

Тақырып 5. Әлемдік нарықта баға құрудың ерекшеліктері



- **Дәрістің мақсаты:** Әлемдік нарықтағы баға құрудың ерекшеліктерінің білуі.
- **Кілтті сөздер:** Жер сапасы, аукциондар бағасы, биржалық котировкалар, күрестік баға.

- Әлемдік тауарлы нарықтардың баға құру саласы ішкі баға құру сияқты құн заңымен реттеледі. Сонымен қатар, бағаларға олардың құн негізінен аутқуына ықпал ететін көптеген факторлар да әсер етеді.



- Мұндай факторларға сұраныс пен ұсыныстың ауытқуы, нарықтардың монополизациясы, мемлекеттік негізде бағаларды реттеу, инфляцияны жатқызуға болады.



- а) Баға және құн. Әлемдік нарықтағы баға құру көптеген факторлардан тәуелді болады. Ең алдымен, не әкелу, не әкету және қандай бағамен сату керектігін білу қажет. «Шығындар мен нәтижелер» қағидасы бойынша экономикалық талдаудың бастапқы нүктесі - өндіріс шығындары мен болжанатын пайда, яғни тауар құны



«Шығындар мен нәтижелер» мөлшері көптеген факторлардан тәуелді болады:

1. Жалпыэкономикалық, яғни өнім түрінен және оны өндірудің нақты шартынан тәуелсіз әрекет ететін (экономикалық цикл және сұраныс пен ұсыныс жағдайына оның әсері, инфляция деңгейі).



2. Өндіру және өткізу шарттары (өндіріс шығындары, технология, пайда мөлшері, салықтар мен жинаулар деңгейі, аталмыш тауарды өткізу бойынша қызметтер);

3. Өндірудің ерекше шарттары (маусымдылық, жер сапасы және климаттық жағдайларға байланысты әмбебаптылық);

4. Мемлекеттік "Патернализмнің" ерекше механизмін қолдану (мемлекеттік реттеу, мемлекеттік тапсырыс, мемлекеттік субсидия, валюталық курс).

5. Форс – мажорлық жағдайлар (соғыс, сұрапыл жағдайлар).



- б) Сұраныс және баға. Ұдайы өндіріс барысындағы бағаның жылжуы.
- Әлемдік нарықтарда құн заңы тек қарқын ретінде ғана әрекет етеді, ал нақты нарықтық бағалар құн негізінен айтарлықтай ауытқып, сұраныс пен ұсыныс арасындағы ара-қатынастың өзгеруіне байланысты өзгерістерге ие болып отыр.

- 1. Күнделікті сұраныстағы тауарлар үшін ол әлсіз, себебі адамдарға аталмыш тауарларға бағалардың жоғары немесе төмен болуынан тәуелсіз түрде тамақтану, киіну, тұрғын-үйге ие болу қажет.

- 2. Ұзақ мерзім пайдаланылатын тұтыну тауарлары үшін бағалар өзгергенде сұраныстың айтарлықтай өзгеруі тән. Осылайша, егер жеңіл автокөліктеріне деген бағалар 2 есе төмендейтін болса, сату көлемі айтарлықтай едәуір өсетін болады.

- 3.Өндірісте қолданылатын машиналар мен құрал-жабдықтар үшін сұраныс икемділігі айтарлықтай жоғары болмайды.
- 4.Шикізат тауарлары үшін ұзақ мерзімді жоспарда тұтыну көлемі бағалар деңгейінен онша тәуелді болмайды, себебі шикізатқа деген қажеттіліктер өндіріс көлемімен анықталады.
- 5.Әлемдік тауар нарықтарындағы сұраныстың өзгеру себебі - өндірістің ЦИКЛДЫҚ СИПАТЫ.

в)Бағаға монополияның ықпал етуі.

ТҰК құн заңына, сұраныс пен ұсыныс заңдарына ықпал етіп, бағалар қозғалысының деңгейі мен динамикасын модификациялайды. ТҰК монопольды жоғары және монопольды төмен бағаларды орната алады.

- Біріншіден, монополиялық бағаларды орнату тұрғысынан нарықта нақты билікке ие болу үшін, оның айналымының 30-40%-ын бақылау жеткілікті.
- Екіншіден, бірнеше ірі компаниялар тарапынан нарықтарды ұжымдық монополизациялаудың көптеген формалары болады.

- г) Мемлекеттің бағаға ықпал етуі.
- д) Сыртқы сауда бағаларына валюталық курстың ауытқуының ықпалы.

Әлемдік нарық бағаларының жүйесі

- Аралық буындардың болуына байланысты өндірушілен тұтынушыға дейінгі жолды былайша бөліп қарастырады:
- 1. өндірушілер бағасы, көтерме және бөлшек бағалар;
- 2. ішкі және экспортты бағалар. Экспорттық бағалар әлемдік нарықтағы қатаң бәсекелестікке байланысты ішкі нарықтағы бағалардан төмен болады;

- 3. келісім-шарттық бағалар жабдықтау мен төлем жүргізудің сәйкес шарттары барысында белгілі сапалы тауар бағысынның шынайы деңгейін білдіреді. Олар коммерциялық құпияны құрайды;
- 4. биржалық котировкалар – тауар биржаларында сатылатын тауарлар бағалары (натуралдық каучук, мақта, кейбір түсті металдар).
- 5. аукциондар бағалары. Олар сатып алушылар күрестерінің нәтижесінде қалыптасады.

- 6. статистикалық сыртқы сауда бағалары. Олар түрлі нарықтардағы біртекті немесе бір типті тауарларды сату бойынша статистикалық материалдарды талдаудан қалыптасады;
- 7. "спонто" жеңілдігі, яғни импорт тауарларды жабдықтауға толық немесе жартылай алдын-ала төлем жүргізеді.
- 8. Анықтама бағалар – бұл шикізат тауарларының сатушыларымен және ассоциацияларымен жарияланатын бағалар. Анықтама бағалар келісім-шарт бағаларының нақты деңгейін сипаттамайды;

- 9. прејскуранттер және ценниктер – тұтынушылық және өндірістік тағайындаудағы дайын өнімдердің көрсеткіштері;
- 10. ұсыныстар бағалары. Тұтынушы сұрауына жауап ретінде, сатушылар жабдықтау шарттары, төлем жүргізу шарттары мен бағалар көрсетілетін сату ұсынысын жібереді;
- 11. индекстер деңгейі туралы көрініс бермейтін бағалар қарқынын сипаттайтын салыстырмалы көрсеткіштерді білдіреді.

Сыртқы сауда бағаларын анықтау әдістемесінің негіздері

- 1.1.Өндіріс шығындары негізінде бағаларды орнату өнімнің экспорттық бағасы өндіріс шығындарының сомасына орташа пайданың $(K+p)$ қосылуы түрінде анықталатынын білдіреді.
- 1.2.Тауарды пайдаланудың экономикалық нәтижелері бойынша бағаларды орнату тауардың рентабельділік нормасын анықтау жолымен нарықтарда бәсекелесуші тауарларды салыстыру дегенді білдіреді.

- 1.3. Орташа нарықтық бағалар негізінде бағаларды орнату түрлі қайнар көздерден алынатын бәсекелес материалдарды пайдалануға негізделеді.
- 1.4. Әлемдік нарықтағы бағалар материалдар бағасы мен жалақы сатвқаларының өзгеруінен тәуелді болатын соңғы бағаға тәуелділік негізінде орнатылады:

$$P = P_0 \left(A \frac{a_0}{a_n} + B \frac{b_0}{b_n} + C \right),$$

- мұнда
- P – құрал-жабдықтың соңғы бағасы;
- P_0 - құрал-жабдықтың базистік бағасы;
- A – материал шығындары бағасындағы үлес;
- B – жалақы шығындары бағасындағы үлес (A және B бағаның жылжымалы бөлікгін білдіреді);
- C – бағаның өзгермейтін бөлігі;
- a_0 – материалдардың базистік бағасы;
- b_0 – жалақының базистік ставкалары;
- a_n – жылжу кезеңіндегі материалдар бағасы;
- b_n – жылжуды есептеу кезеңіндегі жалақы ставкалары.