

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚОҒАМ ӨМІРІНДЕГІ ОРНЫ

The image features a solid light blue background. In the lower right quadrant, there are several white, parallel diagonal lines that extend from the bottom left towards the top right, creating a sense of movement and modernity.

«ЭКОНОМИКА» ДЕГЕН СӨЗ АЛҒАШҚЫ
ҰҒЫМЫНДА ОТБАСЫ ШАРУАШЫЛЫҒЫН
БІЛДІРГЕН. ҚАЗІРГІ УАҚЫТТА
ЭКОНОМИКА КЕҢ КӨЛЕМДЕ: ӨНДІРІС,
ТҰТАС ХАЛЫҚ ШАРУАШЫЛЫҒЫ, ЖАЛПЫ
ӨНДІРІСТІҢ ӘР САЛАСЫ, ҚАРАЖАТ-
АҚША АЙНАЛЫСЫ, Т.Б БАЙЛАНЫСТЫ
АЙТЫЛАДЫ. БІЗДЕР ЭКОНОМИКАНЫ
КЕҢ КӨЛЕМДЕ, ҚОҒАМДЫҚ ӨНДІРІСТІҢ
ЖҮЙЕСІ ДЕП ТҮСІНЕМІЗ.

ЭКОНОМИКА

Тұтас халық
шаруашылығы

өндіріс

Қаражат – ақша
айналысы

Өндіріс- қоғамның өмір сүруіне және дамуына қажетті материалдық игілікті жасайтын процесс. Жұмысшы күші-өндірістің адамдық факторы, ал өндіріс құралы - заттық фактор. Бұл факторлар өзінен-өзі ештеңе де өндірмейді. Тек оларды біріктіру ғана игілікті шығаруға жағдай жасайды, яғни өндірісті іске асырады. Жұмысшы күші, еңбек құралымен еңбек тәсілінің арасында күрделі қатынас жүйесі пайда болады. Бұл қатынас пен адамның еңбек құралына әсер етуінің тәсілін **ТЕХНОЛОГИЯ** дейміз.

- ▶ Жұмысшы күші
- ▶ ТЕХНОЛОГИЯ



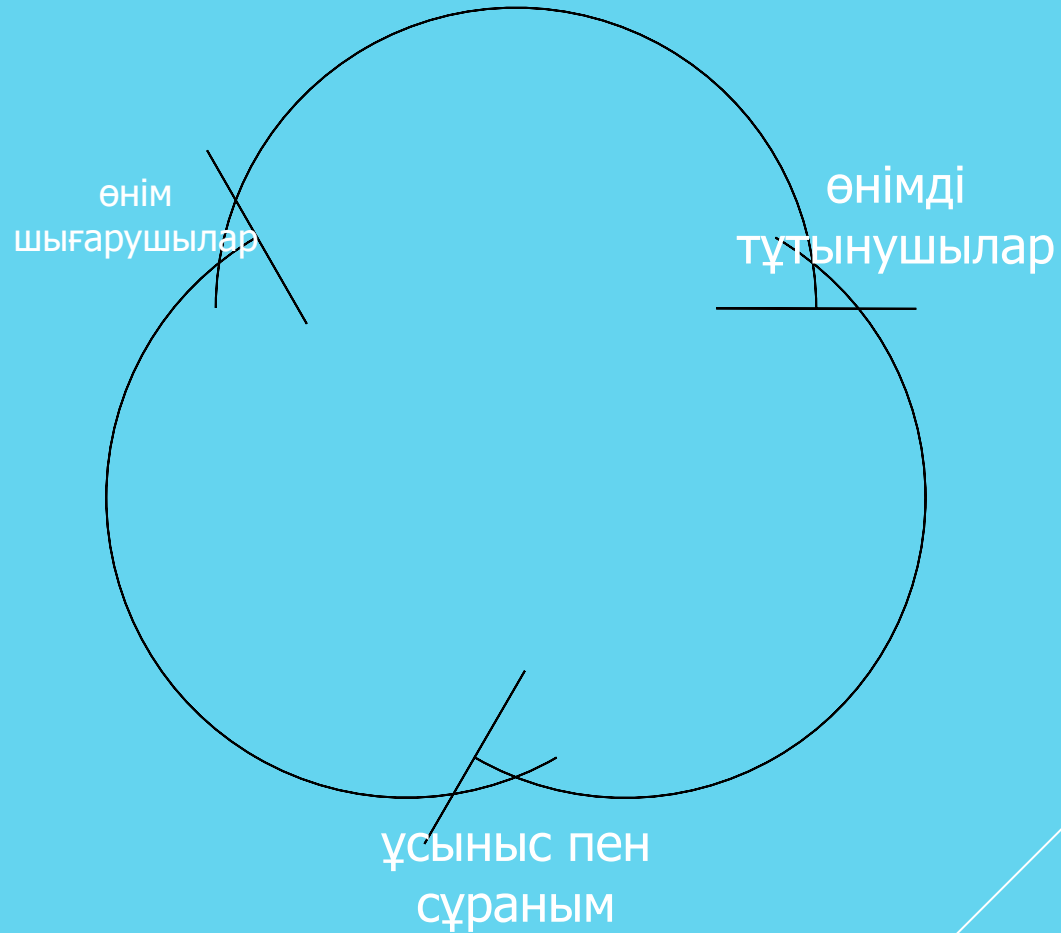
Қоғамның ХХІ ғасырдағы дамуы экономикалық өмірді ұйымдастырудың екі жолы бар:

1. **нарықтық экономика**
 2. **жоспарлы-әкімшілік экономика**
- ▶ Нарықтық экономика (қатынастарды нарық реттейді (өнімді шығару, тұтыну, бөлу, оған сұраным т.б.) нарық-өнім шығарушылар мен өнімді тұтынушылардың, сұраным мен ұсыныстың арасындағы қатынас, олардың өзара тығыз байланысы)
 - ▶ Жоспарлы-әкімшілдік экономика (өнімді өндіру мен бөлу орталық басқару (өкімет) органдарының билігінде)

Нарық - тауарды бөлу саласы.
Күнделікті өмірде сауда жүретін орындарды да (базар, жәрмеңке) **нарық** дейді. Алайда нарықты басқаша түсінуіміз керек.

Нарық - өнім шығарушылармен өнімді тұтынушылардың, сұрану мен ұсыныстың арасындағы қатынас, олардың өзара тығыз байланысы.

НАРЫҚ



өнім өндірушілердің өзара бәсекелесуін және тұтынушылар үшін бәсеке күресін де өрістетеді.

Тұжырымдап айтқанда, нарықтық қатынастың экономикалық негізі - меншікті мемлекеттен ажыратып, көп түрлі меншікті қалыптастыру. Сонымен қатар тауар өндірушілердің дербестігі, өнімді тұтынушылардың белсенділігі сұрану мен ұсыныстың арта түсуі. Бұл процестердің бәрі аймақта, елде немесе дүние жүзі көлемінде іске асырылады. Бұған дәлел нарықтық қатынаста өмір сүруші дамыған елдердің экономикалық және саяси өмірі. Олай болса нарықтық қатынас-ғаламдық проблема.

Жоспарлы-әкімшілік экономикада өнімді өндірумен бөлу орталық басқару (өкімет) органдарының билігінде болып келді. Тауарды өндірушілер мемлекеттік жоспарды міндетті түрде орындайды. Қайсы бір уақыттарда ол өнімді тұтынушылар қажет етпейді. Нарықтық экономикада ұсынысты мемлекет реттемейді (өнім шығарушылар қанша шығарам десе де ерікті), сұранымды да ешкім реттемейді (сатып алушылар өзіне не керек, қанша керектігін дербес шешеді). Еңлігі мәселе



МЕМЛЕКЕТ

КӨП ТҮРЛІ МЕНШІКТЕР



Осы ұсынысқа және сұранымға сәйкес өнімді шығарушының өзі шешеді.

Сонымен ұсыныс = сұраным

Осы белгілерге қарай халық шаруашылығын нарық реттейді. Нарықтық қатынастың өзіне тән объективтік-экономикалық **екі заңы бар:**

1. Баға заңы

2. Ұсыныс және сұраным заңы.

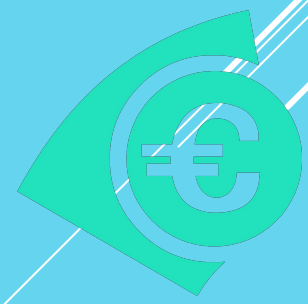
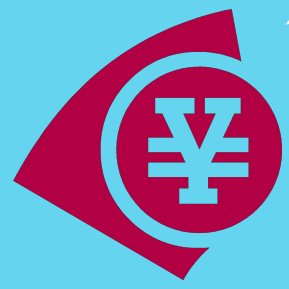
- ▶ Біріншісі – орта бағаны қалыптастырады
- ▶ Екіншісі-нарықта пайда болатын ақша мен тауардың қатынасын анықтайды.

Тауар нарыққа (базарға, жәрмеңкеге, екінші бір тұтынушыға, мемлекетке не басқа өндіріске) түскеннен кейін оның бағасы **ақшамен** өлшенеді, оны **тауардың бағасы** дейміз.

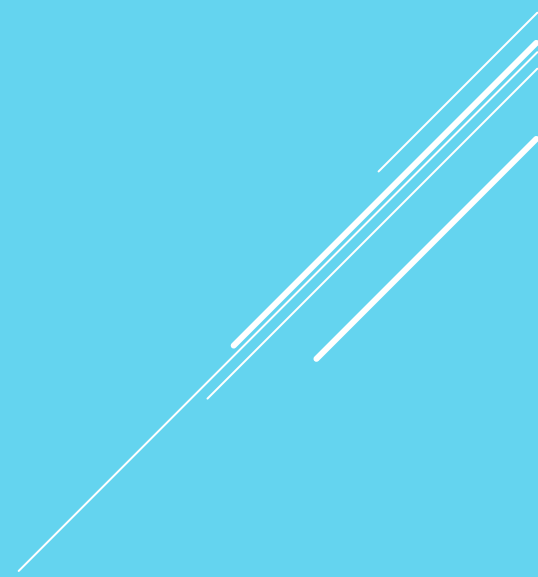
TAY
AP

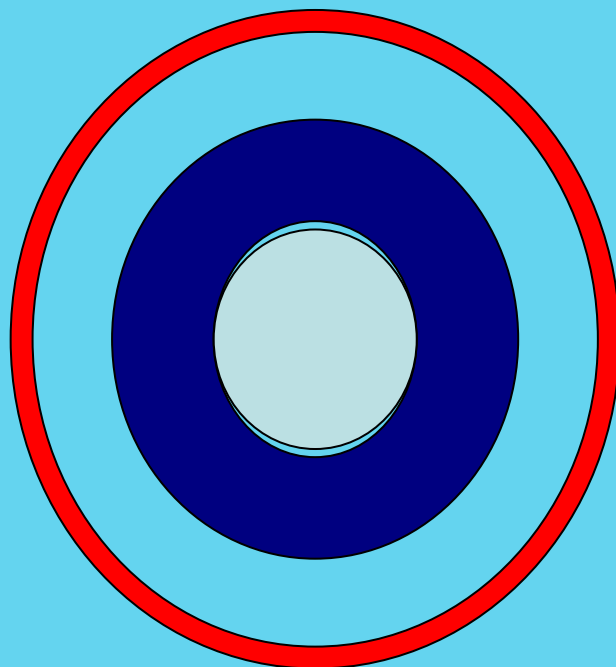


AKSHA



Алайда тауардың ақшалай көрініс тапқан бағасы оның нағыз бағасы емес. Бұл баға тауардың құнынан жоғары немесе төмен болуы мүмкін. Бұл сұраным мен ұсынысқа байланысты.

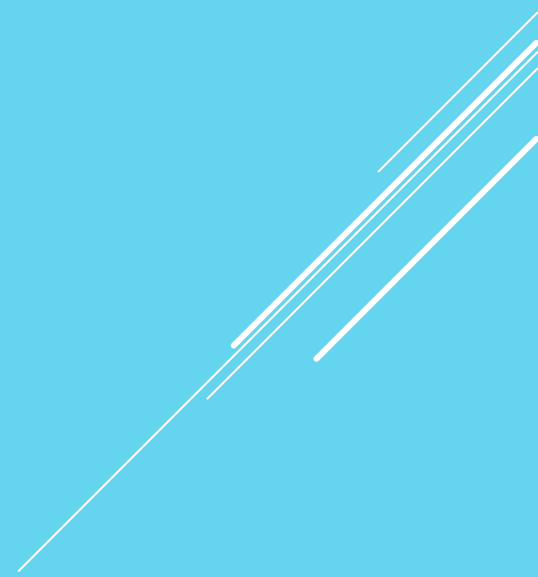


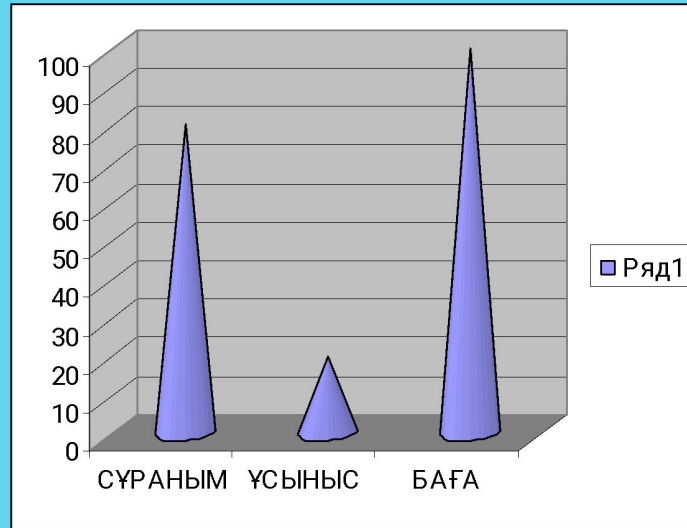


БАҒА

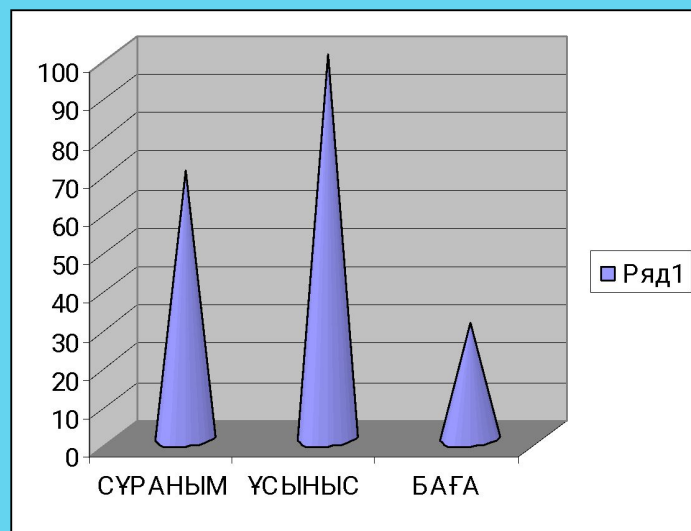
СҰРАН
ЫМ

ҰСЫНЫ
С





ЕГЕРДЕ СҰРАНЫМ ҰСЫНЫСТАН ЖОҒАРЫ БОЛСА
(АЛУШЫЛАР КӨП, БІРАҚ ТАУАР АЗ) – ТАУАРДЫҢ
БАҒАСЫ ЖОҒАРЫ БОЛАДЫ.



АЛ ҰСЫНЫС СҰРАНЫМНАН ЖОҒАРЫ
БОЛСА – ОНДА БАҒА ТӨМЕНДЕЙДІ.

Тауар құнының мөлшеріндегі алшақтық тауар өндірушінің іс-әрекетіне әсер етеді. Егер баға жоғары болса – табыс көп, ал баға төмен болса табыс аз болады. Мысалы, жеміс жейдекке баға өссе оның өнімі тиімді, ол өнімді көп алуға итермелейді. Ал сұраным артпаса баға төмендейді. Демек сұранымда, ұсыныста бағаны реттейді. Тауар өндіруші тиімді көп шығару жолын іздейді. Сонымен – нарық өндірісті реттеуші, ол баға арқылы не шығару, оны қанша көлемде шығару қажеттігі туралы хабар беріп тұрады. Нарықтың ықпалды әсері мұнымен ғана шектелмейді. Оның толық әсерін білу үшін тауардың өзіндік құнынын қаншаға түсетінін анықтап білу қажет.

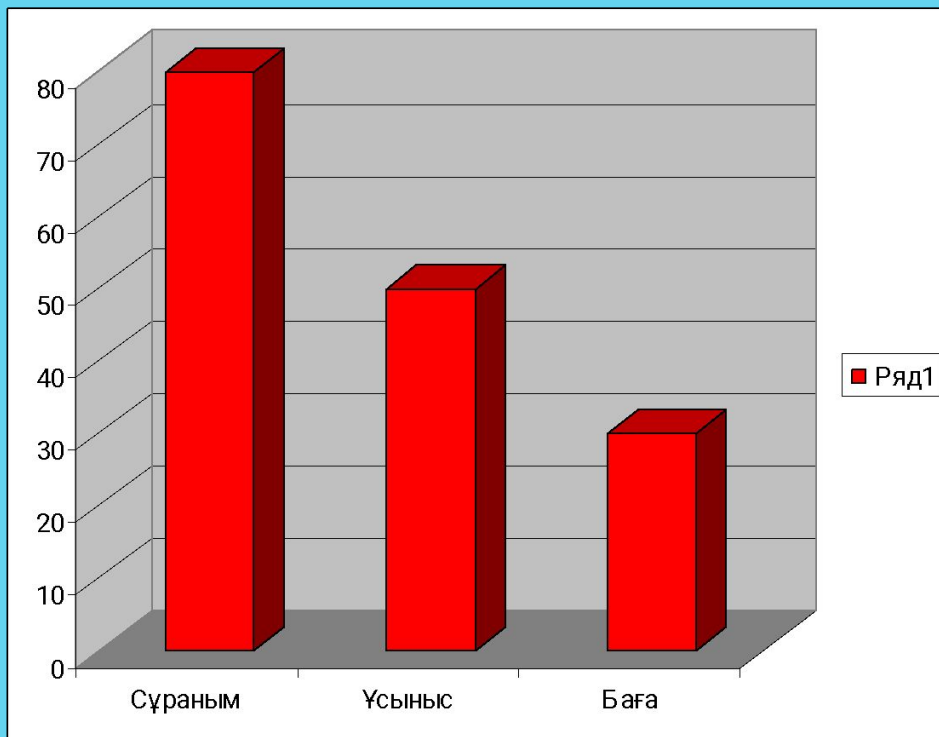
- ▶ **Құн – тауардың заттандырылған бағасы.** Кез келген тауарда бір ғана емес, көптеген өндірушілердің еңбегі бар. Бұғанда түсінік берейік.
- ▶ Мысалы: киім фабрикасы бір топ көйлек шығарды делік. Осы көйлектерде тігіншілердің еңбегі ғана емес, соны мен қатар сол көйлек тігілген матаны, ілгекті, басқа да материалдарды (электр энергиясы) шығарушылардың да еңбегі бар екінші сөз бен айтқанда, жаңа баға ғана емес, тігіншілердің еңбегімен келген, сонымен қатар бұрын шығарылған заттардың да (шикізат электр шығыны машинаны пайдалану) шығыны, оның тозу шығынының бағасы – құны бар. Фабрика жаңадан көйлек шығару үшін алғашқы шығарылған көйлектерді сату керек, алынған пайдаға жаңа мата, басқада материалдар алып, машиналарды жөндеп, қажет болса жаңасын алып, сонымен қатар жұмысшыларға жалақы төлеу керек.

▶ Мысалы:

Тігілген көйлектердің жалпы бағасы = 200 мың теңге

- ▶ 100 мыңы шикі зат материалдары
- ▶ 50- мыңы – тауардың бағасы және оған жұмсалған қызметке төленген немесе жұмысшылардың жалақы есебінде берілген бағасы
- ▶ 50 мыңы жаңа жасалынған құн – баға, фабриканың таза пайдасы.

Атауы	Бағасы	Саны	Жалпы бағасы	Шикізат бағасы	Жалпы шикізат бағасы	Еңбекақы	Жалпы еңбекақы	Таза пайда
<i>Заттың атауы</i>	x	y	$= x * y$	z	$=z*y$	r	$= r * y$	$= x * y - z * y - r * y$
Көйлек	2000	100	200000	1000	100000	500	50000	50000
Кітап	800	12	9600	350	4200	110	1320	4080
Шалбар	2200	115	253000	1000	115000	500	57500	80500



НАРЫҚТЫҚТА СҰРАНЫМ
ҰСЫНЫСТАН ЖОҒАРЫ БОЛСА,
БАҒА ӨЗ ҚҰНЫНАН ТӨМЕН
БОЛАДЫ

Егер де сол шығарылған көйлектерді 150 мың теңгеге сатса, онда пайда болмайды. Алынған қаржы кеткен шығынды ғана ақтайды. Басқа жол мен пайда табуға бола ма? Болады.

Мысалы: көйлектерді тігуге кететін материалдарды үнемдеу керек. Егер де оның құны 20 мыңға кемісе, онда пайда да 20 мыңға өседі. Екінші жолы - еңбектің өнімділігін арттыру (басқалар мен салыстырғанда). Ол үшін жаңа машиналарды пайдалану қажет. Соның нәтижесінде тігілетін көйлектің санын екі есе көбейтсе және орташа бағамен сатса, онда 400 мың теңге алуға болады. Сонда оның 200 мыңы өндірістің шығынын өтеуге, 50 мыңы жалақы төлеуге кетеді, ал 150 мыңы таза пайда болып қалады.

Атауы	Бағасы	Саны	Жалпы бағасы	Шикізат бағасы	Жалпы шикізат бағасы	Еңбекақы	Жалпы еңбекақы	Таза пайда
Заттың атауы	x	y	$= x * y$	z	$= z * y$	r	$= r * y$	$= x * y - z * y - r * y$
Көйлек	2000	200	400000	1000	200000	500	100000	100000
Кітап	800	24	19200	350	8400	110	2640	8160
Шалбар								

Бұдан шығатын қорытынды – шаруашылықтың тиімсіздігін азайту, техниканы дамыту, еңбек өнімділігін арттыру керек.

