмайтынын да түсіну қажет.

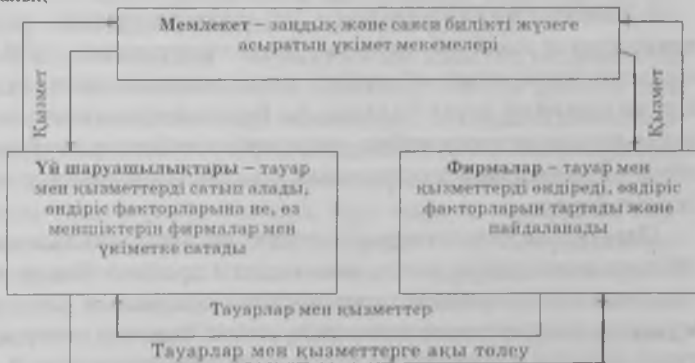
Шектеулердің екі жақты сипаты бар:

Біріншіден, экономикалық субъектілердің іс-әрекеті заң және серіктестер алдындағы экономикалық жауапкершілік шеңберінде мүмкін болады.

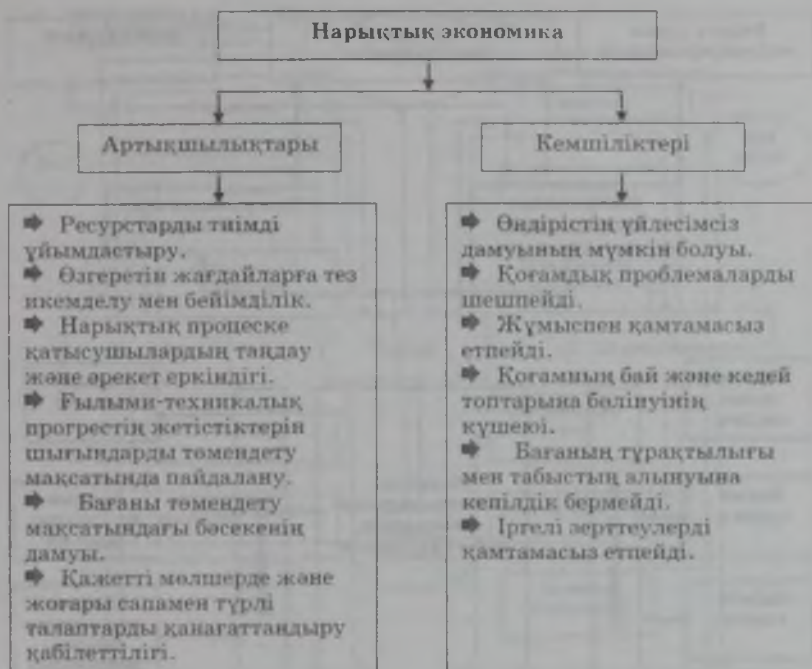
Екіншіден, мемлекет нарықтың заңын бұзбай, оның субъектілерінің іс-әрекетін белгілі бір түрде бағыттайды, реттейді.

Нарықтық экономика субъектілерінің өзара әрекет ету үлгісі

Салық

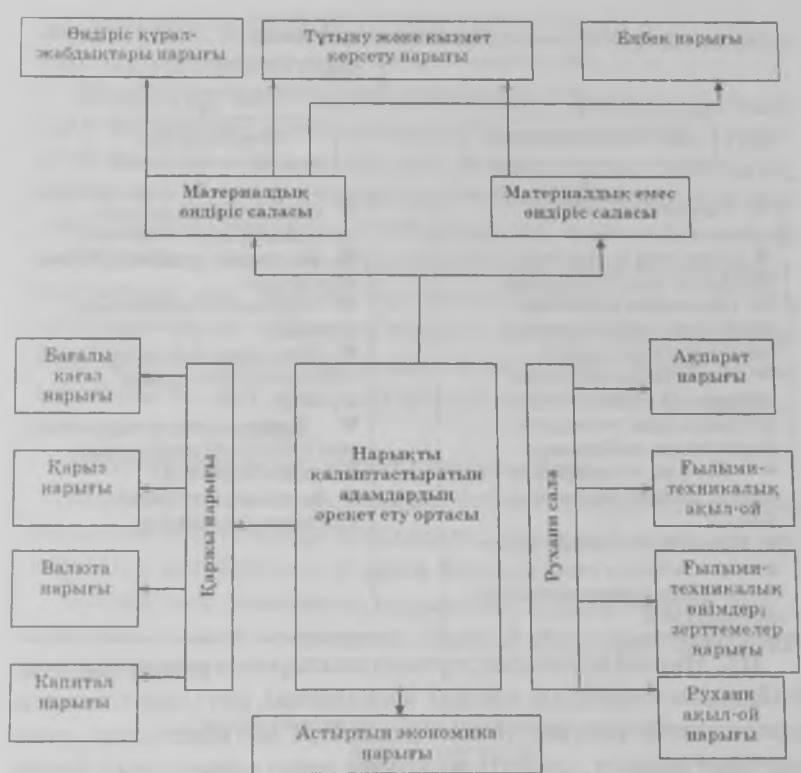


Нарықтық экономиканың артықшылықтары мен кемшіліктері:

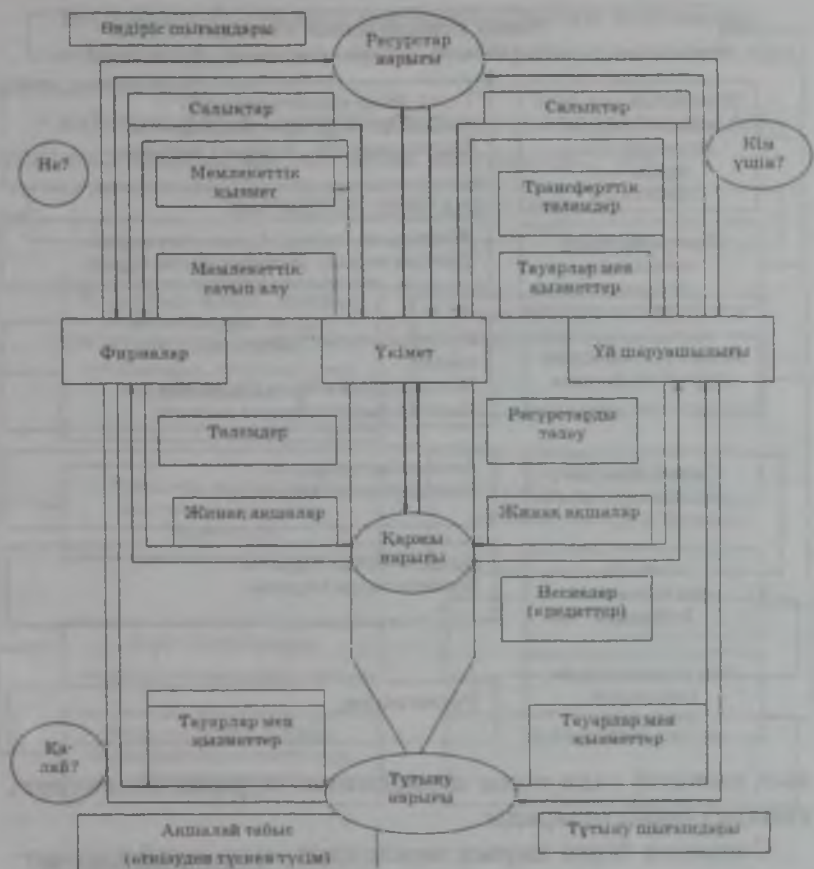


III. Нарық қоғамдық тұтынушылар мен өндірушілерді байланыстырудың тиімді механизмі ретінде әлемдік өркениеттің ұлы жетістіктерінің бірі деп есептеледі, оны математикамен, электроникамен және адамзаттың басқа ұжымдық даналығының шыңымен теңеуге болады. Бірақ нарық механизмі кәсіпкерлік пен бәсекелестікті дамытпайынша өмір сүре алмайды. Ал бұл меншіктің алуан түрлі нысандары және әр түрлі тауар өндірушілері болғанда ғана мүмкін, мұнда өндіріс экономикалық жағынан өлсіз, өмір сүруге қабілеті жоқ шаруашылықтардан тазарады, оның есесіне олардың тиімді жұмыс жасайтын болашағына үміт күттіретініне қолайлы жағдай жасайды. Бұдан біз нарықтың қоғамға қажет шаруашылық бірліктерін іріктеудің демократиялық механизмі және ең әділетті төрешісі екенін көріп отырмыз.

Сонымен бірге нарықтың механизмі идеалды емес, оның елеулі қайшылықтары бар. Оның жағымсыз жақтарына әлеуметтік жіктелу, әлсіздерге, әсіресе банкротқа ұшырағандарға деген мейірімсіздік, жұмыссыздықтың болуы жатады.



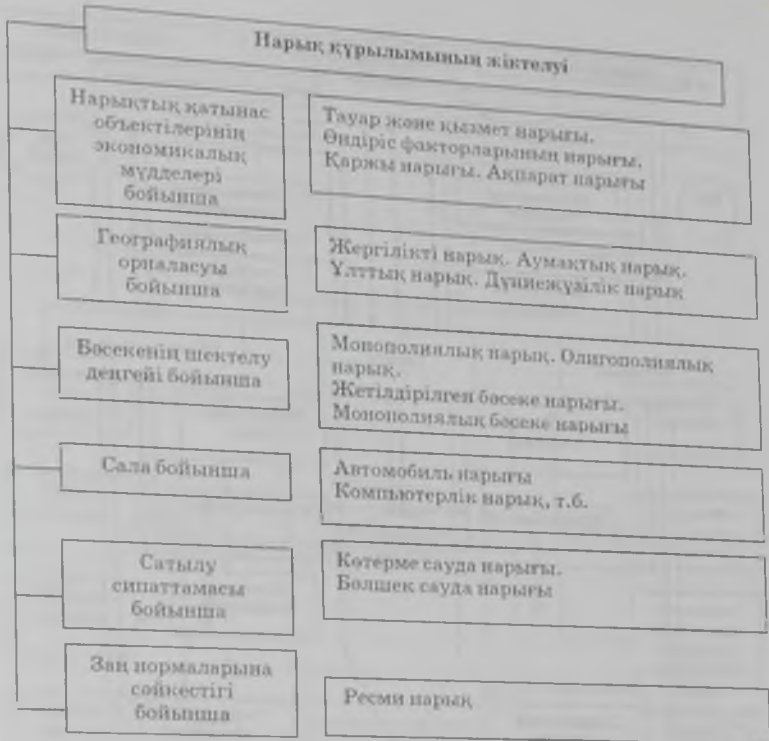
Реттелмейтін таза нарықты экономика адамның еңбек ету, білім алу, жеке басының қауіпсіздігі, табыс табу сияқты әлеуметтік-экономикалық құқықтарына кепілдік бермейді. Бұл салалар мемлекеттің белсенді түрде аралысып реттеуін қажет етеді. Мемлекет бағаны реттеу, салық жүйесінің негізінде табысты қайта бөлу, бюджет шығындарының есебінен жұмысшыларды қайта мамандандыру, оларға жәрдем ақша бөлу және халықты әлеуметтік қамту жүйесі арқылы нарықтық экономиканың қысымын жұмсартады. Нарық механизмі ғылым мен техника жетістіктерін, еңбек ресурстарын, еңбекті ұйымдастырудың жаңа әдістерін кеңінен пайдалануды көздейді.



Жалпылама тұрғыдан алғанда нарықтың мәні оның атқаратын қызметтері арқылы ашылады. Ең алдымен, нарық экономикалық тұрғыдан бөлектенген материалдық игіліктерді және қызметтерді өндірушілер мен тұтынушыларды байланыстыратын буын түрінде көрінеді.

Нарықтың атқаратын келесі қызметі – ақпараттық. Нарық тауарлар бағасы мен қызмет ақыларының, несие және банк депозитінің (салымының), пайыздық нарқының (ставка), т.б. үздіксіз өзгеріп отыруы арқылы өндіріске қатысушыларға олар сататын немесе сатып алатын тауарлар мен қызметтерге жұмсалатын қоғам-

Нарық құрылымының жіктелуі



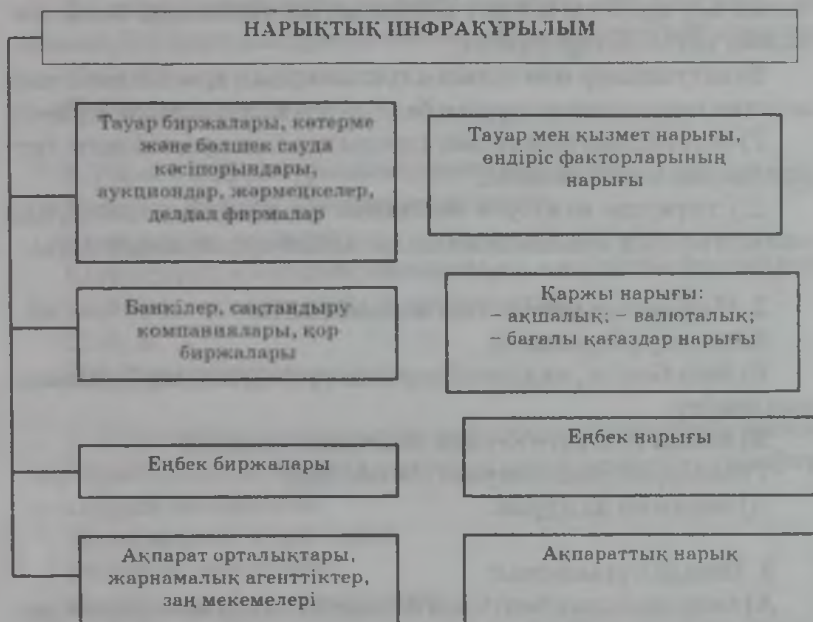
дық қажетті сапа және ассортимент туралы объективті ақпарат беріп отырады.

Сонымен бірге нарық механизмі мынандай қызметтер атқарады: бәсеке күресінің жәрдемімен қоғамдық өндірісті тиімсіз шаруашылық бірліктерінен тазартады және керісінше олардың даму болашағы барларына тиімді жағдай жасайды.

Біздің нарық терең монополияландырылған, сондықтан нарықтық ортаны қалыпты жағдайда ұстап тұру үшін біздің алдымызда бәсекелестер әлемін құру міндеті тұр. Бұл – нарықтық қатынастардың табиғи болмысы, мұндай жағдайда тауар өндірушілер өнім өндіру мен сатуға байланысты кәсіпкерлікпен белсенді түрде айналысуға мүдделі болады.

Сонымен қатар, маңыздылығы жағынан басқалардан кем түспейтін нарықтың атқаратын қызметтеріне мыналар жатады:

- тауардың қоғамдық мағыналылығын мойындау;
- өндірістік шығындарды азайтуды экономикалық ынталандыру;
- еңбекке деген материалдық ынталандырманы (стимул) экономикалық жағынан қамтамасыз ету.



Жаңа ұғымдар:

- Нарық
- Еңбек нарығы
- Қаржы нарығы
- Валюта нарығы
- Нарық қызметтері: реттеуші, ақпараттық

Сұрақтар:

1. Нарық мәнін, құрылымын, атқаратын қызметтерін ата.
2. Нарықтық экономиканың ерекшеліктерін ата.

Тест сұрақтары

1. Нарық дегеніміз не?

А) экономикалық қатынастардың жүйесі;

Б) өндіріс, бөлу, айырбас және тұтыну аясында сату және сатып алу арқылы жүзеге асырылатын ұйымдық-экономикалық қатынастар жүйесі;

В) сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы экономикалық қатынастардың белгілі бір бөлігі немесе жүйесі;

Г) сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы тауар айырбасының саласы;

Д) тауарды өткізуге байланысты айырбас саласында қалыптасатын экономикалық қатынастардың жиынтығы.

2. Нарықтың атқаратын қызметін ата:

А) реттеуші қызметі;

Б) баға бекіту, өндірушілер мен тұтынушылар байланысын бекіту;

В) өнімді өндіруге кеткен шығынды есептеу;

Г) өндірушілерді әлеуметтік жіктеу;

Д) барлығы да дұрыс.

3. Нарық құрылымы:

А) экономикалық белгілері бойынша тауар мен қызмет нарығы, өндіріс құралдары, еңбек, инвестиция, бағалы қағаздар қаржылары болып бөлінеді;

Б) географиялық орны бойынша жергілікті, ұлттық, аймақтық және әлемдік болып бөлінеді;

В) бәсекені шектеу дәрежесі бойынша монополиялық, олигополиялық, еркін, аралас деп аталады;

Г) барлығы да дұрыс.

4. Нарықтың артықшылықтарын ата:

А) өзгертін жағдайда тез бейімделу және икемділік;

Б) шығындарды азайту және пайданы көбейту мақсатымен жаңа технологияларды оперативті қолдау;

В) өртүрлі қажеттіліктерді керекті мөлшерде және жоғарғы сапамен қанағаттандыру қабілеті;

Г) шешім қабылдауда, келісім жасауда өндірушілер мен тұтынушылардың тәуелсіздігі;

Д) барлығы да дұрыс.

5. Нарықтың кемшіліктерін ата.

А) нарық еңбек пен табысқа құқықтық кепіл бермейді, нарықтық жүйе теңсіздіктерді туғызады;

Б) нарық тауарлар мен қызметтерді ұжымдасқан түрде өндіруге ынта тудырмайды;

В) нарық өлеуметтік қажетті тауарды өндіруге емес, ол ақшасы барелдердің сұранысын қанағаттандыруға бейімделген;

Г) А, Б;

Д) барлығы да дұрыс.

6. Нарық инфрақұрылымдарының түрлері:

А) тауар, қаржы және еңбек нарығы;

Б) жарнама, ақпарат;

В) тауардың қоғамдық мағыналары, өндірістік шығындарды азайтуды экономикалық ынталандыру;

Г) А, Б;

Д) барлығы дұрыс.

7. Нарықтық қатынастың табысты қызмет етуін қамтамасыз ететін мемлекеттік иеліктер мен коммерциялық фирмалардың жиынтығы:

А) нарықтың құрылысы;

Б) нарық механизмі;

В) нарық инфрақұрылымы;

Г) А, Б;

Д) барлық жауабы дұрыс.

8. Нарықтың жекелеген элементтерінің ішкі құрылысы:

А) нарық құрылысы;

Б) нарық механизмі;

В) нарықтық инфрақұрылым;

Г) А, Б;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

9. Нарықтың инфрақұрылымын неше түрге бөлу қабылданған?

А) 2;

Б) 4;

В) 3;

Г) 5;

Д) 6.

10. Тауар биржалары, бөлшек және көтерме сауда кәсіпорындары, жәрмеңкелер, биржалық емес сипаттағы делдал фирма нарықтың қандай инфрақұрылымына жатады?

- А) қаржы нарығы;
- Б) тауар нарығы;
- В) ешқандай;
- Г) еңбек нарығы;
- Д) барлық жауабы дұрыс.

11. Құрамына қор және валюта биржалары, банктер, сақтандыру компаниялары мен қорлары жататын қандай нарықтың инфрақұрылымын білесің?

- А) қаржы нарығы;
- Б) ешқандай;
- В) тауар нарығы;
- Г) еңбек нарығы;
- Д) барлық жауабы дұрыс.

12. Жұмыспен қамтамасыз ету қызметі, кадрларды қайта дайындау, жұмыс күшін миграциялау, реттеу және т.б. кіретін нарықтың қандай инфрақұрылымын білесің?

- А) қаржы нарығы;
- Б) тауар нарығы;
- В) ешқандай;
- Г) еңбек нарығы;
- Д) барлығы да дұрыс.

13. Алғаш рет адамдар нарықты қалай деп түсінген?

- А) нарық сұраныс пен ұсыныстың, өндіруші мен тұтынушының өзара әрекетінің аясы;
- Б) тауар мен қызметтерді айырбастайтын орынды атаған
- В) сату мен сатып алу қатынасының жүйесі;
- Г) бөлу, айырбас және тұтыну аясындағы қатынас жүйесі;
- Д) барлығы да дұрыс.

14. Нарықтық экономикаға не тән?

- А) мемлекеттік меншік орын алу;
- Б) өндірушілер мен тұтынушылардың экономикалық еркіндігі;
- В) кәсіпорындардың атқарған қызметіне мемлекеттік жауапкершілігі;

- Г) бәсеке;
- Д) баға тепе-теңдігі.

15. Нарық қызметіне қайсысы жатпайды?

- А) ұдайы өндірістің үздіксіз жұмыс жасауын қамтамасыз ету;
- Б) бағалық;
- В) өндірісті реттеу;
- Г) өндіруші мен тұтынушы арасындағы делдалдық;
- Д) ақпараттық.

16. Мына сипаттаманың қайсысы нарықтық экономикаға жатады?

- А) кәсіпкерлік талғам еркіндігі;
- Б) мемлекеттік меншіктің болуы;
- В) бәсекенің болмауы;
- Г) бір орталықтан жоспарлау;
- Д) артта қалған технология.

17. Нарықтық экономикада мемлекет қандай проблемалармен айналысу керек?

А) қоғам қажет ететін тауар мен қызметтің айналымын анықтайды, қандай да топтың және барлық тұрғындардың талғамдарына тәуелсіз;

- Б) қоғамда ақшалай табысты бөлумен;
- В) ресурстарды қайта бөлумен;
- Г) қолда бар ресурстан қанша шығару керек мәселесімен;
- Д) барлығы дұрыс.

18. Егер экономикалық проблемалар әрі нарықпен әрі үкіметпен шешілсе, онда ... экономика деп аталады.

- А) аралас;
- Б) натуралды;
- В) нарықтық;
- Г) жоспарлы;
- Д) әміршілдік.

19. Келесілердің қайсысы нарықтық экономикаға тән емес?

- А) нарықтық бағаның қалыптасуы;
- Б) жоспарлау;
- В) дамыған бәсекенің дамуы;
- Г) кәсіпкерлік іс-әрекеттің еркіндігі;
- Д) тұтынушылардың таңдау еркіндігінің болуы.

20. Нарықтық шаруашылықтың субъектілерін ата:
- А) жеке тұлға, фирма, мемлекет;
 - Б) жеке тұлға, кәсіпорын еңбек ұжымы, заңды тұлға;
 - В) жеке тұлға, мемлекет;
 - Г) кәсіпорын еңбек ұжымы, мемлекет;
 - Д) нарық инфрақұрылымы.

2.3. Сұраныс және ұсыныс заңы. Бәсеке

Жоспар:

1. Сұраныс және ұсыныстың нарықтағы орны.
2. Нарықтық тепе-теңдік. Сұраныс және ұсыныс заңын өндіру мен атқаруға ықпалы.
3. Бәсеке, оның түрлері. Бәсекенің нарықтағы орны.

1. Сұраныс пен ұсыныс бүкіл экономикалық жүйенің ырғақты жұмыс жасауын көрсететін басты «тұтқа» болып табылады. Нарық өндірушілер мен тұтынушыларды өзара байланыстыратын ерекше нысан ретінде өндіріс пен тұтыну арасында болатын белгілі бір тепе-теңдікті қажет етеді. Үстірт қарағанда бұл тепе-теңдік сұраныс пен ұсыныс арасындағы сәйкестік түрінде көрінеді, өйткені сұраныс пен ұсыныс – өндірушілер мен тұтынушылардың арасындағы қатынасты көрсететін ерекше нарықтық нысан.

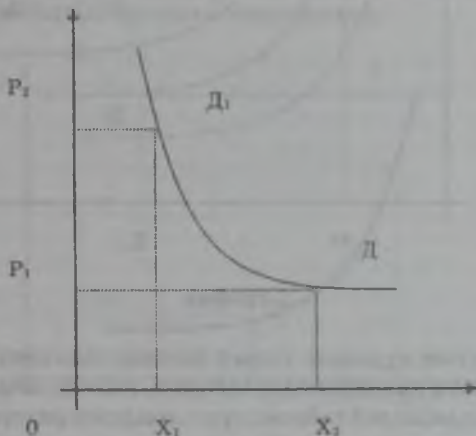
♣ Ойлан, тап!



және



Сұраныс – бұл нарықта болатын, ақшамен қамтамасыз етілетін қажеттіліктердің көріну нысаны. Басқаша айтқанда, сұраныс – төлем қабілеті бар қажеттілік. Тауардың нарықтық бағасы мен сұраныс мөлшерінің арасында барлық уақытта да белгілі бір арақатынас болады. Оны графикті түрде сұраныс қисығының сызығы деп атайды.



1-график

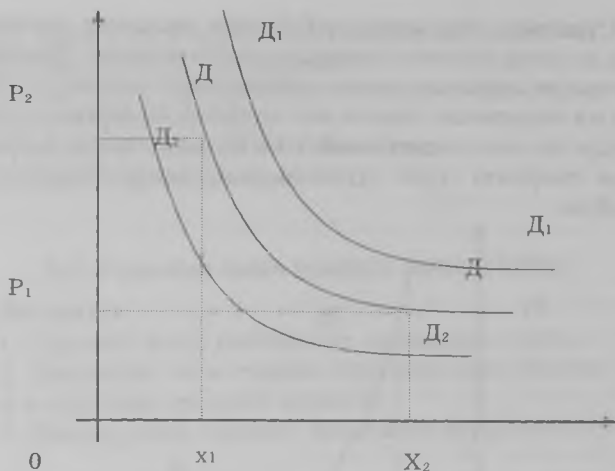
P – нарықтық баға

D – сұраныс қисығы

X – сұраныс мөлшері

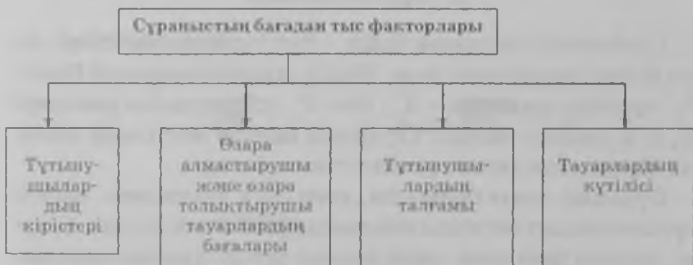
Графиктегі көлденең білік – бұл сұраныс мөлшері, ал тік білік – нарықтық баға. Көріп отырғанымыздай баға – P_1 , сұраныс мөлшері – X_1 , баға $P_2 > P_1$ сұраныс мөлшері $X_2 < X_1$ сәйкес келеді. Тауардың бағасы неғұрлым жоғары болса, оған деген сұраныс төмен болады.

Сұраныс заңы бойынша, егер баға төмендесе, әдетте тұтынушылар тауарды көп мөлшерде сатып алады. Егер де тауарға баға өссе, онда оларға деген сұраныс азаяды. сұраныс қисығының сызығы бір қалыпта тұрмайды, ол мезгіл-мезгіл жылжып отырады. Қисық графигінің оңға қарай ойысуы тауарға сұранысының өскенін, ал солға қарай ауысуы сұранысының азайғанын көрсетеді.



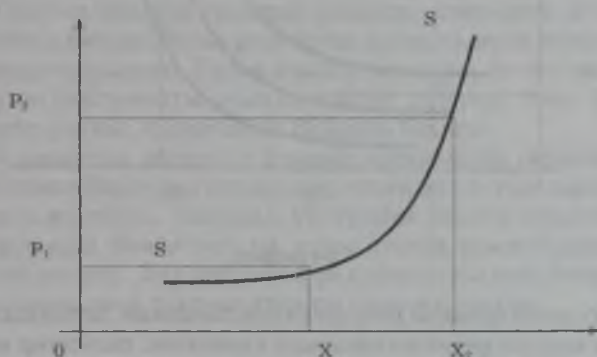
2-график

Нарықтық сұраныс толып жатқан факторлардың әсері арқылы қалыптасады: бағаның деңгейі; сатып алушылардың ақшалай табысы; тұрғындардың ұнатуы және артық бағалануы; нарықтық шамасы: жиналған мүлік; сатып алушылардың саны және басқалар. Баға неғұрлым жоғары болса, соғырлым тауарға сатып алушылар тарапынан болатын сұраныс азаяды.



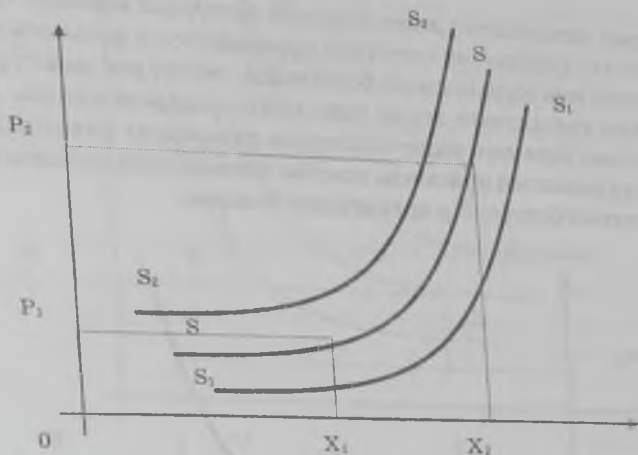
Ұсыныс – бұл нарықта тұрған немесе соған жеткізуге болатын, белгілі бір бағасы бар тауарлар жиынтығы. Ұсыныс, өндірілген тауарлардың ассортименті (әр алуан тау-

арлар жиынтығы) және олардың бағалары арқылы сұранысты құрайды, өз кезегінде сұраныс тауар ұсынысының көлемі мен құрылымын белгілейді, себебі тек қана тұтынумен танылатын тауар ғана қайта өндіріле алады. Нарықтық баға мен өндірушілердің ұсынғысы келетін тауарлар санының арасында ұсыныс қисығының сызығы деп аталатын белгілі бір арақатынас болады.



3-график

Көрсетілген кесте шығарылатын өнім көлемінің (x) нарықтық бағаға (P) тәуелділігін көрсетеді. Баға – P_1 , өнім – X_1 -ге сәкес, ал баға – P_c және P_2 -ге дейін төмендесе, онда өнім – X_c және X_2 -ге сәйкес, басқаша айтқанда тауардың бағасы неғұрлым жоғары болса, соғұрлым оны өндіру пайдалы, соғұрлым өндірушілер оны көбірек өндіруге және нарықта сатуға дайын болады. Ұсыныс мөлшерінің көбеюі ұсыныс қисығының сызығын оңға қарай (S_2S_2), ал ұсыныс мөлшерінің азаюы солға (S_1S_1) қарай жылжытады.



4-график

Ұсыныс шамасы ресурстардың бағасына, қолданылатын өндіріс технологиясының сипатына, салықтар мен дотацияларға, берілген тауар мен оған ұқсас тауарлардың бағасына, бағаның өзгеруін күтуге, сатушылардың санына, климаттық жағдайларға, өндірістік шығындарға тәуелді болады.

Мысалы:

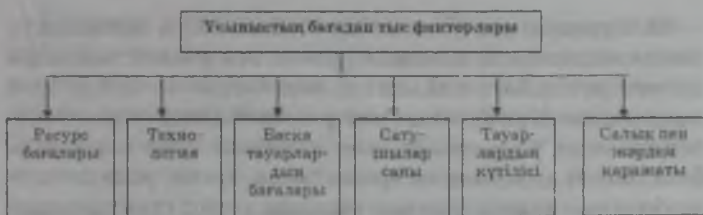
1) минералды тыңайтқыштарға бағаның төмендеуі – бидайдың ұсынысын көбейтеді; жаңбырлатқыш қондырғыларға бағаның өсуі – жүгеріні ұсынуды азайтады;

2) жүгері зиянкестеріне қарсы тиімді инсектицидті жасау оның ұсынысын көбейтеді;

3) университеттерге дотацияларды азайту – жоғары білімді мамандарды ұсынуды кемітеді;

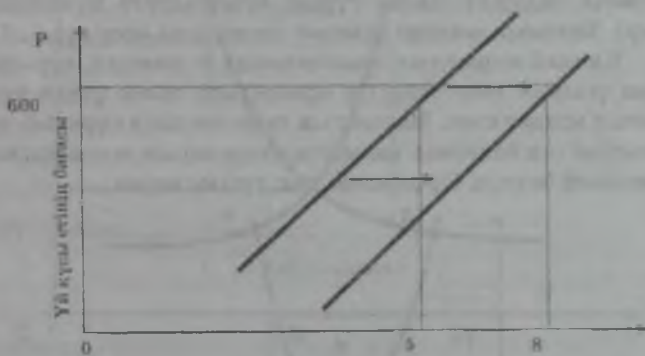
4) қой еті мен шошқа етіне бағаның төмендеуі – сиыр етін көбейтеді;

5) болашақта мұнайға бағаның төмендеуінің күтілуі, мұнай компанияларының ағымдағы ұсынысын көбейтеді.



Ұсыныс қисығы тауарды нарыққа шығаруға итермелейтін бағадан басқа факторлар тұрақты деген жағдайда қарастырылады. Бұл жағдайда тауардың бағасы өзгерілуіне байланысты ұсыныс көлемі өзгереді және бұл өзгеріс ұсыныс қисығының бойында болады.

Ұсыныстың өзгеруі – ұсыныс қисығының тауардың бағасынан басқа факторлар әсер еткендегі толық өзгеруі немесе жылжуы. Мысалы, үй құсына беретін азықтың бағасының төмендеуі үй құсы етінің ұсынысының өсуіне өкеледі. Бұл жағдайда үй құсы етінің сату бағасы өзгермесе, онда ұсыныс қисығы оңға жылжиды.



Үй құсы етінің ұсыну көлемі

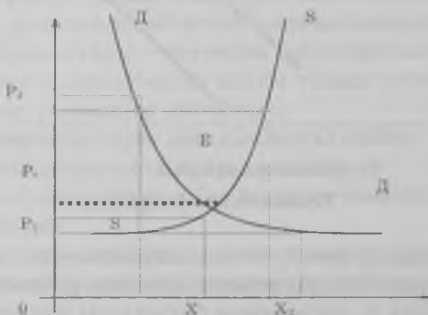
Ұсыныстағы өзгерістер

Қисықтың S_1 -ден S_2 -ге орын ауыстыруы, яғни ұсыныстың өзгеруі барлық мүмкін бағадағы ұсыныс көлемін өсіреді. Жаңа S_2 қисығының бойындағы ұсыныс көлемі баға 600 теңге болғанда 8 тоннаға дейін жоғарылап тұр.

II. Сұраныс пен ұсыныс бір-бірімен өзара байланыста және қайшылықта болады. Сұраныс пен ұсыныстың өзара әрекеттестігі баға механизмі мен бәсеке негізінде іске асырылады. Бұл сұраныс пен ұсынысты теңестіріп, тепе-тең бағаның құрылуына әкеліп соғады. Егер нарықтық баға тепе-теңдік бағадан артық болса, артық ұсыныс пайда болады, немесе ұсыныс шамасы тауар сұранысынан асып кетеді. Егер нарықтық баға тепе-тең бағадан төмен бекітілетін болса, қанағаттанарлықсыз сұраныс (тапшылық) пайда болады, бұл жағдайда сұраныс шамасы ұсыныс шамасынан басым болады. Тауардың бағасының өзгеруі, тұтынушылардың кірісі мен басқа тауарлардың бағасы сұранысқа әр түрлі әсер етеді. Икемділік дегеніміз – бір айныманың екінші айныманың өзгеруіне пайыздық өзгерістің қатынасы ретінде көріну реакциясы.

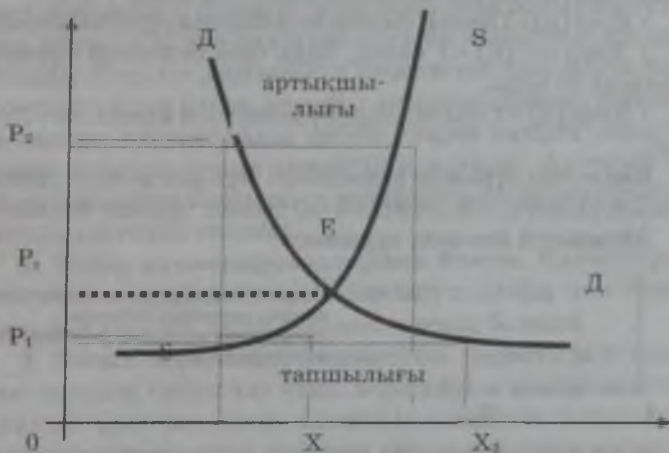
Тауар баға икемділігіне көбірек ие болған сайын оның алмастырушылары көбірек болады. Ұсыныстың икемділігіне ықпал ететін маңызды фактор – уақыт. Ұсыныс әдетте ұзақ мерзімге икемді (өйткені, өндірісті ұлғайту немесе өндірісті басқа түріне ауыстыруға мүмкіндік бар). Бағаның өзгеруі ұсыныс шамасына әсер етеді.

Қандай нарықтық экономикада болмасын, сұраныс мен ұсыныс тепе-теңдігін орнықтыру және ұстап тұру жеңіл міндет емес. Нарықтың тепе-теңдігін сұраныс пен ұсыныс тең болғанда қалыптасатын нарық жағдайы мен бағаның белгілі бір деңгейі деп түсіну керек.



5-график. Сұраныс және ұсыныс қисығы

Сұраныс және ұсыныс қисығы. Көріп отырғанымыздай, тепе-теңдік нүктесі сұраныс пен ұсыныс қисықтарының қиылысқан жерінде тұр. Тепе-теңдік нүктесіне сәйкес нарықтық баға – тепе-теңдік баға деп аталады. Сұраныс пен ұсыныстың өзгеруіне қарай тепе-теңдік нүктесі мен тепе-теңдік бағасы да өзгереді. Нарықтық тепе-теңдіктің бұзылуы экономикада сәйкессіздіктің тууына, қоғамдық қажеттіліктер мен өндірістің қозғалысында теңсіздіктердің пайда болуына, ақырында, әр түрлі қолайсыз әлеуметтік-экономикалық салдарларға әкеп соқтырады. Бәсеке нарықта баға тепе-теңдігі «Е» нүктесінде болады. Бұл жағдайда сұраныс мөлшері мен ұсыныс көлемі бірдей болады. Енді баға тепе-теңдігінің өзгеруін сұраныс пен ұсыныстың тапшылығы мен артықтығы жағдайында көрсетейік. Кесте түрінде ол былай көрсетіледі.



Бұл процесс сұраныс пен ұсыныстың арасында тепе-теңдік орныққанға дейін созылады. Басқаша айтқанда, біз өндіруге ниеттеніп отырған нарықтық механизм сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдігі принципі бойынша әрекет етеді. Өндіріс барлық уақытта тауарлар мен қызметтерге тырысады. Егер де сұраныс ұсыныстан артық болса, ол өндірісті ұлғайтуды ынталандырады, ал керсінше, егер

ұсыныс мөлшері сұраныстан артып кетсе, онда өндіріс көлемі азаяды. Осындай ауытқуларды тіркейтін – нарықтық баға болып табылады.

Сұраныс бағалық икемділігінің көрсеткіші (*баға бойынша сұраныс икемділігі, price elasticity of demand*) берілген игілік бағасының бір пайызға өзгергенде сұраныс көлемі қанша пайызға өзгередітінін көрсетеді.

Сұраныстың бағалық икемділік коэффициенті сұраныс функциясының көбейтіндісі арқылы өрнектеледі:

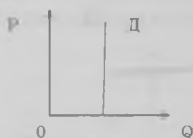
$$E_p^d Q^1(P) \cdot (P/Q)$$

Сұраныс заңына сәйкес берілген тауардың бағасы мен сұраныс мөлшерінің өзгерісі тең болады, онда сұраныстың бағалық икемділік коэффициенті теріс сан болуы керек. Сондықтан сұраныстың бағалық икемділік коэффициентінің абсолютті мәнін немесе икемділік коэффициентін $[e]$ модель бойынша қарастырамыз: $[e] \geq 0$

- Егер $[E] > 1$ болса, онда баға бойынша сұраныс икемді.
- Егер $0 < [E] < 1$ болса, онда баға бойынша сұраныс икемсіз болады.
- Егер $[E] = 1$ болса, онда сұраныстың икемділігі бірге тең.

Нөлге тең сұраныс икемділігі. Бұл жағдайда сұраныс қисық сызығы тік (вертикаль) сызық түрінде болады.

Абсолютті икемсіз сұраныс:



$$E_p^d = 0$$

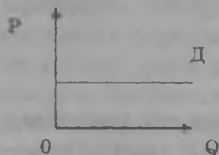
Мұндай жағдайда сұраныс абсолютті икемсіз және баға бойынша сұраныстың икемділік коэффициенті нөлге тең болады.

• Абсолютті икемсіз сұраныс (өте икемсіз сұраныс) тауарға деген сұраныс көлемі кез келген баға деңгейінде өзгермейтінін білдіреді, яғни баға өзгерісі сұраныс көлеміне әсер етпейді.

• Шексіз икемділік – мұндай жағдайда сұраныс қисық сызығы көлденең (горизонталь) түзу сызық түрінде болады: бағаның біраз ғана өзгерісі кезінде $Q = \infty$ (шексіздікке).

Абсолютті икемсіз сұраныс:

$$E_p = -\infty \text{ (шексіздікке)}$$



Мұндай жағдайда сұраныс абсолютті икемді және баға бойынша сұраныс икемділігінің коэффициенті минус шексіздікке тең болады.

• Абсолютті икемді сұраныс (өте икемсіз сұраныс) берілген баға бойынша сұраныстың белгілі бір аралығында тауардың кез келген санын сатуға болатынын білдіреді. Бірақ егер тауардың бағасы осы берілген бағадан жоғары болса, сатып алушылар тауарларды сатып алуды тоқтатады.

Баға бойынша сұраныс икемділігі келесі факторларға тәуелді болады:

1. Сатып алушылар үшін тауардың қажеттілік дәрежесі. Күнделікті қажетті тауарларға баға бойынша сұраныс икемділігі сән-салтанат затына карағанда азырақ болады. Егер тіс дәрігерінің көрсететін қызметіне баға жоғарылайтын болса, онда тісі ауырған адамдар дәрігерге баруды тоқтатпайды, себебі оларға қазіргі уақытта қызметтің бұл түріне қажеттілік жоғары. Ал туристік қалаға жолдама бағасының жоғарлауы жолдама сұранысының азаюына әкеледі.

2. Тауар алмастырушылардың болуы. Қарастырып отырған тауардың тауар алмастырушылары көп болса, онда бұл тауарға деген сұраныс икемді болады.

3. Сатып алушының бюджетінде қарастырып отырған тауарды сатып алу үшін жұмсайтын шығынындағы алатын үлес салмағы. Сатып алушының табысында қарастырып отырған тауарды сатып алу үшін жұмсайтын шығынында үлесі жоғары болса, онда бұл тауарға деген сұраныс икемді деген сөз.

4. Нарықты анықтау. Сұраныстың икемділігі нарық шекарасын анықтауына да тәуелді болады. Тауар топтары мейлінше агрегаттандырылған болса, сол тауардың тауар алмастырушылары аз кездеседі, сұраныс икемділігі де аз болады.

5. Уақыт факторы. Қысқа мерзімді уақытқа қарағанда, ұзақ мерзімді уақытта тауарға деген сұраныс икемділігі жоғары болады.

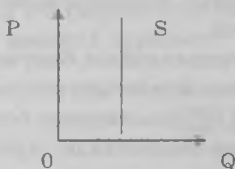
Ұсыныс икемділігі:

Факторлардың ұсыныс көлеміне әсер ету деңгейінің сандық өлшеуішіне ұсыныстың тікелей икемділік коэффициенті жатады. Икемділік көрсеткішін экономикалық талдауға А.Маршалл енгізген болатын.

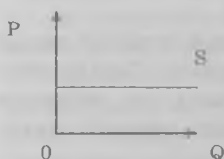
Икемділік бір тұрақсыз мөлшерге қатысты өзгерудің басқа тұрақсыз мөлшерге қатысты өзгеруіне әсер ету шамасын сипаттайды. Бұл тек қана өлшеу бірлігіне (бағалар ақша бірлігінде, ұсыныс көлемі килограмдармен, центнерлермен) байланысты емес қатысты өзгерістер ғана пайдаланылады. Ұсыныстың икемділік көрсеткішін қарастырамыз:

Ұсыныс икемділігінің бағалық көрсеткіші (баға бойынша ұсыныс икемділігі) осы игілік бағасының бір пайыздық өзгеруінен сұраныс көлемінің қанша пайызға өзгеретінін көрсетеді.

• **Нөлдік икемділік** $Q = 0$ бағаның кез келген өзгерісінде $Q = 0$ мен $E_p^s = 0$ болғанда ұсыныс қисығы тек қана тік болады.



• **Шексіз икемділік.** $E_p^s = -\infty$ (шексіздікке), $Q = \infty$ (шексіздікке) бағаның шамалы ғана өзгерген жағдайында ұсыныс қисығы тек қана көлденең болады:



Тұрақты икемділігі бар ұсыныс қисығы – бұл дәрежелік функцияның сызбасы

Кейбір нарықтарда ұсыныс икемділігі ұсыныс қисығы бойындағы жылжуға байланысты өзгеріске ұшырайды. Өндірістік қуаты шектеулі салалар бойынша мысал қарастырамыз. Ұсыныс көлемінің аса төмен деңгейлері үшін ұсыныстың баға бойынша икемділігі жоғары, бағаның өзгеруіне фирмалардың жауап қайтаруы маңызды. Бұл аймақта фирмалардың өндірістік қуаты шектен тыс, олар бүкіл күн бойы немесе күннің бір мезгілінде тоқтап тұрады. Бағаның аз ғана көтерілуі құрал-жабдықтардың әрекет етуін және фирмалардың пайдасын арттыруға мүмкіндік береді. Кәсіпорындардың қуаты толық жұмысқа кіріссе, өндірістің өрі қарай көтерілуі жаңа инвестицияларды талап етеді. Компаниялардың қосымша қаражаттарды тарту туралы шешім қабылдауы үшін баға елеулі өсу қажет, сондықтан, ұсыныстың икемділігі төмендейді.

- **Уақыт факторы.** Ұсыныстың икемділігіне әсер ететін аса маңызды факторлардың біріне уақыт факторы жатады. Аса қысқа мерзімде ұсыныс деп материалды және еңбек ресурстарының тұрақты көлемінде осы өндірістік қуаттармен өндіріле алатын тауар санын айтады. Бұл жағдайда барлық факторлар тұрақты болады. Осы кезең барысында фирманың таңдау еркіндігі минималды болады және өндірілетін өнім көлемін Q өзгерте алмайды.

Бұл айырмашылық төмендегі икемділіктерде байқалады:

- Өнім өндірілген және оның көлемі тұрақты шама $E' = 0$ болып қалатын кезде лездік ұсыныс үшін. Себебі, өте қысқа уақыт мерзімі ішінде сатушылар бағаның өзгеруіне жауап қайтара алмайды; оларға өндірісті кеңейту үшін уақыт жеткіліксіз болады.

- Қысқа мерзім ішінде ұсыныс өзгеріңкі бағаға және ұсыныс қисығының маңызды бөлігіне $E' > 0$ бейімделе алады. Алайда, бұл кезде өндіріс мүмкіндіктері шектеулі болып қала береді.

- Ұзақ мерзімде бейімделу мүмкіндіктері кеңейеді, ал икемділік қысқа мерзімге қарағанда жоғары болады.

Мүмкіндіктердің шектеулігі мұнда маңызды рөл атқармайды. Сатушылардың тауар бағасының өсуіне жауап қайтаруы олардың ресурстарды қайта бөле алу қабілеттеріне байланысты болады, ал бұл уақытты қажет етеді. Ұзақ мерзімге қарағанда қысқа мерзімде ұсыныс икемділігі төмен болады.

III. Нарықтық экономиканың негізгі ерекшелігі болып еркін таңдау – өндіруші үшін өндірілетін өнімді таңдау еркі, тұтынушының тауарды, жұмысшының жұмыс орнын таңдау еркі айтылады. Бірақ еркін таңдау экономикалық табысты өзінен-өзі қамтамасыз ете алмайды. Ал, оны бәсекелестік күресте ғана жеңіп алады.

Бәсеке (*латын тілінен аударғанда Concurren-
tia – тиіп кету, қақтығысу*) – бұл нарықтық экономиканың қатысушыларының арасындағы тауарларды сатып алу және сату барысындағы өндірістегі ең жақсы жағдайлар үшін бақталастық. Басқаша айтқанда бәсеке – бұл ең жақсы нәтижеге қол жеткізу үшін күресу, жарысу. Бизнесті ұйымдастырушы егер нәтижелі бәсекелес болғысы келсе, нарық құрылымын анық, жақсы елестетуі керек.

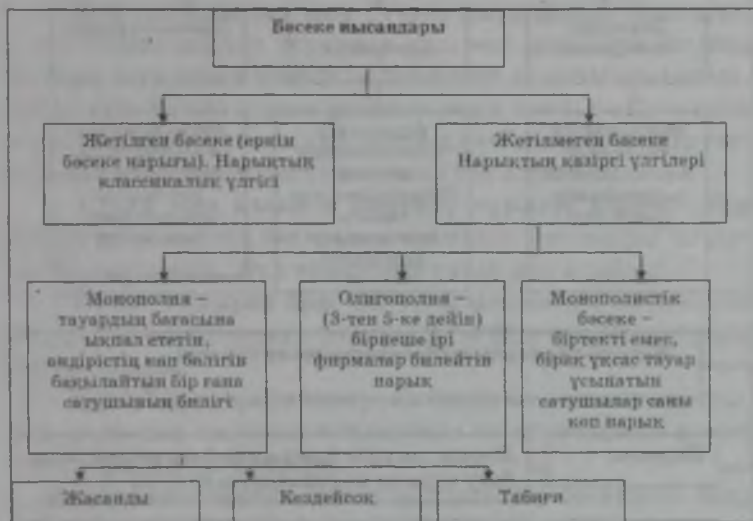
Бәсеке – нарықтық қатынастардың негізгі категориясы, әр түрлі нысанда болады және әр түрлі жолдармен іске асырылады. Ол сала ішіндегі (біртектес тауарлар арасында) және сала аралық (әр түрлі салалар тауарлары арасында) бола алады. Ол бағалық және бағалық емес бола алады.

Бағалық бәсеке тауарлар мен қызметтерді бәсекелестің бағасына қарағанда төмен бағамен сатуға негізделген. Баға төмендету шығынды азайту немесе пайданы азайту арқылы ғана мүмкін. Оны тек ірі фирмалар ғана іске асыра алады.

Бағалық емес бәсеке техникалық артықшылықтардың арқасында жететін тауарлардың жоғарғы сапасымен және сенімділігімен сатуға негізделген.

Нарықтық қатынастардың қатысушыларының өзара қалай бәсекелесуіне байланысты жетілген (еркін) және жетілмеген бәсеке нарығы деп бөлінеді. Жеке фирмалар

дың өнім бағасына (базар нарқына) әсер етуі неғұрлым аз болса, соғұрлым нарық бәсекелік деп саналады.



Табиғи монополия – бұл екі немесе одан да көп фирмалардан гөрі, нарықты шығыны аз қандай да бір тауар, не қызметпен қамтамасыз ететін жалғыз ғана фирмадан пайда болған монополия.

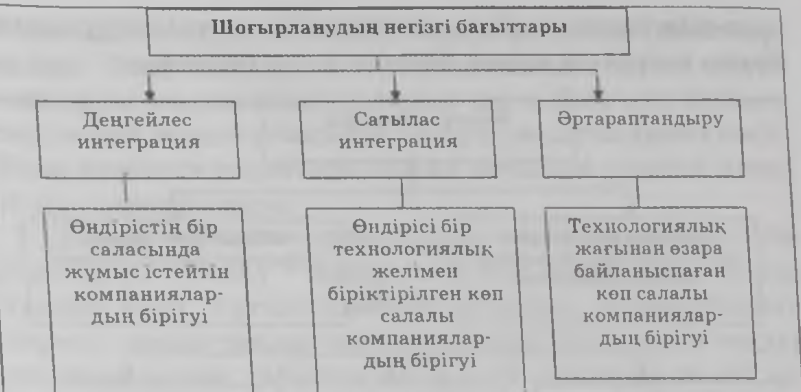
Жасанды монополия – сөз байласу немесе бәсекелесті басып тастау арқылы құрылған монополия.

Кездейсоқ монополия – өз тұтынушылары үшін уақытша сұранысты ұсыныстан асырып түсіру нәтижесінде пайда болады, бұл капиталдың тиімді жұмсалуын қамтамасыз етеді.

Монополиялардың пайда болуының негізгі себептері – өндіріс пен капиталдың шоғырлануы.

Жетілген бәсеке (еркін бәсеке нарығы) деп нарықта бір-біріне тәуелсіз көптеген сатушылар мен сатып алушылар қызмет ететін және тең мүмкіндіктерімен құқықтары бар бәсекенің идеалды бейнесін айтады.

Жетілген бәсекенің негізгі белгісі: әрбір фирманың үлесі жалпы өнімге шаққанда аз болғандықтан, бөлшек



Монополиялардың ұйымдастырылу түрлері	
Картель	Нарық, өндіріс үлесі және баға деңгейлерін бөлу туралы монополистік келісім
Синдикат	Өнімді бірлесіп өткізу мақсатында бірігуі
Трест	Меншікті біріктіру, өндірісті жалпы басқару және тауарды өткізу негізінде бірлесу
Концерн	Бірыңғай қаржы орталығы бар көп салалы фирмалардың бірлесуі
Конгломерат	Бір-бірімен қызмет бабымен емес, бас компанияның басқа компаниялармен қосылу және жұмылу нәтижесінде пайда болған бірлесу

бағаға әсері өте төмен болады. Ұсыныс бағалары төменгі шекте теңеледі.

Жетілген бәсеке толық түрде болмайды. Оған тек жуық шамада жақындауға болады. Еркін бәсеке деп XX ғасырдың ортасында болған бәсекені шартты түрде айтуға болады.

Сұраныс және ұсыныс заңы жетілген бәсеке жағдайында тиімді әрекет етеді.

Жетілген бәсекелестік келесі талаптарды қанағаттандыру керек:

- **Көп сатушылар мен сатып алушылар.** Көптеген түрлі компаниялар тауарлар өндіреді және әрқайсысы барлық нарықтың шағын бөлігін ғана қамтамасыз етеді. Әрбір тұтынушы нарық ұсынысының өте аз бөлігін ғана сатып алады. Ешқандай жеке адам немесе өндіруші өнімнің нарықтық бағасына әсер ете алмайды.

- **Тауар мен қызмет көрсету түрлері бірдей.** Бір өндіруші өнімінің басқаның өнімінен ешқандай айырмашылығы жоқ. Бұл өнімдерді тауар деп атайды.

- **Толық ақпарат бар.** Сатушы мен сатып алушылар өнімге, оның бағасына байланысты білуге тиісті толық ақпаратқа ие.

- **Еркін кіру, еркін шығу.** Сатушы мен сатып алушылар нарыққа қалаған кездерінде аз шығынмен еркін кіріп, еркін шыға алады.

Жетілмеген бәсеке бағаға қайдағы бір бәсекелес әсер еткенде пайда болады.

Монополия (грек. *monos* – жалғыз, *polio* – сатамын) жеке өндіруші тауар нарығын бақылап және сол нарықта үстем орын алған кезде пайда болады.

Монополиялық бәсекелестіктің нарықтық моделі – нарықта көп мөлшерде бір-біріне байланыссыз әрекет ететін сатушы және көптеген сатып алушылар болуы. **Нарықтың бұл түріне бәсекенің мынадай сипаты тән:**

- Нарықта салыстырмалы түрде сатушы саны көп, оның әрқайсысының нарықта өз үлесі бар;

- Фирманың нарықта монополиядағы сияқты ерекше билігі жоқ.

- Монополиялық бәсекелестіктің ең ерекше белгісі – өнімдердің бірыңғай емес, дифференциалды болуы.

- Өндірушілер арасында бағалық және бағалық емес бәсеке болады, ол көбінесе өнімнің қасиеттеріне, сапасына, қолданудағы сенімділік пен ыңғайлылыққа, өнімдерге жаңалық енгізуге, сыртқы келбетіне, стандарттарға сәйкестігіне байланысты болады.

- Осы нарықта бәсекелестік күрес жағдайында саудалық марка және жарнама маңызды мәнге ие болады.

Саудалық марка – бір сатушының тауарлары мен қызмет түрлерін ұқсастыру үшін, бәсекелес сатушының тауарлары мен қызмет түрлерінен ерекшелендіру үшін арналған белгі.

Монополияның мақсаты – нарықта баға мен өндіріс көлемін бақылау арқылы мүмкін болатын жоғары табыс алу. Мақсатқа жету құралы ретінде орташадан жоғары пайданы қамтамасыз ететін монополиялық баға құрылуын ұсынады.

Монополиялық бәсеке кезінде нарықта сатушылар мен сатып алушылардың саны бірнешеу болады. Бірақ жаңа құбылыс пайда болады – өнімнің дифференциал, яғни өнімнің даярлығы, оны басқа бәсекелестің ұқсас тауарларынан айырып тұратын қасиетінің болуы. Ондай қасиеттер: өнімнің жоғарғы сапасы, әдемі орамы, сатудағы жақсы шарттар, дүкеннің жағымды орынға орналасуы, жоғарғы деңгейдегі сервис және т.б. болып табылады.

Осындай артықшылықтарға ие бола отырып, дифференциалды өнімнің иесі белгілі бір деңгейде монополист болады және бағаға әсер ету мүмкіндігіне ие. Бірақ, әрбір сатушының сату көлемі жоғары болмағандықтан, бірде монополист-фирмалар көп болады да, олардың әр біреуі нарықтық бағаны шектелген түрде бақылай алады, бұл монополиялық бәсекенің ерекше белгісін көрсетеді.

Олигополиялық бәсеке дегеніміз – бірнеше фирма үстемдік ететін нарық (*грек. oligos – аздаған, polio – сату*). Оған біртекті немесе әр түрлі өнімді сипаттама тән, ал басты белгісі – баға лидердің принципі бойынша бекітіледі. Бұл принцип көптеген фирмалардың бағаны осы нарықтағы мықты фирманың бағасы сияқты қоюға ұмтылатынын білдіреді.

Олигополиялық бәсеке – бірыңғай (өндірістік тауарлар) немесе дифференциалды (әр түрлі тауарлар) тауарларды өндіруші бірнеше ірі фирмалардың билік етуі.

Таза монополия нарықта ешқандай бәсекелестерсіз бір ғана сатушы болған кезде пайда болады. Оның ерекшелігі сатушы өз бағасын өте кең шектікте ауыстыра алады, ал ең жоғарғы баға тек төлем қабілеттік сұраныспен шектеледі.

Монополияның рөлі экономикада екі жақты. Оның жақсы жағы монополиялық компаниялардың өнімдері жоғары сапасымен ерекшеленеді, ал ірі масштабы өндіріс шығындарын азайту мен ресурстарды үнемдеуге мүмкіндік береді. Жағымсыз жағы монополия нарықта үстемдік етеді және монополиялық жоғары баға арқасында жоғары пайда ала отырып, өнімді шығаруды шектейді. Сонымен қатар, бәсеке жоқ жағдайда, монополия техникалық прогресс есебінен тиімділікті жоғарылату ынтасын жоғалтады.

Осыны ескере келе, мемлекет бәсекені қолдай отырып, монополизмге қарсы тұруға ұмтылады. Бұл үшін антимонополиялық заңдар қолданады, яғни бәсеке мен монополияның арасындағы тепе-теңдікті мемлекеттік қолдау болып табылатын заңдар пакеті қабылданылады.

Қазақстан Республикасының монополияға қарсы заңы мынадай нормативтік-құқықтық актілерге негізделген: Қазақстан Республикасының «Табиғи монополиялар», «Теріс пиғылды бәсеке туралы», «Бәсеке және монополия қызметін шектеу туралы» Заңдары.

Қазақстан Республикасының 1998 жылғы 9 маусымдағы «Теріс пиғылды бәсеке туралы» заңы теріс пиғылды бәсекелестікті мойындайтын өрекеттерді белгілейді, теріс пиғылды бәсекені және оның зардаптарын болдырмау және жою механизмін белгілейді. Заңға сәйкес Қазақстан Республикасындағы теріс пиғылды бәсекенің келесі түрлері бөлінеді:

- Фирмалық атауды, тауар белгісін заңсыз пайдалану – бұл тұтынушыда өндіруші туралы теріс пікір тудыруы мүмкін.

- Бәсекелестің бәсекелес тауарының сыртқы ресімдеуін тікелей ұдайы өндіріс жолымен көшіру – бұл тұтынушыда өндіруші туралы теріс пікір тудыруы мүмкін.

- Сатушының сатудың қосымша шарттарын зорлап енгізуі.

- Басқа бәсекелестің қызметін әдепсіз түрде салыстыратын жарнаманы тарату.

- Тауардың нағыз қасиеттері мен сапасы туралы мәліметтерді жарнамада әдейі бұрмалау немесе жасыру.

• Бәсекелестікті болдырмауға әкелетін нарықтық қатынас субъектілерінің деңгейлес қосылуы және т.б.

Антимонополиялық заңдар 1880 жылы АҚШ-та қабылданған. Қазіргі антимонополиялық заңдар екі бағытта жұмыс істейді: бағаны бақылау және компаниялардың қосылуын бақылау.

Қазақстанда 1996 жылы «Бәсеке және сауда нарығындағы монополиялық қызметті шектеу» туралы заң қабылданды және антимонополиялық саясат бойынша мемлекеттік комитет құрылды. Қазақстан Республикасында монополияға қарсы және теріс пиғылды бәсекелестік саласындағы ынтымақтастық туралы көптеген келісімдер жасалды. Мысалы, Өзбекстан Республикасымен (1997 ж. 14 наурыз), Қырғызстан Республикасымен (1999 ж. 15 қазан), ТМД мемлекеттерімен (1993 ж. 12 наурыз) «Монополияға қарсы саясат саласындағы келісім туралы» келісімшарттар бекітілді.

Жаңа ұғымдар:

- Сұраныс
- Ұсыныс
- Нарық тепе-теңдігі
- Бәсеке
- Монополия
- Олигополия
- Бағалық бәсеке
- Жетілген бәсеке

Сұрақтар:

1. Сұраныс дегеніміз не?
2. Ұсыныс дегеніміз не?
3. Сұраныс қисық сызығы дегеніміз не?
4. Ұсыныс қисық сызығы дегеніміз не?
5. Бәсеке мәнін және түрлерін ата.

Төмендегінің қайсысы дұрыс:

• Ұсыныс қисығының оңға қарай жылжуы, өндірушілердің осы жеке бағамен тауар санын көбірек ұсына-
тынын білдіреді.

1) дұрыс; 2) дұрыс емес.

• Өндіріс технологиясының жетілуі тауар ұсынысы
қисығының оңға қарай жылжуына әкеледі.

1) дұрыс; 2) дұрыс емес.

• Ұсыныс заңы, өндірістің кеңеюі, басқа шарттар тең
болған жағдайда, өндірілетін өнім бағасының көтерілуі
кезінде ғана пайдалы болатынын білдіреді.

1) дұрыс; 2) дұрыс емес.

Тапсырма

1-есеп

Бағаға p (ақша бірлік) байланысты келетін сұраныс
(шартты бірлік) функциясы былай өрнектеледі:

$$\kappa = \frac{500}{p+4} \quad xp = 1, 6, 16, 21, 46, 96$$

(ақша бірлік) мәндері үшін сол функция мәндерінің
кестесін құр.

2-есеп

Бағаға байланысты келетін сұраныс функциясы мына
формуламен берілген:

$$1) \kappa = 10 - p; 1$$

$$2) \kappa = \frac{1}{p} \quad \text{Баға } p = 1, 2, 3, 4, \text{ (ақша бірлік)}$$

мәндерін тап және осы функциялардың графиктерін сал.

3-есеп

Тауарға деген сұраныс κ (шартты бірлік) функциясы
 p (ақша бірлік) байланысты.

$\kappa = 25 - 2p$ формуласымен өрнектеледі. Осы функция-
ның графигін сал.

4-есеп

Тауарға деген сұранысқа тәуелді баға функциясы $p = 10 - 2x$ формуласымен анықталады, мұндағы x – сұраныс, ал p – баға. Тауарды сатқаннан түскен түсім функциясы $U(x) = x(10 - 2x)$. Мөлшер $x = 1, 2, 3, 4$ бірлік тауарды сатқаннан түскен түсімді тап.

Тест сұрақтары

1. Сұраныс дегеніміз не?

А) бұл нарықта тұрған немесе соған жеткізуге болатын белгілі бір бағасы бар тауарлар жиынтығы;

Б) өнім өндіру мен сатып өткізудің экономикалық жағынан неғұлым тиімді жағдайлар үшін тауар өндірушілер арасындағы жарыстың бәсекелестер нәтижесінде кейбіреулер байып, кейбіреулер күйзеліске ұшырап отырады;

В) нарықта болатын ақшамен қамтамасыз етілетін қажеттіліктердің көріну нысаны;

Г) өндірістің құлдырауынан туындайтын қатынас;

Д) өнімдердің сапасы мен қасиеті бойынша айырмашылық.

2. Ұсыныс дегеніміз не?

А) нарықта тұрмыс немесе соған жеткізуге болатын белгілі бір бағасы бар тауарлар жиынтығы;

Б) өнім өндіру мен сатып өткізудің экономикалық жағынан неғұрлым тиімді жағдайлар үшін тауар өндірушілер арасындағы жарыстың бәсекелестер нәтижесінде кейбіреулері байып, кейбіреулері күйзеліске ұшырап отырады;

В) нарықта болатын ақшамен қамтамасыз етілетін қажеттіліктердің көріну нысаны;

Г) өндірістің құлдырауынан туындайтын қатынас;

Д) өнімдердің сапасы мен қасиеті бойынша айырмашылық.

3. Сұраныс баға деген не?

А) құнның ақшалай көрінісі болғандықтан, оның мөлшері қоғамдық қажетті еңбек шығынымен анықталады;

Б) сатушылар тауарды алуға келісетін шекті ең жоғарғы бағаны айтады;

- В) тепе-теңдік нүктесіне сәйкес нарықтық баға;
- Г) салыстырмалы баға;
- Д) тауар құнының салыстырмалы бағасы.

4. Бәсеке – бұл:

- А) белгілі бір істе өте жоғары нәтижеге қол жеткізу;
- Б) тұтынушылардың төменгі бағамен сатып алудағы күресі;
- В) өндірушілердің өнім өндіруі;
- Г) өндірушілердің өте жоғары пайда алуға бағытталған күресі;
- Д) тауар бағасының өсуі.

5. Тауарға сұраныс қисығы оң жаққа орналасады, егер

- А) халық санының тез өсуі пайда болса;
- Б) өнім талғамға сәйкес келсе;
- В) орнын басатын тауарлар бағасы төмендесе;
- Г) тұтынушылар тауар бағасының төмендеуін күтсе;
- Д) тауар талғамға сәйкес келмесе.

6. Тепе-теңдік нүктесіне сәйкес нарықтық бағаны ата:

- А) тепе-теңдік баға;
- Б) психологиялық баға;
- В) сұраныс баға;
- Г) ұсыныс бағасы;
- Д) салыстырмалы баға.

7. Нарықта болатын ақшамен қамтамасыз етілетін қажеттіліктердің көріну нысаны қалай аталады?

- А) ұсыныс;
- Б) сұраныс;
- В) бәсеке;
- Г) салық;
- Д) дефицит.

8. Сұраныстың бағалық емес факторларына мыналар жатады:

- А) техникалық өзгерістер;
- Б) салық түрлері;
- В) сатып алушылардың саны, талғамы, табыс деңгейі;

Г) салық мөлшерінің өсуі;

Д) өндірушілердің тауар өндірудегі шығын мөлшері.

9. Ұсыныстың бағалық емес факторлары:

А) отбасындағы кіріс көзі;

Б) демографиялық өзгерістер;

В) салық деңгейі, ресурстар бағасы;

Г) сатып алушылар саны, тұтынушылар талғамы;

Д) салық, табыс.

10. Егер ұсыныс көп, сұраныс аз болса, онда мынадай жағдайлар орын алады:

А) артықшылық;

Б) тене-теңдік;

В) өзгеріс болмайды;

Г) тапшылық;

Д) А,Б.

2.4. Кәсіпкерлік: мәні, мазмұны

Жоспар:

1. Кәсіпкерлік мәні, мазмұны, түрлері.

2. Кәсіпорындар. Олардың ұйымдастыру-экономикалық нысандары.

3. Кәсіпорындар түрлері. Қазақстан Республикасындағы кәсіпорындардың жаңа нысандары.

4. Ірі және шағын кәсіпорындар – нарық қатынастарының негізі.

І. Кәсіпкерлік экономикада орталық орынға ие және ол әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде кең спектрлы қоғамдық қарым-қатынастарды қамтиды. Мұнда құқықтық, психологиялық тарихи сәттер көрініс алады. Сондай-ақ кәсіпкерлік әрекет тіршілігіміздің экономикалық жағдайына да қатысты екені анық.

Буржуазиялық экономикалық теорияда «кәсіпкер» ұғымы XVIII ғасырда қолданыла бастады. А.Смиттің ойы бойынша кәсіпкер сауда-саттық мақсатты жүзеге

асыру және пайда түсіру үшін экономикалық тәуекелге баратын меншік иесі болып табылады. Ол өндірісті өзі жоспарлайды, ұйымдастырады және соның нәтижесіне иелік жасайды.

Бүгінгі таңда кәсіпкер немесе өсімқор деп иелігіндегі қажетті құралдары (өзінікі немесе қарызға алған) бар пайдалы жұмысты ұйымдастырушы адамды айтады. Бұлардың қатарына жататындар: шағын кәсіпорындардың иесі, акционерлік қоғамның басқарушысы, кооперативтің жетекші және шаруашылық бірлестіктерінің ме-неджерлері (жалдамалы басшы).

Экономикалық әдебиеттерде кәсіпкерлікті ұйымдастырудың үш шарты айтылып жүр:

Біріншіден, кәсіпкерлікпен айналысу дегеніміз – аталған субъектінің (кәсіпкерліктің) шаруашылық әрекет түрін, оны жоспарлау; өнімді өткізуде және таңдауда, т.б. олардың жиынтық бостандығы мен құқықтары болуы керек деген сөз.

Екіншіден, кәсіпкерлікпен айналысатын адамдардың өндіріс құрал-жабдықтарына, өнімге және табысқа иелік құқығы болуы маңызды шарт.

Үшіншіден, өзін-өзін басқару мен шаруашылықты таңдауда бостандықты, инвестициялауды нақты қамтамасыз ететін белгілі бір экономикалық орта және қолайлы жағдай қажет.

Толығырақ айтқанда, белгілі бір кәсіпкерлікпен айналысу үшін – нарықтық бәсекелестік тәртіп бойынша, шаруашылық жүргізуге қолайлы жағдай туғызу.

Кәсіпкер дегеніміз – белсенді, жаңалыққа, оны тез жүзеге асыруға бейімділік танытады; нысаналы нәтижеге жұмыс істейді; іскер адамдар арасында өзін еркін сезінеді; өзіне және серіктестіктеріне қатаң талаппен қарайды; адамдарды басқаруға, оларды әрдайым рухтандырып, іс-қимылдарын үйлестіріп отыруға бейім, икемді адам болып келеді.

Кәсіпкердің нарықтық экономиканың басқа агенттерінен айырмашылығы – өзінің экономикалық әрекетінің нәтижесінде пайда түсіре білетіндігі.

Пайда – кәсіпкердің сұранысты қамтамасыз ету мақсатымен шығындалған қаржы мен баға арасындағы айырмашылық.

Кәсіпкер – нарықтық байланыстарды қалыптастыратын және дамытатын белсенді тұлға болып табылады.

Кәсіпкерлік қажеттілік немесе тапқырлық кәсіпкерлердің бір-бірімен байланысты төрт қызметтері арқылы сипатталады.

Олар:

а) кәсіпкер жер, капитал, еңбек ресурстарын біркелкі өзгеріс және қызмет процесінде ұштастыру үшін өз тарапынан ынталылық білдіре отырып, оларды өз қолына алады;

б) бизнесті ұйымдастыру мен жүргізу процесінде кәсіпорынның өрекеттік бағытын және оның тиімді жұмыс істеуін анықтайтын негізгі шешімдерді қабылдау үшін міндеттеме алады;

в) жаңашыл, коммерциялық негізінде жаңа өнімдер, жаңа өндірістік технология және тіпті бизнесті ұйымдастырудың жаңа нысандарын енгізуге ынтасы бар адамдар;

г) жоғарыда айтылған кәсіпкердің үш қызметін таңдаудан шығатын қорытынды: ол тәуекелге бел буған адам.

Кәсіпкер жұмылдырған қаржысымен, сонымен бірге ол өз уақытымен, еңбегімен, тіпті өзінің іскерлік атағымен да тәуекелге барады.

Кәсіпкер болу үшін капиталдың иесі болудың қажеті жоқ, оның басты капиталы – ұшқыр қиял және тұтынушының психологиясын сезінуі. Нақ осылар кәсіпкерге пайда түсіреді. Кәсіпкерлікті менеджменттен және оны басқарушыдан ара-жігін ажырата білу қажет.

Кәсіпкер – бұл меншік иесі, әрі ол шаруашылықпен тікелей араласады. Ол нарыққа өзінің дербес жауапкершілігі арқылы тәуекелге баратын адам. Ал менеджмент – жалпы өндіріс пен тауар айналымын тиімді жүргізу мен пайда табу мақсатында басқару жүйесі мен формаларының, әдістері мен құралдарының жиынтығы болып табылады.

Менеджер – шаруашылықты ұйымдастыру мен басқару жағынан арнайы кәсіптік білімі бар жалдамалы басқарушы, ол өз әрекеттерінде мүлктік жауапкершілікті мойнына алмайды. Яғни, оның сөзсіз тәуекелге баруы өзінің басқару орнынан айырылуы деген сөз.

II. Кәсіпкер іс-қимылы мен тұрмыс жағдайларына, мінез-құлықтарына қарай екіге бөлінеді:

Біріншісі, бұрынғы классикалық кәсіптік шаруашылықтың (кәсіпорын, фирма) қолда бар ішкі ресурстарын тиімді пайдалана отырып, нәтижелі әрекет жасайтын кәсіпкерлік.

Екіншісі, қазіргі өтпелі кезеңде әрекет жасайтын кәсіпкерлік. Бұл жағдайда кәсіпкер қолда бар пайда көзін емес, әр түрлі мүлкті пайдалану арқылы әрекет жасайды. Демек, кәсіпкерліктің бірінші түрі қолда барға бағытталса, ал оның екінші түрі кәсіпкерлік ұйымдастыру-құқықтық жағынан: жеке дара кәсіпкерлік, компаниялар және серіктестік болып бірнеше түрге бөлінеді.

Жеке-дара кәсіпкерлік. Бұл қазіргі заманғы классикалық кәсіпкерлікті жолға қою шарттары. Әрине мәдениетті кәсіпкер болу оңай емес, ол көп уақытты, көп ізденісті, мол тәжірибені қажет етеді. Сондықтан да болар, Батыс елдерінде «**Бизнес дегеніміз – өнер**» деген қанатты сөз кеңінен тараған.

Компания. Сіз өз белсенділігіңіз арқылы кәсіпкерлік әрекетте табысты боларыңызды сезіне түстіңіз делік. Енді кәсіптік әрекеттеріңізді ұлғайтуды ойластыра бастайсыз. Әрине, ол үшін сізге ғимарат, құрал-жабдықтар, көп мөлшердегі сапалы шикізаттар қажет. Осы жағдайға байланысты кәсіпкерлікпен айналысуға қабілеті бар басқа адамдарды шақыруға болады. Соның нәтижесінде жеке меншік фирма компанияға айналады, яғни капиталы бірнеше дербес мүлік иелерінің бірлескен меншігіне негізделген фирма пайда болады.

Мұндай компаниядағы капитал аталған компанияға енген мүшелердің қосқан жарнамаларынан құрылады.

Серіктестік дегеніміз – бірнеше адамның немесе заңды тұлғалардың бірлесе кәсіпшілік жасауы.

Серіктестіктің мынадай түрлері бар:

А) толық серіктестік;

Б) сенімге негізделген серіктестік;

В) жауапкершілігі шектеулі серіктестік;

Г) қосымша жауапкершілігі бар серіктестік;

Д) акционерлік қоғамдар.

Қазіргі таңда нарықтық экономикаға көшуге байланысты жүргізіліп жатқан экономикалық реформаларды жүзеге асыру, соның ішінде меншік нысандарын қайта құру ісінде акционерлік қоғам өзекті проблеманың біріне айналып отыр. Жоғарыда қарастырылған серіктестіктер кәсіпкерлік өрекетті шектейді. Себебі олардың мүшелері өздері қосқан үлестерін басында келісілген нысанда ғана қайтарып алуға мүмкіншілігі бар. Мәселен, серіктестіктің бір мүшесі үлесі ретінде ғимаратты берсе, ол одан шыққан кезде сол ғимаратты өзіне қайтаруға талаптанады. Бұл жағдайда өндірісті тоқтату қажет болады. Міне, осыдан сақтану үшін серіктестікті акционерлік қоғамға айналдыруға болады. Мұндай қоғамда барлық қосылатын үлес тек ақшалай салынады да, оның құрамынан шыққан да оның үлесі ақшалай қайтарылады. Сол арқылы қоғамның бір мүшесінің одан шығуы өндірісті тоқтауын құтқарады. Тек қана қоғамның ақша капиталын өз мөлшерінде кемітеді.

Акция – бұл оның иесі акционерлік қоғам капиталына өз үлесін қосқанын және сол кәсіпкерліктен түсетін пайданың белгілі бір бөлігін алуын растайтын қағаз.

Кәсіпорын өндіріс шаруашылық өрекеттерін ұйымдастырудың негізгі нысаны болып табылады. Ол қоғамдық еңбек бөлінісі жүйесіндегі жекеленген дербес бөлім.

Сондай-ақ, кәсіпорын қоғамдық қатынастары жүйесіндегі өндіріс құрал-жабдықтары мен жұмыскерлердің іс-өрекетін өзара ұштастыратын буын екені анық. Кәсіпорын атаулыға фабрика, зауытпен бірге өндірістік және ғылыми өндірістік бірлестіктер, сондай-ақ өте ірі және күрделі кәсіпорындар да жатады.

Еңбектің қоғамдық бөлінісі мен кәсіпорындардың экономикалық жағынан дербестігіне байланысты олар-

дың өндіретін өнімдері тауарға айналады. Ендігі жерде тауар айырбастау және оны сақтау, сатып алу процестері басталып, бұл әрекеттер қоғамның қажеттілігін қамтамасыз етеді. Сондықтан кәсіпорындар тауар өндіруші ретінде бейнеленеді.

Біздің Республикадағы бүкіл шаруашылық механизміндегі өзгерістердің іргетасын қалайтын әлеуметтік-экономикалық маңызы зор құжат Қазақстан Республикасының «Кәсіпкер туралы» заңы. Бұл заңда халық шаруашылығының негізгі буындары ретіндегі кәсіпорындардың қоғамдық өндіріс жүйесіндегі рөлі мен орны жөнінде айтылады.

Нарық жағдайында әрбір кәсіпорын тұтынушылардың сұранысын ойдағыдай қанағаттандыратын өнімдер өндіріп және сол деңгейде қызмет көрсетулері өзекті мәселе. Кәсіпорындардың мақсатты қызметі тұтынушылардың қажеттілігін толығырақ қамтамасыз етуге негізделуі қажет. Мұндай мақсат пайданы барынша арттыра отырып, нарықта қолайлы жағдайға ие болу үшін ұқсас өнімдер өндіретін кәсіпорындармен бәсекелестік жағдайда ғана жүзеге асырылады.

Кәсіпкерліктің түрлері:

1. Жеке кәсіпкер – бір ғана иесі бар және жалдамалы жұмыскерлердің саны шектеусіз кәсіпорындар.

2. Серіктестік кәсіпорындар – белгілі бір пропорция бойынша өз капиталдарын, еңбек ресурстарына жұмылдырып және кәсіпорындардың пайдасынан өз үлесін алып тұруға келісім жасап, осы кәсіпорындардың иесіне айналатын бірнеше кәсіпкерлердің бірлестігі.

3. Корпорациялар – осы кәсіпорынға өз қаржысын орналастырған және кәсіпорын әрекетіне байланысты мәселелерді шешуге араласуға құқығы барлығын білдіретін акция иесі және корпорацияның барлық әрекетіне белгілі бір үлес қоса алатыны негізінде кәсіпорынды ұжымдық иеленуге ат салысады.

III. Атқаратын міндетіне қарай кәсіпкерліктің мынандай түрлері болады: өндірістік, коммерциялық, қаржы және консультациялық. Меншік түрлері бойынша – жеке

меншік, мемлекеттік, муниципалды, сонымен бірге қоғамдық құрылымдар меншігі. Меншіктер саны бойынша кәсіпкерлік іс, жеке адамның немесе коллективтің құрамы болуы керек.

Кәсіпкерлік нысаны бойынша екіге бөлінеді:

- 1) ұжымдық-құқықтық;
- 2) ұжымдық-экономикалық.

Ұжымдық-құқықтық нысандары:

А) Серіктестік – адамдардың бірлестігі, онда екі және одан да көп серіктестер болады. Олар өз капиталын қосады және әрбір мүше өзінің капиталымен жеке жауап береді. Олар:

1. Жауапкершілігі шектеусіз серіктестік.
2. Сенімге негізделген серіктестік.
3. Жауапкершілігі шектеулі серіктестік.
4. Қосымша жауапкершілікті серіктестік.

Б) Акционерлік қоғамдар: ашық және жабық түрде болады.

Ұжымдық-экономикалық нысандары:

1. Концерн – көп салалы акционерлік қоғам, әр түрлі компаниялардың бақылау пакеттерін сатып алады.

2. Ассоциация – экономикалық дербес кәсіпорындардың ерікті бірлестігі. Маманданған кәсіпорынның негізгі мақсаты – ғылыми-техникалық, өндірістік, экономикалық және өлеуметтік міндеттерді бірігіп шешу.

3. Концорциум – бұл ірі қаржы операцияларын істеу үшін біріккен кәсіпкерлердің бірлестігі.

4. Синдикат – бір саланың кәсіпкерлерін тауар сатуға біріктіру.

5. Картель – тауар, қызмет көрсету бағасы, нарық аудандарын бөлу, өндіріс мөлшері жөнінде келісім.

6. Қаржы-өнеркәсіп тобы – банк, сақтандыру және сауда капиталының бірлестігі.

Қазір Қазақстанда мынандай ұжымдық-құқықтық нысандағы кәсіпкерліктер құрылуда:

А) Шаруашылық серіктестік – толық серіктестік. Олардың мүшелері өзара кәсіпорын құру жөнінде келісімге қол қояды. Әрбір мүше өзінің табысына пайданы қосып содан соң салық төлейді.

Б) Сенімге негізделген серіктестік. Барлық серіктестік мүшелері серіктестік атанған іс жүргізушілер ішінен біреу немесе бірнеше мүшелері зиянның тәуекелін өздерінің қосқан үлестері мөлшерінде жауапкершілікке алады.

В) Шектелген жауапкершілікті қоғамдар. Олардың мүшелері қоғамның міндеттемелеріне жауап бермейді және зиян тәуекелін өздерінің үлестерімен есептейді.

Г) Қосымша жауапкершілігі бар қоғам міндеттемелеріне өздерінің заттарымен жауап береді.

Д) Ашық және жабық акционерлік қоғам.

Ж) Өндірістік кооперативтер – ерікті түрде біріккен қоғамдар.

3) Біртұтас кәсіпорын дегеніміз – коммерциялық мекеме. Олардың меншік құқығы болмайды. Біртұтас кәсіпорынның мүліктері бөлінбейді. Біртұтас кәсіпорын тек мемлекеттік немесе муниципалдық болады. Біртұтас кәсіпорын федералдық қазына кәсіпорыны болып есептеледі.

IV. Қазіргі жағдайда капитализмге ауысу жолында қоғамдық меншікті жекешелендіру арқылы ірі кәсіпорындарды таратып, ұсақ, шағын және орта мөлшердегі кәсіпорындар құрылып жатыр.

Халық шаруашылығының барлық салаларында шағын кәсіпорындардың болуы дүниежүзілік практикада экономикалық тиімділік болып табылады.

Ірі фирмаларда зор материалдық, қаржылық, еңбек ресурстары және маманданған кадрлар бар. Олар жоғарғы дәрежеде ғылыми-техникалық шешімдер қабылдап, өндірістің технологиялық жаңа өдістерін қолдана алады. Ал, екінші жағынан, соңғы уақытта шағын және орта дәрежелі кәсіпкерлік істер орын алуда. Ол әсіресе күрделі қаражатты және қызметкерлер кооперациясын көп талап етпейтін салаларда және тұтыну тауарларын шығару салаларында болады.

Шағын фирмалардың ірі фирмалармен салыстырғанда экономикалық тиімділігі – жергілікті нарыққа жақындығы, клиенттердің, тұтынушылардың сұранысына

икемділігі, шағын мөлшерде өндіруі. Шағын және орта дәрежедегі бизнес экономиканы жетілдіруге септігін тигізеді: бәсекелестік орта өркендейді, қосымша жұмыс орны пайда болады, тұтыну секторы ұлғаяды.

Шағын кәсіпорындардың дамуы нарықты тауар және қызметтермен толықтырады, экспорттық әлеуетін арттырады және жергілікті шикізат ресурстарын тиімді пайдалануға мүмкіндік жасайды. Шағын кәсіпорын дүние-жүзінде маңызды орын алады. Ол тек қана тұтыну саласында емес, сол сияқты кейбір бөлек механизмдерді шығару жағдайында немесе шалафабрикаттар өндіріп, негізгі басты өндірісті қамтамасыз етуде маңызды орын алады. Шағын кәсіпкерлік субъектілері жеке адамдар болуы да мүмкін. Шағын кәсіпорын барлық халық шаруашылық саласында жұмыс істейді. Ол қызметтер бір немесе бірнеше түрде болуы мүмкін. Бірақ ескеретін жағдай кейбір тауарларды шығару, қызмет атқару тек мемлекеттік кәсіпорындарға жүктеледі, ал кейбір тауарларды өндіру үшін арнайы лицензия керек.

Шағын кәсіпорынның өзінің шаруашылық әрекетінде дербестік мүмкіндігі бар: өндірген тауарын, салық төлемдерінен қалған пайдасын пайдалана алады.

Шаруашылық іс-әрекетіндегі басты жағдай – жоспарлау. Шағын кәсіпорын өзінің жеке пайдасын арттыру мақсатында және кәсіпорынның өндірістік мүмкіндігіне қарай сұраныс бар тауарлар шығару мен қызметтер атқару үшін өзінің әлеуметтік дамуы негізінде жұмыстарын алдын ала жоспарлауы керек. Жоспардың негізінде (бизнес-жоспар) тауар алушылармен және шикізат, материалдар сататын кәсіпорындармен, өндіріске керекті өнімдермен жабдықтау туралы шарттар болуы керек.

Шағын кәсіпорын өзінің өндірген тауарларына, көрсеткен қызметтеріне бағаны тағайындайды немесе шарт бойынша келісім бағамен сатады.

Кәсіпорынның қаржы ресурстары оның ұйымдастыру-құқықтық нысандарына байланысты, пайдадан амортизацияға шығарылған сомадан, бағалы қағаздарды сатқаннан түскен ақшадан, еңбек ұжымының мүшелерінің

жарналарынан, пайдадан түскен несиеден, т.б.заңға қарсы емес түсімдерден тұрады.

Ақша қаражаттарды сақтау үшін және есеп айырысу, кассалық операцияларды жүргізу үшін банкте есеп-айырысу және басқа түрлі шарттар аша алады.

Кәсіпорын несие шарттары есеп айырысу тәртібіне толық жауап береді. Есеп айырысу тәртібін орындамаған кәсіпорын сот арқылы банкрот болып жарияланады.

Жалпы негізде, шағын кәсіпорын шетелдік серіктестермен шарт жасап және шетел валюталық шотын аша алады. Белгіленген ережеге сәйкес шағын кәсіпорынның өз бетімен дербес нарыққа шығып валюта табуына, оны сатып алуына, оның ішінде аукциондарға да қатынасуға құқығы бар.

Шағын инновациялық кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау. Шағын кәсіпкерлік – кез келген мемлекет экономикасының негізгі саласының бірі.

Бұл кәсіпкерлік аясында шағын инновациялық бизнес ерекше орын алып, мемлекет экономикасының дамуына көп өсер етеді.

1. Шағын инновациялық кәсіпкерлік бір салада тоқтап қалмай, экономиканың барлық саласын қамтиды.

2. Ірі фирмалар ғылыми зерттеулер мен тәжірбелерді жүргізуге мүмкіншілігі әлдеқайда көп болса да, күрделі басқару пирамидалары себебінен инновациялық процесс баяу атқарылады. Сондай-ақ ірі фирмалар сыртқы орта әсеріне икемсіз болып келеді. Ал шағын инновациялық фирмалар сыртқы орта өзгерістеріне тез икемделініп, жауап қайырып, процесс бағытын жылдам өзгертуге қабілетті.

3. Шағын фирмалар ірі компанияларға қарағанда ғылыми-техникалық зерттеулер нәтижелерін, инновацияларды өндіріс пен өнеркәсіпке жылдамырақ енгізеді.

Осы көрсетілген ерекшеліктердің бәрі шағын инновациялық кәсіпкерлікті қолдау маңыздылығын ескеріп отыр. Дамыған елдерде шағын инновациялық кәсіпкерлікті мемлекет тарапынан қолдау жүйесі мынадай сұрақтарды қамтиды:

– шағын инновациялық кәсіпорындар қызметін құқық және заңмен қамтамасыз ету;

– кредиттік жеңілдіктер ұсыну, жеңілдетілген салық түрлерін енгізу;

– шағын инновациялық фирмалар жобаларын тікелей бюджеттік қаржыландыру, жеке кәсіпкерлік саласының қаржысын бағыттау.

Дүниежүзілік тәжібиеге қарайтын болсақ, шағын инновациялық кәсіпкерлік қызметіне және дамуына ең қолайлы жағдай ғылыми технологикалық орталықтарда – инкубаторларда, технопарктерде, технополистерде ұйымдастырылады екен. Бұл ұйымдар шағын инновациялық кәсіпорындарды бір «шатырдың астында» «бір қалада шоғырландырып», оларға ғылыми-техникалық зерттеу зертханаларын, өндіріс-тәжірибелік цехтарын және жалға бөлмелер ұсынады. Бұл жерде мемлекеттік қаржы, коммерциялық банктер және венчурлы қорлар қаржылары шоғырланады.

Инкубатор – инновациялық қызметтің көптеген түрлерін ұсынушы кешен, ол бір немесе бірнеше ғимаратты алып тұрады, ал шағын инновациялық фирмалар осы ғимарат ішінен белгілі бір аумақты жалға алып қызметін бастайды, инкубациялы кезең 2-3 жыл, осы мерзімнен кейін фирмалар өз бетінше қызмет жасау үшін бұл кешеннен кетеді. Инкубаторда жаңа ғана қалыптасқан фирмаларға бухгалтерлік, маркетингтік (бизнес-жоспарын жасау, өнімге жарнама, маркетингтік талдау жасау), компьютер, басқа да құрал-жабдықтарды жалға ұсыну сияқты көмектер көрсетіледі. Бұл ғылыми-өнеркәсіптік құрылымның негізгі мақсаты – шағын инновациялық фирмаларды ғылыми идеядан практикаға жеткізу, бәсеке күресіне төтеп бере алатын кәсіпорын дәрежесіне жеткізу. Ол кәсіпорындар инкубаторлардан шыққан соң технопарктерде немесе басқа да өнеркәсіптік орталарда қызмет етуге қабілетті болады.

Технопарк – ғылым-техникалық аумақты кешен, негізгі мақсаты – шағын бизнес фирмаларының қызмет етуіне тиімді, ыңғайлы жағдай қалыптастыру. Олар

жоғары оқу орындары, зерттеу орталықтары, зертханалар тұсында қалыптасады. Оның құрамына: зерттеу орталықтары, инкубаторлар, инновациялық орталықтар, маркетинг, т.б. орталықтар енеді. Технопарк шағын инновациялық кәсіпорындарға қажетті бухгалтерлік, аудиторлық, консалтингті, маркетингті қызметтер ұсынып отырады.

Технополис – жеке қала негізінде құралған ғылыми-өндірістік құрылым. Негізгі құрылымы – технопарктер, инкубаторлар, ғылыми орталықтар мен университеттер.

Ғылым мен технология аймақтары – ірі оқу орындары, ірі өндіріс кәсіпорындары шоғырланған аумағы шектелмеген ғылыми өнім өндіруге маманданған аймақ.

Технополистер және ғылым мен технология аймақтары инновациялық фирмалар қызмет ететін қаржы оазисіне айналды. Мұнда мемлекеттік, коммерциялық банктер, өнеркәсіптік корпорациялар, венчурлы қорлар, қайырымдылық қорларының капиталдары шоғырланды, оның үстіне мемлекеттік жеңілдетілген салықтар, кредиттер қосылды.

Сонымен, дүниежүзілік тәжірибе көрсетуіне қарағанда, шағын инновациялық кәсіпкерлікті қолдау мемлекеттік ғылыми-техникалық саясаттың басты бағыты. Біздің елде шағын инновациялық кәсіпкерлікті қолдау бойынша нақты заңды негіз жоқ; бұл сала шағын кәсіпкерлік бойынша заңдар мен жобалар бойынша реттеліп келеді, ал барлық дамыған елдерде бұл бизнес түрін мемлекет тарапынан белсенді қолдау ұйымдастырылған.

Ал біз неден бастауымыз керек? Жаңа сапаға ие өнімдер мен технологияларды жасауға қабілетті ғылыми жаңалықтар мен инновациялық идеяларға ие ғалымдар мен кәсіпкерлердің өз бизнестерін ұйымдастыруға көмек беру керек.

Біріншіден, Қазақстанда шағын инновациялық бизнесті мемлекеттік қолдаудың нақты жүйесі болуы керек. Осы жүйе арқылы экономиканы жаңалықтармен қамтамасыз етіп, оны ескірген және шетелдік экология-

лық таза емес техника мен технологиялардан қорғау. Алдымен инновациялық кәсіпкерлікті құқықпен қамтамасыз ету керек, яғни «Ғылыми-техникалық және инновациялық кәсіпкерлікті қолдау туралы», «Шағын инновациялық фирмаларды қалыптастырушы инкубаторлар мен технопарктер туралы» заңдарды қабылдау.

Екіншіден, тез арада инкубатор, технопарк сияқты ұйымдарды қалыптастыру керек. Олар инновациялық идеяларды маркетингтік талдаудан өткізіп, өнім қаншалықты бәсекеге қабілеттілігін анықтап, ол өнімді өндіруге қаржы іздестіріп, нарыққа жеткізуі тиіс. Мемлекет осы ұйымдарды қалыптастыру мәселесін шешуді өз қарамағына алуы керек.

Үшіншіден, егер ғалым инновациялық идеяның авторы болса, университеттегі жұмысынан кетпей, осы идеяны өндіріске жеткізу мақсатымен шағын кәсіпорын немесе консультативті өнімдер жәрмеңкелерін ұйымдастырып тұру қажет.

Бүкіл қиындықтарға қарамастан Қазақстанда инновациялық идеяларды өмірге енгізетін зерттеушілерді қолдайтын бюро қызмет атқарады, сондай-ақ, инновациялар мен жаңалықтар және технологиялар дамыту орны құрылды. Сондай-ақ, ғылым және ғылыми-техникалық саясат тұжырымдамасының жобасы, «Ғылым туралы» заң және мемлекеттік инновациялық даму бағдарламасының жобалары жасалып, талқыланған.

1998 жылы «Экономикалық реформа» қоры қолдауымен ең жақсы үш бизнес-инкубатор ашуға сайыс жарияланған болатын. Нәтижесінде 2000 жылдың қазан айында үш бизнес-инкубатор жобалары таңдалынып алынды: «Лига предпринимателей Казахстана» ассоциациясы, «НПО СотБИ» және «Бизнес – инкубатор». Бұл бизнес-инкубаторлардың қызметін бастауына «Сорос – Қазақстан» қоры атынан 258 469 доллар көлемінде қаржы бөліген. Бұл инкубаторлар Польша және Түркия елдерінің тәжірибесі негізінде құрылған.

Шағын кәсіпорындардың мониторингі

Шағын бизнес кәсіпорын субъектілері дамуының негізгі көрсеткіштері Қазақстан Республикасы экономикалық қауіпсіздік мәселелері жөніндегі Қауіпсіздік кеңесі ведомствоаралық комиссиясының 2000 жылғы 19 қазанындағы отырысының №15 -5/2 хаттамасының негізінде және ҚР табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестік қорғау және шағын бизнесті қолдау жөніндегі Агенттігінің келісімімен жарияланды.

Шағын бизнестің экономикалық рөлі ең алдымен шағын кәсіпорындар бойынша негізгі көрсеткіштерімен сипатталады. Статистикада шағын кәсіпорындар ретінде қаржылық немесе корпорация секторына жататын қызметкерлер саны 50 адамға дейін заңды тұлғалар саналды. Оның ішінде шағын бизнес субъектілеріне өз қызметін шоу бизнес саласында жүзеге асыратындардан басқа серіктестік және өндірістік кооператив ретінде тіркелген жеке кәсіпорындар жатады. Қолданып жүрген заң актілері мен белгіленген шағын бизнестің басқа белгілері кәсіпорындардың санына айтарлықтай әсер етпейді. Сондықтан аталмыш мониторингте есепке алынбайды.

Жаңа ұғымдар:

- Кәсіпкер
- Кәсіпорын
- Акция
- Менеджер
- Серіктестік

Сұрақтар:

1. Кәсіпкер болу үшін ең маңызды қажеттілікті ата.
2. Кәсіпорын түрлерін ата.
3. Серіктестік дегеніміз не?
4. Ірі, орта және шағын кәсіпкерліктің ерекшеліктерін ата.

Тест сұрақтары

1. Буржуазиялық экономикалық теорияда кәсіпкер ұғымы нешінші ғасырда қолданыла бастады?

- А) XVII ғ.
- Б) XVIII ғ.
- В) XIX ғ.
- Г) XX ғ.
- Д) XXI ғ.

2. Менеджер дегеніміз кім?

- А) жалдамалы басшы;
- Б) белсенді, жаңалық құмар, оны жүзеге асыруға бейім адам;
- В) қаржы мен баға арасындағы аймашылық;
- Г) А,Б;
- Д) барлығы да дұрыс.

3. Пайда дегеніміз не?

- А) еңбекке төленетін ақы;
- Б) қаржымен баға арасындағы айырмашылық;
- В) несие орнына төленетін төлем;
- Г) барлығы да дұрыс;
- Д) А, Б.

4. Кәсіпкерлікті ұйымдастыру құқық жағынан нешеге бөлінеді?

- А) 2;
- Б) 3;
- В) 4;
- Г) 5;
- Д) 6.

5. Жеке дара кәсіпкерлік дегеніміз не?

- А) бірнеше адам және заңды тұлғаның кәсіпшілік жасатуы;
- Б) қазіргі заманғы классикалық кәсіпкерлікті жалға қою шарты, яғни экономикалық қатынаста және дара өрекет етуі;
- В) капиталы бірнеше дербес мүлік иелерінің бірлескен меншігіне негізделген ферма;
- Г) А,Б.

6. Компания дегеніміз не?

А) бірнеше адамдардың және заңды тұлғаның кәсіпшілік жасауы;

Б) қазіргі замандағы классикалық кәсіпкерлікті жалға қою шарты, яғни экономикалық қатынаста жеке дара әрекет етуі;

В) капиталы бірнеше дербес мүлік иелерінің бірлескен меншігіне негізделген фирма;

Г) А,Б,

Д) барлығы да дұрыс.

7. Серіктестік дегеніміз не?

А) бірнеше адамдардың және заңды тұлғаның кәсіпшілік жасауы;

Б) қазіргі замандағы классикалық кәсіпкерлікті жалға қою шарты, яғни экономикалық қатынаста жеке дара әрекет етуі;

В) капиталы бірнеше дербес мүлік иелерінің бірлескен меншігіне негізделген фирма;

Г) А,Б;

Д) барлығы да дұрыс.

8. Серіктестіктің неше түрі бар?

А) 4;

Б) 5;

В) 6;

Г) 7;

Д) 8.

9. Коммерциялық фирмалардың мақсаты не?

А) мақсат қойылмайды;

Б) пайда алу;

В) қоғамға елшілес және тәуелді қызмет етуі;

Г) А, Б;

Д) барлығы да дұрыс.

10. Кәсіпкерлік іспен айналысудағы қажеттілік?

А) ақша;

Б) тұтынушылардың қажетті ігін сезіне білу;

В) ұшқыр қиял;

Г) капитал;

Д) барлығы дұрыс.

2.5. Менеджменттің мақсат-міндеті, қызметі

Жоспар:

1. Басқарудың мәні және оның өндіріс тиімділігіне ықпалы.

2. Менеджменттің мақсат-міндеті.

1. **Менеджмент** – нарықтық экономиканың қажетті элементі болып табылатын басқару теориясы. Басқару теориясы ғылым ретінде ХІХ ғасырдың аяғы мен ХХ ғасырдың басында пайда болып, өзінің дамуында бірнеше дәуірді басынан кешірді. Экономикалық әдебиеттерде басқарушылық ойдың алғашқы қарқыны «тейлоризм» деген ағыммен байланысты екені айтылады. Американ инженері Фредерик Уинслоу Тейлор (1856-1915 ж.ж.) басқаруды ғылыми тұрғыдан жүргізуді алғаш рет айтқан болатын. Ф.Тейлор «Фабриканы басқару» (1903 ж.) «Ғылыми менеджменттің принциптері» (1911 ж.) деген еңбектерінде кәсіпорынды басқаруды өнер ретінде қарастырып, онда «нені жасауды дәл білу және оны арзан әрі ең жақсы тәсілмен жасауға болатынын» қарастырды. Оған қол жеткізу үшін Ф.Тейлордың ойынша, төмендегідей кейбір басқарудың шешімдерін жүзеге асыру қажет: мақсатты таңдау және оған жету жолы, нәтижені бақылаудың тәсілін дайындау. Ф.Тейлор өзінің еңбектерін басқаруды ұйымдастыруды тек кәсіпорын деңгейінде қарастыруға арнады.

Басқару – адамдардың кәсіптік қызметі. Бұл қызметтерінің мән-мағынасын айқындау үшін оның анықтамасынан бастайық. Басқару – бұл ұжымдағы адамдарға және жекелеген адамдарға, олардың бірлескен жұмыс процесінде мақсатты жүйелі ықпал ету.

Басқарудың мақсаттылық анықтамасы – басқару міндетін, ұжымның алдына қойған мақсатына жетуін қамтамасыз етуді көздейді. Оның үстіне мақсат қою да басқару міндеті.

Басқарудың жүйелілік анықтамасы – дүркін-дүркін емес, жүйелі, үздіксіз жүзеге асыру қажеттілігін көр-

сетеді. Әрекеттің осындай міндетті бірізділігі басқару процесі деп аталады. Әр түрлі деңгейде басқару процесінің күрделілігіне және алуан түрлілігіне қарамастан Д.Н. Бобрышев басқару процесіне біршама жалпылама анықтама береді.

Басқару процесі – бұл шешімді шығаруды, қабылдауды, қабылданған шешімнің орындалуы жөніндегі жұмыс барысын үйлестіруді, қабылданған шешімнің орындалу барысын басқарудың бірізділігін жүзеге асыру. Кезінде А.Файол басқару анықтамасына мынандай анықтама берген болатын:

Басқару дегеніміз – болжамдау және жоспарлау, ұйымдастыру, жарлық беру, үйлестіру және бақылау.

Басқару – бұл ұжымдағы және жекелеген адамдарға, олардың бірлескен жұмыс процесінде мақсатты жүйелі ықпал ету.

Менеджмент термині алғашында мал шаруашылығында, жылқыларды басқару өнеріне қолданылған. Кейінгі кезде адам қызметі саласына ауысып, адамдар мен ұжымдарды басқару ретінде түсінілген. Ғылым ретінде менеджмент өзінің күшін басқарушылыққа, еңбектің табиғатын анықтауға, адамдардың бірлескен еңбегінің пайдалырақ, әрі тиімдірек екенін түсіндіруге бағыттайды. Басқару – бұл өнер, ол білім мен тәжірибені ғана талап етіп қоймайды, жеке басының қасиеттеріне де көңіл қояды.

Менеджер деп кімді айтамыз? Менеджердің міндетті түрде бастық болуы шарт емес. Менеджерді менеджер қылатын билік емес, оның ұйымының қызметіне қосқан үлесі мен қызметінің нәтижелері үшін жауаптылық.

Менеджердің қызметі мынандай әрекеттен құралады:

1. Мақсатты тағайындау: осы мақсатқа жету үшін не істеу керек және ол әрекеттердің тиімділігін қалай қамтамасыз етуге болады.

2. Ұйымдастыру: мақсатқа жету үшін қажет қызметтерді талдайды, басқарылатын еңбек міндеттеріне бөледі.

3. Мотивация мен коммуникацияны қолдау, яғни түрлі жұмыстарға қажетті адамдардан топ құрап, оны

жүзеге асыру үшін спецификалық тәсілдерді, кадрлық мәселелерді тағайындайды.

4. Адамдардың, өзінің өсіп-өркендеуіне мүмкіндік туғызады: білім деңгейін көтеру, материалдық жағдайлар жасау, т.б.

Басқару процесі болжамдау, жоспарлау, ұйымдастыру, үйлестіру, мотивациялау, бақылау сияқты қызметтерден тұрады.

Жоспарлау – ұйымның мақсаты қандай болуы керек екенін және мақсатқа жету үшін ұйым мүшелері не істеу керек екенін анықтайды.

Болжамдаудың мақсаты – келешекті ғылыми болжау, ұйымның мүмкін болатын даму бағыттарын, экономикалық құбылыс динамикасын анықтау болып табылады.

Ұйымдастыру – бұл белгілі бір құрылымды құру, қызметкерлер, олардың топтары және бөлімшелер арасында жұмысты бөлу, басқару органдары мен лауазымды адамдардың құқықтары мен міндеттерін бекіту, кадрларды таңдау және тағайындау болып табылады.

Мотивация дегеніміз – ұйымның мақсатына жетуі үшін менеджердің қызметкерлердің жұмысын жандандырып, оларды тиімді еңбек етуге тартуға, ынталандыруға қолданылатын процесс.

Мотивация міндеті – адамдардың мұқтаждықтарына байланысты факторды анықтап, олардың түрлі мақсаттарға жетуі үшін күшін қалай пайдаланып, мінез құлықтың қандай нақты түрін қолдануын зерттейді.

Үйлестіру – ұйымның барлық құрылымдары арасында коммуникацияларды орнату жолымен сәйкестікті қамтамасыз ету.

Бақылау – мәліметтерді есепке алу, барлық қызметтердің нәтижелерін талдау, жоспарлық көрсеткіштермен салыстыру, ауытқу себептерін анықтау және мақсатқа жету үшін қажетті шараларды белгілеу болып табылады.

Менеджерлерге қойылатын талаптар:

1. Адамдарды құрметтеу.
2. Тапсырыс берушіге барынша көңіл бөлу.

3. Өз ісіне сенімді болу, батыл мақсат қоя білу.
4. Қарамағындағыларға талап қою.
5. Сынды қабылдай білу және өзі де әділ сын айта білуі, т.б.

II. «Менеджмент» (*басқару*) – ағылшын сөзі, оның түп-төркіні гректің «*манус*», яғни «*қол, кұш*» деген сөзінен шығып, алғашында мал бағу саласында қолданылған, дәлірек айтқанда ат тізгінін ұстау, меңгеру шеберлігін білдірген. Кейіннен бұл атау адам қызметінің саласына ауысып, адамдарды басқарудың және ұйымдастырудың ғылыми, практикалық мәнін білдіретін болды.

Ағылшын тіліндегі Оксфорд сөздігінде бұл ұғымға мынадай түсінік беріледі:

1. Адамдармен қарым-қатынас жасау әдісі, үлгісі:
2. Билік және басқару өнері.
3. Шеберліктің ерекше түрі және әкімшілік дағды.
4. Басқару органы, әкімшілік бөлігі.

Күнделікті тұрмыста менеджмент сөзі белгілі бір ұйымдағы барлық адамдардың қызметіне басшылық етумен шұғылданып, өз мақсатына жетуді білдіреді. Менеджмент ұғымына Э.Петерсон мен Э.Плоумен былай деп анықтама береді: «Кең мағынада, әлеуметтік тұрғыдан қарағанда, менеджмент дегеніміз – адамдарға тән тенденцияда топты қалыптастыру нәтижесінде өрістейтін техника немесе тәсіл. Мұндай топтың мысалына үкіметті, алуан түрлі клубтарды және іскер кәсіпорындарды жатқызуға болады. Қандай топ болмасын, оның өзінің дербес менеджері болуы тиіс». Осы тұрғыдан алғанда менеджментті тәсілдер жиынтығы ретінде қарастыруға, әрі сол арқылы белгілі бір адамдар тобының мақсаттары мен міндеттері белгіленіп, айқындауға болады.

Менеджменттің негізгі алты түрі бар:

1. **Үкімет.** Менеджмент ұғымы үкімет қызметіне қолданылмағанымен, Петерсон мен Плоуменнің пікірінше, оның қызметі барлық жағынан алғанда менеджменттің барлық анықтамасына сәйкес келеді.

2. **Мемлекеттік менеджмент.** Көп мемлекеттік мәселелерді ұйымдастыру және сондағы қызметкерлерге билік жүргізуді жүзеге асыру.

3. Әскери менеджмент. Мемлекеттік менеджменттің ерекше түрі. Қарулы күштерді ұйымдастыру және оларға жетекшілік ету.

4. Құрама одақтық (ассоциациялық) немесе клубтық менеджмент. Мемлекеттік мекемелердегі секілді, мұнда да қызметкерлер тобының іс-әрекетін ұйымдастырып, оларға басшылық ету қажет.

5. Бизнес-менеджмент. Үкіметтіктен және мемлекеттік менеджменттен өзгеше келетін менеджменттің ерекше түрі.

6. Мемлекеттік меншіктегі менеджмент. Бизнес-менеджменттің арнайы түрі. Жеке меншік іскерлік кәсіпорын функциясымен қоса мұнда менеджмент сипатына мемлекеттік және әлеуметтік проблемалар мен ой-пікірлер де ықпал етеді.

Жаңа ұғымдар:

- Менеджмент
- Менеджер
- Мотивация

Сұрақтар:

1. Менеджер дегеніміз не?
2. Менеджмент қандай саланы зерттейтін ғылым?
3. Менеджменттің мақсаты?
4. Менеджерге қойылатын талаптар?

Тест сұрақтары

1. Басқару процесі дегеніміз не?
А) белгілі бір құрылымды құру;
Б) ынталандыруға қолданылатын процесс;
В) шешімді шығару, қабылдау процесі;
Г) адамдардың кәсіптік қызметі;
Д) А,Б.

2. Бақылау дегеніміз не?

- А) қызметтердің нәтижелерін талдау;
- Б) лауазымды адамдардың құқықтары мен міндеттерін бекіту;
- В) адамдардың кәсіптік қызметі;
- Г) ынталандыруға қолданылатын процесс;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

3. Менеджменттің негізгі ұғымдары?

- А) фирма, сұраныс, маркетинг;
- Б) бизнес, күйреу, коммерция;
- В) мотивация, басқару, менеджер;
- Г) мұқтаждық, қажеттілік, тауар, айырбас;
- Д) А, Б.

4. Менеджердің қызметі неше әрекеттен құралады?

- А) 6;
- Б) 4;
- В) 2;
- Г) 3;
- Д) 7.

5. Мотивация дегеніміз не?

- А) шешімді шығару, қабылдау процесі;
- Б) мінез-құлықтың нақты түрін қолдануын зерттейді;
- В) билікті жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға;
- Г) ұйымның мақсатына жету үшін ынталандыруға қолданылатын процесс;
- Д) А, Б.

6. Менеджмент дегеніміз не?

- А) қаржы көзі;
- Б) басқарушылық еңбектің мазмұны мен сипатын қарастыратын ғылым;
- В) халықтың еңбекпен қамтылуы;
- Г) экономиканы жоспарлау;
- Д) өндірісті тиімді ұйымдастыру.

7. Менеджерге қойылатын талаптарға қайсысы жатпайды?

- А) өз ісіне сенімді болу, батыл мақсат қоя білу; қарама-ғындағыларға талап қою;

- Б) клиентке көп көңіл бөлу;
- В) сынды қабылдай білу және өзі де әділ сын айта білуі, т.б;
- Г) адамдарды құрметтеу;
- Д) пайда табу мақсатында кез келген әрекетке бару.

8. Басқару процесінің қызметтерін ата:

- А) болжамдау, жоспарлау;
- Б) ұйымдастыру, үйлестіру;
- В) мотивациялау, бақылау;
- Г) нарықты зерттеу, жарнаманы пайдалану;
- Д) А,Б,В.

9. Менеджердің атқаратын қызметін ата:

- А) өндірісті ынталандыру;
- Б) ұжымды мақсатты іс-әрекетке бағыттау;
- В) пайда табу;
- Г) кәсіпкерлікпен айналысу;
- Д) мотивацияны пайдалану.

10. Басқаруды ғылыми тұрғыдан жүргізуді алғаш рет айтқан американ инженерін ата.

- А) Адам Смит;
- Б) Фредерик Уинслоу Тейлор;
- В) Давид Рикардо;
- Г) А.Маршалл;
- Д) К.Маркс.

2.6. Маркетингтің дамуы, принциптері, маңызы

Жоспар:

1. Маркетингтің даму кезеңі.
2. Маркетингтің принциптері мен қызметі.
3. Бизнес-жоспар. Жарнама және ынталандыру.

1. Маркетинг (ағыл. *market* – нарық, өткізу) кәсіпорындардың өндірістік өткізу және сауда істерін басқаруды ұйымдастыру әдісі ретінде XIX-XX ғасырлар аралығында пайда болады. Алғашқыда маркетингті өткізуді

ұйымдастыру әдісі деп қарастырды. Дегенмен, маркетинг тек қана тауарларды өткізумен шектелмейді. Қазіргі таңда маркетинг бөсекенің стратегиясы мен тактикасын, сатып алушыларды өзіне тарту тәсілін, нарықты билеу әдістерін жасайтын, көзделген пайда деңгейін қамтамасыз ететін, нарық және бағаларға белсенді бақылау орнататын жан-жақты ғылым және іс-әрекет саласы болып табылады. Сонымен бірге оның маңызды міндеті – өндірісті дұрыс бағдарлау үшін нарықты терең зерттеу.

Маркетингті өрекет ету саласына тұтынушылардың сұранысының құрылымын құрайтын географиялық, демографиялық, өлеуметтік-психологиялық және басқа да факторларды бөлек-бөлек есепке ала отырып, нарықтың сыйымдылығын анықтау кіреді, сонымен қатар бөсекелестердің бағыт-бағдарын, мақсатын қадағалап отыру да жатады.

Маркетинг – бұл адамның тұтынуын айырбас арқылы қанағаттандыруға бағытталған іс-әрекет түрі (Ф.Котлер).

Маркетинг – бұл тауарларға, қызметтерге, адамдарды ұйымдастыруға, аймақтарға және идеяларға сұранысты айырбас арқылы болжау, басқару және қанағаттандыру (Дж.Р.Аванс, Б.Берман.).

Қазіргі заманғы маркетинг теориясы оны басқарудың нарықтық бағдарын қамтамасыз ететін күрделі динамикалық жүйе деп қарастырады. Маркетингтің мәнін қысқаша былай сипаттауға болады: «Не өндірілетін болса, соны өндіру және сату керек».

Маркетингтің дамуын үш кезеңге бөлуге болады:

1-кезең. Тауарларды артық өндірумен, яғни олардың ұсынысы сұранысынан артық бола бастауымен байланысты. Мұндай жағдайда, кәсіпорынның негізгі мақсаты тауарларды барынша көп шығару, сосын барлық әдістермен оларды сатып алуға тұтынушыларды мәжбүр ету.

2-кезең. Оның негізгі принципі өндірушілерді тұтынушыларға, нарыққа бағдарлау болып табылады.

3-кезең. Бұл кезеңдегі маркетингтің негізгі тұжырымдамасы қоғамның экономикалық ресурстарына бағдарланған.

Маркетингтің негізгі қасиеті – нарықта орын алатын қандай да бір құбылыстармен белгілі бір қатынаста болуы. Маркетинг нарықтағы болатын себепті-салдарлы байланыстарды және субъектілер мен олардың арасындағы тәуелділіктерді зерттеп, анықтауды оңайлатады.

Қорыта келе, маркетингті нарықты терең білуге, баға белгілеу сұрақтарына және тұтыну мен сұранысты болжаудағы өндіріске, тауарларды тұтынушыларға жеткізуге және одан кейінгі қызмет көрсетуге негізделе құрылған өндірісті басқару мен өнім өткізуге бағытталған көзқарас деп анықтау керек.

II. Нарық тұжырымдамасы ретіндегі маркетингтің негізгі принциптері мыналар:

- Өндірістің түпкі нәтижесіне жетуге ұмтылу, тауарларды нарықта тиімді өткізу.

- Алға қойған мақсат пен міндетке жету үшін бағдарламалы мақсатты әдіс пен кешенді қатынас жасау, тек осындай жағдайда ғана маркетинг нарықтық қатынастардың сәтті дамуын қамтамасыз етеді.

- Нарыққа икемделудің стратегиясы мен тактикасын бірлікте және өзара байланыста қолдану, сонымен бірге оған мақсатты бағытта әсер ету.

- Кәсіпорынның жұмысын шұғыл нәтижеге емес, ұзақ мерзімді нәтижеге бейімдеу, ал ол тиісінше болжамды зерттеулерге және жаңа тауарлар жасауға көңіл аударуды талап етеді.

Осы көрсетілген принциптер бойынша маркетингтің негізгі ақпаратты қызметтерін анықтауға болады:

1) нарықты зерттеу. Бұл тұтынушылардың әр түрлі топтарының тұтыну қажеттігі және сұраныс, тауар ұсынысы мен жаңа тауарлар өндіру үшін ақпар бағыттары немесе бұрын игерілген ассортиментті жаңарту туралы барлық қажетті жинақтау процесі.

2) жарнаманы пайдалану. Ол нарықтың бар тармақшаларын тұрақтандыруға және тұтынушылардың жаңа топтарын тартуға бағытталған.

3) сатуды ынталандыру қызметі. Тауарларды сатуды жеделдетуге (жарнаманы есептемегенде, көтермелеп,

жеңілдікпен сату), тауарларды арзандатылған бағамен өткізуге, дилерлердің (сатуға байланысты ерекше агенттер) қызметін пайдалануға бағытталған түрлі шараларды қамтиды.

4) баға саясаты. Сұраныс пен ұсыныстың ара қатынасын реттейтін маркетингтің аса маңызды қызметтерінің біріне жатады.

Маркетингтің қызметі ретіндегі өткізу (сату) саясаты тауар қозғалысының бүкіл жүйесі мен тауар сатылғаннан кейінгі тұтынушыларға көрсетілетін қызметті, тіпті пайдаланылған өнімді қалдықтандыруды да қамтиды.

Жоғарыда көрсетілген қызметтер бірте-бірте емес, бір мерзімде орындалады, сөйтіп өндірісте, сауда және тұтынушыларға ықпал етуде уақытылы болатын өзгерістер үшін ақпарат үзіліссіздігі қамтамасыз етіледі.

Нарық жағдайында, маркетинг тауарларға салыстырмалы түрде тұрақты сұраныс жасауға, бәсекеге төтеп беруге, пайда табуына мүмкіндік береді.

III. Нарықтық экономиканың негізгі қозғаушы күштерінің бірі – тауар сатылымы. Тауар сатылымынсыз бизнес қалыптаса алмайды. Дамыған нарық тауарды молынан ұсынып, өндірушілер арасында бәсекелестік тудырады. Бүгінде біз жарнаманы барлық жерде кездестіреміз: көгілдір экраннан, газет және журнал беттерінен және т.б.

Бизнес-жоспардың құрылымы:

Бизнес-жоспар фирма қызметінің нақты бағытын зерттеудің нәтижесі болып табылады. Сондықтан оның құрамында:

- Фирманың міндеті мен мақсаты.
- Қаржылық мүмкіндіктерімен теңестірілуі.
- Фирманың даму бағытының экономикалық негізі.
- Фирма қызметінің болашақта күткен экономикалық нәтижесі.
- Фирма қызметін қаржыландыру көзі анықталған болуы тиіс.

Бизнес-жоспардың құрылымы мен мазмұны өндіріс саласының және өндіріс технологиясының сипатына тәуелді. Бизнес-жоспарды құрудың мақсаты – кәсіпорынның шаруашылық қызметінің келешегін жоспарлау.

Бизнес-жоспар төмендегідей бөлімдерге бөлінеді:

Бизнес-жоспар резюмеден басталады. Оның көлемі 4 беттен аспайтын болуы керек. Ол жоспардың мазмұны мен негізгі ойын таныстырады.

1. Резюме мынадай бөлімдерден тұрады:

- Жобаның басты мақсаты.
- Кәсіпкерлік өнімнің қысқаша сипаттамасы.
- Іске салынған қаржының рентабельділік деңгейі.
- Сату көлемі туралы мәлімет.
- Жобаны жүзеге асыруға байланысты шығындар.
- Күтілген тиімділік немесе қорытынды.

Резюме бизнес-жоспардың ең басты таныстырушы бөлігі болғандықтан, оны нақты, қысқа және дәлелді етіп жасау керек. Бизнес-жоспардың негізгі бөлімі болашақ тұтынушыларға берілетін тауарлар (қызметтер), яғни өнімнің сипаттамасын беретін бөлімнен басталады. Бұл бөлім нақты ұқыпты талқылауды қажет етеді. Кәсіпкердің тауарлар мен қызметтер жөнінде нақты мәліметі болуы тиіс. Әлеуетті инвесторлардың дұрыс таңдауына және фирманың нарықты дұрыс таныстыруына көз жеткізу үшін олар туралы бар мәліметтерді белгілеп отыруы тиіс.

2. Маркетингтік жоспар. Бұл бөлімде өз жоспарының негізгі элементтері: тауарлар, нарықтар, әр түрлі өндірістің дамуы жөнінде түсіндіріледі. Фирманың қандай маркетингтік стратегияны қабылдағаны туралы, тауарлардың жеке фирмалық дүкендер немесе көтерме сауда ұйымдары арқылы сатылатындығы жайлы, тауарларға қойылатын баға қалай анықталатыны және пайдалылық қандай деңгейде болатыны, сату көлемінің тұрақты өсуі, өткізу көлемін ұлғайту немесе жаңа тұтынушыларды ынталандырудың нысандары есебі, фирма және оның тауарлары жақсы мәліметтерге қалай жетуге болатындығы жайлы ақпараттардан тұрады.

Сондықтан бұл бөлім мынадай тармақтардан құрылады:

- Маркетинг стратегиялары мен мақсаттары.
- Баға белгілеу.
- Тауарларды тарату сызбасы.
- Сатуды ынталандыру әдістері.
- Сатудан кейін клиенттерге қызмет көрсетуді ұйымдастыру.
- Жарнама.
- Фирмалар және тауарлар туралы қоғамдық пікірдің қалыптасуы.

3. Тауарлар мен қызметтердің сипаттамасы. Бұл бөлімде кәсіпкер өз кәсіпорнының (фирманың) өнімі туралы: оның физикалық қасиеті, тауарлары мен қызметтері қандай сұраныстарды қанағаттандыратындығы, нарықта олардың басқалардан айырмашылығы, жетістіктері мен кемшіліктері, тұтынушының осы тауарлар мен қызметтерді пайдалана отырып, нені ұтатындығы туралы айтуы қажет. Сондай-ақ, бұл бөлімде кәсіпорынның қандай интеллектуалды меншікке (патент, лицензия, кәсіпорын құпиялары) жататындығын көрсету маңызды болып саналады.

4. Ұйымдастырушылық жоспар. Бизнес-жоспардың бұл бөлімінде құрылған кәсіпорынның меншік нысанының қай түріне: яғни оның жеке кәсіпорын, жауапкершілігі шектеулі серіктестік немесе акционерлік қоғамға жататынын көрсету керек. Егер ол акционерлік қоғамға жататын болса, онда шығарылған акцияның көлемі және оның акциясының қандай типке жататындығы туралы мәлімет берілуі қажет. Осы кәсіпорынның барлық басшылары мен директорлар кеңесі мүшелерінің өмірбаяны, аты, мекен-жайы туралы қысқаша мәлімет көрсетілуі тиіс. Яғни, бизнесмен ұйымдастыру жоспарын жасағанда сұрақтарға жауап бере алатындай болуы керек.

5. Өндірістік жоспар. Бизнес-жоспардың бұл бөлімін өндірістік қызметпен айналысатын кәсіпкерлер ғана жасайды. Оның басты мақсаты – әлеуетті инвесторлардың қажетті мерзімде, талапқа сай тауарлар мөлшерін шыға-

руға жағдайы бар екендігіне көз жеткізу. Осы бөлімде фирманың өндірістік даму сызбасын келтіру өте маңызды. Онда барлық шикізаттың түрлері қайдан және қалай түсетіндігі, қандай цехтарда қалай қолданылатыны, бұл өнім қалай және қашан пайда болатыны жайлы көрнекі түрде көрсетіледі. Өндірістік жоспардың негізгі мақсаты тауар шығарудың өндірістік жақтарымен қамтамасыз ететін ақпараттармен таныстыру болып табылады.

6. Қаржылық жоспар. Бизнес-жоспардағы ең маңызды бөлім қаржылық жоспар болып есептелінеді. Қаржылық жоспар – кәсіпорынның немесе фирма қызметінің нәтижесін таныстыратын ең соңғы бөлім. Бұл бөлімнің жоспарын құрған кезде мұқият түрде ішкі қаржылық операцияларды беру және оны жаңартып отыру талап етіледі. Қаржылық аспект ерекше бөлімді, атап айтқанда, бірінші кезекте бухгалтерлік есеп пен талдауды қажет етеді. Егер кәсіпорында қаржылық қызмет туралы білімі бар маман болмаса, қаржылық менеджерге басқа фирмалардан мамандар шақырылады. Қаржылық жоспардың маңызды элементі коммерциялық кәсіпорынның (фирманың) жұмысын шығынсыз талдау болып табылады. Ол екі тәсілмен жүзеге асырылады: формула пайдалану және график құру.

Өнімді сатып, өткізуді ұйымдастыруда маңызды орынды жарнама алады. Жарнама – бұл тұтынушыны хабардар ету және ұсынысты тудыру мақсатындағы тауарлар, әр түрлі қызметтің түрлері және тағы сол сияқты жөніндегі ақпарат. Нарықтық қатынастарда жарнамаға әр уақытта да көп көңіл бөлінеді, бірақ маркетинг жүйесінде жарнама жариялаудың тәсілдері мен әдістері маңызды өзгерістерге ұшырайды.

Жарнама жариялау көптеген жолдар және әр түрлі тәсілдер арқылы жүзеге асырылды. Бұған кең жазылған бағдарламалар, каталогтар, буклеттер, анықтамалар, альбомдар, плакаттар, бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалану жатады.

Тұтынушыны, оның мұқтаждарын нысанаға ала отырып, кез келген фирма нарыққа ықпал етуге тырысады. Ал, бұл, егерде фирма тұтынушыға бұйымдардың мүлдем

жаңа түрлерін ұсынғанда, оларға қызығушылық, сатып алу ықыласын тудырғанда ғана мүмкін болады.

Жарнамалық жұмыс үлкен білім мен іскерлікті талап етеді. Фирма жарнаманы өз алдына не тәуелсіз агенттерінің қызметін пайдалана отырып жүргізуіне болады. Жарнама жүргізу белгілі дәрежеде қымбат.

Жарнама өзіл-сықақ түрінде, комедиялық фильмдер кейіпкерлері бейнесінде, романтикалық немесе қарапайым түрде де берілуі мүмкін.

Негізгісі – фирма бейнесін, тауарды нақты есте сақтауға ықпал етуі. Жарнамалық қызмет оны ұйымдастырушының, дайындаушының ой-өрісінің дамығандығына, қиялына байланысты болады. Оның құралдарына түс, дыбыс, музыка, стиль, бейне жатады. Жарнамалық қызметтің табыс әкелетін өз айла-тәсілдері, құпиялары, ережелері болады.

Жарнамаға қойылатын талаптар

Жарнама тұтынушыға бір жаңалық ашқандай әсер етуі қажет. Жарнама әділ болуы керек, орынсыз жасалған жарнама сенімді жоғалтады. Жарнама басқа фирмаларға қатысты әділ болып, өз тауарын мақтап, өзгенікін жамандамауы керек.

Жарнама – тұтынушылардың тауарға, фирма қызметіне деген қызығушылығын арттыру мақсатындағы оларға арналған үндеу.

Тұтынушыларға қажетті жарнаманың қалай әсер ететінін анықтау үшін төмендегі мәселелерді қарастырайық.

Нені жарнамалауға болады?

- Белгілі тауарды (оның сыртқы түрін, қасиетін, бағасын, артықшылығын).
- Фирманы (қызметінің сипатын, көлемін, қызықтыратын жақтарын, сенімділігін).
- Идеяны (мүлікті сақтандыру, ақшаны акцияға салу).
- Қызметті (тұсаукесер, көрме ұйымдастыру, төмендетілген бағамен сату және т.б.).

Жарнама кімге арналады?

Адресіне байланысты жарнама төмендегіше бөлінеді:

- Жалпы ұлттық (бүкіл ел көлемінде белгілі өнімді нарыққа ұсыну) және жергілікті (сәйкес аймақ көлемінде);
- Саудалық (жалпылама, тауар сатушылар мен сатып алушыларға) және өндірістік (өндірушілерге ғана арналған);
- Конституциялық (банк, сақтандыру компаниялары, коммуналдық қызмет саласы клиенттеріне арналған).

Жарнама түрлері:

- Ақпараттық (жаңа фирманың құрылғаны, тауар мен қызметтің пайда болғаны жайлы);
- Сендірушілік (белгілі фирманың мүддесіне сай талғам қалыптастыру);
- Ескертушілік (фирма белгілі жетістікке жеткен уақытта).

Жарнаманы қайда орналастыру керек?

- Теледидар және радио (арнайы жарнамалық үзіліс пен белгілі бір хабарға демеуші болу).
- Жарнамалық хабарландыру (газет, журналдарда, сонымен қатар кітап мұқабасымен).
- Жарнамалық өнімдерді мекен-жайлар бойынша тегін тарату (ұстанымдарға сәйкес, не кездейсоқ таңдау негізінде алынады).
- Сыртқы жарнама (хабарландырулар, арнайы қалқандарда, көліктерде).
- Көрме сату.
- Тауарды қораптау (қораптың сапасы, формасы, түсі тауардың кең көлемде тарауына әсер етеді).

Маркетингті сипаттай келе оның өтімділігі «өндіруші-тұтынушы» бағыты бойынша тура және кері байланыстардың ұштасуына, олардың өндіріске де тұтынуға да өзара ықпал етуіне де негізделеді деп айтуға болады: кәсіпкерлердің тұтынушының мұқтаждарын мүмкіндігінше толығырақ қанағатандыруға, оған барлық жағынан жағынуға тырысушылығын өндірушілер үшін пайда алудың өз маңызын жойғандығы деп түсінуге болмайды.

Айтатын болсақ фирманың өркендеуі алатын пайданың мөлшеріне оның қаржылық жағдайы мен мүмкінші-

ліктеріне байланысты. Өндірістің қызметі маркетингтің мына екі түрінің біреуіне бағытталуы мүмкін:

- а) өнімге, бұйымға, қызметке;
- б) жіктелуді ескере отырып тұтынушыларға.

Бұл екі түрдің әрқайсысының күшті және әлсіз жақтары болады, сондықтан да фирма өз қызметтерінде жергілікті жағдайларға икемді болуы керек, өйткені ең тиімді нәтиже өндіріс пен сатып өткізудің нақты қалыптасқан және өзгеріп отыратын жағдайларына сай екі түрде дұрыс ұштастыру барысында алынуы мүмкін.

Өндіріс пен сатып өткізуді ұйымдастырудың әр түрлі тәсілдерін іс жүзінде қолдану – күрделі іс. Бұл оларды алыс болашаққа ғана емес, жақын мерзімге де болжауға қатысты, өйткені тауарлар мен қызметтердің орасан зор әр алуандығы, олардың үнемі өзгертіліп отыруы және жетілдірілуі тұтынушыларының мұқтаждарының, ықыластарының, талаптарының, нарық конъюктурасының тез өзгеруіне әкеледі.

Маркетинг – бұл экономиканың тип ретінде нарықтық қатынастарды біртұтас ұйымдастырудың тиімді нысаны. Мынадай экономикалық құбылыстарды қамтиды: жаңа сатып алушыларды іздеу, өз өнімін сатып өткізуді қамтамасыз ету, тауар өндірісі мен олардың ассортиментін жоспарлау, жаңа үлгілерді дайындаумен байланысты проблемалар және т.б. Айтылғаннан мынадай қорытынды жасауға болады: маркетинг – қара бастың қамы емес, ол фирманың алдында қойған мақсаттарға жетуіне бағытталған.

Жаңа ұғымдар:

- Маркетинг
- Жарнама
- Баға саясаты
- Сұраныс және ұсыныс
- Бизнес-жоспар

Сұрақтар:

1. Маркетинг дегеніміз не?
2. Маркетингтің принциптерін ата?
3. Маркетингтің қызметтері?

Тест сұрақтары

1. Маркетинг қай ғасырда пайда болды?

А) XVIII -XIX ғ.ғ.

Б) XVIII-XIX ғ.ғ.

В) XIX-XX ғ.ғ.

Г) XVIII-XX ғ.ғ.

Д) дұрыс жауабы жоқ.

2. Маркетингтің дамуын неше кезеңге бөлуге болады?

А) 2

Б) 3

В) 4

Г) 5

Д) 7

3. Маркетингтің негізгі атқаратын қызметі:

А) жарнаманы пайдалану;

Б) нарықты зерттеу;

В) сатуды ынталандыру;

Г) баға саясаты;

Д) барлығы дұрыс.

4. Бұл – тұтынушыны хабардар ету және сұранысты тудыру мақсатындағы тауарлар, әр түрлі қызметтің түрлері т.с. ақпарат.

А) маркетинг;

Б) жарнама;

В) бәсеке;

Г) баға;

Д) барлығы дұрыс.

5. Маркетинг термині қай тілден енген?

А) араб тілінен;

Б) ағылшын тілінен;

В) грек тілінен;

Г) латын тілінен;

Д) орыс тілінен.

6. Ф.Коттлердің сөзі қайсысы?

А) маркетинг – бұл тауарларға, қызметтерге, адамдарды ұйымдастыруға, аймақтарға және идеяларға сұранысты айырбас арқылы болжау, басқару және қанағаттандыру;

Б) маркетинг – бұл әр адамның тұтынушы айырбас арқылы қанағаттандыруға бағытталған іс-әрекет түрі;

В) маркетинг – бұл не өндірілетін болса, соны өндіру және сату керек;

Г) әр адамның тұтынушы айырбас арқылы қанағаттандыруға бағытталған іс-әрекет түрі;

Д) тауарға жаңа тұтынушыларды тарту формасы.

7. Өнімді сатып өткізуді ұйымдастыруда маңызды орынды қайсысы алады?

А) баға саясаты;

Б) жарнама;

В) нарық;

Г) тауар;

Д) барлығы дұрыс.

8. Жарнама бұл –

А) экономиканың тиімді ретінде нарықтық қатынастың бір тұтас ұйымдарының тиімді формасы;

Б) әр адамның тұтынушы айырбас арқылы қанағаттандыруға бағытталған іс-әрекет түрі;

В) тұтынушыны хабардар ету және сұранысты тудыру мақсатындағы тауарлар, әр түрлі қызметтің түрлері және т.с.с. ақпарат;

Г) тауарға жаңа тұтынушыларды тарту формасы;

Д) барлығы дұрыс.

9. Жарнама жариялау түрлері:

А) бағдарламалар, каталогтар;

Б) буклеттер, анықтамалар;

В) альбомдар, плакаттар;

Г) бұқаралық ақпарат құралдары;

Д) барлығы дұрыс.

10. Маркетинг мынандай экономикалық құбылыстарды қамтиды:

А) жаңа сатып алушыларды іздеу;

Б) өз өнімін сатып өткізуді қамтамасыз ету;

В) тауар өндірісі мен олардың ассортиментін жоспарлау;

Г) жаңа үлгілерді дайындау;

Д) барлығы дұрыс.

3-ТАРАУ

МАКРОЭКОНОМИКА

3.1. Ұдайы өндіріс теориясы. Ұлттық есептеу жүйесі

Жоспар:

1. Макроэкономика және оның мәселелері. Макроэкономикалық көрсеткіштердің жалпы сипаттамасы.
2. Жалпы ұлттық өнім, оны есептеу әдістері.
3. Экономикалық өсу, оның түрлері, қарқыны және моделі. Экономикалық өсудің факторлары.

I. Экономиканың мақсаты мен құралдары XX ғасырдың 30-жылдарында адамдар экономиканың тұтас механизм ретінде қызмет етуінің проблемаларымен кездесті. Дамыған капиталистік елдердегі ұзаққа созылған өндіріс құлдырауы және жаппай жұмыссыздық экономиканың алдына көптеген сұрақтар тартты. Микроэкономикалық теория оған жауап бере алмайды. Экономиканы жалпылай, бір жүйе ретінде зерттейтін әдістер қажет болды.

Бұл тапсырманы белгілі ағылшын экономисі Джон Мейнард Кейнс шешті. Оның зерттеулері экономикалық проблемаларды қарастыруда нағыз революция болды. Кейнс макроэкономикалық теорияның негізін қалаушысы болып табылады. **Макроэкономика** (грек. макро – үлкен) – бұл ұлттық экономиканың жалпы бағытын және даму заңдылықтарын зерттейтін жалпы экономикалық ілімнің бөлімі. Макро және микроэкономика бір-бірімен тығыз байланысты. Өйткені екеуінің де талдау пәні – экономика. Бірақ зерттеу деңгейлері екі түрлі.

Микроэкономика жеке құрылымдардың бағытын және даму заңдылықтарын талдайды: үй шаруашылығы, фирмалар, банктер және т.б.

Макроэкономика экономиканы жалпы бірыңғай қарастырады, оның тұлғалары үкімет, кәсіподақ, орталық банктер, өндірушілер мен тұтынушылар жалпы тұлға ретінде мемлекет көлемінде қарастырылады.

Егер микроэкономика жеке тауарлардың көлемі мен бағасын қарастырса, онда макроэкономика жинақталған өлшемдерді қарастырады.

Макроэкономиканың мақсаты мен құралдары

Мақсаты	Құралдары
Өндіріс көлемі: Жоғарғы деңгей – нақтылы, салыстырмалы, әлеуетті, өсудің жоғары темпі (негізгі көрсеткіш – ЖҰӨ)	Фискалдық саясат: Үкіметтің шығындары, салық жүйесі
Жұмыспен қамту: Жұмыспен қамту жоғары деңгейде, еріксіз жұмыссыз болу төмен	Ақша-несие саясаты: ақша ұсынысын пайыз мөлшері арқылы бақылау
Баға деңгейі: Еркін нарықтағы тұрақты деңгейі; инфляция деңгейі, нөлге жуық (көрсеткіші – баға деңгейі, инфляция темпі)	Табысты реттеу саясаты. Жалақыны еркін белгілеуден заңды бақылауға дейін
Сыртқы баланс: экспорттық, импорттық тепе-теңдік; айырбас бағамының тұрақтылығы	Сыртқы экономикалық саясат: сыртқы бақылау, айырбас бағамын басқару

Экономиканы жалпылап сипаттау үшін және оның дамуын бағалау үшін экономисттер макроэкономикалық көрсеткіштерді көрсетеді.

Жалпы ұлттық өнім. Жалпы ішкі өнім

Ұлттық шоттар жүйесінің негізгі көрсеткіші – жалпы ұлттық өнім (ЖҰӨ). Жалпы мағынада ЖҰӨ елдегі бір жыл ішіндегі өндірілген тауарлар мен қызмет көрсетулердің мөлшерін көрсетеді. Жалпы ұлттық өнім – осы елдегі өндіріс факторларының бір жыл ішіндегі өз елінде және басқа елде өндірген барлық түпкілікті тауарлар мен қызмет көрсетулердің жалпы нарықтық құны.

ЖҰӨ анықтамасына орай оның ерекшеліктерін қарастырайық:

- ЖҰӨ-ге тек қана түпкілікті тауарлар кіреді. Түпкілікті тауар – ары қарай сатуға немесе өндеуге емес соңғы

рет пайдалануға сатып алынған тауар мен қызмет көрсетулер. Бұл ереже екі рет есептеуден сақтайды, өйткені аралық тауар құны түпкілікті тауарда есептелмеген.

- ЖҮӨ-ге қордың өзгеруі есептеледі. Ағымдағы жылғы өндірілген барлық тауарлар сатылуы мүмкін. Кейбіреуі қорды толықтырады. Қордың өсуі ЖҮӨ-ге қосылады, ал түсуі алынады.

- Бұрын пайдалануда болған тауарлар ескерілмейді. Ол ұлттық байлыққа еш үлесін қоспайды. Осылайша мемлекеттің трансферттің төлемдер, бағалы қағаздар операциялары, жеке трансферттік төлемдер (жеке студентке берілген ақша, ата-ана сыйлығы, т.б.) ЖҮӨ-ге кірмейді, бұл жерде ештеңе өндірілмейді, қаражат бір қолдан екінші қолға өтеді.

- Таза экспорт ЖҮӨ-ге қосылады. Экспорт пен импорттың айырмасы таза экспорт деп аталады да ЖҮӨ-ге қосылады.

- Нарықтық емес өндіріс. Көп адамдардың жеке қосалқы шаруашылықтары бар. Сатуға емес, өзі үшін өндірілген тауарлар мен қызмет көрсетулер ЖҮӨ-ге кірмейді.

- Жасырын, заңсыз өндірілген тауарлар ЖІӨ-ге кірмейді.

- Сапасындағы өзгеріс. Бірдей бағада тауарлар сапасын өзгертуі мүмкін. ЖҮӨ ақшалай бірлікпен көрсетілетін болғандықтан, бұл өзгерістер оның мөлшеріне әсер етпейді.

- Баға деңгейіндегі өзгеріс. Инфляция ЖҮӨ-нің өсу темпін бұзып көрсетуі мүмкін, өйткені бұл көрсетілген ағымдық бағада көрсетіледі. Баға өскенде, өндіріс қысқарса да ЖҮӨ өсуі мүмкін.

- Халық санының өзгеруі. Халықтың өмір сүру деңгейін бағалағанда ЖҮӨ өсімін емес, халықтың да өсімін ескеру қажет. Мысалы: ЖҮӨ 5% -ға өсті, халық саны 10% -ға өсті, онда жан басына шаққандағы ЖҮӨ төмендейді, өндіре отырып, біз суды, ауаны ластаймыз, қалдықтар тастаймыз. Олардың құны ЖҮӨ-нен алынып тасталады.

ЖҮӨ-ді есептеудің үш әдісі бар:

- 1) өндіріс немесе шығындар арқылы;
- 2) ЖҮӨ-ді өндіру процесінде жасалған немесе алынған табыс арқылы;
- 3) табыс немесе қосымша құн арқылы.

Қосымша құн – фирманың өнімін сатқаннан түсірген жалпы табысынан басқа факторларға материалдар мен қызмет көрсетулер үшін төлеген шығындарын алып тастағанға тең. Нәтижесінде өндіріс барысында қосылған қосымша құн төрт түрлі табысқа бөлінеді: жалақы, рента, пайыз, пайда.

Екі жағдайда да бірдей нәтиже шығады, өйткені өнімді сатқан кезде бір жағынан шығынданса, екінші жағынан табыс табуға болады. Егер үкіметті түгел есептегенде экономикадағы айналым сызба нұсқасына оралсақ, өндірілген түпкілікті тауарлар мен қызмет көрсетулерді үй шаруашылығы, үкімет, фирмалар, шетелдік тұтынушылар сатып алады, ал табыстар жалақыға, рентаға, пайызға, пайдаға, салыққа және амортизацияға жұмсалады.

Төменде ЖҮӨ-ді есептеудің үш жолы берілген:

1. ЖҮӨ-ді шығындар арқылы есептеу:

I. Тұтыну шығыны (C) үй шаруашылығы шығындары және ұзақ уақыт қолданылатын тауарлар, ағымда тұтынатын тауарлар жатады.

II. Жалпы жеке ішкі инвестиция. Оған жататындар:

а) кәсіпкерлер түпкілікті сатып алған машина, құрал-жабдық, станоктар;

б) барлық құрылыс;

в) қордың өзгеруі;

г) жалпы инвестиция = таза инвестиция + амортизация.

III. Мемлекет шығыны.

IV. Таза экспорт (x) – экспорт пен импорттың айырмасы.

Сонымен $ЖҮӨ = C + J + G + -X_n$

2. ЖҮӨ табыс тәсілімен есептеу:

1) жалданушы жұмысшылардың еңбегінің ақысы (жалақы, өлеуметтік және медициналық төлемдер, зейнетақы қоры);

2) пайыз;

3) рента;

- 4) пайда;
- 5) амортизация;
- 6) жанама жалақы;

3. ЖІӨ өндірістік әдіспен есептеу:

Тауарлар мен қызмет көрсетулерді қайталап санамас үшін ЖҰӨ-ді жалпы құнымен емес, қосымша құнымен санайды. Ол өнімнің осы фирма өндірген бөлігінің құнымен анықталады. Мысалы: мата шығару процесінің бес кезеңі көрсетілген. Әрбір кезеңде кәсіпорындар алдыңғылардан аралық тауар сатып алады да оған өз өнімін қосады. Қосатын өнімнің құны қосымша құн деп аталады. Ол – фирманың өткізген өнімінің құнынан жабдық-тауашылардан асып қолданған материалдардың құнын алып тастағанға тең.

Қосымша құнды есептеу

Өндіріс кезеңдері	Сату баға	Қосымша құн	
		есептеуі	сомасы
1. Қой шаруашылығы фирмасы	Аралық өнім-60	60-0	60
2. Жүн өндейтін фирма	Аралық өнім-100	100-60	40
3. Тігін фабрикасы	Аралық өнім-125	125-100	25
4. Көтерме сауда	Аралық өнім -175	175-125	50
5. Жеке сауда	Түпкілікті тауар-250	250-175	75

Мысалдан түсінгеніміз – **аралық тауар** деп әрмен қарай өндеуге немесе қайта сатуға арналып сатып алынған тауарлар мен қызмет көрсетулерді айтады. **Түпкілікті тауарлар** деп пайдалану үшін сатып алынған тауарларды айтамыз.

Ұлттық шоттың басқа көрсеткіштері

ЖІӨ

Елдің ішіндегі өндіріс		Ұлттық өндірушілердің шетелдегі өнімі
Шетел кәсіпорындарының өнімі	Ұлттық кәсіпорындардың өнімі	

ЖҰӨ

1. ЖІӨ – жалпы ішкі өнім.
2. ТҮӨ – таза ұлттық өнім.
- ТҮӨ = ЖҮӨ – амортизация.
3. ҮТ – ұлттық табыс.
- ҮТ = ТҮӨ – жанама салықтар.
4. ЖТ – жеке табыс.
- ЖТ = ұлттық табыс – әлеуметтік сақтандыру төлемі.
- корпорация пайдасының салығы;
- корпорацияның бөлінбейтін пайдасы;
- + трансферттік төлемдер.
5. Салықты төлегеннен кейінгі табыс = жеке табыс = жеке салықтар.

Атаулы (номиналды) және нақты ЖҮӨ

Атаулы ЖІӨ – нарықтағы ағымдық жылдағы бағамен көрсетілген барлық түпкілікті тауарлар мен қызмет көрсетулер өндіріс көлемі.

Нақты ЖІӨ – нарықтағы өзгермейтін, яғни базалық жылғы бағада көрсетілген түпкілікті тауарлар мен қызмет көрсетулер өндіріс көлемі.

$$ЖІӨ_{нақты} = ЖІӨ_{атаулы} / P_{ЖІӨ}$$

$P_{ЖІӨ}$ – барлық түпкілікті тауарлар мен қызмет көрсетулердің баға индексі (дефлятор):

$$\begin{aligned} ЖІӨ_{атаулы} &= Q_1 P_1 + Q_2 P_2 + \dots + Q_N P_N = \{ Q_i P_i \\ ЖІӨ_{нақты} &= Q_1 P_1^0 + Q_2 P_2^0 + \dots + Q_N P_N^0 = \{ Q_i P_i^0 \end{aligned}$$

P^0 – барлық жылғы баға

$$P_{ЖІӨ} = ЖІӨ_{атаулы} / ЖІӨ_{нақты}$$

Бір фирманың әрекетін сипаттайтын басты микроэкономикалық көрсеткіштер: пайда, шығындар. Халық шаруашылығын жалпы сипаттайтын басты макроэкономикалық көрсеткіштер: ұлттық байлық, жалпы ұлттық өнім, ұлттық табыс, баға деңгейі, пайыз мөлшерлемесінің орташа деңгейі және жұмыспен қамту.

Ұлттық экономиканың қызмет етуінің жинақтаушы нәтижесі ретінде Біріккен Ұлттар Ұйымының сипаттамасы бойынша Ұлттық есептеу агрегаттары қолданылады. 1998 жылы есеп жүргізудің халықаралық жүйесіне Қазақстан да көшті. Негізгісі және жинақтаушысы ұлттық байлық болып табылады.

Ұлттық байлық – бұл қоғамның бүкіл ғұмырында жинаған тұтыну құралдарының жиынтығы.

Бірінші рет ұлттық байлықты Англияда 1664 жылы У.Петти есептеген. Жүз жылдан кейін бұл әрекетті А.Смит қайталаған. Францияда ұлттық байлықты бірінші бағалау 1789 жылы жүргізілді, АҚШ-та 1805 жылы, Ресейде 1864 жылы есептелді. XX ғасырда Кеңестік статистик Ванштейн 30-жылдары Ресейдің ұлттық байлығының мөлшерін 1914 жылы 1 қаңтардағы жағдаймен есептеді.

Ұлттық байлық: мүліктерді (негізгі және айнымалы қорлар, үй шаруашылық мүлік), табиғи байлықтарды (жер, минералды қорлар мен орман ресурстары), заттық емес байлықтарды (ұлттық денсаулық әлеуеті, оның жеке ойды қалыптастыратын рухани байлықтары, білім алатын және ғылыми әлеуеті) қамтиды.

Шаруашылық қызметтің негізгі жалпылаушы көрсеткіші бір жылдық қоғамдық өнім болып табылады. Оны бірнеше анықтауыштар көмегімен көрсетеді: жалпы ұлттық өнім (ЖҰӨ), ұлттық табыс (ҰТ), таза ұлттық өнім (ТҰӨ), жалпы ішкі өнім (ЖІӨ).

Жалпы ұлттық өнімді елдің бір жыл ішінде өндірген барлық дайын тауар және қызметтердің жиынтық, нарықтық құны ретінде анықтайды.

Ұлттық табыс – бір жылдың ішінде жаңа жасалған құны бар өндіріс нәтижесі. Ол – ЖҰӨ мен жылдың ішінде оны құруға кеткен материалдық шығындар (амортизация, шикізат, материалдар және т.б.) арасындағы айырмашылық. Шетелдік статистикада оны барлық табыстар сомасы ретінде анықтайды:

1. Жалақы, яғни жұмысшылар мен қызметкерлердің еңбегіне ақы.

2. Пайда, жеке шаруашылық, серіктестіктер, кооперативтер, корпорациялар иелері алатын табыс.

3. Рента -жерді, ғимаратты, үйлерді арендаға бергенде үй шаруашылығының алатын табысы.

4. Пайыз (процент) – орта капиталына төлем (несие, банкке салым және т.б.)

Таза ұлттық өнім – бұл ұлттық табыс + жанама салықтар, олар ұлттық табысты нарықтық баға бойынша анықтау үшін қосылады.

Жалпы ішкі өнім – фирманың ұлттық құрамында болуына байланыссыз, сол мемлекеттің аумағында орналасқан қызмет өрісінің және материалдық өндіріс саласының ақтық өнімнің жиынтық құны ретінде есептелінеді.

ЖІӨ-нің құрамына тек елдің ішінде өзінің меншік өндіріс факторларын қолдану арқылы өндірген қызметтер мен өнімдер жатады. Мысалы, егер Қазақстанның мұнайы Венгрияда қолданылса, онда бұл мұнайдың құны Венгрияның ЖІӨ-не кірмейді. ЖІӨ-ге халықаралық операциялардан түскен түсімдер кірмегендіктен ол әр түрлі елдердің экономикалық даму деңгейін салыстыру үшін қолданылады.

Халықтың күнкөріс деңгейін сипаттау үшін 3 көрсеткіш қолданылады: жеке табыс, қолда бар табыс, таза экономикалық тұрмыс.

Жеке табыс – бұл салықты төлегенге дейінгі жеке тұлғалар мен отбасыларының алатын барлық табысы (зейнетақы, шөкіртақы, жұмыссыздыққа жәрдемақы және т.б. трансферттік төлемдер) кіреді.

Қолда бар табыс – бұл салықты төлегеннен кейінгі қалатын табыс.

ЖҮӨ-мен экономикалық тұрмыс арасында тікелей байланыс бар: ЖҮӨ көп болған сайын экономикалық тұрмыс жоғары болады. Бірақ ЖҮӨ тұрмысқа өсер ететін барлық компоненттерді ескермейді. Сондықтан Самуэльсон таза экономикалық тұрмысты (ТЭТ) есептеуді ұсынды.

ТЭТ – бұл көрсеткіш қоғамның экономикалық тұрмысын тек бар табыс емес, сонымен бірге өмірлік сапасын

есепке алып өлшейді. Бұл көрсеткішті есептеу әдістемесі: ЖҰӨ-нен қоршаған ортаны ластау, криминалдық жағдаймен және т.б. келтірілетін зиян алып тасталынады. Сонымен қатар өзіне-өзі қызмет етуден түскен табыс, бос уақыттардағы көңіл көтеру, қоғамдық орындармен қамтамасыз ету және т.б. қосылады. Барлық осы факторлар өмір сүру дейгейін жақсарттады немесе төмендетеді, бірақ ЖҰӨ-ге есептелмейді. Мысалы, жылу орталықтарынан ауаның ластануы, көшелердің түтіндеуі тұрмысты жақсартпайды. Өз бетінше жүргізілген жеке сабақтар, саябақтар, үй айналасындағы жұмыстар, пәтерді жөндеу өмір сүру деңгейінің өсуіне мүмкіндік туғызады, бірақ ЖҰӨ-ге есептелмейді.

II. Жалпы ұлттық өнімдерді есептеудің екі әдісі бар: елдегі жасалған өнімге шығындар сапасы бойынша (шығындар ағымы) немесе өнімді өндіру нәтижесінде алынған табыстар сапасы бойынша (табыстар ағымы).

Бірінші әдіс – «шығындар ағымын» қолдана отырып, барлық шығындарды қоссақ, біз ЖҰӨ көлемін аламыз. Шығындар мыналардан тұрады:

- Тауар мен қызметтерді сатып алуға үй шаруашылығының кеткен шығындары.

- Станок, ғимарат, құрылыс заттары және т.б. алу үшін инвестициялар.

- Мемлекеттің тауар және қызметті және трансферттік төлемдерге кететін шығандары.

- Таза экспорт, яғни экспорт пен импорт көлемінің арасындағы айырмашылық.

Ұлттық өндіріс көлеміне тек сол елдегі өндірілгендер кіргендіктен, басқа елдердің шығындарын алып тастау керек. Мысалы, Жапонияда автомобиль өндіреді және оны АҚШ-қа әкеліп сатады. Бұл жағдайда автомобильді өндірумен байланыста шығындар Жапонияның шығындарына жатады, ал жеткізу және сату шығындары АҚШ шығындарына жатады.

Екінші әдіс – «табыстар ағымын» қолдана отырып, барлық табыстарды қоссақ ЖҰӨ аламыз. Табыстар мыналардан тұрады: жалақы, рента, пайыз және пайда. Та-

быс бойынша есептелген ЖҰӨ-ге жататындар: жалақы, рента, пайыз, пайда, жанама салықтар және амортизациялық шығындар.

Қайталап есептеуді болдырмау үшін ЖҰӨ-ге кірмейтіндер:

1) Аралық тауарлар, яғни кейін қайта өндіруге кететін өнімдер. Оған шикізат, жанармай, көмекші материалдар жатады. Мысалы, ЖҰӨ-ге нан пісіретін өндірістегі ақтық тауарларды алу үшін қажетті дән, ұн, ашытқы жатпайды. Егер біз оларды қоссақ, онда ЖҰӨ-нің құнын үстемеленген құның мөлшеріне дейін өсіретін едік: екі жақты есеп пайда болатын еді.

2) Барлық өндірістік емес келісімдер, яғни өндірілген өнімнің көлемінің өсуіне мүмкіндік туғызбайтындар. Оларға жататындар:

а) трансферттік төлемдер (өлеуметтік сақтандыру, зейнетақы, жұмыссыздыққа жәрдемақы бойынша);

б) бағалы қағаздарды сату-сатып алу жөніндегі келісімдер;

в) ұсталған заттарды сату-сатып алу (second hand).

ЖҰӨ атаулы және нақты фактіге негізделген өлеуетті деп ЖҰӨ бөлінеді.

Атаулы ЖҰӨ деп өндірілген өнімді ағымдағы жылдық бағасымен есептегенді айтады. Бірақ бағалар өзгеріп тұруы мүмкін. Сондықтан баға индексі түрінде көрсетілетін баға деңгейі ЖҰӨ-мен салыстыру үшін әр түрлі жылдарға есептеледі.

$$\text{Ағымдағы жылдық баға индексі} = \frac{\text{Ағымдағы жылдағы тауарлар бағасы}}{\text{Базалық жылдағы сол тауарлардың бағасы}} \cdot 100\%$$

Тек қана тұтыну тауарларына есептелген баға индексі тұтыну бағаларының индексі деп аталады. Тек қана тұтыну емес, сонымен бірге инвестициялық және басқа тауарлардың бағалар өзгерісін сипаттайтын баға индексі ЖҰӨ дефляторы деп аталады. Ол нақты ЖҰӨ-ді өлшеу мақсатында ақшалай ЖҰӨ-ді корреляциялау үшін қолданылады.

Өлеуетті ЖҮӨ – бұл толық жұмыспен қамтылған кездегі өндіріс көлемі.

Фактіге негізделген ЖҮӨ – бұл циклдық жұмыссыздық жағдайындағы өндіріс көлемі.

III. Қай елдің болмасын алдында тұрған ортақ мәселе – экономикалық өсу, бұған қол жеткізгенде ұлттық экономика дамуы, халықтың өмір сүру деңгейі, ресурстардың шектелуі мәселелері шешіледі. Кейбір экономистер экономикалық өсуді екі жолмен есептеледі деп санайды.

- Жалпы ұлттық өнімнің өсуін есептеу.

- Осы көрсеткіштердің халықтың жан басына шаққанда өсуі.

Ал кейбір экономистер экономикалық өсуді: өнім мен өндірістік фактордың тек сандық қана емес, сапалық өсуі деп көрсетеді. Экономикалық өсудің үш түрі бар: экстенсивті, интенсивті, аралас.

Экстенсивті өсу дегеніміз – қосымша өндіріс факторларын тарту арқылы ұлттық өнімнің көбеюі.

Интенсивті өсу дегеніміз – техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі. Нақты өмірде өсудің екі түрі аралас түрінде келеді.

Аралас өсу – өндіріс қуатының өсуі нәтижесінде өндіріс факторларының пайдаланылу санының өсуі және техника және технологияның жетілуі.

Экономикалық өсуді жылдық пайыздық өсу қарқынымен есептейді.

$$ЖҮӨ_{\text{осу қарқыны}} = \frac{ЖҮӨ_1}{ЖҮӨ_0} \cdot 100\%$$

$ЖҮӨ_1$ – есепті жылғы ұлттық өнім;

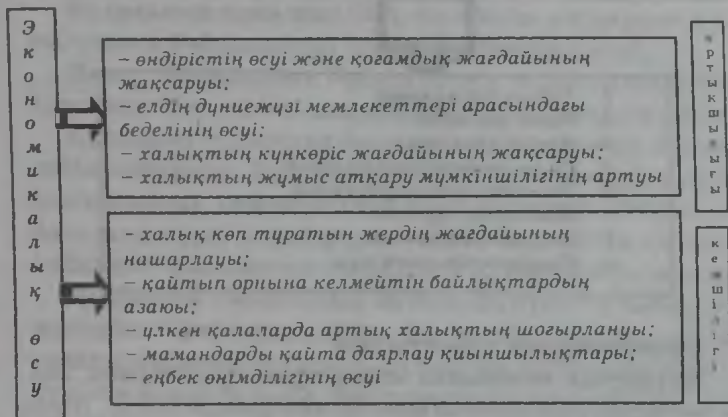
$ЖҮӨ_0$ – базисті жылғы ұлттық өнім.

Жалпы ішкі өнімнің өсуі экономикалық өркендеуге тура әсер етеді. Экономикалық өсу екі түрлі жолмен анықталады:

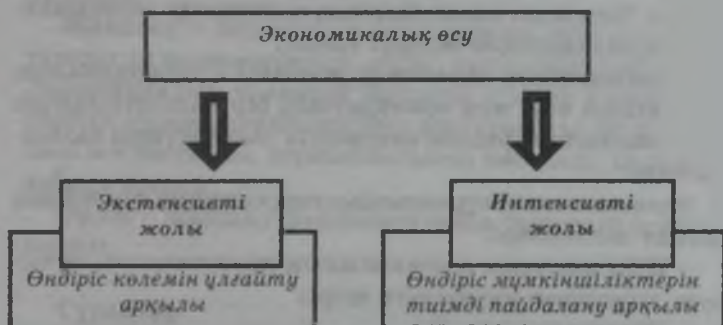
- 1) ЖІӨ мен ТҮӨ белгілі бір уақытта бірдей өсуі.

- 2) Белгілі бір уақытта ЖІӨ мен ТҮӨ нақты халық санының көбеюіне байланысты өсуі.

Экономикалық өсу және оны есептеу



Экономикалық өсудің екі жолы



Егер бірінші қағидадан мемлекеттің экономикалық мүмкіншілігінің артуын көрсек, екінші қағидадан халықтың күнкөріс жағдайының жақсарғанын көреміз.

Осы анықтамаларды пайдалана отырып анықтайтынымыз:

$$\text{Экономикалық өсу қарқыны} = [(ЖҮӨ - ТҮӨ) / ЖҮӨ] \cdot 100\%$$



1. Табиғи байлықтар
2. Еңбек қорлары
3. Негізгі капитал
4. Ғылыми-техникалық білім
5. Экономиканың құрылымы
6. Жиынтық сұраныс
7. Экономикалық жүйе түрі
8. Әлеуметтік саяси күш

Экономикалық тұрақтылық

Нарықтық экономика өзінің тұрақсыздығымен, экономикалық бірқалыпты еместігімен ерекшеленеді. Бірақ бұл тұрақсыздық қатер емес, бұл экономикалық жүйенің құлауына және бұзылуына алып келеді деп шешуге болмайды. Мемлекет экономикалық саясатында экономикалық тұрақсыздықты ескеруі қажет.

Экономикалық саясаттың мақсаты – экономикалық қызметінің өсуі мен өркендеуінің бір қалыптылығын қамтамасыз ету арқылы әлеуметтік саяси жүйені қалыптастыру.

Экономикалық тұрақсыздықтың көптеген түрлерінің ішінде негізгілері:

- ЖІӨ циклдық қозғалысының инвестицияға, тұтынуға жұмыспен қамтылуға әсері;
- Жұмыссыздық;
- Инфляция.

Экономикалық өсу нарықтық экономикада өндірістің өркендеу кезеңдерінің ауысуымен, ЖҮӨ көлемінің өсуімен ерекшеленеді. Кезеңдердің өсіп не төмендеп отыруы экономикалық циклдің өзгеруі делінеді.

Экономикалық цикл – қоғамның экономикалық белсенділігінің кезең бойынша өзгеріп тұруы.

Экономикалық теорияда:

Ұзақ мерзімді циклдар (50 жыл техника мен технологияны ауыстыруға байланысты);

Орта мерзімді (өндірістік) цикл (8-12 жыл, оның ұзақтығы негізгі қорларды жаппай ауыстыруға байланысты);

Аз уақытқа арналған (3-4 жыл бойы қорлармен қамтылуымен байланысты) циклдар ерекшеленеді.

Цикл – фазалардың бірінің орнын екіншісі ауыстыру арасындағы кезең (құлдырау, депрессия, жандану, шын).

Құлдырау – шыннан басталады да ең төменгі нүктеге дейін созылады. Бұл фаза өндірістің өнім өндіру жылдамдығының төмендеуімен ерекшеленеді. Фирмалар болашақ сұранысты дұрыс бағаламағанын байқап, өнімдерін белгіленген бағаға сата алмайтынын көреді.

Депрессия – экономика ең төменгі нүктеге жетіп, осы жағдайда біраз тұрақтайды. Өндірістің құлдырауы тоқталады, өнім өндірілмейді, халықтың жұмыспен қамтылуы өте нашар болады. Кәсіпорын көп уақытта арналған қаржыландыруға бармайды. Халық қымбат тауар сатып алмайды. Барлығы жаңа жұмыс бастауға қорқынышпен қарайды.

Жандану – депрессияның ең төменгі нүктесінен басталады да экономиканың келесі циклымен аяқталады. Экономикалық өркендей бастауы тұтыну қажеттіліктерінің сұранысының өсуімен анықталады. Өндіріс көлемі өсе бастайды, жұмысбастылар көбейеді, халықтың табысы артады.

Өрлеу – жандану фазасынан кейін басталып шыңына жетеді.

Сұрақтар:

1. Макроэкономика дегеніміз не? Макроэкономикалық көрсеткіштерді ата.
2. Жалпы ұлттық өнімді қалай есептейді?
3. Атаулы және әлеуетті ЖҮӨ-ге анықтама бер.
4. Экономикалық өсудің қандай жолдары бар?

Тест сұрақтары:

1. Жай ұдайы өндіріс дегеніміз не?

- А) қол еңбегіне негізделген ұдайы өндіріс;
- Б) жылма-жыл өндіріс мөлшері өзгермейтін ұдайы өндіріс;
- В) жеке тұтынудың төмендеуі;
- Г) ресурстарды игеруге байланысты ұдайы өндіріс;
- Д) қаржы көзі.

2. Төмендегілердің қайсысы макроэкономиканың құралдарына жатпайды?

- А) халықаралық сауда;
- Б) монетарлық саясат;
- В) табыстар мен шығыстар саясаты;
- Г) фискалдық саясат;
- Д) Б, В.

3. Ұлттық байлық құрамына . . . жатпайды.

- А) айнымалы өндірістік қорлар;
- Б) негізгі өндірістік және өндірістік емес қорлар;
- В) жеке адам;
- Г) айналым қоры;
- Д) Б, В.

4. Ұдайы өндіріс процесі . . . сипатталады.

- А) өндіріс және тұтынудың арақатынасымен;
- Б) өндірістің тікелей қатынасымен;
- В) бөлудің ерекше функциясымен;
- Г) өндіріс, бөлу, айырбас, тұтынудың біртұтастығымен;
- Д) В, Г.

5. Табыстар мыналардан тұрады:

- А) лицензия, жалақы, құрал-жабдықтар;
- Б) жалақы, рента, пайыз және пайда;
- В) пайыз, пайда, инвестиция;
- Г) пайда, жалақы, рента;
- Д) инфляция, жалақы, ресурстар.

6. Таза ұлттық өнім дегеніміз не?

А) ұлттық табыс + жанама салықтар;

В) өндіріс, бөлу, айырбас, тұтынудың біртұтастығымен;

С) ұлттық табысты нарықтық баға бойынша анықтау үшін қосылады;

Д) негізгі өндірістік және өндірістік емес қорлар;

Е) сол мемлекеттің аумағында орналасқан қызмет өрісінің және материалдық өндіріс саласының ақтық өнімнің жиынтық құны ретінде есептелінеді.

7. Жалпы ішкі өнім дегеніміз не?

А) өндіріс, бөлу, айырбас, тұтынудың біртұтастығымен;

Б) ұлттық табысты нарықтық баға бойынша анықтау үшін қосылады;

В) ұлттық табыс + жанама салықтар;

Г) сол мемлекеттің аумағында орналасқан қызмет өрісінің және материалдық өндіріс саласының ақтық өнімнің жиынтық құны ретінде есептелінеді;

Д) негізгі өндірістік және өндірістік емес қорлар.

8. Макроэкономикалық теорияның негізін қалаған кім?

А) Джон Мейнард Кейнс;

Б) Т. Мен;

В) К. Маркс;

Г) Д. Рикардо;

Д) К. Менгер.

9. Макроэкономика ұғымы қай тілден енген? Қандай мағына береді?

А) (грек сөзінен *marks* – үлкен) – бұл ұлттық экономиканың жалпы бағытын және даму заңдылықтарын зерттейтін жалпы экономикалық ілімнің бөлімі;

Б) (грек сөзінен *marks* – шағын) – бұл жеке құрылымдардың бағытын және даму заңдылықтарын талдайды;

В) (грек сөзінен *marks* – жалпы) – бұл экономиканы жалпы бірінғай қарастырады;

Г) (итальян тілінен *marks* – шағын) – бұл экономиканы жалпы бірыңғай қарастырады;

Д) А, Б.

10. Экономикалық өсудің түрлерін ата.

А) экстенсивті;

Б) интенсивті;

В) аралас;

Г) микро және макро;

Д) А,Б,В.

11. Экстенсивті өсу дегеніміз не?

А) қосымша өндіріс факторларын тарту арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;

Б) техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;

В) өндіріс қуатының өсуі нәтижесінде өндіріс факторларының пайдаланылу санының өсуі және техника және технологияның жетілуі;

Г) ақша қаражатын фирмаға салу;

Д) өндірістің қайта құрылуы.

12. Интенсивті өсу дегеніміз не?

А) техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;

Б) өндіріс қуатының өсуі нәтижесінде өндіріс факторларының пайдаланылу санының өсуі және техника және технологияның жетілуі;

В) қосымша өндіріс факторларын тарту арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;

Г) өндірістің қайта құрылуы;

Д) ақша қаражатын фирмаға салу.

13. Аралас өсу дегеніміз не?

А) өндіріс қуатының өсуі нәтижесінде өндіріс факторларының пайдаланылу санының өсуі және техника және технологияның жетілуі;

Б) толық жұмыспен қамтылған кездегі өндіріс көлемі;

В) техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;

Г) салықты төлегеннен кейінгі қалатын табыс;

Д) бұл циклдық жұмыссыздық жағдайындағы өндіріс көлемі.

14. Әлеуетті ЖҮӨ – бұл:

- А) толық жұмыспен қамтылған кездегі өндіріс көлемі;
- Б) бұл циклдық жұмыссыздық жағдайындағы өндіріс көлемі;
- В) салықты төлегенге дейінгі жеке тұлғалар мен отбасыларының алатын барлық табысы;
- Г) техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі;
- Д) салықты төлегеннен кейінгі қалатын табыс.

15. Фактіге негізделген ЖҮӨ – бұл:

- А) бұл циклдық жұмыссыздық жағдайындағы өндіріс көлемі;
- Б) толық жұмыспен қамтылған кездегі өндіріс көлемі;
- В) салықты төлегенге дейінгі жеке тұлғалар мен отбасыларының алатын барлық табысы;
- Г) салықты төлегеннен кейінгі қалатын табыс;
- Д) техника және технологияны толық жетілдіру арқылы ұлттық өнімнің көбеюі.

3.2. Макроэкономикалық тепе-теңдік.

Ұлттық табыс деңгейі

Жоспар:

1. Макроэкономиканың тепе-теңдік теориясы. Ұлттық табыс.
2. Инвестиция және қолда ұстаудың тепе-теңдігі. Мультипликатор.

I. Макроэкономикада ұлттық шаруашылықтың барлық қатысушыларының бірлескен экономикалық қызметінің нәтижелері мен зардаптары бір уақытта зерттеледі. Макроэкономика экономикаға тән жалпы құбылыстарды (инфляция, экономикалық өсу, жұмыссыздық) зерттейді.

Макроэкономика экономиканы жалпы бірыңғай қарастырады, оның тұлғалары үкімет, кәсіподақ, орталық банктер, өндірушілер және тұтынушылар жалпы тұлға ретінде мемлекет көлемінде қарастырылады.

Макроэкономикаға қатысты заңдар үкіметтің экономикалық саясатын жасауға негіз болып табылады.

Экономикалық ілімді макро және микроэкономика деп бөлу XX ғасырдың 30-жылдары Д. М. Кейнстің ғылыми зерттеулерінің әсерімен дайындалды. Өткен барлық көрнекті экономистер: меркантилистер, физиократтар, классикалық саяси экономияның өкілдері – ұлттық өндірістің көлемі, жұмыспен қамту деңгейі, инфляция және басқалар сияқты макроэкономикалық мәселелерге көңіл қойған. Бірақ олардың ешқайсысы осы мәселелерді бір макроэкономикалық модельге біріктіруге дайын емес болды.

Кейнстің еңбегі, оның ілімі экономиканы мемлекеттік реттеу белсенділігінің қажеттілігін негіздеді және макроталдаудың дәстүрлі әдісі модельдерді құрастыруға бастама жасады.

Жалпы экономикалық тепе-теңдік деп ұлттық экономикалық жағдайда нарықта бір уақытта сұраныс пен ұсыныстың тепе-теңдігі қамтамасыз етілген және экономикалық агенттердің ешқайсысы өздерінің сату немесе сатып алу көлемін өзгертуге қызықпағандай жағдайды айтады.

Нақты өмірде тепе-теңдік сирек жететін, тез өтетін құбылыс болып табылады. Экономиканың қалыпты жағдайы жеке нарықтарда жалпы тепе-теңдік жағдайдан ауытқу мүмкіндігін жорамалдайды. Әйтсе де тепе-теңдік талдау кең қолданылады, себебі тепе-теңдікке жетуге барлық экономикалық агенттер қызығады.

Қоғамдық ұдайы өндірістегі тепе-теңдікке барлық тауарлар сатылған, барлық өндіріс құралдары және тұтыну заттары қайтарылған жағдайда ғана жетуге мүмкін. Бұл жағдай белгілі халық шаруашылық пропорциясын сақтауды болжайды.

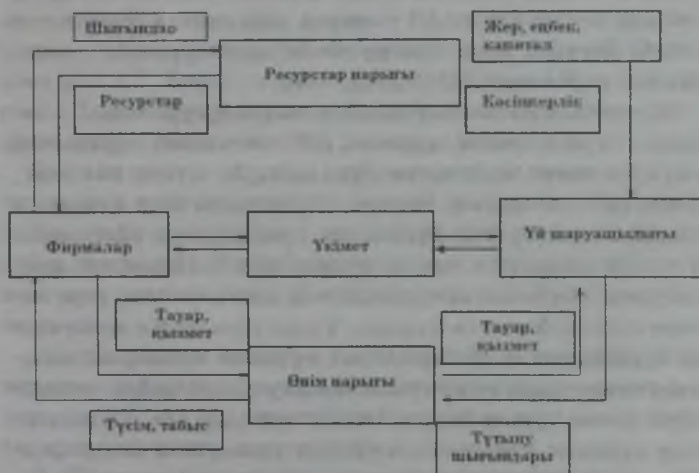
Алғаш рет осындай қорытындыға келген макроэкономикалық талдаудың негізін салушы физиократ Франсуа Кенэ. Кейін қоғамдық ұдайы өндіріс деңгейіндегі тепе-теңдік мәселесімен айналысқан К.Маркс болды. Оның айтуы бойынша, ұдайы өндіріс материалдық игіліктерді, өндірістік қатынастарды және жұмыс күшін жаңартудың

бірыңғай процесі болып табылады. Ол қоғамдық өнімнің барлық бөлігі құн және табиғи формада қайтарылса тепе-теңдікке жетуге болады деп есептеді.

Қазіргі батыстық экономикалық әдебиеттерде қоғамдық ұдайы өндірістің үздіксіздігі экономикалық тұлғалары үй шаруашылығы, фирмалар, үкімет (мемлекет) болып табылатын экономикалық айналым моделін қарастырады.

Барлық тұлғалар арасындағы байланыс ақшалай нысанда (сызбада олар пункттермен көрсетілген), сонымен бірге табиғи-заттай (түзу сызықпен) жүргізіледі.

Бастапқы және соңғы орын үй шаруашылығы болып табылады. Ресурстар нарығы арқылы олар фирмаларға жер, еңбек, капитал, өздерінің кәсіпкерлік қабілеттіктерін береді. Ал, өнім нарығы арқылы кәсіпорыннан олар тауар және қызметтер алады (сатып алады).



Экономикалық айналым моделі

Игіліктердің ақшалай нысандағы айналымы кері бағытта жүреді (сызбада сағат тілімен көрсетілген). Үй шаруашылығы үкіметке тікелей салық төлейді, ал одан жоғары жалақы және түрлі төлемдер алады.

Фирмалар үкіметке тікелей және жанама салықтар төлейді және мемлекеттен белгіленген жеңілдіктер мен төлемдер алады.

Осы процестің үнемі қайталануы ұлттық экономика шегінде қоғамдық ұдайы өндірісті құрайды.

Макроэкономика микроэкономикаға қарағанда, жеке объектілер мен процестерді емес олардың жиынтығын қарастырады, ол агрегат деп аталады. Ол жеке бағаларды емес, жинақталған бағаны, баға деңгейін қарастырады, оның талдау мақсатын, шартын табу, жалпы экономикалық теңдік жүйесіне келетінін айқындайды.

Макроэкономикалық теңдікті табу үшін, міндетті түрде жинақталған сұраныс пен жинақталған ұсыныстың категориясын қарастырамыз. Жинақталған сұраныс – бұл ұлттық өндірістің нақты көлемі, тұтынушының, кәсіпорынның, мемлекеттің кез келген баға деңгейінде сатып алуы. AD – тауар нарығында ұсынылған соңғы тауарға және қызметке барлық сұраныс қосындысын көрсетеді: $AD = C + I + DP + X$.

C – үй шаруашылығының жиынтық сұраныс, I – капитал құралдарына сұраныс, DP – мемлекет тарапынан тауарға және қызметке сұраныс, X – таза экспорт, шетелдік, отандық тауарға сұранысы мен отанның шетелдік тауарына сұранысы арасындағы айырымы. Ұлттық өндірістің нақты көлемі мен баға деңгейі арасындағы тәуелділік, сұраныстың қозғалысына кері немесе қайшы бағытта болады. Ұқсас тәуелділік жеке тауар сұранысында да бар. Бірақ сұраныс қисық сызығының төмен оңға ауытқуы жеке тауардың пайда тиімділігін және орнын басуы болып түсіндірілсе, ал жиынтық сұраныс қисығының үйлесу ұқсастығы басқа факторлармен байланысты.

Пайыздық мөлшерлеменің көтерілу деңгейі, яғни несиені пайдалану бағасы. Бағаның өсуі тұтынушылар мен өндірушілерді қарызға ақша алуға мәжбүр етеді. Бұл жағдай пайыздық мөлшерлемені жоғарылатады, сондықтан сатып алушы саудасын кейінге қалдырады, ал кәсіпкерлер инвестицияны қысқартады. Нәтижесінде

жиынтық сұраныс азаяды. Осы құбылыс пайыздық мөлшерлеме өсері деп аталады.

Кассалық қалдық өсері немесе «байлық өсері». Байлық элементтері акция, облигация, жедел активтерінің құндық бағасының көтерілуімен халық тұтынысы төмендейді, кедейленеді. Нәтижесінде жиынтық сұраныс қысқарады.

Импорттық тауарлар өсері. Ел ішінде баға өсуі отандық тауарға сұранысты қысқартады, ал арзан импортқа сұраныс өседі. Барлық бұл өсерлер – баға деңгейі өзгеруімен байланысты. Графикалық түрде жиынтық сұранысы қисығы қозғалысымен бейнеленеді.

Бағалық емес факторлар сұраныс қисығын (AD) жиынтық сұранысы өскенде оңға ($A1 D1$), сұраныс төмендегенде солға ($A2 D2$) ауыстырады. Жинақталған ұсыныс – бұл әр түрлі баға деңгейінде ұсынуға мүмкін тауар мен қызметтің жалпы саны, AS – жалпы ұлттық өнімге тең немесе ұлттық табыс көлеміне теңестіруге болады: AS – ЖҰӨ немесе AS – YT . Бағалық факторлардың ішінен AS -қа ықпал ететін, жеке тауар нарығында да ұсынысқа өзгерту әкелетін өндіріс технологиясы; шығындар және т.б.

Экономиканы жүргізу қабілеттілігі ол немесе басқа тауар мен қызмет көрсету көлемі қолданып отырған өндіріс факторының саны мен сапасына ықпал етеді (жер, еңбек, капитал). Өндіріс факторының санының өсуі немесе сапасының көтерілуі өндіріс қуаттылығының өсуіне әкеледі.

Жинақталған ұсыныс баға деңгейіне тәуелді. Өте жоғары баға өндіріс тауарын және оған ұсынысты ынталандырады. Ал өте төмен баға керісінше өндірісті және тауарға ұсынысты қысқартады.

1. Жинақталған сұраныс жинақталған ұсыныстан көп делік $AD > AS$. Тепе-теңдікке шығу үшін екі вариантты болуы мүмкін.

- Өндіріс көлемін өзгертпей бағаны көтеру.
- Шығарылатын өнімді кеңейту.

Егер фирмалар екінші жолды тандаса, онда шығарылатын өнім көбейеді, не өндіріс жиынтық шығыны өсуіне

өкеледі. Сондықтан, жаңа нүктеде теңестіру өндіріс көлемінде үлкен мағынада сәйкестенеді.

Қорытынды: ұлттық табыс өседі.

2. Жинақталған сұраныс ұсыныстан төмен болсын делік: $AD < AS$.

Мұнда да екі вариантты болуы мүмкін.

– Өндірісті қысқарту.

– Өндіруді өзгеріссіз қалдырып, бірақ бағаны азайту жолы.

Кәсіпкердің бірінші әрекеті: өндіріс көлемін қысқартып тауарды тиімді бағамен қоймадан сатып көрсін. Егер мақсатқа мұнымен жетпесе, онда дереу бағаны азайту керек. Бұл жұмысшыларды босату басталғанға дейін жүріп отырады.

Қорытынды: ұлттық табыс төмендейді.

Ұлттық табысқа әсері белгісіз, өнім көлемі мен баға әртүрлі бағытта болады. Егер жинақталған сұраныс (AD) төмендесе, онда өнім шығару және баға түседі. Баға деңгейі азаюы қарқындап жұмысшыларды босатуға дейін алып келеді. Бұл ұлттық табыс төмендеуіне өкеледі.

3. Таза шығынның тұтынудан кейінгі компоненті – инвестиция. Инвестиция – бұл табыс алу мақсатындағы елдің ішіндегі жеке салаларға және шетке ұзақ мерзімді мемлекеттік және капитал салымдары.

Инвестиция төмендегідей салаларға бағытталады:

- Жаңа өндіріс ғимараттары құрылысын салуға;
- Жаңа техника және технология, жаңа жабдықтар сатып алуға;
- Шикізат пен материалдарды қосымша алуға;
- Әлеуметтік нысананы және пәтер құрылысына.

Осы бағыттарға байланысты:

- Негізгі капитал инвестициясы.
- Тауарлы материалдық қорлар инвестициясы;
- Адам капиталы инвестициясы болып бөлінеді. Бұдан басқа жалпы және таза инвестициялар болады.

Жалпы инвестициялар – ескі жабдықтың орнын басуға кеткен шығындар (амортизация) + өндірісті ұлғайтуға кеткен инвестиция өсуі.

Таза инвестиция – негізгі капиталмен амортизация қосындысын шегергендегі есептелген жалпы инвести-

ция. Егер таза инвестиция мөлшері тұрақты болса, экономика өседі, дамиды. Егер таза инвестиция нөлдік мөлшерді құраса (жалпы шығынмен амортизация тең болса), онда экономика статика (тұрақты қалып) шама-сында болады. Егер таза инвестиция теріс мөлшерді құраса (жалпы шығын амортизациядан төмен), онда іскерлік белсенділіктің қажеттілігін көрсетеді.

Инвестициялық сұраныс факторына жатады:

- Табыс мөлшерінің күтімі;
- Банкілік мөлшердің пайыздық мөлшерлемесі.

Бұл жердегі тәуелділік табыс мөлшерінің күтімі жоғары болса, онда инвестиция өседі.

Пайыздық мөлшерлеме – бұл фирманың қарызға ақша алғанда төленетін бағасы. Егер табыстың мөлшерлі күтімі мысалы, 10% пайыз мөлшерлемесінен айталық 7% болса, онда инвестициялау табысты болады және керісінше.

Инвестицияға сұраныс қисығына басқа да факторлар ықпал етеді.

1) Инвестицияның табыс күтімін өсіруге өкелетін фактор қисықты оңға жылжытады. Инвестицияға сұраныс өседі.

2) Инвестициялық табыс күтімін төмендетуге өкелетін фактор, ол қисықты солға жылжытады, инвестицияға сұраныс төмендейді. Бұл факторларға жабдықты пайдалануға кеткен шығын, кәсіпкерлерге салық, инфляция, т.б. жатады.

Табыс пен инвестицияның тәуелділігі мультипликаторда көрінеді.

Мультипликатор (латын тілінен – көбейтемін) – бұл инвестиция мен табыс мөлшері арасындағы өзгерісті көрсететін коэффициент. Инвестиция өскенде, ЖҰӨ-де көп мөлшерде өседі. Бұл өсудің көбейткіш әсерлі мөлшері мультипликаторлық әсер деп аталады.

Мультипликатор инвестиция көлемі көбейгендегі ЖҰӨ мөлшері көбеюін көрсететін сандық коэффициент.

Айталық, инвестиция артуы 10 млрд. теңгені құрайды, ал ЖҰӨ 20 млрд. теңгеге өсті. Сәйкес мультипликатор – 2.

Қорыта келгенде:

I. Халықтың тұтыну шығындары қаншалықты қосымша көп болса, онда мультипликаторлар шамасы да көп болады, сөйкесінше жетілдірілген ЖҰӨ жетілдірілген инвестиция көлемімен берілген.

II. Халықтың қосымша қор жинауы көп болса, онда мультипликатор мөлшері аз, жетілдірілген инвестиция көлемімен берілген. Табыс өсуінің инвестиция өсуіне әсерін белгілеуге акселератор ұғымы қолданылады.

Акселератор (латын тілінен – *тездеткіш*) – ағымдағы жылғы инвестицияның өсуінің, өткен жылғы ұлттық табыс өсуіне сандық қатынасын көрсететін коэффициент.

$$\text{Акселератор} = \frac{U}{\Delta Y T_0}$$

Бұл табыстың өсуінің инвестиция өсуіне әсерін көрсетеді.

Кейнсиандық бағыт ақшаны екінші орынға қояды, монетарлық теория бойынша, нақ осы ақша айналымы өндірістің, жұмыспен қамтудың және бағаның деңгейін анықтайды. Олардың ақша массасының айналымын түсіндіру бағыттары әр түрлі.

Кейнсиандық ілім жорамалы бойынша, ақша ұсынысының өзгеруі пайыздық мөлшердің өзгеруіне әкеліп, содан кейін инвестициялық сұраныс және тек мультипликатор арқылы атаулы ЖҰӨ өзгеруіне әкеледі.

Жаңа ұғымдар:

- Макроэкономика
- Ұлттық экономика
- Инвестиция
- Мультипликатор
- Ұлттық табыс
- Акселератор

Тест сұрақтары:

1. Макроэкономика экономикаға төн қандай құбылыстарды зерттейді?

- А) инфляция;
- Б) экономикалық өсу;
- В) жұмыссыздық;
- Г) барлығы дұрыс;
- Д) жауап жоқ.

2. Макроэкономика тұлғаларын ата:

- А) үкімет, кәсіподақ;
- Б) өндірушілер және тұтынушылар;
- В) орталық банктер;
- Г) мемлекет;
- Д) барлығы.

3. Экономикалық ілімді макро және микроэкономика деп бөлуді қай экономист өзінің ғылыми зерттеулерінде анықтады?

- а) XX ғасырдың 30- жылдары. А. Смит;
- б) XX ғасырдың 30- жылдары. М. Д. Кейнс;
- в) XX ғасырдың 30- жылдары. УДжевонс;
- г) XX ғасырдың 20-жылдары Т. Мэн;
- д) XX ғасырдың 20-жылдары К. Менгер.

4. Инвестиция мен табыс мөлшері арасындағы өзгерісті көрсететін коэффициентті ата.

- А) пайыздық мөлшерлеме;
- Б) мультипликатор;
- В) акселератор;
- Г) инфляция;
- Д) ұлттық табыс.

5. Инвестициялық сұраныс факторына . . . жатады.

- А) табыс мөлшерінің күтімі;
- Б) таза инвестиция;
- В) баға;
- Г) күн салығы;
- Д) ұсыныс.

3.3. Бюджет. Мемлекеттік салық қызметі

Жоспар:

1. Мемлекеттің қаржы жүйесі және қаржы саясаты.
2. Бюджет туралы түсінік. Табыстың пайда болуы мен шығынның шығар көзі.
3. Салық. Салық жүйесінің қызметі.

1. **Қаржы** – бұл қоғамда қалыптасқан экономикалық қатынастар жүйесіндегі ақша құрылысы қорының қалыптасуы, бөлінуі, қолданылуы. Ақша қаражаттарын сәйкес мекемелер арқылы пайдалануға байланысты қатынастар жиынтығы қаржылық жүйені құрайды. Қаржылық жүйе жүргізетін саясат қаржылық саясат деп аталады. Қаржы бірнеше қызмет атқарады:

1. **Топтастыру** – құралдарды үйлестіру және материалды негіз құру.

2. **Реттеуші** – шаруашылық субъектілерді ынталандыру.

3. **Бөлу** – ақша құрамының қалыптасуы және оларды бюджет, әлеуметтік сақтандыру арқылы пайдалану.

4. **Бақылау** – салық жинаудың дұрыстығын және оларды дұрыс пайдалануды қамтамасыз ету.

Қаржы қатынасының тұлғалары: мемлекет, фирма, түрліше бірлестіктер, ұйымдар және жеке азаматтар. Осылардың арасындағы байланыс ақша қорын пайдалануда келесі топтарға тіркеледі:

1. Мемлекет пен кәсіпорын арасында: мемлекеттік бюджет төлемдер жүйесін және әр алуан мемлекеттік қор ұйымдарын қамтиды. Олардың негізінде мемлекеттің орталықтандырылған табысы қалыптасады.

2. Фирмалар арасында: келісімшарт негізінде құрылады, бұл міндетті төлемдерден тұрады.

3. Фирма мен банк арасында: несиені алу және пайдалану.

4. Фирма және өндірістік құрылым арасында.

5. Мемлекет және қоғамдық ұйымдар арасында.

6. Мемлекет және халық арасында, халықтың әр түрлі трансферт алуы: зейнетақы, шәкіртақы, жәрдемақы,

т.б. Сонымен қатар бұған займ шығару, лоторея ұйымдастыру және т.с.с. жатады.

Қаржының үш құрамдас бөліктері:

- 1) халық қаржысы;
- 2) бірлестіктер, фирма, т.б. қаржылары, яғни орталықтанбаған қаржы;
- 3) мемлекеттік, яғни орталықтанған қаржы.

Халық қаржысы табысты бөлімнен тұрады, отбасылардың алғашқы табыстарынан, шығыс бөлімінен және халық қор жинауынан тұрады.

Орталықтанбаған (мемлекеттік емес) қаржы – фирма, бірлестік және ұйымдар иелігіндегі қаржылар (шауашылық тұлғаларының қаржысы).

Орталықтанған (мемлекеттік) қаржы – қаржы жүйесінің басты бөлігі. Мұнда мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру, мемлекеттік кешен, мемлекеттік бюджет кіреді. Мемлекеттік қаржының құрамдас бөлігі – мемлекеттік бюджет. Оның көмегімен сала арасындағы ЖҰӨ бөлінеді және қайта бөлінеді. Бюджет – табыс пен шығыстың тепе-теңдігі (смета, баланс).

Бюджеттің табысы: кәсіпорын табысына салық, сатудан түскен табысқа салық, жергілікті салық, сыртқы экономикалық қызметтен табыс, салықсыз табыс, табыс салығы, сауда қорының құралы.

Бюджеттің шығысы: қоғамдық-мәдени бағдарламаны, қорғанысты, басқаруды, мақсатты бағдарламаны қаржыландыру, несие және басқа мемлекеттерге көмек.

Қаржы жүйесін ұйымдастырудың екі принципі бар:

1. Демократиялық орталықтандыру, әкімшілік-әміршілдік жүйеге тән (КСРО және Шығыс Еуропа елдері). Ол төменгі сатыдағы қаржы мекемелерін қаржы органдарының директивті нұсқауларын орындауға міндеттеген.

2. Фискалдық федерализм. Бұл нарықтық экономикасы дамыған елдерде бекітілген. Бұл принциптің мәні: жергілікті бюджет өзінің табысы және шығысымен мемлекеттік бюджетке кірмейді. Жергілікті орган өзінің бюджетінен қоғам тәртібін сақтауды, мектептерді, емханаларды және т.б. қаржыландыруы тиіс. Мемлекеттік бюджеттің мүмкін болатын екі жағдайы:

– өдеттегі, шығыс табысқа тең болады;

– тапшылықты, шығыс табыстан жоғары болады.

Мемлекеттік бюджет тапшылығының себептері:

1. Экономикалық дағдарыс жағдайында табыстың төмендеуі, ұлттық табыстың азаюы.

2. Мемлекеттік бюджетке түсетін акциз салығының азаюы.

3. Бюджет шығысының азаюы.

4. Қаржы экономикалық саясаттын тұрақсыздығы.

II. Мемлекеттік қаржы жүйесінің бел ортасында мемлекеттік бюджет тұрады. Бюджеттік жүйе өте күрделі механизм ол сол елдің ерекшелігін, олардың әлеуметтік экономикалық құрылысын, мемлекеттік құрылымын білдіреді. Ел бюджетінің құрылымы сол елдің мемлекеттік құрылымымен байланысты. Біртұтас мемлекеттердің бюджеттік жүйесі екі деңгейде: мемлекеттік және жергілікті бюджеттерден тұрады. Федеративті мемлекеттерде штаттардың, жерлердің өз бюджеттері болады, соған сәйкес қызмет етеді. Мемлекеттік бюджет – үкімет қолындағы ақша ресурстарының орталықтанған қоры. Бұл қаражат мемлекеттік ақпаратты, қарулы күштерді қаржыландыруға және әлеуметтік қызметтерді атқаруға жұмсалады. Қазіргі жағдайда бюджет экономикасы мемлекеттік реттеудің, шаруашылық конъюнктураға ықпал етудің, дағдарысқа қарсы шараларды жүзеге асырудың аса күшті құралы. Ең алдымен бюджетте мемлекеттің кірісі мен шығысының құрылымы бейнеленеді. Өзінің құрылымы жағынан бюджеттің шығысы мынадай бөлімдерден тұрады. Мемлекетті басқару шығындары, сыртқы экономикалық шығындар, әскери шығындар. Мемлекеттік бюджеттің басты құрамды бөлігі – жергілікті бюджет. Олар арқылы ең алдымен коммуналдық меншік объектілері, жол, мектеп, байланыс құралдарын дамыту және тұрғын үй құрылысы қаржыландырылады. Жергілікті бюджетті жергілікті әкімшілік, полиция, сот пен прокуратура пайдаланады. Жергілікті бюджеттің үлкен бөлігі әлеуметтік-мәдени қажеттілікті өтеу, денсаулық, экологиялық тепе-теңдікті сақтауға кеткен шығындардан тұрады.

III. Салықтар – нарықтық экономиканы реттеудің ең тиімді нысаны болып табылады. Салық негізінде құрылатын мемлекеттік бюджеттің кірісіне қарай, мемлекеттің кәсіпкерлікпен айналысуының және әлеуметтік-кәсіпкерлік қызметінің мүмкіндігі болады. Салық мөлшерімен заңдық құқы бар мекемелер мен жеке адамдардың кәсіпкерлік белсендігі, төлем қабілеті бар сұраныс көлемі реттеледі. Салық саясаты аса нәзік және күрделі құрылым. Ол жеңілдіктер мен жазалау шаралары арқылы шаруашылық қызметінің барлық жақтарына нысаналы түрде әсер етеді.

Экономикалық мазмұны жағынан салықтар – бұл заңды белгіленген ретпен тұрғындардан, кәсіпорындар мен мекемелерден алынатын міндетті төлемдер жүйесі. Табыстардың әр түрлі нысандарының салық көздері мыналар болып табылады: пайда, пайыз, жалақы, дивиденд, рента, т.б. Салық салудың мынандай негізгі пайыздары бар:

а) азаматтар салықты мемлекеттен алатын игіліктерге пропорционалды төлеу керек.

б) салықтар табыстың мөлшеріне, салық төлеушілердің тұрмыс халінің дәрежесіне тәуелді болуы керек.

Нарық жағдайында салықтар үш қызмет атқарады:

- 1) фискальдық (мемлекеттік табыстарды жинау);
- 2) қайта бөлу;
- 3) реттеуші.

Салықтардың фискальдық қызметінің мәні мемлекеттің салық саясаты тұтқаларының көмегімен нарық конъюнктурасының жағдайына әсер етуде, экономикалық өсуді тұрақтандыру және ынталандыруға тырысуында.

Салықтың қайта бөлу қызметінің мәні салық механизмі арқылы мемлекеттік бюджетке жалпы ұлттық өнімнің едәуір бөлігін жұмылдыруында.

Сонымен бірге салықтар экономиканы жанама түрде реттейтін маңызды құралдардың бірі болып табылады.

Салықтың негізгі түрлері

Салық салу жүйесінде нысаны және өндіріп алу көздеріне қарай ерекшеленетін өр түрлі салық түрлері пайдаланылады.



Қазақстан Республикасында қабылданған салық жүйесі туралы заңға сәйкес салықтың мынадай түрлері қолданылады:

- А) Жалпы мемлекеттік салықтар;
- Б) Жалпыға міндетті жергілікті салықтар мен алымдар ;
- В) Жергілікті салықтар мен алымдар.

Жалпы мемлекеттік салықтар мыналар:

Қосылған құнға салынатын салық; пайдаға салынатын салық, акциздер, бағалы қағаздармен жасалатын операциялардан алынатын салық, кеден тарифы мен баж салығы, т.б.

Жалпыға міндетті жергілікті салықтар мен алымдарға жер салығы, жеке адамдардың мүлкіне салынатын салық, орман табысы, су үшін төленетін ақы, табысқа салынатын салық, кәсіпкерлік қызметтің субъектілері ретінде тіркелмеген азаматтардан алынатын алым, заңды ұйымдарда мемлекеттік тіркеуден өткізгені үшін алынатын алым, елтаңбалық алым, мұрагерлік және сыйға тарту тәртібімен ауысқан мүлікке салынатын салық жатады.

Жергілікті салықтар мен алымдарға мыналар жатады: курорттық аймақта өндірістік мақсаттағы объектілер

құрылысына салынатын салық, курорттық алым, азаматтардан алынатын мақсатты алым, жарнамаға салынатын салық, автокөлік құралдары мен есептеу техникасы және компьютерлерді қайта сатуға салынатын, т.б.

Жалпы мемлекеттік салықтар Қазақстан Республикасы заңдарының негізінде орталық үкіметтен мемлекеттік бюджетке аударылады. Жергілікті салықтар аумақтық жергілікті басқару органдары арқылы алынып, жергілікті бюджетке түседі.

Салықтар тікелей және жанама деп бөлінеді. Тікелей салықтар табысқа және мүлікке салынады. Тауардың бағасына енгізілетін немесе тарифке қосылатын және сатып алушы төлейтін салықты жанама деп атайды. Ол негізінен көпшілік тұтынушылардан алынады. Жанама салықтарға қосылған құнға салынатын салық, акциздер, кедендік баж салығы жатады. Салыну көздеріне қарай салықтар еңбекпен табылған және еңбексіз табылған табыс болып бөлінеді. Еңбекпен табылған табысқа еңбекақы, қаламақы жеке кәсіподақтардың табысы жатады. Еңбексіз, бірақ табысқа дивидендтер, ақша салымы бойынша пайыздар, жылжымайтын мүліктердің және бағалы қағаздардың құнының өсімі, жер рентасы және т.б. жатады.

Пайдаға салынатын салық. Салықтың ішінде пайдаға салынатын салық ерекше орын алады. Бұл салық түрін барлық кәсіпорындар төлейді. Біздің республикамызда қабылданған салық туралы заңдар және оларға енгізілген өзгерістермен толықтырулар бойынша өндіріспен айналысатын кәсіпорындарға пайдаға салық 25 пайыз мөлшерінде салынады. Мұндай нарық табыстылық мөлшері 40 пайыздан аспаған жағдайда белгіленеді.

Қосымша құнға салынатын салық. Аса маңызды салық түрлерінің бірі қосылған құнға салынатын салық болып табылады. Экономикалық мазмұны жағынан, ол тауарлар (жұмыстар қызметтер) өндіру ісінің барлық кезеңінде жасалынған құн өсімінің бір бөлігін бюджетке алу нысаны болып табылады және олардың жүзеге асырылуы бойынша бюджетке енгізіледі. Қосымша құнға салынатын салықтың құрамына амортизация, еңбекақы,

ағымдағы шығындар және пайда кіреді. Қосымша құн салығының ерекшелігі оның инфляциялық тұрақтылығы, яғни бюджеттің тұрақты қаржы көзі қызметін атқарады, өндірістік шығындарды азайту, өткізуді жеделдетуді көтермелейді.

Акциз. Тауар бағасына енгізілетін және сатып алушы төлейтін жанама салықтың ежелгі нысандарының бірі болып табылады. Акциз, қалыптасқан қағида бойынша, тұрғындарға арналған және мемлекеттің монополиясы болып табылатын тапшы, жоғары рентабельді тауарлар мен өнімдерге салынады. Мемлекет акцизді сұраныс пен ұсынысты реттеу, сонымен бірге мемлекеттік бюджетті толықтыру үшін пайдаланады. Акциз салыстырмалы түрде азғантай тауар түрлеріне салынады. ҚР-ның «Акциз туралы» заңына сәйкес жеңсік өнімдерге, темекі өнімдеріне, зергерлік бұйымдарға, бағалы теріден дайындалған бұйымдарға, фарфор мен хрустальдан жасалған жоғары сапалы бұйымдарға, кілем бұйымдарына акциз салығын салу тәртібі белгіленген.

Тест сұрақтары

1. Қаржы дегеніміз не?

- А) жергілікті бюджеттің үлкен бөлігі;
- Б) қоғамда қалыптасқан экономикалық қатынастар жүйесіндегі ақша құрылысы қорының қалыптасуы, бөлінуі, қолданылуы;
- В) ақша қоры;
- Г) А, Б;
- Д) барлығы дұрыс.

2. Мемлекеттік бюджетті ата:

- А) үкімет қолындағы ақша ресурстарының орталықтанған қоры;
- Б) сол елдің ақша қоры;
- В) әлеуметтік-экономикалық мақсаттағы шығындар;
- Г) А,Б;
- Д) барлығы дұрыс.

3. Біртұтас мемлекеттердің бюджеттік жүйесінің екі деңгейін ата.

- А) мемлекеттік немесе жергілікті;
- Б) мемлекеттік немесе федеративтік;
- В) федеративтік немесе жергілікті;
- Г) аумақтық немесе жергілікті;
- Д) дұрыс жауап жоқ.

4. Мемлекеттік бюджеттің кірісін ата:

А) орталық және жергілікті органдар жинайтын салықтардан;

- Б) мемлекеттік заемдар;
- В) бюджеттен тыс немесе мақсатты қорлардың төлемдерінен;
- Г) А, Б;
- Д) барлығы дұрыс.

5. Мемлекеттік бюджет түсімдерінің ең басты көзін ата.

- А) салық;
- Б) қаржы;
- В) несие;
- Г) табыс;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

6. Мемлекеттік бюджет тапшылығының себептерін ата:

- А) экономикалық дағдарыс жағдайда табыстың төмендеуі; ұлттық табыстың азаюы;
- Б) мемлекеттік бюджетке түсетін акциз салығының азаюы;
- В) бюджет шығысының өсуі;
- Г) қаржы-экономикалық саясаттың тұрақсыздығы;
- Д) барлығы дұрыс.

7. Бюджет тапшылығын жабатын үш дәстүрлі амалды ата:

- А) мемлекеттік заем шығару;
- Б) салық салудың қатаңдығы;
- В) ақша өндірісі немесе ақша басу;
- Г) А, Б;
- Д) барлығы дұрыс.

8. Салық дегеніміз не?

- А) нарықтық экономиканы реттеудің ең негізгі нысаны;

Б) заңды белгілейтін ретпен тұрғындардан алынатын міндетті төлемдер;

В) кәсіпорындар мен мекемелерден алынатын міндетті төлемдер;

Г) Б, В;

Д) барлығы дұрыс.

9. Нарық жағдайындағы салықтың атқаратын қызметін ата.

А) мемлекеттік табыстарды жинау;

Б) қайта бөлу;

В) реттеуші;

Г) ақпараттық;

Д) А, Б, В.

10. Салық түрлерін ата.

А) жергілікті, жанама, кері, үдемелі;

Б) міндетті жергілікті, пропорционалды;

В) мемлекеттік, тікелей, үдемелі;

Г) А, Б;

Д) барлығы дұрыс.

11. Тікелей салық дегеніміз не?

А) мемлекеттің монополиясы болып табылатын тапшы, жоғары рентабельді тауарлар мен өнімдерге салынатын салық;

Б) кәсіпорындар мен мекемелерден алынатын міндетті салық;

В) табысқа және мүлікке салынатын салық;

Г) орталық және жергілікті органдар жинайтын салық;

Д) барлығы да дұрыс.

12. Жанама салық дегеніміз не?

А) табысқа және мүлікке салынатын салық;

Б) тауар бағасына енгізілетін немесе тарифке қосылатын және сатып алушы төлейтін салық;

В) тауар бағасына енгізілетін және сатып алушы төлейтін жанама салықтың бір түрі;

Г) үкімет қолындағы ақша ресурстарының орталықтанған салығы;

Д) мемлекеттік немесе жергілікті салық.

13. Акцизді салық дегеніміз не?

А) мемлекеттің монополиясы болып табылатын тапшы, жоғары рентабельді тауарлар мен өнімдерге салынатын салық;

Б) тауарды немесе ақшаны басқа елдің өндірістік процесіне кіргізу салығы;

В) тауар бағасына енгізілетін және сатып алушы төлейтін жанама салықтың бір түрі;

Г) А, В;

Д) барлығы да дұрыс.

14. Пайдаға салынатын салық дегеніміз не?

А) мемлекеттің монополиясы болып табылатын тапшы, жоғары рентабельді тауарлар мен өнімдерге салынатын салық;

Б) тауар бағасына енгізілетін және сатып алушы төлейтін жанама салықтың бір түрі;

В) қосылған құнға салынатын салық;

Г) кәсіпорындарға салынатын салық;

Д) экспорт пен импортқа салынатын салық, кеден тарифы мен баж салығы.

15. Жалпы мемлекеттік салық дегеніміз не?

А) қосылған құнға салынатын салық;

Б) пайдаға салынатын салық, акциздер;

В) бағалы қағаздармен жасалатын операциялардан алынатын салық;

Г) экспорт пен импортқа салынатын салық, кеден тарифы мен баж салығы;

Д) барлығы да дұрыс.

3. 4. Банк және қаржы-несие жүйесі. Биржа

Жоспар:

1. Несие табиғаты және қызметі.

2. Банк және оның нарықтық қатынас жүйесіндегі орны.

3. Банк түрлері және оның операциялары.

4. Қор және валюта биржасы.

І. Қазіргі несие жүйесі – ұзақ тарихи дамудың нәтижесі және ол нарықтық экономика талаптарына сай өзгеріп отырады. Несие жүйесі қоғамдық ұдайы өндірістің барлық механизмін қамтып, өндірістік шоғырлануы мен капиталдың орталықтануын күшейтіп, бос ақша қаражатын елдің экономикасына қолдануға септігін тигізеді. Қазіргі несиелік жүйеде мынадай үш негізгі буын бар:

- Орталық банк.
- Коммерциялық банк.
- Маманданған несие-қаржы институты.

Несиелік жүйеде жетекшілік орынды банк атқарады, ол капитализмнің бастапқы сатысында XVIII-XIX ғасырларда коммерциялық банктерден бөлініп шықты. Тек орталық банкке ғана мемлекет ақша шығаруға ерекше монополиялық құқық берді.

Орталық банктер көптеген қызметтер атқарады, солардың ішіндегі бастылары:

- Банкнот эмиссиясы.
- Мемлекеттің алтын-валюта резервін сақтау.
- Басқа несие беретін мекемелердің резервтік қорларын сақтау.
- Коммерциялық банктерге несие беру және мемлекеттік мекемелерге кассалық қызмет көрсету.
- Есепшот жүргізу және ақша аудару операциялары.
- Несие беретін мекемелердің қызметіне бақылау жүргізу.

Коммерциялық банктер несие жүйесінің орталығы болып табылады. Қазіргі коммерциялық банктер – қаржы мекемелерінің әмбебап сипаттағы түрі. Ол халық пен кәсіпорындардан салымдар қабылдап, несие беріп қана қоймай, сонымен қатар клиенттерге қаржылық қызмет көрсетеді. Коммерциялық банктердің операциялары пассивті (қаржыларды келтіру) және активті (қаржыны орналастыру) болып көрінеді. Бұдан басқа банкаралық, делдалдық операцияларды және сенімді операцияларды орындайды.

Қазіргі нарықтық экономикада зейнеткерлер қоры, сақтандыру компаниялары, өзара қорлар, инвестиция-

лық банктер, қарыз-сақтау және т.б. осы сияқты арнаулы несие-қаржы институттары ерекше орын алады. Көп көлемде ақша ресурстарын шоғырландырған бұл институттар капиталды тиімді орналастыру және қорлану процесіне белсене қатысады.

II. Барлық нарықтық экономикалық елдерде екі деңгейлі банк жүйесі бекітілген. Ол Орталық банк (жергілікті орындарда бөлімшелерімен) және коммерциялық банктер жүйесі.

Орталық банк және оның қызметі. Орталық банк тұрғындармен емес, коммерциялық банктермен жұмыс істейді. Орталық банктің негізгі қызметі банктерді күйреуден сақтау, жалпы елдегі экономикалық жағдайды ақша ұсыну арқылы реттеу.

Орталық банк коммерциялық банктердің орталық банкке салатын міндетті резерв нормаларын анықтау, қамсыздандыру қорын жасақтау тәртібі, коммерциялық банктерге белгілі есеп мөлшерлемесімен кредит беру шараларын атқарады. Орталық банк реттеу жұмысынан басқа коммерциялық банктер жұмысын тікелей қадағалайды.

Орталық банктің басты қызметтері:

- Ақша эмиссиясы.
- Коммерциялық банктер жұмысын бақылау.
- Коммерциялық банктердің резервтерін сақтау.

Қазақстандағы банк жүйесі. Қазақстанда екі деңгейлі банк жүйесі бар. Халықтық банк жүйесі бірінші деңгейлі және ерекше қызметтерге ие. Оған мыналар жатады:

1. Ақша-несие саясатын жүргізу.
2. Ақша айналымын қалыптастыру.
3. Екінші деңгейлі банктердің іс-әрекетіне есеп жүргізу.

Екінші деңгейлі банкке банктік мекемелер және басқа да банктер жатады. Өнеркәсіпті және халықты несиелендіру банк қызметінің дәстүрлік түріне жатады. Банк активтерінің көп бөлігі несиелік операцияларға орналасқан.

Несиелендіру процесінде екі жақ әрекет етеді:

1. Кредитор (несие беруші).
2. Дебитор (несие алушы).

Несиелендірудің принципі:

1. Қауырттық (несие белгілі бір мерзімге беріледі).
2. Қайтарымдылық (несие қайтару келісімімен беріледі).
3. Төлемділік (кредитор несиеге пайыз есебінде кіріс алады).

III. Банк – кәсіпорындардың, ұйымдардың және халықтың бос ақша қаржыларын тарту және шоғырландыру, төлемдерге делдалдық жасау, сондай-ақ, ақша эмиссиясы, бағалы қағаздар шығару, қысқа мерзімді, қайтарылмалы төлемді несие беру, т.б. жөніндегі қызметті жүзеге асыратын қаржы мекемесі.

Банк пайызы – қарызға ақша берген үшін алынатын төлем. Ол несиелік пайыз және дебит пайыз болып екіге бөлінеді, бұлар банктер қызметінің екі түріне сәйкес келеді: салым сақтау және қарыз беру. Банк пайызы, яғни банкир қарызға алынған ақша үшін төлейтін төлем, яки банктен қарызға алған борышқор клиент төлейтін төлем. Банк пайызының басты проблемаларының бірі – жинақталған салымдарды пайда келтіретіндей етіп орналастыру.

Банктің тапқан пайдасының оның ақша қаржыларына қатынасы банк пайдасының бағасы деп аталады. Банктер беретін несие қысқа мерзімді, орта мерзімді, ұзақ мерзімді болып бөлінеді.

Қысқа мерзімді несие бір жылға дейін, негізінен айналым құралдарын жасауға беріледі.

Орта мерзімді несие бір немесе үш жыл аралығында беріледі. Ол ұзақ мерзімді несиеге ұқсас қажеттілікті қанағаттандырады.

Ұзақ мерзімді несие үш жылдан жоғары мерзімге берілетін несие түріне жатады. Бұл несие негізгі қорды қалыптастыруда, қаржы активтерінің айналыс әдістерінің қажеттіліктерін қанағаттандыруда әрекет етеді.

Банк операциясы – банкке рұқсат етілген жұмыс түрлері:

- Ақшаны салу және оны орналастыру.
- Несие алу және беру.

- Вексель есебі, чек және басқа ақша міндеттемелері.
- Бағалы қағазды сату және сатып беру.
- Кепілдеме беру және кепілдік жасау.
- Алу және ақша қажеттігіне жол беру.
- Шетел валютасын сатып алу, сату.
- Бағалы затты сақтау.

Банк ресурстарын құрайтын және оған табыс әкелетін несиелік операциялар активтер, ал банк ресурстарын орналастыруға байланысты операциялар пассивтер деп аталады. Қазіргі несие-банк мекемелер жүйесі бірнеше негізгі нысандардан тұрады, олардың арасындағы ерекшеліктер активті және пассивті операциялармен анықталады.

Банктердің тауар астындағы операциялары деп тауарлардың немесе тауарға байланысты құжаттардың кепілдігімен берілетін қарыздарды айтады. Банктердің қор операциялары, акция, облигация сияқты бағалы қағаздармен жасалатын операциялар болып табылады. Оларға бағалы қағаздар және банктік инвестиция бойынша берілетін қағаздар жатады. Соңғы 10-15 жылда банктердің қызметінде лизинг, факторинг және қаржылы трастық операциялар сияқты жаңа нысандар ерекше мәнге ие болады.

Лизинг (ағыл. сөзі) мүлікті уақытша пайдалануды, арендаға беру немесе алуды білдіреді. Лизингтің прокаттан айырмашылығы, жабдықтарды пайдалануына қарай арендатордың фирмаға қарызын бірте-бірте өтейтін қылып 5-8 және одан да көп жылға арендаға беруінде тұр.

IV. Қор биржасы – бағалы қағаздар (акция, облигация) сатылатын және сатып алынатын, өзінің тұрақты орны мен жұмыс уақыты бар, қатаң белгіленген тәртіппен тұрақты түрде әрекет жасайтын қаржы мекемесі. Биржада бағалы қағаздарды сатып алу-сату биржалық бағам негізінде жүзеге асырылады.

Биржалық бағам – бұл қор биржасында айналыста жүрген бағалы қағаздардың сатылу бағасы. Биржалық бағам дивиденттің шамасына тікелей тәуелділікте, ал қарыз пайызына кері тәуелділікте болады. Оны мына формула түрінде көрсетуге болады:

$$A_n = D / K_n \cdot 100\%$$

Мұндағы A_n – акция нарығы немесе биржалық бағам.
 D – дивиденд.

K_n – қарыз пайызы.

Бұл формуланың экономикалық мағынасы: егер акцияны сатып алушы банктен дивидендіне тең кіріс алғысы келсе, оның банкке акция нарығына тең сома салуына тура келер еді.

Валюта нарықтық экономиканың ажыратылмайтын бөлігі болып табылады.

Валюта – бұл тауар құнының мөлшерін өлшеу үшін пайдаланылатын ақша бірлігі. «Валюта» деген түсінік үш мағынада қолданылады:

1. Бір мемлекеттің ақша бірлігі.

2. Шет мемлекеттің ақша белгісі, шетелдердің ақша бірлігінде көрінетін және халықаралық есеп-айырысуда қолданылатын несиелік және төлем құралы.

3. Халықаралық ақша-есеп айырысу бірлігі мен төлем құралы.

Бұл – шетел валюталарының банкноттар, қазыналық билеттер, теңгеліктер және теңге түріндегі ақша белгілері, сатып алу-сату операциялары бойынша болатын қаржы-экономикалық қатынастар жүйесі.

Валюталардың бағамы оларға сұраныс пен ұсыныстың ара қатынасымен анықталады. Сұраныс пен ұсыныстың әсерімен валюталық бағамдардың құбылуы күшті валюталарға да, әлсіз валюталарға да тән болады. Қарапайым түрде валюталық бағамның қойылуын, өзімізге бұрыннан белгілі сұраныс пен ұсыныстың арақатынасын көрсететін графикпен бейнелейміз.

Шетел валюталарына сұраныс мөлшері мына факторларға тәуелді болады:

а) елдің импортты тауарлар мен қызметтерге қажеттіліктеріне;

б) туристердің шығынына;

в) елдің міндетті түрде орындайтын әр түрлі төлемдеріне және т.б.

Факторинг – банктердің және басқа да қаржы ұйымдарының, кәсіпорынның борышын өз міндетіне алуды көрсететін қаржы-коммерциялық қызмет түрі.

Факторингтік қызметтерге сатылған тауарлар немесе орындалған жұмыстар үшін төленген чектерді сатып алу, қарыздарды өткізу, несие беру, тауарлардың, материалдардың қоры немесе тұрақты активтер мөлшерінде болуын ақшалай қаржыландыру, не болмаса маркетинг саласында сату және басқару саласында қосымша қызмет атқару жұмыстары жатады.

Несие-банк мекемелері

1	Активті операциялар 2	Пассивті операциялар 3
Эмиссиялық (орталық банктер)	Коммерциялық банктерге және мемлекетке бағалы қағаздарды сатып алу.	Банкнот шығару. Мемлекеттік бағалы қағаздарды шығару.
Коммерциялық банктер.	Қысқа және орта мерзімді қарыздар. Мемлекеттік облигацияларды сатып алу.	Кәсіпорындар мен халықтың ақша салымдары (жинақтары)
Инвестициялық банктер.	Акциялар мен облигацияларды орналастыру.	Банк несиелері.
Жинақ банктері сақтандыру қоғамдары.	Ұзақ мерзімді қарыздар жеке облигацияларды сатып алу.	Сыйлықтарды жеке адамдар мен кәсіпорындардан сақтандыру.
Инвестициялық компаниялар зейнетақы қоры.	Акциялар мен облигацияларды сатып алу.	Халыққа өз акцияларын сату. Кәсіпорын жұмысшылары мен қызметкерлерінің төлемдері.

Жаңа ұғымдар:

- Банк
- Несие
- Лизинг
- Факторинг

Банктік есептер және пайыздар

1-есеп. Салымшы банкте шот ашып, оған $S_0 = 150\,000$ теңге салды делік, 4 жыл мерзімге жай пайызбен жылына 18 % мөлшерлемен салымды жапқан кезде салымшының алатын S_4 сомасы қандай болады? 4 жылға салым қанша теңгеге өседі? Өсу коэффициенті неге тең?

2-есеп. Егер 5 жылдан кейін салым $S_5 = 94500$ теңге мөлшеріне жететін болса, 22 % мөлшерлеме бойынша жай пайыздар мен банкке қандай сома салуға болады. Салым 5 жылда қанша теңгеге өседі?

3-есеп. Егер жылдық жай пайыз 19, 2 % мөлшерлемен 150640 теңге мөлшерге жетсе, онда банкте 70000 теңге салымы қанша жыл жатқан? Өсу коэффициенті неге тең?

4-есеп. Егер 12000 салым 3 жылдан кейін 14160 теңге мөлшерге жетсе, банк қандай жай пайыздың жылдық мөлшерлемесін төлейді?

Төст сұрақтары:

1. Қазіргі несиелік жүйе неше буыннан тұрады?

- А) 1
- Б) 3
- В) 2
- Г) 4
- Д) 6

2. Несиелік жүйе жетекшілігін не атқарады?

- А) банк;
- Б) фирма;
- В) кәсіпорын;
- Г) қаржы ұйымы;
- Д) Б, В.

3. Нарықтық экономикалық елдерде неше деңгейлі банк жүйесі бекітілген?

- А) 1
- Б) 2
- В) 3
- Г) 4
- Д) 5

4. Қазақстанда неше деңгейлі банк жүйесі бар?

- А) 1
- Б) 2
- В) 3
- Г) 4
- Д) 5

5. Несиелендіру принципін ата:

- А) қауырттық, қайтарымдылық, төлемділік;
- Б) несие белгілі бір мерзімге беріледі;
- В) несие қайтару келісімімен беріледі;
- Г) кредитор несиеге пайыз есебінде кіріс алады;
- Д) барлығы дұрыс.

6. Қарызға ақша берген үшін алынатын төлем:

- А) несиелік пайыз;
- Б) банк пайызы;
- В) несие;
- Г) төлем пайызы;
- Д) барлығы дұрыс.

7. Халықтық банктің атқаратын қызметін ата.

- А) ақша несиелі саясатты жүргізу;
- Б) ақша айналымын қалыптастыру;
- В) екінші деңгейлі банктердің іс-әрекетіне есеп жүргізу;
- Г) А,Б,В;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

8. Несиелендіру процесіндегі әрекет етуші екі жақты ата:

- А) кредитор және дебитор;
- Б) қауырттық және қайтарымдылық;

- В) кредитор және қайтарымдылық;
- Г) қауырттық және дебитор;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

9. Факторинг дегеніміз не?

- А) банктердің және басқа да қаржы ұйымдарының, кәсіпорының борышын өз міндетіне алуды көрсететін қаржы-коммерциялық қызмет түрі;
- Б) банктердің қаржы-коммерциялық қызмет түрі;
- В) халыққа акция сату процесі;
- Г) кәсіпорындар мен халықтың ақша салымдары;
- Д) барлығы дұрыс.

10. Банк операциясын ата:

- А) ақша салу және оны орналастыру; несие алуға және беруге;
- Б) вексель есебі, чек және басқа ақша міндеттемелері;
- В) бағалы қағазды сату және сатып алу; кепілдеме беру және кепілдік жасау;
- Г) шетел валютасын сатып алу, сату; бағалы затты сақтау;
- Д) барлығы дұрыс.

3.5. Жұмыссыздық мәселесі. Халықты әлеуметтік қорғау

Жоспар:

1. Жұмысбастылық және жұмыссыздық.
2. Халықты әлеуметтік қорғаудың негізгі түрлері.
3. Әлеуметтік саясаттың көрсеткіштері.

І. Жұмысбастылық – елдегі еңбекке қабілетті тұрғындардың жұмыспен қамтамасыз етілу көрсеткіші. Бұл көрсеткіш елдегі мемлекеттік мекемелерде жұмыс істейтін жұмысшылар мен қызметшілердің, ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіретін шаруалардың, фермерлердің, мемлекеттік емес мекемелер мен ұйымдарда, жеке шаруа қожалықтарында жұмыспен айналысатын

адамдардың, т.б. жалпы санын сипаттайды. Негізгі жұмыс орны бойынша еңбек ететіндер саны бастапқы жұмыспен қамтылғандар, негізгі жұмыстан бос уақыттағы еңбекпен айналысушылар саны қосалқы жұмыспен қамтылғандар деп аталады. Ал, елдегі еңбекке қабілетті тұрғындардың бір бөлігі еңбекпен айналысатын кәсіп таба алмай дағдаратын әлеуметтік-экономикалық құбылыс жұмыссыздық деп танылады. Жұмыс күшінің немесе экономикадағы жалпы еңбек ресурстарының жұмыс істейтіндердің тұтас санына қатынасы жұмыссыздық коэффициентін құрайды. Экономикалық әдебиеттерде кез келген қоғамдағы жұмыссыздық құбылыстары сипатына байланысты уақытша, құрылымдық, циклдық болып бөлінеді.

Уақытша жұмыссыздық (фрикциондық) – бұл жұмыс күшінің объективті қажетті қозғалысымен байланысты жұмыссыздық. Өндірістегі технологиялық өзгерістер жұмысшы күшінің сұранысына құрылымдық өзгерісін көрсетеді. Жаңа құрылымды жұмыс орнында жұмыс күші құрылымы сәйкес келмейді. Осыдан өндірістердегі жұмыскерлердің бір бөлігін жұмыстан ығыстырады, бұл (жұмыс күші) құрылымдық жұмыссыздықты құрайды.

Құрылымдық жұмыссыздық деп жұмыс күші құрылымы жұмыс орны құрылымына сәйкес емес жұмыссыздықты айтады.

Жұмыссыздықтың айқындалған бір түрі нарықтық шаруашылықтың ауытқу сипатына байланысты туындайтын циклдық жұмыссыздық.

Циклдық жұмыссыздық деп экономикалық тоқырау, дағдарыста көрінетін жұмыссыздық түрін айтады. Бұл – елдегі тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге жиынтық сұраныстың күрт азаюы салдарынан пайда болатын құбылыс.

Жұмысбастылық толық болғанда жұмыссыздық деңгейі «жұмыссыздықтың табиғи деңгейі» деп айтылады. Әлемдік тәжірибиеде Оукен заңы қолданылады. Жұмыссыздық деңгейінің көтерілуі табиғи жұмыссыздықтан 1% жоғары болса, салыстырғанда ЖҰӨ 2,5% -ға тө-

мендейді. Жұмыссыздық деңгейінің мөлшері жалпы жұмыссыз санының жұмыс күші санына пайыздық түрдегі қатынасын сипаттайды.

Жұмыссыздық мөлшері = жұмыссыздық саны.

Жұмыс күшінің саны – 100 %.

Жұмыссыздықтың экономикалық-әлеуметтік салдары

1. Қоғамда бар болатын әлеуетті мүмкіндіктер көлемімен салыстырғандағы ЖҰӨ көлемі артта қалып жатады.

2. Халықтардың әр түрлі әлеуметтік топтарында жұмыссыздық көлемі тепе-тең бөлінбейді.

3. Жоғарғы дәрежелі маман жұмысшылар жоғалады.

Еңбек нарығын мемлекеттік зерттеу үш бағытта жүзеге асады:

1. Бос халықты еңбекпен қамту және көмек көрсету, еңбек биржалары арқылы қайта дайындау.

2. Икемді еңбек нарығын білімге ынталандыру, әр түрлі әлеуметтік топтарын толық есептеу (әйелдер, зейнеткерлер, жастар). Еңбек қатынастарын құқықпен қамту.

3. Жұмыссыздықтан зардап шеккен адамдарды әлеуметтік қорғау.

II. Нарықтық қатынастар алғаш орнай бастаған кезде мемлекеттің әлеуметтік саясатында ең маңызды міндеттердің бірі – еңбеккерлерді жұмыссыздықтан әлеуметтік қорғау жүйесін жасау болды. Жұмыссыздықтан әлеуметтік қорғау жүйесі дамыған елдерде XX ғасырдың басынан-ақ белсенді түрде қолданыла бастаған болатын. Жұмыссыздықтан қорғау жүйесінің негізгі мақсаты – жұмыспен тұрақты қамтуды қаржымен қамтамасыз ету. Ол өзінің қызмет ету белгісіне қарай екі түрлі жүйеден тұрады:

1. Өзінің ішкі мағынасы бойынша жұмыссыздарға материалдық көмек көрсету қызметін атқарады.

2. Жұмыссыздықтың өсуіне жол бермеу жөніндегі шұғыл шараларды жүзеге асырады.

Жұмыссыздық бойынша қорғау жүйесі үш негізгі көзден қаржыландырылады: жұмыс берушілер, жұмыскерлер және мемлекет. Егер бірінші бөлек жүйе экономикалық тұрғыдан жоғарыда аталған үш көздің есебінен

қолдау тапса, екіншісі жұмыс берушілер есебінен болады. Жоғарыда көрсетілгендей, жұмыссыздықтан әлеуметтік қорғаудың негізгі бағыттарының бірі – жұмыссыз азаматтарға материалдық көмек көрсету. Жұмыссыздық жөніндегі жәрдемақыны құрудың негізгі көзі жұмыскерлердің жұмыспен қамтылған кездегі өздерінің қаржылық аудармасы болып табылады. Олардың құрылуы мен жұмсалуды қамсыздандырудың қор жинау жүйесіне ұқсас болып келеді. Олар жұмыссыздық басқа түскен кезде «қамсыздандырулық төлем» болып саналады. Мұндай қамсыздандыру төлемі уақытша материалдық есеп қайтару ретінде кімдер алдын ала жарнама жасаса немесе олар үшін бұл жарнаманы басқалар жасаса, ол сондай-ақ, кімде-кім жұмыс істеуге ықылас білдірсе, қабілеті болса және жұмыс іздесе төленеді. Егер осы аталған факторлар болмаса, онда жұмыссыздық бойынша жәрдемақы өзінің шын мәніндегі мазмұнын жоғалтады және ол төленуі тиіс емес. Егер де жұмыссыз адам өзі жұмыс істегісі келмесе, жұмыс істеуге ықыласы болмаса, онда ол өз еркімен өзінің еңбекке деген конституциялық құқығынан бас тартқаны болып саналады және осыған байланысты жұмыссыздық бойынша жәрдемақыға өз құқығын жоғалтады. Жұмыссыздықтан қорғаудың жүйесінде бір-біріне бағынышсыз үш түрлі қызмет бағыты бар.

1. Жұмыспен қамтуды (жаңа жұмыс орындарын құру) кеңейтудің жағдайы мен мүмкіншіліктерін жақсартуды қаржыландыру.

2. Кадрларды даярлауды және қайта даярлауды қаржыландыру.

3. Жұмыссыздарға жұмыс іздеуде ұтқыр қоныс аударуға мүмкіншілік тудыру.

III. Республикада Статистика жөніндегі агенттіктің ресми деректері бойынша көп жылдар бойы жұмыссыздар деп жұмысқа орналастыру органдарында есепке тұрған адамдар саны көрсетіліп, ол жыл сайын 250 мың адам немесе 3,8-4,0 пайыз шамасында болып келді. Мәселен, жұмыссыздардың жалпы саны 1996 жылы 970,6 мың адам болды, ол экономикалық белсенді халықтың

13% -ын құрайды делінген, ал 1998 жылы 282,4 мың адам ресми тіркелген, жұмыссыздық деңгейі (экономикалық белсенді халыққа) 4,2% деп көрсетілген, 1999 жылы тиісінше 251,4 мың адам және 3,9% . Жұмыссыздық деңгейін аймақтар бойынша алып қарасақ, республика бойынша 10,4% -бен салыстырғанда оның төменгі деңгейі Шығыс Қазақстан (7,3), Солтүстік Қазақстан (8,9), Қарағанды (9,2), Павлодар (9,2) облыстарында және Астана қаласында, ал жоғарғы деңгей Қызылорда (13,9), Атырау (13,9), Жамбыл (12,7), Батыс Қазақстан (12,5) облыстарында байқалады. 2000 ж. елдегі жұмыссыздар саны 1997 жылғы деңгеймен салыстырғанда біршама (0,2% -ға) төмендеді.

Әдетте халықты жұмыспен қамту, жұмыссыздықты азайту үшін, ең алдымен шағын және орта бизнесті дамыту қажет. Статистика деректері бойынша республикада 2003 жылғы ақпан айының басында бизнеспен айналысатын 103,7 мың шағын кәсіпорын тіркелген. Олардың ішінде 78,5 мың кәсіпорын (яғни 75%) жұмыс істеп тұрғандар, соның ішінде 39,9 мыңы белсенді түрде жұмыс істеп тұрғандар деп саналады.

Жұмыссыздықтан арылудың тағы бір бағыты – импортты алмастыру саясатын парасатты жүргізіп, қазба байлықты игеріп жатқан салаларда соларға қажетті өнімді шеттен әкелмей, әзімізде шығару.

Жаңа ұғымдар:

- Жұмысбастылық
- Уақытша жұмыссыздық
- Құрылымдық жұмыссыздық
- Толық жұмысбастылық

Сұрақтар:

1. Жұмысбастылық дегеніміз не?
2. Уақытша жұмыссыздық дегеніміз не?
3. Әлеуметтік саясаттың көрсеткіштерін ата.

Тест сұрақтары

1. Жұмысбастылық дегеніміз не?

А) макроэкономиканың маңызды сипаты;

Б) еңбекке жарамды тұрғындардың жұмыспен қамтылғаны;

В) еңбеке жарамды тұрғындардың жұмыссыз, бірақ іздеп жүрген бөлігі;

Г) барлық жұмысқа қабілетті халықтың бос болмауы;

Д) А, Б, Г.

2. Жұмыссыздық дегеніміз не?

А) барлық жұмысқа қабілетті халықтың бос болмауы;

Б) еңбеке жарамды тұрғындардың жұмыссыз, бірақ іздеп жүрген бөлігі;

В) макроэкономиканың маңызды сипаты;

Г) А, В;

Д) еңбекке жарамды халықтың жұмыспен қамтылғаны.

3. Уақытша жұмыссыздық дегеніміз не?

А) жұмыс күшінің объективті қажетті қозғалысымен байланысты жұмыссыздық;

Б) бір орыннан екінші орынға көшіп отыруы салдарынан болатын жұмыссыздық;

В) бір қызмет орнынан екіншіге ауысуы салдарынан болатын жұмыссыздық;

Г) тиімді жұмыс іздеуі және оны күтуі салдарынан болатын жұмыссыздық;

Д) барлығы да дұрыс.

4. Құрылымдық жұмыссыздық дегеніміз не?

А) жұмыс күші құрылымы жұмыс орны құрылымына сәйкес емес жұмыссыздықты айтады;

Б) уақытша жұмыссыздық болмай қоймайтын шарасыздық;

В) жаңа құрылымды жұмыс орнында жұмыс күші сәйкес келмейтін жұмыссыздық;

Г) А, В;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

5. Толық жұмысбастылық дегеніміз не?

А) жұмыссыздықтың абсолютті жоқ болуын көрсететін фактор;

Б) уақытша жұмыссыздық болмай қоймайтын шарасыздық;

В) жұмыссыздықтың айқындалған бір түрі;

Г) нарықтық шаруашылықтағы ауытқу сипатына байланысты жұмыссыздық;

Д) халықтың көп бөлігінің жұмыспен қамтылуы.

6. Циклдық жұмыссыздық дегеніміз не?

А) экономикалық тоқырау, дағдарыста көрінетін жұмыссыздық түрі;

Б) жұмысбастылық толық болғандағы «жұмыссыздықтың табиғи деңгейі»;

В) жұмыссыздықтың айқындалған бір түрі;

Г) А,Б;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

7. Жұмыссыздықтың табиғи деңгейі дегеніміз не?

А) жұмысбастылық толық болғандағы жұмыссыздық деңгейі;

Б) жұмыссыздықтың айқындалған бір түрі;

В) нарықтық шаруашылықтағы ауытқу сипатына байланысты жұмыссыздық;

Г) жұмыссыздықтың абсолютті жоқ болуын көрсететін фактор;

Д) барлығы да дұрыс.

8. Жұмыссыздықтың экономикалық және әлеуметтік салдары:

а) қоғамда бар болатын әлеуетті мүмкіндіктер көлемімен салыстырғандағы жұмыс көлемі артта қалып отырады;

Б) халықтың әлеуметтік топтарында жұмыссыздық шығыны тепе-тең бөлінбейді;

В) жоғары дәрежелі маман жұмысшылар азаяды;

Г) дұрыс жауабы жоқ;

Д) В,Г,Д.

9. Еңбек нарығын мемлекеттік реттеу үш бағытта жүзеге асады:

А) бос халықты еңбекпен қамту және көмек көрсету, еңбек биржалары арқылы қайта дайындау, икемді еңбек нарығын білімге ынталандыру, әрекет әлеуметтік топтарын толық есептеу (әйелдер, зейнеткерлер, жастар). Еңбек қатынастарын құқықпен қамту;

Б) икемді еңбек нарығын білімге ынталандыру, әрекет әлеуметтік топтарын толық есептеу (әйелдер, зейнеткерлер, жастар). Еңбек қатынастарын құқықпен қамту; жұмыссыздықтан зардап шеккен адамдарды әлеуметтік қорғау;

В) бос халықты еңбекпен қамту және көмек көрсету, еңбек биржалары арқылы қайта дайындау, икемді еңбек нарығын білімге ынталандыру, әрекет әлеуметтік топтарын толық есептеу (әйелдер, зейнеткерлер, жастар). Еңбек қатынастарын құқықпен қамту; жұмыссыздықтан зардап шеккен адамдарды әлеуметтік қорғау;

Г) А, Б, В;

Д) барлығы да дұрыс.

10. Жұмыссыздық бойынша қорғау жүйесі үш негізгі көзден қаржыландырылады. Олар:

А) жұмыс берушілер, жұмыскерлер, мемлекет;

Б) саудагерлер, шаруалар, жұмыскерлер;

В) жұмыс берушілер, мемлекет;

Г) барлығы да дұрыс;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

3.6. Экономиканы мемлекеттік реттеу

Жоспар:

1. Нарық және мемлекет. Мемлекеттік реттеудің типі.

2. Монетарлы саясат мемлекетінің заңдылық қасиеті.

І. Нарықтық экономиканы мемлекеттік реттеу – нарықта шаруашылық жүргізуші субъектілердің жұмыс істеуін мемлекеттік реттеу. Меншіктің барлық нысанындағы субъектілердің қоғамдық өндірісті дамытуына, әлеуметтік мәселелерді шешуге, халықаралық беделді және

сыртқы экономикалық байланыстарды нығайтуға ықпал ету мақсатымен салық, бюджет, құрылымдық инвестиция, валюталық-қаржы саясаты арқылы жүзеге асырылады.

Нарықтың мынадай үлгілері белгілі: дамыған, еркін, реттелетін, деформацияланған. Әр нарық үлгісіне тауарлы өндірістің ерекше моделі сәйкес келеді:

1. Дамыған нарықтың тауарлы өндірісі.
2. Еркін нарықтың тауарлы өндірісі.
3. Реттелетін нарықтың тауарлы өндірісі.
4. Деформацияланған нарықтың тауарлы өндірісі.

Дамыған нарықтың тауар өндірісі (жай тауар өндірісі) қоғамдық еңбек бөлінісіне, өндіріс құралдарына жеке меншіктің болуына, тауар өндірушілердің өз еңбектеріне негізделген. Жай тауарлы өндірісте шығарылған өнімнің тек белгілі бір бөлігі ғана нарыққа шығарылады.

Еркін нарықтың тауарлы өндірісі (нарықтық экономика) түбегейлі жаңа белгіге ие болды, ол жалпы ортақ сипат алды, яғни ол келесі құбылыстарды білдіреді:

А) адамның жұмыс күші тауарға айналды және өндірушінің өз еңбегінің орнына жолдамалы еңбек келді;

Б) қоғамдық өнімнің басым бөлігі тек жеке тұтыну үшін емес, нарық арқылы сатуға арналды. Нарықтық инфрақұрылымның негізгі элементтері болып сауда торы, биржалар, банктер енеді.

Сонымен қатар нарықтың табысты қызмет етуі – жарнамасыз, ақпаратсыз және консультативтік қызметсіз, бақылау және реквизиция мекемелерінсіз мүмкін емес.

Нарық – бұл ұдайы өндірістің барлық буынында: өндіріс, бөлу, айырбас және тұтыну аясында сату және сатып алу арқылы жүзеге асырылатын ұйымдық-экономикалық қатынастарының жүйесі.

Нарық төмендегідей маңызды қызметтерді атқарады:

– *Біріншіден*, нарық арқылы қоғамдық өндірісті реттеуі іске асырады, яғни не өндіру керек, қалай өндіру керек, кім үшін өндіру керек деген мәселелер шешілді.

– *Екіншіден*, нарық арқылы өндірушілер мен тұтынушылар байланысын бекітеді.

Нарықтың әрбір қатысушысы бір уақытта сатушы да сатып алушы да болып табылады. Олар өздерінің өміріне немесе тауарды өндіруіне қажетті заттарын сатып алады, ал нарықта өндірген өнімін немесе мүлігін, жұмыс күшін сатады.

– *Үшіншіден*, нарық арқылы өнімді өндіруге кеткен шығындарды есептеу жүргізіледі. Нарық тауар өндіру үшін қоғам қанша шығын шығаратынын да анықтайды. Егер шығын жоғары болса, онда оны сатып ала алмайды және болашақта ол өндірілмейді. Сондықтан нарыққа шығыстарын жабатын және сатылатын өнімдер ғана түседі.

– *Төртіншіден*, нарықтың маңызды қызметі болып баға бекіту табылады. Баға сұраныспен ұсыныстың әсерінен ауытқып отырады. Егер нарықта бір тауардың саны сұраныстан асып түссе, оған баға түседі, төмендейді, осыған сәйкес тауардың өндірісі мен ұсынысы да төмендейді. Керісінше, жоғары баға өндірісті ынталандырады, бұл өсім сұраныспен ұсыныстың арасындағы тепе-теңдік баға шығады.

– *Бесіншіден*, нарық өндірушілерді әлеуметтік жіктейді. Бәсеке процесінде өнімді өндіруге кетірген шығыны нарықтық бағадан аз болса ғана фирма өрі қарай тіршілік ете алады. Егер шығыны бағадан жоғары болса, онда ол зиянға ұшырайды. Өндірушілерді дифференциалдау тиімді фирмалардың дамуымен тиімсіздерінің жойылуын білдіреді.

Нарық – экономиканы ұйымдастырудың тиімді нысаны болып табылады, бірақ ол әрқашан және барлық жағдайда экономикалық жүйенің өзін-өзі реттеуі мен тепе-теңдігін қамтамасыз ете алмайды.

Жетілмеген нарықты мемлекеттік сәйкес қызметтермен толтыру керек. Мемлекеттік нарықтық жағдайындағы негізгі міндеті – қоғамдық институттарын құру, яғни, нарықтық экономиканың барлық тұлғалардың өзара қарым-қатынасын реттейтін және шектейтін ережелердің жиынтығын айқындау болып табылады. Әлеуметтік ережелерсіз, институционалдың рәсімсіз

нарықтық қатынастар белгілі деңгейде мафиозды құрылымдар туғызды. Нарықтың инфрақұрылымы нарықтық қатынастардан туындайды.

Реттелетін нарықтық тауарлы шаруашылықтың бірнеше модельдері бар:

- а) әлеуметтік нарықтық шаруашылық;
- б) аралас экономика;
- в) корпоративтік экономика.

Олар, ең алдымен мемлекеттік бағдарламалардың мақсатты бағытталуымен ерекшеленеді. Әлеуметтік шаруашылықтағы басты мақсат – азамат мүдделерін қорғау, аралас экономикада кәсіпкерліктің дамуына жағдай жасау, корпоративтік экономикада ірі бизнес мүдделерін қорғау. Біріншісі, көбінесе Германияға, екіншісі – АҚШ-қа, үшінші модель - Жапония мен Швецияға тән.

II. Монетаризм (*ағылшын тілінен money – ақша*) экономикалық тұжырымдама, бұл макроэкономикалық талдаудың негізгі құралы ретінде айналымдағы ақшаны қарастырады. Монетаризм XX ғасырдың 50-жылдарында пайда болды, ал терминің өзі К. Бруннердің «Ақшаның монетарлық саясаттағы рөлі» деген еңбегінде алғаш рет пайда болды.

Қазіргі кезде нарық дамыған инфрақұрылымсыз, яғни қосалқы көмекші салалары мен ұйымдарсыз мүмкін емес. Нарықтың инфрақұрылымы – бұл нарықтық қатынастардың қызмет етуін табысты қамтамасыз ететін мекемелер, мемлекеттік және коммерциялық фирмалардың жиынтығы.

Тауар нарығының инфрақұрылымы тауар биржалармен, жәрмеңкелермен, биржалық емес сипаттағы делдал фирмалармен көрсетілген.

Қаржы нарығының инфрақұрылымының құрамына қор және валюта биржалары, банктер, сақтандыру компаниялары мен қорлары жатады.

Еңбек нарығының инфрақұрылымының құрамына еңбек биржалары, жұмыспен қамтамасыз ету қызметі мен кадрларды қайта дайындау, жұмыс күшінің миграциясын реттеу және т.б. кіреді.

Осыдан көрініп тұрғандай классикалық нарықтың белгілі бір құрылымы бар. Нарықтың құрылымы – бұл нарықтың жекелеген элементтерінің ішкі құрылысы.

Нарықтың белгілі бір құрылымы бар. Нарықтың құрылымын әр түрлі белгілері бойынша жіктеледі. Олардың маңыздылары мыналар:

1. Экономикалық белгіленуі бойынша тауар мен қызмет нарығы, өндіріс құралдары, еңбек, инвестиция, бағалы қағаздар, қаржы нарықтары болып бөлінеді.

2. Географиялық орны бойынша: монополиялық, олигополиялық, еркін, аралас деп аталады.

3. Бәсекені шектеу дәрежесі бойынша жергілікті, ұлттық, аймақтық және әлемдік ретінде бөлінеді.

4. Салалар бойынша автомобиль, астық және т.б. болып бөлінеді.

5. Сату сипаттамасы бойынша бөлшек және көтерме деп қарастырылады.

Осы бағыттың таралуын XX ғасырдың 70-жылдары Гервинг Фишер бастады. Батыста қазіргі заманғы монетаризм лидері – М.Фридшен (АҚШ – Чикаго мектебі). Ал Қазақстанда мұны алғаш рет О. Жандосов саясатта қолданды. Монетаризм мәні екі түрлі:

1. Ақша экономикада басты рөл ойнайды.

2. Орталық банк ақша ұсынысына, яғни айналымындағы ақша санына әсер етеді.

Монетаризм ақшаның сандық теориясына негізделеді, оның түп-төркіні XVII ғасырға дейін барады. Сондай-ақ, бұл теория Рикардоның, Кантильонның, Маршалдың және т.б. еңбектерінде кездеседі.

Қазіргі заманғы монетаризмде ақшаның кейнсиандық және неокейнсиандық бәсекелес теориялары бар.

Кейнстік теория ақшаға сұранысты анықтау үшін экономикалық тұлға тетіктеріне сүйенеді, яғни олар тұлға байлығының бір бөлігін ликвидті ақшалай актив нысанында сақтауға негізделген. Бұл кезеңдерде тауарлы өндіріс еркін бәсекенің болуымен сипатталатындықтан, оны әлі күнге дейін еркін экономика деп атайды. Мемлекеттік шаруашылық өміріне тіпті толық арласпауы оны

«таза», яғни «қалай жүрсе, солай жүрсін» дегенді білдіретін капитализм деп атауға мүмкіндік береді.

Жаңа ұғымдар:

- Нарық
- Монетарлы саясат
- Жетілмеген нарық
- Монетаризм

Сұрақтар:

1. Мемлекеттік реттеу дегеніміз не?
2. Монетарлы саясат дегеніміз не?
3. Аралас экономикадағы мемлекеттің қызметін ата.

3.7. Дүниежүзілік экономика

Жоспар:

1. Еркін сауда және капитал.
2. Халықаралық валюта жүйесі.
3. Экономикалық интеграция.
4. Қазақстан халықаралық экономикалық қатынастар жүйесінде.

1. **Капитал шығару** – бұл ұлттық айналымнан капиталды шетке шығару, қазіргі дүниежүзілік шаруашылық пен халықаралық экономикалық қатынастардың маңызды нысаны. Капиталды шетке шығару тауар экспортының көп жылдық монополиясын бұзды. Капиталды шетке шығару халықаралық экономикалық жүйесінде басым рөлге ие болуда. Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымдарының деректеріне қарасақ, 80-жылдары тікелей инвестициялардың орташа жылдық қарқыны 34 % -ға жетіп, дүниежүзілік сауда қарқынынан 5 есе артық болған.

Капиталды шетке шығару дегеніміз – капиталдың бір бөлігін ұлттық айналымнан шығарып, тауар немесе

ақшалай нысанда басқа бір елдің өндірістік процесі мен айналымына кіргізу. Ең алғаш капиталды шетке шығарумен өнеркәсібі дамыған елдер шұғылданды. Олар өз капиталдарын дүниежүзілік шаруашылықтардан тыс қары мемлекеттерге шығарды. Дүниежүзілік шаруашылықтың дамуы бұл процестің шеңберін ұлғайта түсті, сөйтіп капиталды шетке шығару дамыған елдермен қатар дамушы елдердің де тіршілігіне айналды.

Капиталды шетке шығарудың негізгі себебі және алғы шарты елдегі капиталдың салыстырмалы молдығы және шамадан тыс қорлануы. Сондықтан іскерлік пайда немесе пайыз табу мақсатында ол шетке шығарылады.

XX ғасырдың 90-жылдары басында бүкіл дүниежүзілік капиталдың шамадан тыс қорлануы 180-200 млрд. долларға жеткен. Қазіргі таңда өзінің өсу қарқыны бойынша капитал экспорты тауар экспортын да, өнеркәсібі дамыған елдердің ішкі жиынтық өнімі өсуінің қарқынын да артта қалдырды. Капиталды шетке шығару көлемінің жедел өсуі оның халықаралық ауысуын күшейтті.

Капиталдың халықаралық ауысуы дегеніміз – капиталдың меншік иелерінің табыс көзі ретінде елдер арасындағы қарама-қарсы қозғалысы. Мұның өзі әрбір ел бір мезгілде капиталды экспорттаушы да, импорттаушы да болатын жағдай.

II. XX ғасырдың орта шеңінен бастап халықаралық экономикалық, қаржы-қаражат және валюталық қатынастар өз дамуында жаңа сатыға көтерілді. Ашық экономика құруға ұмтылыстың басты тенденциясы сауда айырбасын жеделдетуді, халықаралық қаржыландыруды дамытуды, жаңа валюта нарықтарын құруды, әртүрлі елдер арасындағы валюталық-қаржылық қатынастарды кеңейтуді көздейді.

Валюталық қатынастар дегеніміз – дәстүрлі ақша қызметінің дүниежүзілік ақша қызметіне ауысуымен байланысты жүзеге асатын экономикалық қатынастардың жиынтығы. Валюталық қатынастар ұлттық және халықаралық деңгейде жүзеге асады. Ұлттық деңгейде олар ұлттық валюта жүйесін қамтиды.

Ұлттық валюта жүйесі дегеніміз – мемлекеттік заңдармен бекітілген, елдің валюталық қатынастарын ұйымдастыру нысаны.

Ұлттық валюта жүйесінің негізгі белгілеріне мыналар жатады:

- Ұлттық валюта бірлігі;
- Ресми алтын-валюта қорының құралымы;
- Ұлттық валютаның паритеті мен валюта бағамын қалыптастыратын механизм;
- Валютаның айырбастау мүмкіндіктері;
- Валюталық шектеулердің деңгейі;
- Мемлекеттің сыртқы экономикалық есептеулерді жүзеге асыру тәртібі, т.б.

Ұлттық валюта жүйесін байланыстыратын буынға валютаның бағамы мен паритеті жатады. **Валютаның бағамы** дегеніміз – жекелеген елдердің валюталарының ара қатынасы немесе басқа елдің валютасы арқылы көрсетілетін жеке бір ел валютасының «бағасы».

Паритет – валюталардың алтын мөлшеріне сәйкес арақатысы.

Халықаралық валюта жүйесі – дүниежүзілік шаруашылық аясындағы валюталық қатынастарды ұйымдастырудың нысаны.

Халықаралық валюта жүйесінің негізгі элементіне мыналар жатады:

- Ұлттық және ұжымдық валюта бірліктерінің қоры;
- Халықаралық өтімді активтердің құрамы мен құрылымы;
- Валюталық паритеттер мен бағамдардың механизмі;
- Валюталардың дара айырбастау жағдайлары;
- Халықаралық есептеулердің нысандары;
- Халықаралық валюта нарықтары мен дүниежүзілік алтын нарығындағы орныққан тәртіп.

Халықаралық валюта жүйесінің негізгі міндеттеріне тұрақты экономикалық өсуді, инфляцияны ауыздықтауды, сыртқы экономикалық айырбас пен төлем айналымын тепе-теңдікте сақтауды қамтамасыз ету шеңберіндегі халықаралық есептеулер мен валюта нарықтарын

реттеу жатады. Халықаралық валюта жүйесі – халықаралық экономикалық қатынастарды кеңейтуге немесе керісінше шектеуге әсер ететін ең маңызды механизмдердің бірі.

Халықаралық валюта қатынастары жүйесіндегі Қазақстанның орны Қазақстанның дүниежүзілік шаруашылыққа интеграциялануға ұмтылысы оның халық-аралық валюта-қаржы және несие қатынастарына белсенді түрде қатысуын талап етеді. Бұл қатынастардың толық қанды мүшесі болу үшін бірталай проблемаларды шешуге тура келді: негізгі валюталық саясаттың бірі теңге құнының тұрақтылығын орнықтыру және оны еркін ауысатын валюталарға айырбастауды мейлінше ырықтандыру. Мұның өзі бір жағынан, теңдестірілген, екінші жағынан, шетелдік тауарлар мен валюталар үшін ашық ұлттық нарықтың болуын талап етеді. Теңгенің еркін ауысатын валюталармен салыстырғандағы бағамының (құнның) орнықтылығы Қазақстан экономикасы үшін дүниежүзілік нарыққа шығудың тиімді жолы.

Қазақстанда қазірдің өзінде теңгенің ел ішінде еркін ауысуына іс жүзінде қол жеткізіліп отыр.

Ішкі еркін ауысу дегеніміз – ол теңгенің ішкі валюта нарығында шетелдік валютаға өзгермелі бағам бойынша еркін айырбасталу мүмкіндігі. Ал теңгенің толық ауысу мүмкіндігіне жетуі үшін елдің саяси-экономикалық және қаржы-қаражат тұрақтылығы алтын, валюта резервтерінің қорлануы, ТМД елдерімен валюталық ынтымақтастық механизмінің қалыптасуы қажет.

Қазақстанның валюта саясатының маңызды бағыттарының бірі – ТМД елдерімен экономикалық және валюта одағын қалыптастыру. Бұл арада Еуропалық Одақ шеңберінде қалыптасқан бай тәжірибені пайдалану қажет.

Шаруашылық өмірді интернационалдандыру қазіргі дүниежүзілік шаруашылық дамуының жетекші мақсаты болып отыр. Бұл тенденцияны қайсы бір державаның немесе дамыған елдер тобының ықпалындағы кең байтақ аймақтардың құрылуынан көреміз. Экономикасы

қуатты мемлекеттер интеграциялық орталықты құрап, олардың төңірегіне басқа мемлекеттер топтасып, интеграциядағы елдер дүниежүзілік шаруашылық байланыстағы өзінше бір жүйе болып отыр.

III. Экономикалық интеграция бұл процеске қатысушы елдердің өндірісі мен капиталын интернационалдандыруды жеделдетуге жағдай жасайды.

Шартты түрде экономикалық интеграцияға жетелейтін процесті мынадай тізбек арқылы көрсетуге болады: өндіргіш күштердің дамуы – халықаралық еңбек бөлінісі, өндіріс пен капиталды интернационалдандыру – экономикалық интеграция.

Экономикалық интеграцияға елеулі түрде екі фактор әсер етеді: оларға ғылыми-техникалық революция және трансұлттық корпорациялардың қызметі жатады.

Дүниежүзілік шаруашылықтағы интеграциялық процестер дамуының жинақталған тәжірибесі экономикалық интеграцияның қалыптасу мерзімінің төрт кезеңнен өтетінін дәлелдейді:

1. Тарифтерді, т.б. шектеулерді жоя отырып, еркін сауда аймақтарын құру.

2. Саудада және еңбек пен капитал қозғалысында бірыңғай тарифтерді орнықтырып, кедендік одақ құру.

3. Қатысушы елдердің экономикалық саясатын үйлестіру арқылы ерікті экономикалы одақ құру.

4. Бірыңғай экономикалық саясат жүргізіп, ортақ валюта жасау және ұлттық экономикалардың үстінен қарап, реттейтін ұйым құру арқылы толық интеграцияға қол жеткізу.

Аймақтық интеграция екі деңгейде жүреді. Олар: өздерінің шаруашылық қызметтерінің барысында интеграциялық процестерге қатысатын жекелеген компаниялар деңгейі және бір топ елдердің еңбек пен капиталды үйлестіруге мақсатты түрде бағытталған қызметі барысында пайда болатын интеграцияның мемлекеттік деңгейі.

Қазақстан және аймақты интеграциялық топтар

Қазіргі заман жағдайында мемлекеттің табысты дамуының негізі микроэкономикалық тұрақтылық – инф-

ляцияға ұшырамаған ақша-несие саясаты, бюджет тапшылығына қатаң бақылау жасау мен қалыпты баға белгілеу, сондай-ақ сыртқы саудадағы ашықтық-экспортты ынталандыру, импортты барынша шектеу, біртұтас импорт тарифы, ұлттық валютаның икемді құны мен сыртқы инвестиция үшін қолайлы ахуал жасау болып табылады.

Қазақстанның аймақтық интеграциялық топтармен қарым-қатынасын сөз етуде ең бірінші кезекте ТМД елдерімен күш-жігерді біріктіру мақсаттары тұрады. Өйткені ТМД елдерінің экономикалары бір-бірімен тығыз байланысқан. Сондықтан күш-қуатты бірлестірудің шын жақтастары бола отырып, қалыптасқан жағдайдан шығудың өзімізге тән жолын іздестіруге мәжбүр болып, ТМД елдерімен «интеграция» саясатынан «үйлестіру» саясатына көшуді жүзеге асыру қажет. Бұл саяси бағыт абыр-сабырсыз және қауіпті шыдамсыздықсыз, ішкі өлеуеттік мүмкіндіктерге сүйене отырып жүзеге асырылуы тиіс. Ал, бұл мүмкіндіктер Қазақстанда жеткілікті.

Біріншіден, бұл іс жүзінде кез келген өндіріс түріне сенімді шикізат негізі болатын пайдалы қазба байлықтарының көптігі. *Екіншіден*, жерге қатысты реформаларды жүзеге асырғаннан кейін Қазақстанда тіпті дүниежүзілік аренада азық-түлікті экспортқа шығаруда көзге түсуге мүмкіндік беретін ауылшаруашылық жері мен егістіктің кең көлемі. *Үшіншіден*, жеткілікті мөлшерде дамыған өндірістік өлеуеттің және барлық салаларда сауатты жұмысшылар контингентінің болуы. Төртіншіден, бай, бұрынғы жүйе кәдімгідей талап етпеген ғылыми идеялардың мол қоры, жаңалықтар мен өнертабыстар.

Республика байланыстарының қазіргі жай-күйі мен стратегиялық мүддесін ескере отырып, сыртқы экономикалық саясат нақты маңызы бірдей мына бағыттар бойынша дамитын болады:

1. ТМД. Ресеймен, Украинамен, Беларуссиямен, Орталық Азия мемлекеттерімен және ТМД-ның басқа мемлекеттерімен экономикалық одақты сақтап, нығайту. Бұл орайда мыналар ескеріледі:

а) кәсіпорындар арасындағы тығыз байланыстар;
б) дүниежүзілік нарықтағы бағаны түсірмеу үшін шикізат экспорты саласындағы іс-әрекетті үйлестіру қажеттігі;

в) Еуропа мен Таяу Шығысқа біздің жүктердің транзитін қамтамасыз ету;

г) ғылыми-техникалық орталықтарды бірлесіп пайдалану және конверсияны жүргізу.

2. Азия – Тынық мұхиты аймағы. Пекин – Сеул – Токио арқылы Оңтүстік шығыс Азияның басқа елдеріне шығу. Бұл бағыттың алдыңғы қатарлы технологиялар, ірі көлемде инвестициялар мүмкіндігі бар несие көзі, болашақта Қазақстанда бірқатар жобаларды іске асыру үшін жұмысшы күшін қатыстыру нарығы ретінде үлкен мәні бар.

3. Азия. Ықтимал өткізу нарғы және нарықтық экономиканы дамыту үлгілерінің бірі ретінде Түркияға басты назар аудару. Экономикаға инвестиция тарту үшін Шығыс және алдыңғы Азия елдерімен ынтымақтастық.

4. Еуропа. ГФР-ға басым назар аударылады, ол ТМД-ға барлығынан да көп қаржы салуға әзір. Айтарлықтай неміс диаспорасы болуының арқасында Қазақстанмен ірі көлемде ынтымақтастық жасалуы мүмкін. Оның үстіне ГФР-дің экономикалық үлгісі біз үшін неғұрлым тартымды. Инфрақұрылымды дамыту және кадрларды оқыту мақсатында техникалық жәрдем мен несие алу үшін Еуропа экономикалық қоғамдастығымен ынтымақтастық бірқатар салада Шығыс Еуропа елдерімен өзара іс-қимыл сақталады.

5. Америка. Дүние жүзінің жетекші экономикалық державасы ретінде АҚШ-қа басты назар аудару. Мексикамен және Латын Америкасының басқа елдерімен байланыстардың болашағы өте зор.

6. Халықаралық ұйымдардағы: Халықаралық валюта қоры, Халықаралық даму және қайта құру банкі, басқа экономикалық ұйымдар, Біріккен ұлттар ұйымы, Бүкіл дүниежүзілік сауда ұйымы, Халықаралық азаматтық авиация ұйымы, шикізаттың жекелеген түрлерін экс-

портқа шығарушы елдер одағындағы қызмет өте маңызды жеке сала болып табылады.

IV. Қысқа мерзім ішінде Қазақстанды егеменді тәуелсіз мемлекет ретінде дүниежүзінің 120-дан астам елі мойындады. Минералды ресурстарға бай Қазақстан шетел капиталын өзіне тартып, 150-дей біріккен кәсіпорын құрылды. Соңғы үш жылда (1995, 1996, 1997) инвестицияның келуі 2 есе өсіп, 282 млн. жуық доллар құрады.

Өнеркәсібі дамыған елдермен (АҚШ, Германия, Ұлыбритания, Франция, Жапония, Оңтүстік Корея, т.б.) халықаралық экономикалық қатынастарды дамыту жүзеге асуда. Осындай игі істер АСЕАН елдерімен, өсіресе, Индонезия, Малайзия, Сингапурмен жасалуда. Ынтымақтастық Таяу және Орта Шығыс елдерімен дамуда. Оларға: Түркия, Иран, Сауд Арабиясын жатқызамыз. Қазақстан Ресей, Өзбек, Қырғыз елдерімен экономикалық қатынаста басым бағыттар ұстауда. Еуропа экономикалық одақ елдерімен Қазақстанның экономикалық қатынаста болуы үлкен стратегиялық мүдделілікті байқатады.

Дәстүрлі экономикалық қатынастарды Қазақстан барлық ТМД елдерімен және Шығыс Еуропамен жалғастыруда.

Қытаймен өзара ұзақ мерзімді қатынас жаңа деңгейге көтерілді. Қазақстан қазіргі кезде дүниежүзіндегі 60-тан астам елдермен сауда қатынастарын жүргізуде.

Қазақстан экономиканы реформалауда шетел капиталын бәсекелестік негізде тартуды алға қоюда. Ол экономикалық күрделі мәселесін шешіп қана қоймайды, жаңа технологияны әкелуді, экспорттық өнімнің бәсекелік қабілетін арттыруды көздеп, ішкі нарықты өзімізді шығарылған тауар мен толтыруды мақсат етеді.

Сұрақтар:

1. Еркін сауда дегеніміз не?
2. Капитал дегеніміз не?
3. Экономикалық интеграция дегеніміз не?
4. Халықаралық валюта дегеніміз не?
5. Капиталды шетке шығару дегеніміз не?

Тест сұрақтары:

1. Ашық экономика құрудағы ұмтылыстың басты тенденциясын ата.

- А) сауда айырбасын жеделдету;
- Б) халықаралық қаржыларды дамыту;
- В) жаңа валюта нарықтарын құру;
- Г) әр түрлі елдер арасындағы валюталық-қаржылық қатынастарды кеңейтуді көздейді;
- Д) барлығы дұрыс.

2. Валюталық қатынастар дегеніміз?

- А) халықаралық қаржыларды дамыту;
- Б) дәстүрлі ақша қызметінің дүниежүзілік ақша қызметіне ауысуына байланысты жүзеге асатын экономикалық қатынастардың жиынтығы;
- В) мемлекеттік заңдардан бекітілген ұйымдастыру нысаны;
- Г) А,Б;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

3. Ұлттық валюта жүйесі дегеніміз не?

- А) мемлекеттік заңмен бекітілген елдің валюталық қатынасын ұйымдастыру нысаны;
- Б) дәстүрлі ақша қызметінің жиынтығы;
- В) ұлттық валюта бірлігі;
- Г) А,Б;
- Д) дұрыс жауабы жоқ.

4. Ұлттық валюта жүйесінің негізгі белгілерін ата.

- А) ұлттық валюта бірлігі, валютаның айырбастау мүмкіншілігі;
- Б) ресми алтын - валюта қорының құрылымы;
- В) ұлттық валюта паритеті мен валюта бағамын қалыптастыратын механизмі;
- Г) валюталық шектеулердің деңгейлері, мемлекеттің сыртқы экономикалық есептерді жүзеге асыру тәртібі;
- Д) барлығы дұрыс.

5. Валюта бағамы дегеніміз не?

- А) жекелеген елдердің валюталарының ара қатынастары;
- Б) басқа елдің валютасы;
- В) басқа елдің валютасы арқылы көрсететін жеке бір ел валютасының бағасы;

Г) А, В;

Д) барлығы дұрыс.

6. Халықаралық валюта жүйесінің негізгі міндеттерін тап:

А) тұрақты экономикалық өсу;

Б) инфляцияны ауыздықтау;

В) халықаралық есептеулер мен валюта нарықтарын реттеу жатады;

Г) барлығы дұрыс;

Д) дұрыс жауабы жоқ.

7. Ішкі еркін ауысу дегеніміз не?

А) ол теңгенің ішкі валюта нарығында шетелдік валютаға өзгермелі курс бойынша еркін айырбасталу мүмкіндігі;

Б) жекелеген елдердің валютасының арақатынастары;

Г) А, В;

Д) барлығы дұрыс.

8. Халықаралық валюта жүйесінің негізгі элементтерін ата.

А) ұлттық және ұжымдық валюта бірліктерінің қоры;

Б) халықаралық өтімді активтердің құрамы мен құрылымы;

В) валюталардың өзара айырбасталу жағдайлары;

Г) А, Б;

Д) барлығы дұрыс.

9. Паритет дегеніміз не?

А) валютаның алтын мөлшеріне сәйкес арақатысы;

Б) валюта мөлшері;

В) валюта арақатынасы;

Г) А, В;

Д) барлығы дұрыс.

10. Капиталды шетке шығару дегеніміз не?

А) капиталдың бір бөлігін ұлттық айналымнан шығару;

Б) тауарды немесе ақшаны басқа елдің өндірістік процесіне кіргізу;

В) капиталдың бір бөлігін ұлттық айналымнан шығарып тауар немесе ақшалай нысанда басқа бір елдің өндірістік процесі мен айналымына кіргізу;

Г) А, Б;

Д) дұрыс.

Банктік есептер жауабы:

1-есеп. Біздің жағдайымызда $S_0 = 150\,000$, $p = 18$, $n = 4$;
 (2) формуладан $S_4 = 1500 \cdot \frac{(1+18 \cdot 4)}{100} = 258\,000$ теңге
 4 жылға салым $258\,000 - 150\,000 = 108\,000$ теңгеге өсті.

(3) формуладан өсу коэффициенті $\frac{S_4}{S_0} = 1.72$ тең. S_0 бастапқы
 4 жылда 1,72 өскенін көрсетеді.

2-есеп. Есеп шарты бойынша $p = 22$, $n = 5$, $S_5 = 94\,500$
 тендеуден $S = \frac{100S_n}{100 + np}$ анықтаймыз, мұнда берілген мәнді
 қоямыз және теңгені аламыз. 5 жылдан кейін салым
 $S_5 = 49\,500$ теңге.

3-есеп. $S_0 = 70\,000$, $S_n = 150\,640$, $P = 19,2$

(2) қатынасынан $n = \left[\frac{S_n}{S_0} - 1 \right] \frac{100}{p}$ аламыз. Мұнда берілген
 мәндерді S_0 , S_n және P қоямыз және $n = 5$ (9), яғни $n = 6$
 нәтижесін табамыз. Өсу коэффициенті $\frac{S_n}{S_0} = \frac{150\,640}{70\,000} = 2.152$

4-есеп. $S_0 = 12\,000$, $S_n = 14.160$, $n = 3$

(2) қатынастан $p = \left[\frac{S_n}{S_0} - 1 \right] \cdot \frac{100}{n}$

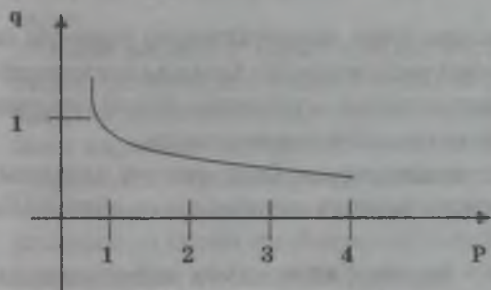
Берілген мәнге алынған шамаларды қойып, нәтижені
 есептейміз: яғни $p = 6\% \frac{S_n}{S_0} = 1.18$ өсу коэффициенті.

Сұраныс және ұсыныс бойынша есептер жауабы

1-есеп

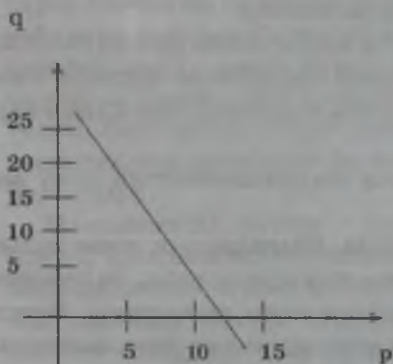
P	1	6	16	21	46	96
к	100	50	25	20	10	5

2-есен



P	K
1	9
2	8
3	7
4	6

3-есен



p	K
1	1
2	$\frac{1}{2}$
3	$\frac{1}{3}$
4	$\frac{1}{4}$

4-есен

X	1	2	3	4
U(x)	8	12	12	8

X	1	2	3	4
U(x)	8	12	12	8

Ақша – жан-жақты және салыстырмалы тұрақты сатып алу қабілетіне байланысты ақша басқа да активтердің барлық түрлерін сатып алуға мүмкіндік жасай отырып, айналым қаржысы саласында қолданылады.

Ақша бірлігі – заңды түрде белгіленген ақшаның белгісі және өлшемдес барлық тауарлардың айтылу бағасы.

Ақша массасы – барлық айналымға жіберген қағаз ақша және металл ақшалар.

Ақша жүйесі – елдегі заңмен бекітілген ақшаның айналысын ұйымдастырудың нысаны.

Ақша белгілері – айналымда алтын немесе күміс ақшалардың белгілі бір мөлшерінің орнына жүретін ақша белгілері, олар – теңгеліктер, теңгелер, қағаз ақшалары мен банк билеттері.

Экономика – қоғамдық шаруашылықтың даму заңдары жөніндегі ғылым.

Банк – кәсіпорындардың, ұйымдардың және халықтың бос ақша тарту және шоғырландыру, төлемдерге делдалдық жасау, сондай-ақ ақша эмиссиясы, бағалы қағаздар шығару, қысқа мерзімді несие беру, қайтармалы төлемді және мерзімді несие беру, әр түрлі несиелер беру активті операция жөніндегі қызметті жүзеге асыратын қаржылық мекеме.

Коммерциялық банк – шетел инвестицияларын және уақытша бос ақша қаражатын тиімді пайдаланудың жаңа нысандарын қолдану үшін коммерциялық банк құрады.

Банк эмитент – айналымға ақша, бағалы қағаздар, төлем-есеп айырысу құжаттарын шығаратын банк.

Банк қаржылары – банктердің қарамағында бар және олар несиелік операциялар мен басқа да белсенді операциялар үшін пайдаланатын қаржы жиынтығы.

Банк депозиттері – салындылар, олар банктен белгілі бір ақша сомасын алуға құқық береді. Ол үшін не банк-

ке эквивалентті мөлшерде ақша немесе басқа валюталар төлеу қажет, немесе несие берушінің есебінен алуға болады.

Банк несиесі – қарызға ақша бергені үшін алынатын төлем. Ол несиелік пайыз болып екі түрге бөлінеді, бұлар банктер қызметінің екі түріне: салындыларды сақтауға және қарыздар беруге сәйкес келеді. Банк пайыз (мүддесі) – бұл не банкирдің қарызға алған ақша үшін төлемі немесе банктен қарызға ақша алған адамның төлемі. Банк пайызының ең басты проблемаларының бірі – жиналған салындыларды пайда келтіретіндей етіп орналастыру.

Банк пайызы – қарызға ақша берген үшін алынатын төлем. Ол несиелік пайыз және дебет-пайыз болып екі түрге бөлінеді, бұлар банктер қызметінің екі түріне сәйкес келеді: салым сақтау және қарыз беру. Банк пайызы (мүддесі) – яки банкир қарызға алынған ақша үшін төлейтін төлем, яки банктен қарызға ақша төлейтін төлем. Банк пайызының басты проблемаларының бірі – жинақталған салымдарды пайда келтіретіндей етіп орналастыру.

Мемлекеттік реттеу – бұл экономикалық жүйеде істерді қамтамасыз ету немесе белгілі бір процестердің экономикалық құбылыстарын немесе олардың байланыстарының өзгеріп отыруын қадағалау мақсатында әсер етуінің нысаны. Бірінші жағдайда мемлекет өкімшілік әдіспен әрекет ете алады: заңдар, бұйрықтар, инструкциялар т.с.с. Ал екінші жағдайда – экономикалық; бағалар, салықтар, нормалар, банк пайыздары және жазалау шаралары.

Бағаны мемлекеттік реттеу – нарықтық бағаның құрылуы процесіне мемлекеттің араласуы.

Мемлекеттік банк – бірыңғай эмиссиондық, кассалық және есеп айырысу орталығы. Ақша эмиссиясын іске асыратын және ақша айналымын ұйымдастыратын, қысқа және ұзақ мерзімді несие, халық шаруашылығында есеп айырысуды іске асыруды, мемлекет бюджетіндегі кассаның орындалуын, халықаралық несие және құнды металмен және шетел валютасымен есеп айырысу операциясымен жұмыс жүргізеді.

Мемлекеттік бюджет – жыл сайынғы мемлекеттің табысы мен шығынын есептеу жүйесі. Бұл жүйені заң орындарында бекітіп отырады.

Еңбек биржасы – мемлекет мекемелерінде еңбек нарығы арасындағы операциясын жүргізу арқылы іске асырады.

Қор биржасы – бағалы қағаздарды сатып-алу сатуды реттеу міндетін атқаратын және арнайы ұйымдастырылған нарық.

Биржалық баға белгілеу – валюта бағамының, қор биржасындағы бағалы қағаздардың, тауарлы биржадағы тауарлардың бағасын қою.

Баж салығы – баж комитетінің баж тұрғысында келісім жасауға құқы бар бағалы қағаздар сатып алушылардан алынатын ақшалай түсім.

Биржалық пайда – бағалы қағаздармен және тауар биржасында көпшілік қолды тауарлармен сауда жасаудан алынатын табыс.

Биржалық келісімдер – бағалы қағаздармен, тауарлармен немесе шетелдік валютамен сауда келісімін жасау.

Биржалық сауда – биржаның дәнекерлігімен тауарлар мен бағалы қағаздар саудасы.

Биржалық айналым – белгілі бір кезеңде биржада бағалы қағаздармен жасалған келісім шарттар көлемі. Ол сатылған бағалы қағаздар бағасының сомасымен айқындалады. Сатылған бағалы қағаздардың мөлшері де қор биржасындағы биржалық айналымның көрсеткіші болып табылады. Биржалық айналым бәсеке қызып, күшейген кездері ұлғаяды да, ол дағдарысқа ұшырап, бәсеңсіген кездері күрт құлдырайды.

Бюджет – (*ағыл. budget*) – мемлекет, жергілікті органдар, кәсіпорын мен мекеме, отбасы немесе жекелеген адам үшін белгілі бір кезеңде арнап жасалынған ақшалай кірістер мен шығыстардың (түсулер мен пайдалану) балансы.

Бюджет төртібі – бюджетке төлемдер аударудың және бюджет қаржысын жұмсаудан барлық кәсіпорындар, ме-

кемелер, ұйымдар және лауазымды адамдар үшін міндетті тәртібі.

Бюджет тапшылығы – мемлекеттік бюджет бойынша шығыстың кірістен асып түсуі; инфляциялық процестерді өрбіту факторларының бірі, мемлекеттік қаржының дағдарысты жағдайының көрсеткіші болып табылады.

Виндикациялық талап – заңсыз біреудің мүлкіне ие болуына мүлік иесінің талабы, мүлкіне талап етуі.

Импорт – мемлекеттің ішкі нарық жағдайында сырттан сату үшін алып келетін тауарлар, қызмет, бағалы қағаз, т.б.

Импорттық депозит – шетелден жеткізілетін тауар құнының бір бөлігін конверцияланатын валютамен алдын ала төлеуді талап ету жолымен шетелден алу әрекетіне шек қою құралы.

Инвестиция – күрделі қаржының әрқилы түрлері.

Инвестор – мемлекеттер шығаратын облигация акцияларына және басқа да бағалы қағаздарға қаржы жұмсайтын жеке адам немесе фирма.

Инвестиционалдық банк – банктің инвесторларға беретін кепілдемесі немесе консорциумға облигация немесе акцияны, яғни инвесторлар арасындағы бағалы қағаздарды орналастыру жөніндегі қатынас.

Инфрақұрылым – халық шаруашылығы салаларының жиынтығы, ол оның қалыпты жұмыс істеуін, қоғамдық еңбек бөлінісі барысында пайда болатын технология, өндірістік-экономикалық және ұйымдық байланыстардың жүзеге асырылуын қамтамасыз етеді.

Ипотека – несие алу үшін қозғалмайтын мүлікті кепілдікке беру.

Ипотекалық банк – қозғалмайтын мүлігін кепілдікке алып, ұзақ мерзімді ақшалай несие беретін, сондай-ақ қозғалмайтын мүлікті кепілдікке беруді қамтамасыз ететін кепілдік қағазын шығаратын несие мекемесі.

Ипотекалық сенім актісі – банктің зайым иесіне қозғалмайтын мүлікке берген борыш куәлігі.

Қарыз – бір жақ екінші жаққа меншікті немесе оперативті басқаруды, ақшаны немесе түр-түсі белгіленген

заттарды табыстайтын, ал қарыз алушы сол тектес және сапасы сондай затты немесе ақшаны қайтаруға міндеттенетін шарт.

Ұжым – бір мақсатта біріккен, бір кәсіпорынында, бір мекемеде, жұмыс істейтін адамдар жиыны, топтар. Еңбек ұжымы дегеніміз – кей жағдайда бір кәсіпорынның жұмысшылар ұжымы деуге болады.

Делдалдық ақша операциясы – кейбір жеке адамның немесе кәсіпорын аттарынан басқа бір адамның немесе кәсіпорынның және солардың есебінен белгіленген келісім арқылы істелінетін сауда келісімі.

Делдалдық ақша кәсіпорыны – тапсырма бойынша және сенімді ерекше сыйлық арқылы тауарды сатып алатын және өткізетін сауда мекемесі.

Коммерция – қызмет және тауарды сатуға ат салысу немесе сатуға қатысу, саудааралық жұмыс және сауда. Кең мағынада – көсінкерлік деген сөз.

Коммерциялық қызмет – пайданы шығару мақсатында ішкі заттарды, бөлшектерді, дайын тауарларды тұтынушыларға дайын етіп сату.

Коммерциялық есеп – кәсіпорынның ісіне пайда түсіруді қамтамасыз ету мақсатымен, көсіпкерлік іс-өрекеттерді тұрақты ақылай түрде шығын шығарып жүзеге асырып отыратын шаруашылықты басқару әдісі.

Бәсеке – өнім өндірушілер арасындағы мүдделерін қанағаттандырудағы және тұтынушыларға өз өнімдерін, істелген жұмыс, көрсетілген қызметтерін ұсынудағы бақталастық.

Олигополиялық бәсеке – нарық жүйесіне тән, өте кішігірім фирмалар саны, олардың қай-қайсысының болмасын қимылы басқа фирмалар өндірісінің салаларына біраз әсерін тигізді.

Таза бәсеке – нарықтық жүйедегі өте көп біркелкі өнімді сатып алушылар мен сатушылар.

Кредит – несие берушілер борышқорға ақшаны не тауарды қайтарып беру шартымен немесе белгілі бір ақы төлегенде жеделдетіп қарыз беру барысында туатын экономикалық қатынастар жүйесі.

Несие билеті – пайыз алынбайтын қарыз міндеттемесінде қаржы мекемесі немесе банктің ақшаны айырбастауы.

Несие иесі – белгілі пайызға несие беретін адам, серіктес және т.б. несие иелері.

Қисық сызықты өтім – тауар көлемімен графикалық суреттеу математикалық тәуелділік арасындағы баға деңгейі; тәуелсіз нарық деңгейіндегі негізгі өткізу міндетіндегі қызмет сол қисық сызықты өтімді құруға және де түрлі коммерциялық шешімдерді тауар өнімін өткізуге байланысты. Сол қисық сызықтың көмегі арқылы тауар өнімін және оның бағасын тура анықтап, ең дұрыс коммерциялық саясатты белгілеуге болады.

Қисық сызықты сұраныс – кейбір тауарлардың бағасының өзгеруіне қарай сұранысы да өзгеріп тұрады: баға көтерілсе де, сұраныс төмендейді немесе тіпті көрсететін қисық сызық дәрежесі сондай тәуелді және икемді сұраныста тұратын бағаларын көрсетеді.

Биржалық дағдарыс – бағалы қағаздардың, өсіресе қор биржасындағы баға белгілену акцияларының, бағамдарының күрт төмендеуі және олардың эмиссияларының едәуір қысқартылуы.

Экономикалық дағдарыс – экономикалық циклдегі бір кезең. Ол қоғамдық капиталдың ұдайы өсу қарқыны мен жағдайының қалыптан шығуынан, өндірістік тауарлардың өтімділігінің шектелуінен, қуаттылықтың қысқартылуынан, жұмыссыздық пен банкроттың өсуінен білінеді.

Макроэкономика – елдің экономикасына қатысты процестер мен ірі масштабтағы экономикалық құбылыстарды зерттеуге арналған экономикалық ғылымның бөлімі. Айналымдағы жалпы ақша саны жеке инвестиция және жинақталған мемлекеттік ұлттық табыс, жалпы ішкі өнім, жеке ұлттық байлығы сияқты, сондай-ақ жинақталған жалпы қорытынды бойынша барлық шаруашылық көрсеткіштер айналысын зерттейтін макроэкономика. Сонымен бірге макроэкономика еліміз бойынша орташа экономикалық көрсеткіштерді; орта табыс-

ты, орташа еңбекақы төлеуді, инфляция деңгейін, жұмыссыздықты, жұмысбастылықты, еңбек өнімділігін зерттейді. Сонымен қатар макроэкономика еліміздің экономикасын сипаттайтын және ондағы экономикалық процестердің пайда болуын, құрылым пропорциясын, өсу көлемін анықтайтын пән.

Шағын кәсіпорын – кәсіпорындардағы жұмысшылар саны: өнеркәсіп пен құрылыста 200 адам, ғылымда және ғылыми қызметте 100-ге дейін, басқадай өндіріс шеңберінде 50-ге дейін, өндіріс емес шеңберіндегі салаларда – 25-ке дейін, үстеме саудада 15 адамға дейін болатын жұмысшылар мен қызметкерлер. Халық шаруашылығының барлық салаларында, аралас және барлық шаруашылық түрлерінде шағын кәсіпорындар ұйымдастыруға болады. Шағын кәсіпорындар міндетті түрде лицензия алуы тиіс және өздерінің істерін лицензиялауды іске асыруы керек.

Кіші бизнес – капитал мөлшерімен, жұмыскерлердің санымен, салалық бағыты сияқты айрықша ерекшеліктерімен анықталады. Кіші бизнестің жүзеге асырылуына мемлекеттік демеу жүйесі көмек көрсетіп отырады.

Талап – заңнан келіп шығатын, талапкердің құқығы немесе екі жақты келісім жасаудағы жағдай негізінде, жауап берушіге арбитраждық тәртіпте талап етілуі немесе талапкердің сот арқылы ұсынып алдына қоюы.

Кәсіпорын мүлкі – материалдық қаражаттың және затсыз активтердің жиынтығы.

Қағаз ақшалар – сауда айналымында қолданылатын мемлекет өз шығындарының орнын толтыру үшін шығаратын ақша белгілері.

Құн заңы – тауар өндірушілер арасындағы байланысты реттейтін, қоғамдық қажетті еңбек шығынымен өлшейтін, тауарды өндіру мен айырбастау оның құны негізінде сәйкес жүзеге асырылатын тауар өндіру жағдайындағы қоғамдық еңбекті бөлудің және ынталандырудың объективті экономикалық заңы.

Қамсыздандыру қоры – өндірісті үнемі жабдықтау және тұтыну, қаралған деңгейден төмендетпеу және

үнемі жеткізіп тұру жөніндегі қамсыздандыру қорын айтады.

Негаторлық талап – өзінің жеке мүлкін қолдануына кедергі келтіретін бөгетті жоюға бағытталған меншік иесінің талабы.

Өндіріс қорлары – айналым қорының белгілі, өндіріс шеңберінде болуы.

Өндіріс шығындары – өнім өндіруге жұмсалған жанды және заттық айналған еңбектің жиынтығы.

Еңбекақы – еңбегіне қарай ақы төлеудің нысаны.

Рента – капиталдар, мүліктен немесе жерден түсіп отыратын және алушыдан іскерлік әрекетті талап етпейтін табыс.

Ренталық төлемдер – ұжымның іс-әрекетіне қатысынсыз өндірістің ерекше бір қолайлы табиғи, жол қатынастары немесе техникалық-экономикалық жағдайлардың ықпалы арқылы алынатын кәсіпорын пайдасының бір бөлігін мемлекеттік бюджетке енгізудің нысаны.

Рентабельділік – кәсіпорынның белгілі бір кезеңдегі жұмысының экономикалық тиімділігін қорытындылаушы көрсеткіші, бұл көрсеткіш олардың табыстылығы мен пайдалылығын сипаттайды.

Нарық – тауарлар айырбасының аясын көрсететін тауары шаруашылықтың экономикалық категориясы.

Нарық еңбегі – жұмысшыларды пайдалану және еңбекақыны белгілейтін нарық.

Бағалы қағаздар нарығы – бағалы қағаздар сатып алынатын және сатылатын қаржы нарығының бір бөлімі. Бағалы қағаздар нарығы кәсіпорындардың, банктердің, мемлекеттің, жеке адамдардың сақтаған ақша қорларын жинақтап, оны қаржы мекемесінің ішкі құрылымдары арқылы өндірістік және өндірістік емес инвестицияға бағыттайды.

Нарық бағасы – нарықты сатып алу-сатуға жүретін баға.

Нарықтық тепе-теңдік – экономикалық заңдарға сәйкес сұраныстың және ұсыныстың тепе-теңдігі, тауарлар мен қызмет көрсетуге сұраныс көлемі мен құры-

лымы және оларды ұсынудың көлемі мен құрылымы арасындағы сәйкестілік.

Нарық күштері – еркін нарықтағы сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін және бағаны сатушылар мен сатып алушылардың мінез-құлқыны бойынша айқындайтын жағдай.

Нарық процестері – нарықтың жай-күйі менен демеу деңгейін сипаттайтын экономикалық процестер.

Нарықтық қорлар – ішкі нарықта тікелей халықтың тұтынуына ұсынылатын тауарлардың жиынтығы.

Нарықтық инфрақұрылым – мекемелер мен ұйымдардың бағаларға тауарлар мен қызмет көрсетулердің еркін қозғалысын қамтамасыз ету жүйесі.

Нарықтық құн – 1) тауарлардың, бағалы қағаздардың, валютаның, ағымдағы бағасы, сондай-ақ олардың мүмкін бағасының деңгейі; 2) негізгі қорлардың құны.

Нарық стратегиясы – тауар-ақша қатынасының перспективасын белгілейтін және сұраныстың төлемде шамасы келетін қамтамасыз етудің негізгі бағыты; біріншіден, барлық нысандағы иеліктерді мемлекет тарапынан реттеп ажырату; шектеусіз баға құруға ерікті көшуге өзгерту; өйткені баға тек қана нарық экономикасының негізгі элементтері – сұраныс пен ұсыныс арқылы реттеледі.

Нарық механизмі – нарықтың негізгі элементтерінің өзара байланысы мен өзара әрекетінің механизмі: ұсыныстың, сұраныстың және бағаның, осылар арқылы сұраныс пен ұсыныс заңы және құн заңы әрекет етеді.

Нарықтық қатынас – нарықтың айырбас аясында болып тұратын сатушылар мен алушылардың арасындағы экономикалық қатынас.

Өзін-өзі басқару – еңбек ұйымдарының өндірістік және әлеуметтік дамуы, шаруашылық қызметтерді жоспарлау, материалдық, еңбек және қаржы қорларын пайдалану мәселелеріне қатынасуы. Өзін-өзі басқару еңбеккерлердің заң негізінде шаруашылық және басқа да мәселелер бойынша маңызды шешімдер қабылдап, оның жүзеге асуын бақылауға қатынасуларымен анықталады.

Өзін-өзі қаржыландыру – шаруашылықты жүргізу әдісі, оның мәні бюджет қаржысын өндірісте кеңейтуге жұмсалатын шығынды өтеуге пайдаланудан бас тартуда жатыр.

Еркін бөлшек баға – отандық және импорттық тауарларға халыққа тауар сатуды жүзеге асыратын бөлшек сауда ұйымдары мен басқа кәсіпорындар дербес белгілейтін баға.

Өзіндік құн – кәсіпорынның өндіріске және өнімді өткізуге жұмсаған шығынның ақшалай көрінісі.

Маркетинг жүйесі – фирманы өз тауарларын өткізетін нарықтармен байланыстыратын неғұрлым елеулі нарықтық қатынастар мен ақпарат тасқынының кешені.

Меншік – қоғамның материалдық немесе материалдық емес байлықтарын игілікке жаратудағы субъектілердің құқылығының жиынтығы.

Мемлекеттік меншік – бюджеттік және басқа да қорлардың есебінен сатып алынатын және жиналатын мүлік.

Бірлескен кәсіпорын – бірлесіп басқарудың және шаруашылық есеп негізінде екі немесе одан да көп елдердің арасында өнеркәсіпте, жол қатынастарында, ғылыми-техникалық шеңберде, саудада және қызмет көрсету шеңберлерінде құрылатын кәсіпорындар.

Сұраныс жиынтығы – мемлекеттегі тауарға жалпы сұраныспен қызмет көрсету. Төмендегі санаттарға бөлінеді: көпшілік тұтынатын тауарға және қызметке сұранысы, фирманың және мемлекеттің инвестицияға сұранысы, жергілікті және орталық органдардың тауарға және қызметке сұранысы, сыртқа шығару нысанындағы қызмет және фирмалардың шетел мемлекеттік тауарына сұранысы.

Икемсіз сұраныс – бағаның өзгеруіне сұраныс мөлшері сезімталдығының төмен болуы.

Икемді сұраныс – бағаның өзгеруіне сұраныс мөлшері сезімталдығының жоғары болуы.

Шексіз икемділік – мұндай жағдайда сұраныс қисық сызығы көлденең түзу сызық түрінде болады: бағаның біраз ғана өзгерісі кезінде $Q=\infty$ (шексіздік).

Табысы бойынша сұраныс икемділігінің коэффициенті – сатып алушының табыс мөлшерінің өзгерісінен пайда болатын сұраныс мөлшерінің реакция өлшемі.

Сұраныстың қиылысқан икемділік коэффициенті – басқа тауардың бағасының өзгерісінен пайда болатын қарастырып отырған сұраныс мөлшері реакциясының көрсеткіші.

Баға бойынша сұраныс икемділігі – берілген тауар бағасының өзгерісіне тауар сұраныс мөлшері реакциясының көрсеткіші.

Банктік несие – кәсіпорындарға және мекемелерге, халыққа кейіннен өз уақытында кері қайтарылатын банктің арнаулы беретін несиесі.

Қарыз капиталы – қарыз алушыға пайыз түрінде ақы төлеп қайтару жағдайында берілетін қарыз ақша қаржысы.

Қарыз пайызы – несие берушінің қарыз алушыдан ақшаны пайдаланғаны үшін немесе материалдық байлығын қолданғаны үшін алынатын төлем.

Тауар – бұл сатуға арналған еңбек өнімі, сондықтан ол бар жерде ақша нарығын анықтайтын базар туындайды.

Серіктестік – қоғам өмірінің кез келген салаларында өндірісте, ауыл шаруашылығында, құрылыста, саудада және тағы да басқа салаларда азаматтардың ұйымдасқан ерікті ынтымақтастығы.

Толық серіктестік – белгіленген келісім бойынша бірнеше адамдар немесе заңда құқығы бар серіктестіктердің өндірісте бірігуі.

Аралас серіктестік – белгіленген келісімшарт бойынша адамдар немесе заңды құқығы бар серіктестіктердің өндірісті жүргізу жөніндегі бірігуі.

Жер рентасы – ауыл шаруашылығында тікелей өндірушілер өндіретін және жер иелері иемденетін қосымша өнімнің бір бөлігі; жер меншігінің шығуына байланысты пайда болады.

Тұтыну бюджет – халықтың түрлі топтарының қалыптасқан тұрмыс дәрежесін сипаттайтын ақшалай кіріс

пен шығыс балансы; түсім көздері бойынша барлық кірістерді және жұмсалған шығындарды сондай-ақ азық-түлік және азық-түлік емес тауарлардың, қызметтердің көздері мен мөлшерін көрсетеді.

Тауар биржасы – жаппай өндірілетін тауарлар, ең бастысы шикізат және азық-түлік тауарлары бойынша көтерме сауда айналымына негізделген ұйымдасқан сатып алу және сату нарығы.

Тауар қозғалысы – тауардың экспортшы, импортшы, көтерме бағамен сатып алушы арқылы өндірушіден сатып алушыға арналып бөлшек саудаға қарай қозғалу процесі.

Сұраныс факторы – елдің барлық шаруашылығы ауқымында экономикалық өсуге себепші болатын жиынтық сұраныс деңгейінің артуы.

Қаражат нарығы – нарық экономикасының дәстүрлі элементі; мемлекеттің қаражатпен қамтамасыз етілуі үшін акционерлік қоғамдар мен кәсіпорындардың бүкіл қаражат ресурстарын жинақтау.

Фискалдық саясат – мемлекеттің қаражат жөніндегі істері, яғни кіріс пен шығыс жөніндегі әлеуметтік экономикалық мақсатқа жетудегі саясат жиынтығы.

Баға – тауардың құны ақшамен белгіленеді.

Монополиялық баға – нарықта монополистік бірлестіктер белгілейтін және мол пайда алынуын қамтамасыз ететін баға.

Базистік баға – тауардың сортын немесе сапасын анықтауға арналған талаптар, сатып алу, сату барысында келіскен және нақты жеткізілетін тауардың түпкі бағасын анықтау үшін негіз болып табылатын баға.

Сұраныс бағасы – тауарлардың тұтынушыларға ұсынылатын бағасы.

Ұсыныс бағасы – тауардың сатушыларға ұсынылатын бағасы.

Дүниежүзілік бағалар – реттеушілік сипаты бар ірі экономикалық экспорттық немесе импорттық жеке-дара операциялар жүзеге асырылатын және төлемді еркін баламалық валюта бойынша жүргізілетін бағалар.

Экономикалық саясат – мемлекеттік билік белгілі бір мақсаттарға жету үшін жүзеге асырылатын шаруашылық шараларының жүйесі.

Экономикалық заңдар – өндірістік қатынастар жүйесіндегі ішкі, елеулі, тұрақты, үнемі қайталанатын есеп-салдар байланыстары.

Эмиссия – айналымға банктік және қазыналық билеттер, қағаз ақша мен бағалы қағаздар шығару деген сөз.

Эмиссиялық банк – банк билеттерін шығаруға монополиялық құқық берілген банк.

Эмиссиялық салық – инфляция кезінде ақшаның құнсыздану нәтижесінде белгілі бір елдің халқы айырылатын мүлік пен табыстың бір бөлігі.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы. – Алматы, 1995.
2. Я.Ә. Әубәкіров. Экономикалық теория. – А., 2001.
3. Н.Қ. Мамыров. Микроэкономика. – А., 2000.
4. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. – М., 2000.
5. Азимов Л.Б. Введение в экономику. – М., 2001.
6. Войтов А.Г. Экономика. – М., 2000.
7. Котлер Ф. Маркетинг. – М., 2000.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
9. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. – М., 1999.
10. «Афина» журналы. /1,2-4/2000.
11. «Экономикс» журналы. /3,4/ 2001.
12. Б.Мәдешов. Нарықтық экономика негіздері. – А., 1998.
13. Курс экономической теории: Учебное пособие. – М., 1994.

Мазмұны

Кіріспе	3
1-тарау. Экономикалық теорияға кіріспе	
1.1. Экономикалық теория пәні және әдісі	6
Тест сұрақтары	15
1.2. Экономикалық жүйе.	17
Экономикалық дамудың жалпы проблемалары	17
Тест сұрақтары	22
1.3. Қоғамдық өндіріс және оның тарихи түрлері	25
Тест сұрақтары	31
1.4. Меншік қатынастарының мәні және олардың дамуы ...	33
Тест сұрақтары	43
2-тарау. Микроэкономика	
2.1. Тауар және ақша теориясы	46
Тест сұрақтары	61
2.2. Нарық және оның құрылымы, қызметі мен ықпал ету механизмі	67
Тест сұрақтары	80
2.3. Сұраныс және ұсыныс заңы. Бәсеке	84
Тест сұрақтары	104
2.4. Кәсіпкерлік: мәні, мазмұны	106
Шағын кәсіпорындардың мониторингі	119
Тест сұрақтары	120
2.5. Менеджменттің мақсат-міндеті, қызметі	122
Тест сұрақтары	126
2.6. Маркетингтің дамуы, принциптері, маңызы.	128
Тест сұрақтары	138
3-тарау. Макроэкономика	
3.1. Ұдайы өндіріс теориясы. Ұлттық есептеу жүйесі	140
Тест сұрақтары	154
3.2. Макроэкономикалық тепе-теңдік. Ұлттық табыс деңгейі	157
Тест сұрақтары	165
3.3. Бюджет. Мемлекеттік салық қызметі	166
Тест сұрақтары	172
3.4. Банк және қаржы-несие жүйесі. Биржа	175
Тест сұрақтары	182
3.5. Жұмыссыздық мәселесі. Халықты әлеуметтік қорғау ...	184
Тест сұрақтары	189
3.6. Экономиканы мемлекеттік реттеу	191
3.7. Дүниежүзілік экономика	196
Тест сұрақтары	204
Терминдер сөздігі	208
Пайдаланылған әдебиеттер	221

«Кәсіптік білім» сериясы

ЖОЛДАСОВА Гүлжанат Аманбайқызы

ЭКОНОМИКА НЕГІЗДЕРІ

Оқу құралы

**Редакторы Назерке Рамазан
Техникалық редакторы Раушан Тұрлынова
Көркемдеуші редакторы Жеңіс Қазанқапов
Корректоры Гүлширан Құлымбетқызы
Компьютерде беттеген Динара Кенжебекова**

Басуға 07.07.08. қол қойылды.
Пішімі 84x108 $\frac{1}{32}$. Қағазы офсеттік. Офсеттік басылыс.
Шартты баспа табағы 14.
Талсырыс № 157. Таралымы 1000 дана.

ISBN 9965-35-454-5



«Фолиант» баспасы
010000, Астана қаласы, Ш. Айманов көшесі, 13

«Фолиант» баспасының баспаханасында басылды