



«ТУРАН» УНИВЕРСИТЕТІ

М. Ж. КОНЫРБЕКОВ

БАҒАЛАР ЖӘНЕ БАҒА ТҮЗУ

Лекция курсы

Оқу-әдістемелік материал

**Алматы
2022**

УДК 33
ББК 65.290-86я73
К65

Конырбеков М.Ж.
К65 Бағалар және баға түзу: Лекция курсы / М.Ж. Конырбеков – Алматы:
«Тұран» Университеті, 2022. – 59 б.

Дәрістер жинағында қазіргі кезеңдегі баға белгілеудің негізгі тәсілдері баяндалған, бағаны мемлекеттік реттеу және кәсіпорынның баға саясаты мәселелері қарастырылған.

УДК 33
ББК 65.290-86я73
© Конырбеков М.Ж., 2022
© «Тұран» Университеті, 2022

МАЗМҰНЫ

1- тақырып. Бағалық құрылымның теориялық негіздері	4
2- тақырып. Баға функциясы	6
3 -тақырып. Баға жүйесі.....	8
4- тақырып. Баға құрамы мен құрылысы, деңгейі	12
5 -тақырып. Бағаның базистік элементі ретіндегі өнімнің өзіндік құны. .	17
6-тақырып. Таза табыс және оның бағамен байланысы.....	22
7-тақырып. Бағаны мемлекеттік реттеу	24
8-тақырып. Салалардағы бағалық құрылым.....	28
9-тақырып. Агроөнеркәсіп комплексіндегі бағалық құрылым	37
10-тақырып . Транспорттық комплекстегі бағалық құрылым.	39
11-тақырып. Қызмет көрсетудегі тарифтер.	43
12-тақырып. Әлемдік нарық бағалары.	46
13-тақырып. Ішкі сауда бағасын анықтау әдісі.....	51
14-тақырып. Трансферттік бағалық құрылым және оның әдістері.....	53
15-тақырып. Баға құрудың әлемдік тәжірибиесіндегі реформалары	57

1- ТАҚЫРЫП. БАҒАЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Тақырып сұрақтары:

1. Баға мен бағалық құрылымды анықтау
2. Бағалық құрылымға әсер ететін факторлар

Баға, бағалық құрылым, баға саясаты бағалық құрылымның негізгі элементтерінің бірі болып табылады. Баға сатушы сатқысы келетін, ал сатып алушы тауарды сатып алғысы келетін ақша саласын білдіретін нарық категориясын сипаттайды. Тауардың белгілі мөлшерінің бағасы оның құлын құрайды. Сол себепті, баға - тауардың ақшалық құлы. Нақ тауар бірлігі басқа тауардың белгілі мөлшеріне ауыстырылғанда, соңғысы берілген тауардың құны болады.

Баға - қиын экономикалық категория. Онда қоғамдағы барлық негізгі экономикалық қатынастар көрсетіледі. Бәрінен бұрын, ол тауарларды өндіру мен жүзеге асыруға, олардың құнының қалыптасуына, сонымен қатар ақша қорларын пайдалану мен бөлу, құруға жатады. Баға барлық ақша-тауар қатынастарын құралдандырады.

Бағалық құрылым - тауарлар мен қызмет көрсетуге бағаларды тағайындау процесі. Бағалық құрылымның екі негізгі жүйесі бар: ұсыныс пен сұраныстың әсерлесу барысында қызмет ететін нарықтық баға құрылымы, және орталықтандырылған мемлекеттік бағалық құрылым - мемлекеттік органдармен бағаны тағайындау. Бұл кезде шығындық баға құрылымы шегінде бағаны құру негізіне айналым мен өндірістің шығындары жатады. Барлық сатып алушылар үшін жалпы баға тағайындау - салыстармалы жаңа іс.

Тарихи бағасын сатушылар мен сатып алушылар бір-бірімен келіссөз кезінде бекіткен. Сатушылар өздері сұрағысы келген бағадан жоғары сұраған.

Барлық коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдардың алдындағы негізгі сұрақтың бірі ретінде өздерінің тауарлары мен қызметтеріне баға анықтау мәселесі туындайды. Нарық жағдайында бағалық құрылым қиын процесті сипаттайды, көптеген факторлардың әсеріне ұшрайды. Олар өндіріс қызметімен және жекелеген жағдайда басшылықпен байланысты ішкі факторларға, сонымен қатар өндіріске тәуелсіз сыртқы факторларға бөлінеді. Ішкі факторлар:

- Жарнама (жарнама сәтті, ерекше болған сайын, тауардың бағасы да жоғары);
- өндірілетін өнімнің спецификасы (оның өңделу деңгейі жоғарылаған сайын, бағасы да жоғары);

• өндіріс процесінің ерекшеліктері (ұсақ сериялық және жеке өндіріс өнімі жоғары өзіндік құлға ие, ал жалпы өндіріс тауарлары төмен шығындарға ие және бағасы да төмен);

- өндірушінің нарықтық стратегиясы мен тактикасы;
- өнімнің өмірлік циклінің спецификасы;
- өндіріс процесінің жылжымалылығы;
- тауардың өндірушіден тұттынушыға дейінгі жылжуының ұзақтығы;
- сатудағы жіне келесі кезеңдегі сервистің ұйымдастырылуы;
- ішкі және сыртқы нарықтағы өндіруші имиджі. Сыртқы факторлар:
- мемлекеттің саяси тұтрақтылығы;
- қажетті ресурстың жоқтығы;
- экономиканы мемлекеттік реттеудің сипаты;
- инфляция деңгейі мен динамикасы;
- сұраныс көлемі;
- бәсекелестік деңгейі.

2- ТАҚЫРЫП. БАҒА ФУНКЦИЯСЫ

Тақырып сұрақтары:

1. Өлшеуші, есептік функция
2. Реттеуші функция
3. Стимулдаушы функция
4. Қайта бөлуші функция

Өлшеуші, есептік қызмет.

Баға өлшеуші қызметті атқарады. Баға тауарды жүзеге асырудың айналымына қызмет етеді, сол себепті тауарлық айналымның жеке қатысушыларының экономикалық қызығушылықтарына қызмет көрсетеді: өндіруші-делдал -тұтғынушы. Бұл жағдайда ол тауар немесе қызмет көрсету бірлігіне алынатын және төленетін ақша мөлшері (немесе басқа тауар мен қызмет) ретінде сипатталады. Бағаның арқасында сатып алушы төлейтін, ал сатушы сатылған тауар үшін алынатын ақшаның мөлшерін анықтап, өлшеуге болады. Әр түрлі тауарлардың бағасын салыстыру арқылы оларды қымбат және арзан деп бөлуге болады. Егер бағалар қажеттілікті ескерсе, онда бұндай бағалардың қатынасы арқылы әр түрлі тауарлардың қажеттілігі туралы сөз қозғауға болады.

Көрсетілген фактілер бағаның әр түрлі тауарлардың құнын салыстыруға болатын салыстармалы қызметін атқаратындығын көрсетеді.

Баға есептік қызметті жүзеге асырады. Бағаның көмегімен оның есептік функциясында макро және микродеңгейдегі барлық құндық көрсеткіштер есептеледі: ішкі жалпы өнім, ұлттық табыс, тауар айналымының көлемі, өнеркәсіптің, жеке саланың өндірілген және жүзеге асырылған өнімінің көлемі. Баға өндіріс және заттың рентабельділігі, еңбек өнімділігі сияқты сапалық көрсеткіштердің есептеу құалы ретінде де көрсетіледі.

Реттеуші қызмет.

Баға экономикалық процестердің реттеуші құралы ретінде сипатталады, Сұраныс пен ұсынысты өндіруші мен тұттынушының ақша-төлемдік қабілетімен байланыстыра теңестіреді. Шектелмеген бәсекелестік нарығында теңестіру бағасы (ұсыныс пен сұраныс теңесуі болатын және ұсыныс пен сұраныс көлемі, баға мөлшері өзгермейтін баға) ұсыныс пен сұраныстың стихиялық әсерлесу нәтижесінде тағайындалады. Тауарландыру жағдайында өндіруші монополист бағаны түтсірмей, байырғы бағасын сақтап, тауардың ұсынысын өзгерте алады. Тауардың жетіспеушілігі жағдайында ол ұсынысты өсірмей, бағасын көтере алады. Нәтижесінде баға өзінің сапасын сұраныс пен ұсыныстың стихиялық Ісүшінің нәтижесі ретінде жоғалтады. Оның деңгейі монополиялық бөлік арқылы өндірушімен немесе монополиялық тұттынушымен, әлде болмаса мемлекетпен жүргізілетін реттеу элементтерімен анықталады.

Өндіруші ресурс бағасы өндірушілерді қоғамдық масштабтағы арзан өндіріс ресурстарды қолдануға бағыттайды, яғни баға өндіруші ресурстарды бөлуде реттеуші рольді атқарады.

Стимулдаушы функция

Бағаның стимулдаушы функциясы оның әр түрлі тауарларды өндіру мен тұттынуға әсер етуі мен сипатталады. Баға өндірушіні оның түтсімдік деңгейге стимулдайды. Нәтижесінде баға тауарларды тұттыну мен шығарудың өсуіне жағдай жасайды немесе кедергі келтіреді. Бағалардың көмегімен ғылыми техникалық прогресті болдыртуға, шығындарды азайтуды қамтамасыз етуге, өнімнің сапасын арттыруға, өндіріс пен тұттыну құралымын өзгертуге болады. Стимулдау бағадағы түтсім деңгейін, қосылымдарды, микс баға-жеңілдіктерді варьерлеу жолымен қамтамасыз етіледі.

Бөлумен қайта бөлу қызметі.

Бағаның бұл қызметі оның құнының нарықтық факторлар әрекетінің шеңберінде кері қайтарылуымен байланысты. Баға ұлттық табысты аймақ, экономика салалары, оның секторлары, меншіктің әр түрлі формасы, жинау мен тұттыну қоры, әр түрлі халықтың әлеуметтік топтары арасында бөлу және қайта бөлу құралы ретінде сипатталады. Бағаның бұл қызметі тауарлардың белгілі топтарына акциз, қосылған құдға салық және бюджетке түсетін салықтық сипаттағы алымдардың басқа түтрлері ретінде жүзеге асады. Бағаның көмегімен өндіруші мен тұттынушы арасындағы, қоғамның жеке топтары арасындағы құрылатын құн қайта бөлінеді. Ерекше түтрде бұл қызмет мемлекетпен реттелетін бағада көрінеді.

3 -ТАҚЫРЫП. БАҒА ЖҮЙЕСІ

Тақырып сұрақтары:

1. Қызмет көрсетілетін айналым сипаты бойынша баға түрі
2. Нарықтағы бәсекелестік деңгейіне, мемлекеттік әсер ету тәуелділік
4. Бекіту, фиксациялау әдісі бойынша
5. Баға деңгейі туралы ақпарат алу әдісі бойынша
6. Нарық түріне тәуелдігі
7. Уақыт факторын есепке алу бойынша
8. Фирмаішілік бағалар
9. Жеткізу мен сату жағдайы бойынша бағалар
10. Әлемдік баға

Қызмет етілетін айналым сипатына байланысты баға түрлері.

Сату мен сатып алудың көтерме бағалары. Көтерме баға болып өнеркәсіп өндірілген өнімді басқа өнеркәсіпке ірі партиямен жүзеге асыратын баға саналады. Көтерме бағасының түріне ауыл шаруашылық өндірушілері өз өнімдерін қайта өңдеу үшін өндірістік өнеркәсіптерге, фирмаларға, ұйымдарға, өнеркәсіптерге сататын бағалары да жатады. Сатып алу бағасының басқа бағалардан ерекшелігі оның құрамына ҚҚС мен акциздердің қосылмауы болып табылады. ҚҚС ауыл шаруашылығына сатылатын материалды-техникалық ресурстардың құнына қосылмайды. Биржалық баға да көтерме баға болып саналады. Бөлшектік баға - бұл халыққа тән ұсақ немесе жеке тұттынушыға сатылатын баға. Қоғамдық тамақтану өнеркәсібіндегі жіберілетін баға - бөлшектік бағаның ерекше түрі. Халыққа қызмет көрсету бағасы да бағаның ерекше түрі болып саналады.

Нарықтағы бәсекелестік деңгейіне, мемлекеттік ықпал ету, реттеуге тәуелді.

Нарықтағы бәсекелестік деңгейіне, мемлекеттік ықпал ету, реттеуге тәуелді келесідей баға түріне бөлінеді: еркін /нарықтық/ және реттелетін.

Еркін бағалар - нарықтағы ұсыныстар мен сұраныстар негізіндегі өнім мен қызмет көрсетудегі өндірушілермен тағайындалатын бағалар. Еркін бағаларға жататындар: ұсыныс пен сұраныстар бағасы, өндіріс бағасы. Сұраныс бағасы - сатып алушы нарығында қалыптасатын баға. Ұсыныс бағасы - офертада (сатушының ресми ұсынысында) жеңілдіксіз көрсетілетін нарықтық баға. Өндіріс бағасы - барлық авансталған капиталдың орташа түтсімін қосқандағы өндіріс шығындары негізінде анықталатын баға.

Реттелетін бағалар - басқарудың қатысты органдарымен тағайындалатын бағалар. Реттелетін бағалар кепілденген, ұсынысталған, шектелген, қорғалған бағалар болуы мүмкін. Реттелуші бағалардан мыналарды бөліп көрсеткен:

Шектелген бағалар - өндірістер өзінің өнімдері мен қызмет көрсетулеріне тағайындалатын бағадан жоғары емес баға.

Фиксерленген бағалар - өзгертілуі оларды тағайындаған нарықтың субъектісі немесе органының шешімі бойынша мүмкін, белгілі деңгейде тағайындалатын бағалар.

Тағайындау, фиксациялау әдісі бойынша

Тағайындау, фиксациялау әдісі бойынша төмендегідей бөлінеді: тұтрақты, жылжымалы, қозғалмалы бағалар. Бағалардың бұл түрлері келісім шартта көрсетіледі. Тұтрақты бағаларды тұтрақты деп те атайды. Бұлар - келісім-шарт кезінде тағайындалып, келісім, шарт бойынша өнімді жеткізу мерзімінде өзгертілмейтін бағалар. Келісім-шартта "баға тұтрақты өзгертуге жатпайды" деп ескертпе жасалады.

Тұтрақты бағалар мынадай келісім-шарттарда қолданылады.:

- жылдам жеткізу;
- қысқа мерзім ішінде жеткізу;
- ұзақ жеткізу мерзімін қарастыратын.

Ұзақ мерзімді жеткізу кезінде келісім-шарттағы «баға тұтрақты, өзгертуге жатпайды деген ескертпе» міндетті түрде болуы керек.

Қозғалмалы баға - келісім-шартқа отырғандағы баға нарықтағы бағасы өзгергенде қайта қаралуға жататын баға. Бұндай жағдайда келесі ескертпе жасалатындай, келісім-шарттағы баға өзгертіледі. Бұл ескертпе "бағаны түсіру немесе өсіру туралы ескертпе" деп аталады.

Жылжымалы баға - келісім-шарт орындалу кезінде алғашқы келісілген бағаны өндіріс шығындарын есепке алумен есептелетін баға.

Жылжымайтын баға ұзақ мерзімді дайындалатын тауарларға тағайындалады, мысалы, қиын өндіріс құралы, соттар.

Баға деңгейі туралы ақпарат алу әдісі бойынша

Баға деңгейі туралы ақпарат алу әдісі бойынша жарияланатын және есептелетін баға болып табылады. Бағаның бұл түрлеріне өнімді жеткізушілер мен келісім-шарт деңгейін анықтауда сатып алушылар бағытталады.

Жарияланатын бағалар - ақпараттың арнайы және фирманың қайнар көздерінде жарияланатын бағалар. Жарияланатын бағаларға жататындар: анықтамалық және преysкуранттық бағалар, биржалық котировкалар, аукциондық, саудалық бағалар. Анықтамалық бағаның қайнар көзі болып экономикалық газет пен журналдар, арнайы бюллетендер, фирмалық каталогтар, преysкуранттар есептелінеді.

Преysкуранттық бағалар - преysкуранттарда, сатушы фирмаларда анықтамаларда жарияланатын анықтамалық баға түрі. Преysкуранттар бағасы мен каталогтар сатып алушылардың сұраныстарына жауап ретінде жеткізуші фирмалармен ұсынылады.

Есептік баға жеке тапсырыс бойынша өндірілетін нестрандарттық құралдарға қолданылады.

Нарық түріне тәуелділігі бойынша

Нарық түріне тәуелділігі бойынша бөлінеді: тауарлық аукциондардың бағасы, биржалық котировкалар, саудалық бағалар. Тауарлық аукцион бағалары сатып алушымен алдын ала қарастырылған тауарлар партиясына (лот) максимальды ұсынылған деңгей бойынша жария сату бағалары. Аукциондар бағасы орман, ауылшаруашылық, балық аулау өнімдеріне, жүн, мех тауарлары, шай, асыл таста, ескі және өнер заттарының саудасында қолданылады. Биржалық котировкалар аукциондармен салыстырғанда массалық, сапалы, өзгертілетін тауарлардың тұтрақты қызмет атқаратын, арнайы ұйымдастырылған нарық бағасын сипаттайды.

Биржалық котировкалар шын келісім-шарттардың бағасы болып табылады және олар келісім-шарт арқылы жүзеге асырылатын тауарлардың бағасын тағайындау үшін бағдар қызметін атқарады. Аукциондық бағалар деңгейі мен биржалық котировкалар халықаралық экономикалық ұйымдардың (БҰҰ, МВФ) айлық және жылдық басылымдарында биржалық және аукциондық комиттерімен шығарылатын арнайы бюллетендерде жарияланады.

Саудалық бағалар - тауарлардың жеткізуге тапсырыстарды беруге немесе арнайы құжатта ерте жарияланған шарттар бойынша белгілі жұмыс өндірісі үшін рұқсат алуға негізделген арнайы сауданың ерекше түрі. Тендер олардың ұйымдастырушылары үшін келісімнің тиімді жағдайын қамтамасыз ету мақсатында бірнеше өндірушілерден ұсыныс бәсекелестігі қағидасының белгілі мерзіміне әкелуді болжайды.

Уақыт факторы есебі бойынша.

Уақыт факторы есебі бойынша былай бөлінеді: тұтрақты, мерзімді, сатылы бағалар.

Тұтрақты баға - мерзімі анықталмаған баға.

Мерзімді баға - мерзімі уақыт бойынша белгіленген баға.

Сатылы баға - алдын ала анықталған шкала бойынша ерте шартталған уақытта өнімге сатылы төмендетілген бағалар тізімі.

Фирма ішілік бағалар.

Трансферттік бағалар - өндіріс, фирманың бөлімшелері, сонымен қатар бір ассоциацияға кіретін әр түрлі фирмалар арасында өнімді жүзеге асыру барысында фирма ішінде қолданылатын бағалар. Олар көтерме бағаның бір түрі болып табылады. Трансферттік бағалық құрылым мақсаты - фирманың түсімін жоғарылатуға әкелетін фирма бөлімшелерінің түтсімін өсіруге ықпал ету, өнім дайындаумен айналысатын әр бөлімшенің жұмыс көрсеткіштеріне әсер ету. Трансферттік баға басқару қызмет көрсетуіне, шикізатқа, жартылай фабрикаттарына, дайын өнімдерге тағайындала алады.

Жеткізу және сату шарттары бойынша

Жеткізу және сату шарттары бойынша келесідей баға түрлері көрсетіледі: нетто-баға-сату-сатып алу орынындағы баға; брутто баға /факторлы баға/-сату-сатып алу шартымен анықталады/тауар салығының түрі мен мөлшері, жеңілдік деңгейі мен түрі , "франко" түрі және сақтандыру шарты/.

Кім сатушы немесе кім сатып алушы екендігіне тәуелді баға дифференциациясы "франко" түріне бөлінеді және транспорттық шығындарды көтереді. Транспортты фактор ішкі сауда бағаларында ескеріледі. Сатушы мен сатып алушының міндеттері, әсіресе олардың арасында транспорттық және басқа да шығындарды бөлу тәртібі, "ИНКОТЕРМС 2000ж" атты құжатта көрсетілген.

Әлемдік бағалар.

Әлемдік бағалар - белгілі тауармен халықаралық сауданың жағдайын сипаттайтын ірі экспорттық және импорттық операциялар жүзеге асатын бағалар. Тәжірибеде әлемдік бағалар экспорттаушы немесе импорттаушы мемлекеттердің бір тауар бойынша баға деңгейімен, биржа, аукцион бағасымен анықталады. Әлемдік баға болып келесі шарттар орындалса, саналады:

1. бұл тауар бойынша жетекші нарықта жасалынатын ірі экспорт немесе импорт

келісімдерінің бағасы;

2. жиі сипатқа ие келісім;

3. еркін валютада төлеуді қарастыратын келісім.

4- ТАҚЫРЫП. БАҒА ҚҰРАМЫ МЕН ҚҰРЫЛЫСЫ, ДЕҢГЕЙІ

Тақырып сұрақтары:

1. Өндірістің баға стратегиясы. Бағалық құрылым стратегиясын таңдау
2. Өндірістің шығындары негізінде тауар бағасын тағайындау әдісі. Шығындарға негізделген баға стратегиясы
3. Залалсыздық әдісі
4. Сұранысқа негізделген бағаны анықтау. Сұранысқа негізделген бағалық құрылым стратегиясы
5. Бәсекелестік деңгейіне негізделген бағаны анықтау. Бәсекелестікке негізделген баға стратегиясы

Баға құрамы мен құрылысы деңгейі түтсінігі.

Кез-келген баға белгілі элементтерді кірістіреді. Бұл жағдайда баға түріне тәуелді элементтердің құрамы өзгере алады. Пайыз немесе бірлік бөлшегінде сипатталатын бағаның жеке элементтерінің қатынасы бағаның құрылысын көрсетеді. Бағаның құрылысы келесі формуламен сипатталады:

Баға= шығын + түсім

Егер тауарға акциз төленбесе, өндірістің бөлшектік бағасы таратылым бағасына сай болады және баға құрылысы жай түтрде болады. Көптеген бөлшектік делдал болғанда, соған сай бір типті элементтердің мөлшері болады: бөлшектік делдалдың сатып алу бағасы, делдалдық сату бағасы. Нәтижесінде баға құрамындағы үлес өседі, ал тауар бағасының құрылысы қиындайды. Өндіріспен өндірілетін өнімнің баға құрылымын біле отырып, бағадағы жанама салық, түтсім, шығындардың үлесін анықтауға болады. Бұның негізінде өзіндік құнының түтсу резервтері анықталады. баға стратегиясы жасалынады, сонымен қатар өндіріс мақсатына және уақытқа сай бағалық құрылым әдісі таңдалады.

Өндірістің баға стратегиясы. Бағалық құрылым стратегиясын таңдау.

Бағалық құрылымның негізгі үш стратегиясы бар: шығындаушы, қатарлаушы, бәсекелесуші. Қалған стратегиялар осы үш стратегияның модификациясын сипаттайды.

Нарықтың үш түрі бар:

1. Бәсекелестік
2. Олигополистік
3. Монополистік

Бағалық құрылым комплекстік және қарама-қайшылықты процесс болып табылады. Оның барысында фирмаға әр түтрлі әдіс,

компромистерге жүгініп, сатып алушылар психологиясын, бәсекелестерінің іс-әрекеттерін ескеру керек.

Бағалық құрылым әдісі фирманың баға стратегиясына тәуелді. Бірақ жалпы стратегия кезінде де фирмалар баға құрылымының әр түрлі альтернативті әдістерін қолдана алады. Қаржыгерлер шығандарды анықтаудан бастайды және оларға сату бағасын алу үшін түтсімді қосады.

Маркетологтар соңғы тұтынушыларға арналған бағадан бастайды. Содан кейін тауар айналымының қатысушыларының бағасын анықтай отырып, кейін шегінеді, содан соң өндіріс шығындарын есептейді.

Өндіріс шығындарына негізделген тауар бағасын тағайындау әдісі.

Шығындарға негізделген бағалық стратегия. Бұл әдіс өндіріске дәстүрлі бағытты сипаттайды. Нарықтық сұраныс зерттелмейді. Әдістің мәні бағаны анықтаудың негізі ескермеген шығын мен түтсімді жабатын көлем қосылуы мүмкін тауар бірлігінің өзіндік құнына өнім бірлігіне базалық шығындар болып табылмайды. Мысалы, өнім бірлігін шығару мен жүзеге асыру фирмаға он мың теңгеге шығады. Ол бұл өнімнің бір бірлігінен мың теңге көлемінде табыс алғысы келеді. Бұл жағдайда баға он бір мың теңгені құрайды. Ұсақ саудагер тауарға бағаны жеткізушінің фактуралық бағасын 30% жоғарылатуы мүмкін.

Тәжірибеде бағаны анықтауда шығындар әдісін қолдануға, жүгінуге екі негізгі жолы бар:

- толық шығын
- тіке немесе шектелген шығын

Бағалық құрылымда толық шығынды қолдануға фирманың тіке және жанама /өзгермелі және тұтрақты/ шығындары ескеріледі. Бұл әдіс орташа құн бойынша бағаның үлгісіне тән. Бұл әдіспен тағайындалған баға бойынша тауарды сату фирмаға барлық шығындарды өтейді және түтсім әкелуі мүмкін.

Бұл әдіспен баға тағайындаудың негізгі басылымдықтары:

1. Оның жайылығы;
2. Шектелген уақыт кезеңі мен ерекше жағдайлардағы бағаның төмен түтсуінен төмен бағаның шегін тағайындау мүмкіндігі.
3. Модульдеу және анализ әдістерін қолдану мүмкіндігі. Бұл әдістің негізгі кемшіліктері:

1. Тауарға сұраныс ескерілмейді, сол себепті осындай әдіспен бағасы тағайындалған тауар жүзеге аспайтын жағдайлар болуы мүмкін.

2. Тауарлар түтрлерінің арасындағы тұтрақты немесе жанама шығындарды бөлу әдісі туынды, шартты, дәл емес болып табылады.

Тауар бағасын тіке шығын әдісі негізінде тағайындау кезінде оның өндірісіне тікелей қатысты шығындар шығады және жанама шығындар ескерілмейді. Батыс әдебиетінде бұл әдісті "директ-костинг" деп атайды.

Бұнда баға үлгісі мынадай түрге иеленеді: тікелей шығын + түтсім. Тікелей шығын әдісімен тағайындалған баға толық шығын әдісімен

анықталған бағадан төмен болады. Тікелей шығын әдісімен баға тағайындау арқылы компания төмен баға есебінен сату көлемінің жоғарылауына қол жеткізеді.

Бірақ бұл әдіс фирмамен шығарылатын тауарлар үшін қолданылмайды. Себебі жанама шығындар өнеркәсіпке жалпы түтсім кезінде қайтарылуы тиіс. Сол себепті, тіке шығын әдісі шектелген қолданысқа ие және екі шарт сақтауда қолданылуы мүмкін:

- заттың қосымша мөлшері үшін, шығындар өндірістің негізгі көлемі есебінен толтырылады:

- өнімнің қосымша көлемін шығару үшін еркін өндірістік күш болғанда:

Залалсыздық әдісі

Залалсыздық әдісі шығынның бірінші әдісімен тығыз байланысты және нарықтық факторларды ескеруді бастайтын фирмалармен қолданылады.

Бұл әдістің мәні сату мен түтсім көлеміне тәуелді бағаның нұсқалары зерттелуінде болып табылады. Бұл әдісті қолдануда үш міндет шешіледі:

1. Өнімді шығарудың әр түрлі бағдарламалары бойынша шығындарды бағалау;

2. Рентабельділіктің мүмкін болатын деңгейіне жету шарттарын бағалау;

3. Бағаның әр нұсқасында баға көлемін бағалау.

Мысалы, компания өзінің өндірістік күшінің 75% қолданады және өнімнің жүз мың бірлігін шығарады. Тағайындалған:

1. Толық шығындар 16000\$ құрайды

2. Шығындардың сатып алуының коэффициенті /коэффициент немесе рентабельділік үлесі/ 0.25 немесе 25% тең, түтсім көлемі 4000\$ құрайды

3. Сату көлемі $16000\$ + 0.25 \square 16000\$ = 20000\$$

4. Зат бірлігінің бағасы 20000

5. заттың залалсыз сату бағасы құрайды

Бұл жағдайда жүз мың бірлік тауарды жетістікпен сату үшін тауардың бірлігіне 0.2\$ болуы тым жоғары болмауын құрау керек. Соңғы баға нұсқасы 0.16\$ мен 0.20\$ ортасында болуы мүмкін.

Сұранысқа негізделген бағаны анықтау. Сұранысқа негізделген бағаның құрылым стратегиясы.

Әдістің мәні бағаның өзгертуді фирма тауарға сұраныстың өзгеруіне тәуелді жүзеге асыруында болып табылады./ оның өндірісінде шығындарға тәуелсіз/. Шығындар алынатын түтсімге шектеу ретінде қызмет атқарады. Олар жоспарланған түтсіммен тағайындалған баға бойынша тауар сатылатындығы туралы шешімді анықтаушы ретінде қызмет атқарады.

Мысалы, сұранысты зерттегеннен кейін, маркетинг тұлғалары тауар үшін он мың теңге төлеу керек деп бекітті. Фирмаға тауар үшін үш мың теңге көлемінде түсім керек, сонда өндіріс шығындары жеті мың теңгеден аспауы керек. Егер шығындар сегіз мың теңгені құраса, төмендегідей екі жағдай болуы мүмкін:

1. фирма зат үшін үш мың теңгеге жоспарланған түсімді ала алмайды;
2. тауар бірлігіне шығындарды жеті мың теңгеге дейін қысқарту керек.

Бұл баға стратегиясында сұраныс ескеріледі: сұраныс өссе, олар да өседі, сұраныс төмендесе, шығындардың өзгермеуіне қарамастан төмендейді. Бұл әдіспен баға тағайындау үшін төрт факторды білу керек:

1. сұраныс заңы;
2. сұраныстың баға икемділігі (бағаның икемділік коэффициенті);
3. тауар дифференциясының деңгейі;
4. нарық дифференциясы (сегментациясы).

Сұраныс заңын зерттеу бағаның сол немесе басқа деңгейінде тауар сатылымының деңгейін анықтауды білдіреді. Сұраныстың бағалық икемділігі сатып алушылардың өздері сатып алатын тауар көлеміне байланысты баға өзгергіштігіне сезгіштігін сипаттайды.

Тауарлар дифференциясы баға икемділігіне тікелей әсер етеді. Тауардың оң дифференциясы сатып алушыларға білінетін пайда әкелетін сапалы заттарға беретін фирманың қабілеттілігіне тәуелді болады: сенімділікті арттыру, тәуекелді түсіру, сәнді қанағаттандыру.

Тауарлар жарнама, дизайн, техникалық параметрлер негізінде дифференциялана алады. Нарықтың сегментациясы негізінде компанияның тауардың бір түрін іздеуші сатып алушылардың біртекті нарығымен емес, бірнеше оның секторымен қызмет атқаратындығына сілтеме бар. Әр сегмент тауарлар немесе қызметтің жеке сапасын әр түрлі бағалайтын сатып алушылардан тұрады. Мысалы, сатып алушылар шоколад үш негізгі сапаға ие деп санайды: баға, дәм, сырты. Бұл қасиеттердің қайсысы маңызды немесе қайсысы маңызды емес екендігін ескере отырып, нарықтың сегіз секторын алайық. Әр секторда компания тауар бағасын қоса, маркетингтік құрал комплексін ойлап отыруы қажет.

Бәсекелестік деңгейіне бағытталған бағаны анықтау

Әдістің мәні нарықтық бағалардың төменгі немесе жоғарғы шегіндегі бәсекелестік жағдайында тағайындалу болып табылады. Шығындар немесе ұсыныстарға баға тәуелді. Бұл стратегияны таңдаған фирма бәсекелестерінің бағаны өзгертуіне, тауарға сұраныс деңгейі немесе шығындардың өзгеруіне қарамастан өз бағасын сақтайды. Немесе керісінше, фирма өзінің сұранысы мен шығындары өзгермесе де, бәсекелестерінің бағаны өзгертуіне байланысты бағасын өзгертеді. Бәсекелестік шарты бойынша тағайындаудың кең тараған екі әдісі бар:

1. ағымдағы баға әдісі;
2. «мөрленген конверт» немесе тендерлік бағалық құрылым әдісі. Ағымдағы баға әдісі негізінен біртекті тауар сатылатын нарықтағы баға саясатының құрамы ретінде қолданылады. Бәсекелестіктің жоғары деңгейімен біртекті тауар сататын компания бағаға әсер етудің шектеулі мүмкіндіктеріне ие. Бұл жағдайда фирмалар баға тағайындаудың үш әдісін қолдануы мүмкін:
 1. «басшының соңынан еру» әдісі;
 2. баға бәсекелестігі әдісі;
 3. бағалық емес бәсекелестік әдісі.

Бірінші жағдайда фирмалар басшының соңынан ереді; оларға баға бойынша шешім қабылдау керек емес: негізгі міндеті болып өндірістің шығынын бақылау және бәсекелестердің бағаларына зерттеу мониторингін жасау болып табылады. Егер фирма бәсекеге негізделген бағалық стратегия бойынша сату көлемін жоғарылатқысы келсе, бағалық және бағалық емес бәсекелестік әдістерін қолдануы керек.

Бағалық бәсекелестік кезінде фирма сұраныс көлемін өзгерте отырып, өз бағасын жоғарылата немесе төмендете сұраныстың бағалық факторларына әсер етеді. Бағалық емес бәсекелестік кезінде фирмалар бағалық емес факторларға әсер етеді: тұттынушылардың талғамы мен қалауы, олардың табысы және т.б. Осы мақсатпен сатушылар жарнама, сервистік қызмет көрсету арқылы өз өніміне ерекше қасиет береді.

«Мөрленген конверт» немесе тендерлік баға құрылымы әдісі бірнеше фирмалар үкіметтік тапсырыс немесе келісім-шарт үшін бәсекелескен кезде қолданылады (мысалы, Каспий шельфіндегі мұнай қорын өңдеуге құқық үшін).

Тендерлік баға - бәсекелестердің бағасына бағытталған мөрленген конверттегі фирманың болжамды бағасы. Бұнда бағалар шығындар деңгейінде тағайындалуы мүмкін.

Бәсекелестік деңгейге бағытталған бағаны анықтау. Бәсекеге негізделген баға стратегиясы.

Бағаның көлемін анықтағанда оның төменгі және жоғары шегін ескеруіміз керек. Төменгі шек өндірістің шығындарымен анықталады. Өзіндік құлның екі шегі бар: біріншісі толық шығыннан, екіншісі тіке шығыннан шығады. Көп жағдайда нарықтық баға орта салалық түтсімге толық шығыннан жоғары болады. Бағаның жоғары шегі болып ең бай сатып алушының бағасы немесе кездеспейтін қасиетке ие тауар бағасы табылады.

5 -ТАҚЫРЫП. БАҒАНЫҢ БАЗИСТІК ЭЛЕМЕНТІ РЕТІНДЕГІ ӨНІМНІҢ ӨЗІНДІК ҚҰНЫ

Тақырып сұрақтары:

1. Өнімнің өзіндік құны - бағаның алғашқы базасы
2. Өнімнің өзіндік құнына кіретін шығын құрамы
3. Акциздер және акциздік алымдар
4. Қосылған құнға салық

Өнімнің өзіндік құны – бағаның алғашқы бағасы

Өзіндік құн - өндіріс шығындары мен өнімді жүзеге асырудың ақшалай түрі.

Өндіріс шығарылатын өнімнің өзіндік құнын толық шығын бойынша есептейді. Ол ұсыныс бағасының төменгі шегі ретінде қызмет атқарады. Салық төлеу үшін өнімнің өңделген өзіндік құнын қолданады.

Өндірісте нақты бағаны орнату үшін өнім бірлігінің өзіндік құнының есебі жасалады. Оған кіретіндер:

- Шикізат пен материалдар;
- Қайтымды қалдықтар;
- өндіріс пен ұйымдардың өндірістік сипаттағы қызметтері мен жартылай фабрикаттары мен сатып алынатын нәрселер;
- технологиялық мақсаттар үшін энергия мен жылу;
- өндіріс жұмысшыларына жалақы;
- әлеуметтік қажеттілік үшін есептеулер;
- жалпы өндірістік шығындар;
- жалпы шаруашылық шығындар;
- жарамсыздық;
- басқа да өндірістік шығындар;
- коммерциялық шығындар.

Көп номенклатуралы өндірісте бірінші алтауы тіке шығынға, ал қалғаны өндірісті ұйымдастыру және басқарумен байланысты жанама шығындарға жатады. Жай өндірісте барлық шығындар тіке ретінде қарастырылады. Бірінші оны өндірістік өзіндік құнды құрайды. Оған өнімді жүзеге асырудағы шығындарды қосқандағы коммерциялық шығындардың кірістірілуі толық өзіндік құнды құрайды.

Өнімнің өзіндік құнына кіретін шығын құрамы

Өнімнің өзіндік құнына кіретін шығын құрамы Үкіметпен бекітілетін арнайы құжатпен реттеледі. Қазіргі уақытта толықтырулары мен өзгертулері бар «Өнімді жүзеге асыру және өндіру бойынша шығын құрамы туралы және түтсімді салықпен есептегендегі қаржылық нәтижелер құру тәртібі туралы ереже» қызмет етеді. Бұл құжат қандай шығындар өнімнің өзіндік құнынан, қандай шығындар түтсімнен

қайтарылынатындығын анықтау үшін жасалған. Бұл түсімге салықты дұрыс құру мақсатында жүзеге асырылады.

Акциздер және акциздік алымдар

Акциздер - тауар құнына қосылатын және сатып алушылармен төленетін жанама салықтар. Акциздер мемлекет монополиясы болып табылатын және халыққа арналған жоғары рентабельді өнім мен тауарға тағайындалады.

Акциз төленетін тауарларға ҚР территориясында өндірілген және ҚР территориясына импортталатын тауарлар, сонымен қатар Салық Кодексінің 257-бабында көрсетілген қызмет түтрлері жатады.

Акциз төлеушілеріне жеке және заңды тұлғалар жатады. Олар:

1. ҚР территориясында акцизделетін тауар өндіреді;
2. Акцизделетін тауарды ҚР кедендік территориясына импорттайды;
3. ҚР территориясында дизельдік отын мен бензиннің бөлшектік және көтерме саудасын жүзеге асырады;
4. Конфискаленген, иесі жоқ акцизделетін тауарларды, сонымен қатар ҚР заңына сәйкес ҚР территориясында көрсетілген тауарға акциз төленбегенде, қайтарымсыз мемлекет меншігіне өтетін тауарларды жүзеге асырады;
5. ҚР территориясында қызметтің акцизделетін түрін жүзеге асырады.

Төлеушілері болып резидент емес заңды тұлғалар және олардың құрылымдық бөлімшелері жатады.

Акцизделетін тауар мен қызмет түрі:

1. Спирттің барлық түтрлері;
2. Алкогольді өнім;
3. Темекі;
4. Құрамында темекі бар басқа заттар;
5. Бекіре және осетра балығының;
6. Бензин (авиациялықты қоспағанда), дизельді отын;
7. Жеңіл автомобильдер (инвалидтерге арнайы арналған қолмен басқарылатын автомобильден басқа);
8. Отшашушы және газ қаруы (мемлекеттік биліктің қажеті үшін алынатыннан басқа);
9. Газ конденсаты қосылған шикі мұнай.

Акцизделетін қызмет түтрлері:

- Ойын бизнесі;
- Лоторея ұйымдастыру мен өткізу.

Акциздердің ставкасы ҚР Үкіметімен бекітіледі және табиғи күйінің есептелу бірлігіне абсолютті сома және тауардың бағасына үлес ретінде тағайындалады.

Алкогольді өнімге акциздердің ставкасы сусыз спирттің құрамының көлеміне тәуелді бекітіледі. Спирттің барлық түріне акциз ставкасы спирттің келесі қолдану мақсатына тәуелді түрінде дифференцияланады. Алкогольді өндіру үшін жүзеге асырылатын спирттің акциздік ставкасы алкогольді өнімді өндіру үшін қолданбайтын тұтқалардың базалық ставкасынан төмен болады. Ойын бизнесінің объектілеріне ҚР Үкіметімен бір жылға есептелген акциздің базалық ставкасының максималды және минималды шектері тағайындалады.

Ойын бизнесінің объектілеріне тағайындалатын базалық ставка шегінде жергілікті, өкілеттілік органдары бірдей әкімшілік-территориялық бірлікте қызмет атқаратын салық төлеушілері үшін бірдей акциз ставкасын бекітеді.

Акциз объектіс болып табылады:

1. акциз төлеушілерімен жүзеге асырылатын келесідей операциялар; акцизделетін тауарларды қайта өңдеуге беру; акцизделетін тауарларды жөнелту;

2. Бензин (авиациялықты қоспағанда), дизельді отынды көтерме бағамен сату;

3. Бензин (авиациялықты қоспағанда), дизельді отынды бөлшектік бағамен сату;

4. Мемлекеттің меншігіне қайтарымсыз берілген және мемлекетке мұрагерлік бойынша өткен, конфискацияланған және иесі жоқ акцизделетін тауарларды жүзеге асыру;

5. ойын бизнесі аясында қызмет атқару;

6. лоторея ұйымдастыру мен өткізу;

7. акцизделетін тауарлар мен акциз маркасын жоғалту немесе құрту.

Акцизделуге жатпайды:

- Салық кодексінің 268-бабына сай бекітілген талаптарға жауап беретін акцизделетін тауар экспорты;

- Мемлекеттік медицина мекемесінде немесе ҚР тауар өндірушілік лицензиясы дәрі және емдік препараттарды дайындау үшін этил спиртінің айналымы мен өндірісін бақылау бойынша өкілетті мемлекеттік органмен анықталатын квоталар шеңберіндегі этил спирті;

- Медицинаға арналған спирттік құрамдағы өнім. Көлемі 0,1 литрден аспайтын және ҚР заңына сәйкес дәрілік құрал ретінде тіркелген.

Тұтрақты акциз ставкалары бекітілген акцизделінетін тауар бойынша салық базасы табиғи күйіндегі акцизделінетін тауарлардың өндірілген, сатылған көлемі ретінде анықталады.

Қосымша құн салығы

Қосымша құн салығы (ҚҚС) тауар өндірісінің және айналымының барлық стадияларында жасалатын және оны өткізгенде, құн өсімінің бір бөлігі ретінде бюджетке төленетін алым нысаны.

Тауарлар өткізілгенде оның бағасы ҚҚС сомасына ұлғайтылған болып келеді. Бірақ есеп беру құжаттарында ҚҚС сомасы бөлек жолда көрсетіледі. Шикізатқа, материалдарға, жанармайға салынатын салықтар өндірістік мақсаттарға қолданылатындықтан өндіріс және айналыс шығындарына жатпайды, сондықтан да өнімнің бағасына да енгізілмейді.

Қосымша құн салығы тауар өткізілгенде оның өндіріс және айналыс процесінде жасалған қосымша құнының бір бөлігінің бюджетке алынатын алымы, сонымен қатар Қазақстан Республикасына импортталатын тауарлардан бюджетке төленетін төлемдер. Бюджетке төленетін қосымша құн салығы, өткізілген тауарлардан (қызметтерден) алынатын ҚҚС сомасымен және алынған тауарларға (қызметтерге) төленетін ҚҚС сомасының айырмасымен анықталады.

Бұдан, ҚҚС шекті тұттынушымен төленетін тауар (қызмет) бағасына қосылатын қосымша салық болып табылады. Бұл салық жері кәсіпорынға емес, тұттынушыға түседі. Кәсіпорын - ол тек бұл салықты жинаушы, сондықтан оның төленуіне мүдделі емес.

Салықтың алынуы бөлшектеп төлеу әдісімен іске асырылады. Тауар өндірісінің және айналымының технологиялық тізбегінің әрбір этабында ҚҚС, оның сатылғанда және сатып алынғанда төленетін салықтардың айырмасына тең.

ҚҚС салынатын объектілер:

1. салық салынатын айналым;
2. салық салынатын импорт.

ҚҚС төлеушілері - Қазақстан Республикасының салық Кодексінің 208 бабына сәйкес, ҚҚС бойынша есепте тұтқан, мемлекеттік мекемелерден басқа барлық тұлғалар. Импортқа салынатын ҚҚС-ң төлеушілері - Қазақстан Республикасының Кедендік заңнамаларымен анықталған, Қазақстан Республикасына тауарларды (қызметтерді) импорттайтын тұлғалар.

Бюджетке төленетін ҚҚС сомасы салық Кодексінің 245-бабымен анықталған ҚҚС сомасымен, осы Кодекстің 235-бабымен анықталған ҚҚС сомасының айырмасымен анықталады.

ҚҚС мөлшерлемесі:

ҚҚС мөлшерлемесі салық салынатын айналым мөлшеріне байланысты және 13% - ға тең.

- Салық Кодексінің 222-224 баптарында көрсетілген салық салынатын айналымдарға ҚҚС нөлдік мөлшерлеменен салынады.
- Салық салынатын импортқа ҚҚС сомасы, тауар (қызмет) мөлшеріне байланысты 14%-ға тең.

Тауарды (қызметті) импорттағанда салық Кодексінің 516-бабының 2 пунктiне сәйкес ҚҚС сомасы, Қазақстан Республикасының Кедендік

заңнамасымен анықталып, жалпы кедендік төлем құрамында төленуі мүмкін

6-ТАҚЫРЫП. ТАЗА ТАБЫС ЖӘНЕ ОНЫҢ БАҒАМЕН БАЙЛАНЫСЫ

Тақырып сұрақтары:

1. Пайда таза табыстың баға арқылы көрінетін нысаны

2. Рентабельділік (табыстылық)

Пайда таза табыстың баға арқылы көрінетін нысаны.

Пайда - бұл тауар орнатылған бағамен өткізілгеннен кейінгі алынатын табыстың бір нысаны болып табылады. Салықтарды төлегеннен кейін кәсіпорын таза табыс алады. Акционерлердің жиналысының шешімі бойынша таза табыс белгілі бір қатынаста тұтлыну және қорлану қорына бөлінеді. Қорлану қорының есебінен кәсіпорын әртүрлі инвестициялық жобаларды жүзеге асырады, кадрларды дайындайды және қайта дайындайды. Тұттыну қорының есебінен кәсіпорын қызметкерлеріне берілетін әлеуметтік төлемдер артуы мүмкін, сонымен қатар әлеуметтік сала мекемелерін қамтамасыз етуге жұмсалады. Өнімнің бағасының құрамына оның өзіндік құны мен бірге таза табыс та кіреді. Таза табыстың басты нысаны ол - пайда. Таза табыс экономикалық жүйеге және бухгалтерлік есепке байланысты әртүрлі нысанда көрінеді: пайда, пайыз, рента, акциздер және т.б. Батыс экономистерінің "пайда" ұғымы туралы көзқарастары әртүрлі екендігін айта кеткен жөн.

Атақты американ экономисі П.Самуэльсон пайданың табиғаты туралы 4 түрлі көзқарасты атап көрсетеді:

1. өндіріс факторларынан алынатын міндетті табыс

2. кәсіпкерлік қызметпен айналысқаны үшін және техникалық жетілдіруді енгізгендігі үшін сыйақы

3. тәуекелділікке және белгісіздікке төленетін төлем

4. монопольды табыс.

Пайданың пайда болуы туралы теориялардың көптігі, бұл ұлымның күрделілігімен және саяси-әлеуметтік себептермен түтсіндіріледі. Тауарларды (қызметтерді) өткізуден түтсетін пайда. Қосымша құн салығының және акциздерсіз, ағымдағы бағамен тауарларды (қызметтерді) өткізуден алынған табыс пен осы тауарларды (қызметтерді) өндіру және өткізу үшін кететін шығындар айырмасына тең.

"Өнімді өткізуден түтсетін пайда" және "кәсіпорын пайдасы" ұғымдарының айырмашылықтары бар. Кәсіпорын пайдасы тек өнімді өткізуден түтсетін пайдамен шектелмейді, ол сонымен қатар: басқа кәсіпорындарға үлестік қатысуы арқылы, акциялардан және басқа бағалы қағаздардан алынатын дивиденттерден, мүлікті жалға беруден түтсетін табыстан, валюта шотындағы оң курстан және т.б. құралады.

бюджеттің табыстар құрылымында табысқа салынатын кейінгі екінші орында тұтрады. Тұтрақты бағаларда алынатын пайда мөлшері

өзіндік құнның динамикасына тәуелді. Пайданың өзіндік құнмен мұндай байланысы өндірістің экономикалық эффективтілігін сипаттайды, оның өсуі кәсіпорынның және мемлекеттік бюджеттің табысын өсіреді.

Рентабельділік (табыстылық) Пайданың салыстырмалы шамасы ол табыстылық (рентабельділік)

Егер де мемлекет бағаны реттейтін болса, онда ол пайданы емес, рентабельділік (табыстылық) нормасын реттейді. Бұл пайданың абсолютті шамасы рентабельділік нормасына тәуелді болатын туынды шама екендігімен түсіндіріледі. Рентабельділік түрлері: шығындар, сату, мүлік, жарғылық капитал рентабельділігі. Баға жасалуда өнім рентабельділігінің маңызы зор, себебі ол шығындар рентабельділігімен мағыналас. Ол шығарылым эффективтілігін көрсетеді, өйткені тауарды өткізгеннен кейін алынатын пайда мен тауарды өндіру үшін кеткен шығындардың өзара байланысын сипаттайды. Бұл жағдайда жалпы есептеу бағасына енетін пайда, бюджетке шығын келтірмей (қолданылып отырған заңнамаға сәйкес) кәсіпорынның қалыпты қызметін қамтамасыз етуі тиіс.

Баға жасаудың күрделі мәселелерінің бірі болып табиғи монополиялар бағасының құрушысы болатын пайданың мөлшерін анықтау болып табылады. Қазақстан Республикасының 1998 ж. 9 шілдесінде қабылданған «Табиғи монополиялар туралы» Заңы өз күшінде. Бұл Заңға сүйене отырып, Қазақстан Республикасының Үкіметі 2005 ж. 21 қыркүйекте «Табиғи монополиялар субъектілерінің қызметін мемлекеттік реттеудің жеңілдетілген ережесі» деген қаулы қабылдады. Бұл қаулыға сәйкес табиғи монополиялар субъектілерінің қызметін мемлекеттік реттеуді жеңілдетілген ретте жүргізу:

1. тарифті бекіту (бағаны, мөлшерлемені, жинақты)
2. тарифтік сметаны бекіту;
3. шығындардың жасалуының ерекше ретін бекіту;
4. табыстарды, шығындарды және реттелетін қызметтердегі қолданыстағы активтерді есепке алудың ретін бекіту;
5. есептік саясатпен үндесу;
6. уақытша теңестіретін тарифті бекіту (баға, мөлшерлеме, жинақ)

Студенттің өзіндік жұмысына тапсырмалар

1. Пайда мөлшеріне әсер етуші факторлар.
2. Еркін бағаларда пайданы есептеудің және талдаудың әдістері.
3. Салықтар - бағадағы таза табыстың құраушы.

7-ТАҚЫРЫП . БАҒАНЫ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

Тақырып сұрақтары:

1. Бағаларды мемлекеттік реттеудің мәні және қажеттілігі
2. Бағаны мемлекеттік реттеудің мақсаттары
3. Дамыған нарықтық экономиканы елдердегі бағаны мемлекеттік реттеудің сипаттамасы
4. Бағаны реттеудің әдістері

Бағаларды мемлекеттік реттеудің мәні және қажеттілігі.

Баға саясаты - бұл мемлекеттік биліктің, жергілікті өзін-өзі басқару және бағаны жасаушы субъектілердің халық шаруашылығы, қызметтер сферасындағы бағаларды реттеуші және оны бақылаумен байланысты қызметі. Бағалар- саясаты бағалардың іс жүзінде құрылуын және оларды реттеудің тәжірибесін талдау арқылы, бағаны мемлекеттік реттеудің тәртібін бақылау, антимонополиялық заң негізінде монополиялық қызметтің жағымсыз салдарларын шектеу.

Бағалық саясат мемлекеттің экономикалық саясатының құрамдас бөлігі және нарықтық қатынастар кезінде оның орны ерекше болады. Ол нарықтық қатынастардың нығаюына көмектеседі; мемлекеттің, жеке меншік, муниципалды және т.б. меншік түтрлерінің мүддесін қорғайды, инфляцияны тежейді және оның экономикалық, және әлеуметтік теріс әсерлерін бәсеңдетеді, бәсекелестіктің дамуына жол ашады, тауарлар мен қызметтердің, қаржы құралдарының еркін қозғалысына және еркін экономикалық қызметке жағдайлар жасайды.

Нарықта жетілмеген бәсеке, олигополия, монополия таралған. Бұл жағдайда нарықтық жүйе мінсіз қызмет атқара алмайды, одан өз кезегінде нарық шеше алмайтын көптеген мәселелер туындайды.

Нарықтың негізгі кемшіліктері:

1. Ірі масштабты өндірістің басымдығы монополияға алып келіп, бәсекелестікті нашарлатады;
2. Халық табысының айтарлықтай дифференциациясы;
3. Қоғамдық қажеттілікті (қорғаныс, байланыс, медицина және т.б.), сыртқы әсерлерді (қоршаған ортаны қорғау) анықтай алмауы;
4. Ынталандырушы (марапаттайтын)

Бұл әдістер монополиялану деңгейіне және экономика жағдайына байланысты қолданылады. Шектеуші әдістер негізінен жоғары монополияланған экономикада және жоғары инфляция жағдайында баға өсімін шектеу үшін қолданылады. Мұндай әдіс көпшілік жағдайда орталықтандырылған жоспарлы экономиканы және өтпелі кезең экономикасындағы елдерге тән. Шектеу әдістеріне мыналар жатады:

1. шекті бағалар;
2. тұтрақты бағалар;

3. бағалар өзгерісінің шекті коэффициенті;
4. табыстылықтың шекті деңгейі;
5. жарияланған бағалар және т.б.

Тыйым салушы әдістер монополизмді жеңу, дамыған нарықтық шаруашылық жағдайларда бәсекелестікті дамыту, тұтрақты экономиканы жасау және бағаның тұтрып қалуына тыйым салу үшін қолданылады.

Тыйым салу әдістеріне келесілер жатады:

- бағаны тұтрақтандыруға тыйым салушы;
- дискриминациялық, жабайы және т.б. бағаларға тыйым салушы;
- қызықтырушы және ауыстырушы принципіне сүйенген жарнамаға тыйым салушы.

Бағаны тұтрақтандыруға тыйым салу әдісіне сәйкес, үкімет бағаның вертикаль (тігінен) және горизонталь (көлденеңінен) бойынша тұтрақталуын шектейді. Көлденең тұтрақтандыру өндірушілердің арасында бағаны белгілеу туралы келісіммен жүзеге асырылады. Тігінен тұтрақтандыру өндірушілер немесе көптеп сатушылар жекелей бағаларды қадағалаған кезде орын алады.

Дискриминациондық бағаларға тыйым салушы әдістер ұсақ бөлшек саудамен айналысатын дүкендерді қорғау үшін керек. АҚШ-тың бірқатар штаттары, бөлшек саудаға шығыннан аз бағамен өнімді сатуға тыйым салатын, оған қоса тұтрақты пайыз алуға мүмкіндік беретін, әділетсіз сауда туралы заң қабылдаған. Тыйым салу мақсаты - ұсақ бәсекелестерді жою үшін ірі фирмалардың бағаны шығындардан төменгі деңгейге түтсіруіне тосқауыл қою. Алдамшы бағалық жарнамаларды шектеу үшін рұқсат етілетін іс-әрекеттердің стандартты жасалған. Мысалы, сатып алушыны төмен бағалармен дүкенге тартып, ал содан кейін тауар таусылды деп айтатын «қызықтырушы және ауыстырушы» принципіне сүйенетін жарнамаға тыйым салынады. Мұны қадағалау үшін фирмалардан есептілікті және құжаттылықты қатаң сақтау талап етіледі.

Ынталандырушы әдістер өмірлік маңызы зор немесе базалық тауар түтрлерін (мысалы, ауыл шаруашылық өнімі, балық өнімі, электр энергиясы) ынталандыруға немесе марапаттауға бағытталған. Оларға жоғарыда аталған кепілдік бағалар, мақсаттық бағалар және т.б. жатады.

Нарықтың бұл кемшіліктерін жою үшін мемлекеттік реттеу пайдаланылады, ал нақтырақ айтсақ мұның кілті болып мемлекеттік бағаларды реттеу табылады.

Бағаны мемлекеттік реттеу әртүрлі мақсаттар үшін жүзеге асырылады:

1. жекелеген салалар, өндіріс қызметтерін ынталандыру немесе шектеу;
2. инфляциямен күрес жүргізу;
3. халық шаруашылық салалары мен сфералары арасында белгілі бір қатынастарды сақтау;

4. құрылымдық қайта құрулар жасау;
5. халықтың өмір деңгейін жақсартуға көмектесу;
6. монополияны шектеу, бәсекені дамыту және басқа да мақсаттар үшін қолданылады.

4. Дамыған нарықтық экономиканы елдердегі бағаны мемлекеттік реттеудің сипаттамасы.

Нарықтық экономикасы дамыған елдерде бағаны мемлекеттік реттеу кеңінен қолданыс тапқан. Мысалы, АҚШ-та мемлекет бағалардың 10%-н, Жапонияда 20%-н, Швейцарияда 50%-н қадағалайды.

Бағаны мемлекеттік реттеу деңгейі әртүрлі кезеңге және әрбір елде әртүрлі. Ол келесідей факторларға:

1. экономиканың жалпы жағдайына,
2. елдің монополиялану деңгейіне;
3. жеке салалардағы нақты конъюктураға;
4. әртүрлі елдердің жүргізетін экономикалық саясатының мақсаттарына байланысты болады.

Бағаны мемлекеттік реттеудің деңгейі жоғары болған сайын, елдің экономикалық жағдайы күрделене түседі. Елдің тұтрақты экономикалық дамуы кезінде және елеусіз инфляция орын алғанда, бағаны мемлекеттік реттеу заңмен қаралған жағдайларға сәйкес, анағұрлым әлсіз түтрде жүзеге асырылады. Экономиканың монополиялану деңгейі жоғары болған сайын, бағаны мемлекеттік реттеу деңгейі жоғары және баға мен жалақыны қадағалау сияқты стагфляциямен күрес құралы да пайдаланылады (стагфляция = өндірістің стагнациясы (құлдырау) + баға өсімі (инфляция))

АҚШ-та барлық фирмалардың (356 мың) 0,06% құрайтын 200 ең ірі өндеуші өнеркәсіптік корпорацияға барлық сатылымның 50% тиесілі.

Көптеген дамыған нарықтық экономикасы бар елдерде, бағаны реттеудегі мемлекеттік органдардың құқығы мен рөлін, бағаны белгілеудегі өндірушілердің құқықтары мен міндеттерін және тұттынушылардың құқықтарын анықтайтын заңнамалық актілері бар.

Айталық, Австралияда мемлекеттік реттеу бағалар туралы заңмен, ал Грецияда президентпен бекітілген нарықтық реттеу кодексі арқылы жүзеге асырылады.

Данияда, өзіне бұрынырақ қолданылған баға мен пайда және монополия мен бәсекелестік туралы заңдар негізінде жасалған бәсекелестік туралы заңмен реттеледі. Норвегияда бағаға қатысты мәселелер, бағаны бақылау туралы, пайда және монополияны шектеу туралы заңдармен реттеледі.

Ресей Федерациясында қазіргі кезде табиғи монополия өнімдерінің бағасын мемлекеттік реттеу туралы Заң, Президент Жарлығы және Үкімет қаулылары жұмыс жасауда. Қазақстанда «Монополиялық қызметті шектеу», «Табиғи монополиялар» туралы заңдар бар.

Әр елде бағаларды реттеуге парламенттің, үкіметтің, ведомстволардың және басқа органдардың араласуы әр түрлі деңгейде. Мысалы, Австрияда мемлекеттік монополия (темекі, тұтз, байланыс қызметтері және теміржол көлігі) орнаған тауарларға баға парламент шешімімен; спирттік сусындарға қаржы министрлігімен белгіленеді. Сүт, ет, астық нарығы арнайы құрылған. Сүт қоры, астық қоры, шаруашылық жүргізу және ет шығару сияқты арнайы құрылған ұйымдар арқылы жүзеге асырылады. Бұл қорлар шегінде бір шаруашылықтардан алынған жоғары пайда, жоғары шығынға ұшыраған шаруашылықтарға берілуі мүмкін.

Айта кететін жайт, ауылшаруашылығы көптеген елдерде бағалық қолдауға ие болып отыр. Мысалы, АҚШ-та фермерге минималды табысқа кепілдік беретін, бидац, күріш, жемдік бидай, мақта, арахис, темекі сияқты өнімдерге кепілді бағалар қарастырылған. Қолайсыз жағдайда фермер өз өнімін осы бағалар бойынша кепілге өткізуіне болады. Егер кейіннен жағдай түзеліп жатса, ол кепілге берген өнімін қайта алып, оны жоғарырақ нарықтық бағалармен сатуына береді.

АҚШ-та есептік сипатқа ие және фермерлік шаруашылықтың табысының төменгі шегін анықтайтын мақсаттық бағаның маңызы зор. Егер де нарықтық бағалар мақсаттық бағадан төмен түтссе, фермерлерге компенсациялық бағалық үстеме төленеді. АҚШ-та сонымен қатар өнеркәсіп және ауылшаруашылығы өнімдерінің бағалық паритетіне (қатынасына) көп көңіл бөлінеді:

- біріншісі, шаруашылық салалардың ұлттық базалық құрылымын анықтаушы (жанар-жағармай, энергетика, көлік, байланыс);
- екіншісі, өмір сүру құлын анықтаушы (азық-түтлік, үй);
- үшіншісі, сыртқы экономикалық преференцияларды (жеңідіктерді) талап етуші.

4. Бағаны реттеу әдістері

Бағаға әсер ету мақсаттарына байланысты әдістер:

- шектеуші (шектелетін)
- тыйым салушы (тыйым салатын)
- Реттелетін бағаларды қолдану тәртібінің сақталуын бақылау.

Қазақстан Республикасында бағаны мемлекеттік реттеудің ерекшеліктері.

8-ТАҚЫРЫП. САЛАЛАРДАҒЫ БАҒАЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМ

Тақырып сұрақтары:

1. Құрылыс саласындағы бағалық құрылым
2. Көліктегі бағалық құрылым

Құрылыс дегеніміз - өндірістік құралдардың монтажы бойынша жұмыстар, қосалқы, транспорттық және т.б. құрылыс жұмыстарын енгізетін ғимараттар мен құрылғыларды салу және тұрғызу.

Жаңа құрылыс - жаңа алаңдардағы кәсіпорындардағы, ғимараттар мен мекемелерді тұрғызу. Олар эксплуатацияға енгізілгеннен кейін, өзін-өзі қамтамасыз ету балансында болады.

Реконструкция (қайта тұрғызу, жаңғырту) - объектілердің негізгі технико-экономикалық көрсеткіштерімен байланысты құрылыс жұмыстарының кешені.

Кәсіпорындар, ғимараттар мен құрылғылар құрылысының сметалық құны - бұл жобалық материалдарға сәйкес құрылысты іске асыру үшін қажетті сметалық құжаттар мен анықталатын ақша қаражаттарының соммасы.

Сметалық құн капиталдық салымдар, құрылыстық өнімнің келісім-шарт бағасының қалыптасуының, атқарылған мердігерлік жұмыстардың (құрылыстық-монтаждық, жөндеу құрылыстары) есеп жүргізуін, сатып алынған және құрылыс орнына жеткізілген құрал-жабдықтар үшін, сонімен қатар, жиынтық сметалық есеп жүргізілуімен қарастырылған басқа да қаражаттар есебіне басқа шығындарды өтеу.

Капитал салымдарының технологиялық құрылымына сәйкес және құрылыстық-монтаждық ұйымдастыруды жүзеге асыру әрекеттеріне байланысты құрылыстың сметалық құны келесідей топталады:

- құрылыс жұмыстарының құны;
- өндірістік жабдықтардың құны бойынша жұмыстарының құны (монтаждық жұмыстар);
- өндіріс жабдықтарының құны, яғни жиһаз бен құрал-сайман;
- басқа да шығындар.

Бұл жағдайда құрылыстың сметалық құнының формуласы төмендегідей анықталады:

$$C_{\text{смет}} = C_{\text{қ.ж.}} + C_{\text{м.ж.}} + C_{\text{ж.қ.}} + C_{\text{б.ж.}},$$

мұндағы, $C_{\text{қ.ж.}}$ - құрылыс жұмыстарының сметалық құны; $C_{\text{м.ж.}}$ - монтаждық жұмыстың сметалық құны; $C_{\text{ж.қ.}}$ - жабдықтар мен құрал-саймандардың сметасы; $C_{\text{б.ж.}}$ - басқа да сметалық шығындар.

Құрылыстың сметалық құнын анықтағанда құрылыстық жұмыстарға төмендегілерді жатқызады.

- ғимараттар мен мекемелерді тұрғызу жұмыстары: жер жұмыстары;
- құрылыстық конструкцияларды орналастыру;
- қайта жасау құмыстары;
- тұрғын үйлердегі электр шамын орналастыру (құру) жұмыстары;
- ішкі санитарлық-техникалық құру жұмыстары (водопровод, анализация, жылу, газбен қамтамасыз ету, вентилизация және ауаны кандинциялау) және де басқа да ішкі труба желістеріне;
- сыртқы инженерлік желілер мен құрастыру бойынша жұмыстар;
- құрылыстың соңғы кезеңіндегі территорияны көгалдандыру жұмыстары;
- құрылысты жасау алдында территорияны дайындау жұмыстары, ормандар мен бұталарды кесу, территорияны жоспарлау, грунтты шаю, құрылымдарды бұзу және алып тастау және т.б.;
- өндірістік жабдықтарға арналған фундаменттерді құру жұмыстары;
- объектілерді реконструкциялағанда толық жөндеу жұмыстары орындалғандағы құрылыстық конструкцияларды бөлшектеу жұмыстары.

Монтаждық жұмыстарға енетіндер;

- өндірістік жабдықтардың барлық түрін жинау және құру, сонымен қатар компрессорлық машиналарды, насостарды, вентиляторларды, электроникалық қондырғыларды, электр пештер, құрылғылар, есептеу техникалары мен автоматтандыру заттары;
- ток желілерін тарту;
- құбырлар жүйесін тарту (жүргізу);
- технологиялық және басқа да өндірістік жабдықтарға қажетті бұйымдарды әзірлеу;
- ғимараттар мен құрылымдарды жетілдіру және күрделі жөндеуден өткізгенде жабдықтарды демонтаждау.

Жихаздар мен құрал-саймандар құнына құралдардың барлық түрлерін конструкциялау және қоймаға жеткізу, сонымен қатар, өндірістік үдеріспен байланысты технологиялық байланысты көліктік құралдар шығындары; жатақхананы жабдықтау үшін, коммуналдық шаруашылық объектісі, сауда, денсаулық сақтау, мәдениет саласы үшін қажетті жихаздар, құралдар мен саймандар.

Басқа шығындарға барлық шығындар жатады, тек қана құрылыс және монтаждау жұмыстарына, жабдықтарға, жихаздар мен қосалқы бұйымдарға кеткен шығындар кірмейді.

Басқа шығындарды жабдағы құралдар әдетте сметалық есеп айыру жасалғанда анықталады.

Құрылыстық монтаждық жұмыстар, жихаз және құралдар құнының құрамына жасалған анализдері бойынша мынандай тұжырым жасауға болады: жылжымайтын мүлік дүниелерге бағалағанда құрылыстың

сметалық құны өзіне тек қана құрылыс жұмыстарының құнын енгізу керек. Монтаждық жұмыстар, жабдықтар мен құрал-саймандар құны, бағаланатын объектілердің құрылыс бөлігіне байланысты емес, өйткені олар негізгі қордың жылдам бөлігін қалыптастырады (активті-жылдам). Сондықтан берілген курста ол қарастырылмайды.

Құрылыс жұмыстарының сметалық құны өзіне тура шығындарды (Ст.ш.), өзгермелі шығындарды (Сө.ш.) және сметалық пайданы (Сс.п.) енгізеді:

$$Сқ.ж.=Ст.ш.+Сө.ш.+Сс.п..$$

Тура шығындар құрылыс жұмыстарының нақты түрлерін өндірумен байланысты. Олардың шамасы бойынша және сәйкес сметалық бағаламаларды қолданумен байланысты сметалық шығындар мөлшерімен анықталады.

Тура шығындар өз құрамына қосады:

- жұмысшы - құрылысшылардың негізгі еңбекақы шығындарын (Шн.);
- құрылыс машиналары мен механизмдерді пайдалану шығындары жұмысшы машинистердің еңбек ақысын қосқанда (Сэ.м.м.);
- құрылыс материалдыр мен бұйымдарға, конструкцияларға кеткен шығындар (См.).

$$Со.ш.=Шн.+Сэ.м.м.=Шн.+(Ем.+Сп.)+См.,$$

мұндағы, Ем. - құрылыс машиналарымен жұмыс істейтін жұмысшы машинистердің еңбекақысы; Сп. - машиналарды пайдалану шығындары.(машинистердің еңбекақысын санамағанда).

Реконструкция мен жалпы жөндеу өндірісінде:

$$Сп.з.=Шн.*1,15+Сэ.м.м.*1,25+См.$$

Өзгермелі (жөнелтпе) шығындар - құрылысты басқаруда, құрылыс өндірісін қалыптастыруда және жұмысшыларға қызмет көрсетумен байланысты шығындар.

Сметалық пайда - негізінен мердігерлердің әлеуметтік аясының және өндірістік базаның дамуына әкелетін мердігерлік құрылыс ұйымдарының пайдасы.

Локальдік (жергілікті) сметалар - біріншілік сметалық құжаттамалар болып табылады және осы жұмыс құжаттамаларын әзірлеу кезіндеанықталатын жұмыстар көлемі негізіндегі жалпы жұмысқа не ғимарттар мен қондырғылар бойынша шығындар және жекелеген жұмыс түрлеріне қатысты шығындар ескеріледі.

Локальдік сметалық есеп айырусылар жұмыс көлемі толығымен анықталмаған жағдайда және жұмыс құжаттамалары негізінде нақтылау тиістілігін қажетсінетін немесе жұмыс көлемі мен олардың орындалу әдістері құрылыс үдерісінде нақтыланатын және де жобалау кезінде анықталуы мүмкін.

Базисті индекстік әдіс - жұмыс көлемі және бірлікті бағалама негізінде базистік деңгей бойынша анықталатын құнға ағымдық индексті қолдануға негізделген.

Базистік өтемақы әдісі - базистік сметалық баға деңгейі негізінде жіне құрылыста қолданылатын ресурстар тарифтері мен баға өзгерістерін өтейтін қосымша шығындар негізінде анықталатын жұмыстар мен шығындар құнының соммасын қарастырады.

Ресурстық әдіс - жобаны жүзеге асыру үшін қажетті ресурстардың ағымдық бағасы мен тарифтерінің калькуляциясын қарастырады.

Ресурсты-индекстік әдіс - ресурстардың базистік деңгейдегі бағасы мен тарифтерінің калькуляциясын қарастырады.

Ағымдық бірлік бағаламаға негізделген әдіс - аймақтық ағымдағы өлшемдік бағалама мен жұмыс көлемі қолдануы қарастырады.

Ертеректе салынған (алдын-ала салынған) немесе жоспарланған ұқсас объект құнының мәліметтері негізінде әдіс объектіні жоспарлағанда құндық мәліметтер, алдын-ала салынған немесе жоспарланған ұқсас ғимараттар мен мекемелерді қолданады.

Қызмте көрсету аясы келесідей сипатта топтасады:

1. әлеуметтік-мәдениет қызмет көрсету секторы (білім, мәдениет, денсаулық сақтау);

2. материалдық-тұрмыс қызмет көрсету кешені (тұрғын-коммуналдық шаруашылық, тұрмыстық қызмет, рекрециялық (тынықтыру) қызметтер жүйесі;

3 іскерлік, ақпараттық және инженерлі-техникалық қызмет көрсету секторы.

Қызмет бағаларын реттеу тұрғысынан оларды 3 категорияға бөлуге болады:

1 бағалары мемлекетпен реттелетін қызметтер;

2. бағалары нарық қатысушылары арқылы өзіндік реттелуге жатқызылатын қызметтер;

3.бағалары таза нарықтық механизм арқылы қалыптасатын қызметтер.

Екінші топқа, тарифтері сан түрлі ,бірлестіктер мен немесе нарық қатысушыларымен келісімшілдігінің нәтижесінде реттелінетін қызметтер енеді (әе тасымалдауы, нотариустық, адвокаттық қызметтер).

Үшінші топқа тарифтері сервистік қызметтерді жүзеге асырумен шартталынатын толықтай нарық механизмімен қалыптасатын қызметтер

(тұрмыстық қызметтер, банктік қызметтер, коммерциялық білім беру мен медициналық қызметтер).

Қызметтер бағасы осы қызметтерді белгілі бір уақыт мерзіміне оның көлемін шектемей қолдануға құқық беретін абонемент қағидасы бойынша тұрғызылуы мүмкін.

Монополия шартында бағалары мемлекетпен реттелінетін тұрғын коммуналдық шаруашылықтар қызмет етеді. Нақты бәсекелестік нарық жағдайында көптеген тұтынушылар қызметтерге бекітілетін баға деңгейі турасында ақпаратты толықтай меңгере алмайды. Нәтижесінде өндірушілерде "жеңілдік баға", "төмен баға" стратегиясын қолдана отырып белсенді түрде баға саясатын жүзеге асыруға мүмкіндік пайда болады.

Кейбір монополиялық билік болып, тұтынушылар алмастырылушы-қызметтер туралы ақпараттар білмеуі жағдайында "жоғарғы баға" және "толықтырушы бағалар", немесе "екібөлікті баға" стратегияларын қолдану мүмкіншілігі пайда болады. Бұл стратегия бір қызметті тұтынудың бір бөлігі оның екінші бөлігіне үстеме төлемді төлегенде ғана жүзеге асады. Мысалы, аттракцион паркіне тұтынушы кіру үшін төлем жасау керек, ал одан соң жеке, аттракционды пайдалану үшін төлем жүргізу керек. Практик қожайыны кіру үшін де, аттракциондарды қолданғаны үшін де қандай баға, яғни жоғары не төмен баға қою керек екінің өзі шешеді, немесе керісінше болуы мүмкін.

Қызмет аясында қызметтерді басқа біреуге қайта сату жүргізілмейтіндіктен баға қалыптасу үдерісінде бағалық дискриминация жүзеге асырылуы мүмкін. Ол, қызметтерді төмен немесе жоғары бағамен сатып алатын нарық сегменттеріне немесе тұтынушы топтарына бөліну түрінде көрінуі мүмкін (коммуналдық қызметтер, транспорт, адвокат қызметі және т.б.).

Қызметтерге бағақалыптасу тауарларға қолданылатын бағақалыптастыру әдістері арқылы жүргізіледі. Көбінесе бағақалыптасу шығындар және ағымдық бағалар әдісі арқылы қалыптасады. Сол арқылы қызметтер аясындағы көптеген кәсіпорындарға баға туралы ақпаратты жылдам және тез жинауға мүмкіндік береді.

Көліктік саладағы баға қалыптастыру

Қазақстан Республикасындағы көліктік қызметтер нарығы автокөлік кәсіпорындары, әуекомпаниялардың акционерленуінде айқындалатын, өнеркәсіптік және көліктік кәсіпорындардың коммерциялық қызметтердің ырықтандырылуын анықтайды. Көліктік қызмет нарығындағы бәсекелестік тек қана әр түрлі көліктер аарсында ғана емес, сонымен қатар көлік жүйесінің барлықтай саласындағы көлік фирмаларының арасында (мемлекеттік монополия болып саналатын теміржолдан басқа) сипат алады.

Көліктік тариф - кеңістіктегі материалдық объектінің тасымалдануының бағасы. Көліктік тарифтер өз құрамына жүк тасымалдау

мен жолаушылар тарифтерін енгізеді. Жүк тасымалдау көлігі өндірушіден тұтынушыға өнімді жеткізе отырып, оның құнын ұлғайтады және өндірістік салаға тиесілі болады. Жолаушы тасымалдау көлігі қызмет көрсетушілік сипатта болатындықтан, оны қызмет көрсету аясына тиесілі деп санаймыз.

Жүк тасымалдау тарифтерінің негізінде ақшалай айқындамасы ретінде көліктік тариф болып табылатын, тасымалдау құныны анықтайтын жүкті жеткізу бойынша қоғамдақ қажетті шығындар жатыр.

Бастапқы-соңғы операциялар шығындары өзіне жүк партияларының құрамының қалыптасуымен жіне жүкті түйеу-түсіруіне байланысты шығындарды енгізеді.

Жылжыту операцияларына (жүкті тасымалдау) шығындар, байланыс-хабар жолдарын, энергетикалық шаруашылықты қамтамасыз ету бойынша, жүктерді жылжыту бойынша шығындарды енгізеді.

Теміржол көлігі - Қазақстанның негізгі көлік кешені болып таылады. Жүкқайналым көлемі бойынша ол бірінші орынды алады. Теміржол көлігінің негізгі ерекшелігі - өндірістік және ауылшаруашылық жүктерін үлкен партиямен тасымалдауында. Теміржол көлемі үнемі реттелікте жұмыс істеумен сипатталады.

Теміржол көлігінің тарифтері вагон типтеріне, қандай қызмет үшін тиесілі екендігіне, жөнелту түрлеріне, вагонның жүк көтеріміне, тасымалдаудың ерекше шарттары мен басқа да шарттарға байланысты бекітіледі. Жүкті тасымалдау көлемі кез келген ара қашықтықта тасымалдау төлемін енгізетін тарифтік схеманың есеп айырысу кестесімен анықталады. Жүкті тасымалдаудың ең минималды төлемі болып 50 км қашықтық бекітілген.

Сонмымен қатар жалпы, жергілікті және айрықша тарифтер қолданылады.

Жалпы тарифтер тарифтердің ігіндегі ең негізгі формасы болып табылады. Ол арқылы жүктердің тасымалдау төлемі анықталады.

Жергілікті тарифтер жалпы теміржол желісіне қосылмаған жергілікті қатынастар бойынша теміржол тораптарымен жүкті тасымалдауға қалыптасады. Олар жергілікті кәсіпорындарды жекелеген шығындарды негізінде олардың басшыларымен бекітіледі.

Айрықша тарифтер - мемлекеттің қойған міндетіне байланысты жалпы тарифтерден төмен не жоғары болуы мүмкін.

Вагондық тариф негізінде оған жүкті тиеудің белгілі бір нормасы арқылы анықталған жағдайдағы вагон үшін мөлшерлемесі жатыр. Тиелу дәрежесіне қарамай вагон үшін тасымалдау төлемелі алынады. Ол вагонның жүк көтері және сиымдылығынтолығымен қолдануын реттейді.

Контейнерлік тасымалдау тарифтері контейнердің толық жүккөтерімін қолдануымен есептеледі. Ол әр вагондық тарифтен жоғары,

сондықтан контейнерді қамтамасыз ету үшін қосымша шығындарды алмастыру қажеттілігі туындайды.

Тонналық тарифтер ұсақ және аз тонналық жүк тасымалдауларда қолданылады. Ұсақ жіберу тарифтері құрылымдық вагонда әр түрлі құжаттармен жүкті тасымалдауда қолданады. Аз тонналы тасымалдау тарифтері жүктің салмағына байланысты айырыммен есептеледі. Тасымалдау төлемі вагондағы жүк салмағына байланысты алынады (30 тоннадан - 40, 50, 60, т.б.).

Тасымалдау төлемінің есеп айырысу схемасы төмендегідей:

- екі станция арасындағы ара қашықтық анықталады;
- жүкті тиіп-жіберу түрі анықталады;
- егер тиіп-жіберу әрвагондық болса, онда вагонның тиелу деңгейі бекітіледі; егер контейнерлік болса; онда контейнер типі (3т., 5т., 20. немесе 40фут) анықталады;
- аталған параметрлерге негізделіп тарифтік схеманың номері бекітіледі, сол арқылы тасымалдау төлемі анықталады;
- тарифтік анықтама арқылы анықталған тасымалдау төлемінің базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке көбейтіледі, оның сомасы ай сайын есептелініп отырады.

Қызмет етуші тарифтен шегерімдер төмендегі сипаттағы жағдайлар орын алғанда бекітіледі:

- жүкті тасымалдағанда көліктің басқа түрін қолдануда;
- ірі және ұзақ мерзімді келісім-шарттар бойынша;
- теміржол шығынының төмендеуін қамтамасыз ететеін
- тасымалдау технологиясын қолданғанда.

Тарифтік мөлшерлеме тасымалдау қашығына байланысты анықталады.

Рейстің (сапар) орташа уақыты келесі формуламен анықталады:

$$T = 2t + t \times (1 + K) / V$$

мұндағы, t - жүкті тиіеу және түсіру кезіндегі станцияда тұру уақыты;
 t - тиелген рейс; K - жүксіз жүрген кезеңнің жүкпен жүруіне қатынасы;
базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке

V - вагон құрамының жүру қозғалысының есепті жылдамдығы.
базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке

Автомобильдік көлік жүкті жеткізудегі жоғарғы жылдамдығымен ерекшеленеді. Оның негізгі артықшылығын сатушы қоймасының сатып алушы қоймасына жүкті жеткізуде үзілістің болмауы. Автомобильдік тасымалдаудың өзіндік құны басқа көлік түрлеріне қарағанда жоғары

болады. Ол автокөліктің аз жүкті тийеушілік мүмкіндігімен және де энергия шығындарының жоғарылығымен шартталады.

Тасымалдаудың өзіндік құны әр түрлі жол-климаттық шарттар мен жүктер түріне, жүру құрылымының типіне байланысты ауытқып отырады.

Автомобильдік тасымалдаудың өзіндік құнына аймақтық ерекшелік әсер етеді, яғни еңбекақы деңгейі жанар-жағармай бағалары және т.б.

Автотасымалдаудың тарифтік мөлшермесі жүктің тасымалдау тоннасына бекітіледі, тонна-километр (т/км), жүру километражы, автомобильдік бір сағаттық жұмысы немесе осы көрсеткіштердің комбинациясы.

Жалпылай түрдегі тариф, теңге/бірлік, мына формуламен анықталады:

$$T = C$$

мұндағы, C - қызметтердің өзіндік құны; R - ақша көрінісіндегі пайда нормасы, теңге; Q - қызметтер көлемі (т, т/км, а. с, км, қызметтер).

Автокөліктің тарифтерін бірімөлшерлік пен екімөлшерлік, келісімді және мерзімдік ретінде бөліп қарастыруға болады. Тариф түрін таңдау тасымалдау көлемі мен жүкті тасымалдау шарттарымен анықталады.

Келісімді тарифтер жылжымалы вагон құрамының жүккөтерімі жақсы қолданғанда және де еңбек өнімділігін арттыру мақсатында уақытты қолдану барысында жүргізуші мен мүдделі болған жағдайы, әдейі сменада көп рейс жасалсын деген оймен осы тариф ұсынылады.

Бір тоннаға бір мөлшерлік келісімді тариф ара қашықтығы үлкен емес сипатта жүкті - тарифтік анықтама арқылы анықталған тасымалдау төлемінің

базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке -көбейтіледі, оның сомасы ай сайын есептелініп отырады.

Қызмет етуші тарифтен шегерімдер төмендегі сипаттағы жағдайлар орын алғанда бекітіледі:

- жүкті тасымалдағанда көліктің басқа түрін қолдануда;
- ірі және ұзақ мерзімді келісім-шарттар бойынша;
- теміржол шығынының төмендеуін қамтамасыз ететеін
- тасымалдау технологиясын қолданғанда.

Тарифтік мөлшерлеме тасымаладу қашығына байланысты анықталады.

Рейстің (сапар) орташа уақыты келесі формуламен анықталады:

$$T = 2t + t \times (1 + K) / V$$

мұндағы, t - жүкті тиеу және түсіру кезіндегі станцияда тұру уақыты;
t - тиелген рейс; K - жүксіз жүрген кезеңнің жүкпен жүруіне қатынасы;

базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке

V - вагон құрамының жүру қозғалысының есепті жылдамдығы. базалық мөлшермесі жоғарыланушы коэффициентке

Автомобильдік көлік жүкті жеткізудегі жоғарғы жылдамдығымен ерекшеленеді. Оның негізгі артықшылығын сатушы қоймасының сатып алушы қоймасына жүкті жеткізуде үзілістің болмауы. Автомобильдік тасымалдаудың өзіндік құны басқа көлік түрлеріне қарағанда жоғары болады. Ол автокөліктің аз жүкті тийеушілік мүмкіндігімен және де энергия шығындарының жоғарылығымен шартталады.

Тасымалдаудың өзіндік құны әр түрлі жол-климаттық шарттар мен жүктер түріне, жүру құрылымының типіне байланысты ауытқып отырады.

Автомобильдік тасымалдаудың өзіндік құнына аймақтық ерекшелік әсер етеді, яғни еңбекақы деңгейі жанар-жағармай бағалары және т.б.

Автотасымалдаудың тарифтік мөлшермесі жүктің тасымалдау тоннасына бекітіледі, тонна-километр (т/км), жүру километражы, автомобильдік бір сағаттық жұмысы немесе осы көрсеткіштердің комбинациясы.

Жалпылай түрдегі тариф, теңге/бірлік, мына формуламен анықталады:

$$T = C$$

мұндағы, C - қызметтердің өзіндік құны; R - ақша көрінісіндегі пайда нормасы, теңге; Q - қызметтер көлемі (т, т/км, а. с, км, қызметтер).

Автокөліктің тарифтерін бірімөлшерлік пен екімөлшерлік, келісімді және мерзімдік ретінде бөліп қарастыруға болады. Тариф түрін таңдау тасымалдау көлемі мен жүкті тасымалдау шарттарымен анықталады.

Келісімді тарифтер жылжымалы вагон құрамының жүккөтерімі жақсы қолданғанда және де еңбек өнімділігін арттыру мақсатында уақытты қолдану барысында жүргізуші мен мүдделі болған жағдайы, әдейі сменада көп рейс жасалсын деген оймен осы тариф ұсынылады.

Бір тоннаға бір мөлшерлік келісімді тариф ара қашықтығы үлкен емес сипатта жүкті

9-ТАҚЫРЫП. АГРОӨНЕРКӘСІП КОМПЛЕКСІНДЕГІ БАҒАЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМ

Тақырып сұрақтары:

1. Ауыл шаруашылығындағы баға жасалуының мәселелері

Нарықтық экономикада бағалық механизм объективті заңдарға, біріншіден құл заңына, құлдық баламалық принципіне сәйкес қызмет етеді. Оның негізінде сұраныс пен ұсыныс арасындағы қатынастардың өзгерісінен және қайта шығаруда туындайтын қарама-қарсы факторлар мен процестер шартынан болатын, соның нәтижесінде құннан ауытқитын еркін нарықтық бағалар жатады. Баға нарық механизмінің экономикалық рычагі ретінде саны өте көп қызметтер атқарады, олардың ішіндегі бастылары болып, есептік, ынталандырушы және бөлуші қызметтері табылады. Булардың әрқайсысы кез-келген саланың экономикасында анықтаушы рөлді атқарады. Бірақ, Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешеніндегі баға жасалу жүйесі бұзылған, вертикаль бойынша бағалардың диспаритеті және горизонталь бойынша экономиканың ақталмаған дифференциациясы - Республиканың агроөнеркәсіп кешенінде осындай жағдай орнаған. Бұдан шығатыны агроөнеркәсіптік кешендегі (АӨК) баға жасалуды жетілдіретін шараларды дайындау керек.

Қазақстанда нарықтық аграрлық реформалардың басталуымен назар еркін баға жасалу басымдығына берілді де, Үкімет іс жүзінде сатып алу бағасын реттеуден және қолданудан бас тартты. Мұндай саясат толығымен бағалар еркіндігіне бағытталған еді, алайда жекелеген тауарларға АӨК жалпы жүйесінде белгілі бір уақыт шекті бағалар сақталды.

Сатып алу бағалары еркіндігінің бірінші нәтижесі - ауыл шаруашылығы өнімдерінің рентабельділігіне (табыстылығына) айтарлықтай әсер етті. Екінші жағынан ауыл шаруашылығы өндірушілері өнеркәсіптік құралдарға айтарлықтай көп төлеуге міндетті болды, 1991-1995 ж.ж. оларға баға, сатып алу бағаларына қарағанда 5 есе тезірек көтеріліп отырды. Соңғы 10 жылдықта агро секторда ауыл шаруашылығы өнімдеріне және материалды-техникалық ресурстарға баға еркін режимде жасалуда. Бірақ өнеркәсіптік өнімдерге баға монопольді принцип бойынша, ал сатып алу бағалары халықтың төмен төлем қабілеттілігімен және ауыл шаруашылығының негізгі өнімдері сыртқы нарықта бағалардың күрт төмендеуімен анықталады.

Занды тұлға мәртебесіне ие (мемлекеттік серіктестік, акционерлік қоғам, өндірістік кооперативтер) ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының өндірістік-қаржылық қызметін талдау, олардың шаруа (фермерлік) қожалықтарға қарағанда өндірісті тиімдірек (эффektivті) жүргізетінін көрсетті.

Жоғарыда айтылған ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының көпшілігі 2003 ж. 13,8 млрд. теңге пайда тапқандығын айта кеткен жөн. Табысты шаруашылықтың саны 2103 бірлік, шығындылар - 833 немесе барлық шаруашылықтың 28,4% құрады. Өнімді өткізуден ауыл шаруашылығы кәсіпорындары 27,3 млрд. теңге алды, рентабельділік деңгейі (табыстылық) 18,1%, оның ішінде өсімдік өсіру - 46,4%, мәдени өсімдіктер - 49,4%, күнбағыс - 43,8%, қант қызылшасы -11,4%.

Еуропалық одақ елдерінің тәжірибесі де, ауыл шаруашылығы өнімдеріне бағаның әртүрлілігінің басымдығын растайды. Оларда бюджеттік үстеме ауыл шаруашылығы өндірушілеріне тауар өнімінің бірлігіне есептеледі және сатып алу бағасы 30-35% құрайды да, оның құрамына кірмейді. Мемлекет ауыл шаруашылығы бағалар жүйесін құратын кезде келесі мәселелерді шешуі керек:

- материалды -техникалық және ауыл шаруашылық өнімдері нарығындағы еркін баға жасалуға сүйеніп, осы нарықтағы бағалардың нақты қатынасын анықтауы тиіс;
- кәсіпкерлік субъектілері үшін тең құқықтар мен жағдайлар жасауы керек (демонополизация және экономикалық, бәсекелестікті қорғау, кәсіпкерліктің дамуына, тауарлар мен ресурстардың еркін қозғалысына әсер ету, нарықтардың ашықтығы).

Мақсаттық баға деңгейі ауыл шаруашылығы өнімдері үшін шығындарды жабуды (тауар өндірушінің капиталынан алынатын табыстың орташа нормасын және есептік жер рентасын қосқанда) және белгілі бір табыс табу мен жер рентасын алуды ескере отырып, технологиялық процестерді сақтау керек. Сонымен қатар Қазақстанда агроөнеркәсіп кешеніндегі баға жасалуды жетілдіру үшін келесідей шаралар кешенін қабылдау керек:

- азық-түтлік нарығында бәсекеге қолайлы жағдайлар жасау, бұл АӨК-гі бағаларға монополистік әсерді әлсірету үшін керек, сатып алу нақты аймақта, яғни өнімді тиімді өткізуді қамтамасыз ететін нарықтық бағалармен жүргізілуі керек;
- шығарылған өнім бірлігіне есептелген тура бюджеттік үстемелер жүйесіне көшу керек;
- отандық тауарларға баға импорттық тауарларға қарағанда 10-20% арзан болуды қамтамасыз ететін салықтар мен кедендік тарифтер деңгейін жасау үшін ауыл шаруашылығы және өңдеуші азық-түтлік өнекәсібінің импортын реттеу үшін экономикалық саясатты жүргізу.

10-ТАҚЫРЫП . ТРАНСПОРТТЫҚ КОМПЛЕКСТЕГІ БАҒАЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМ

Тақырып сұрақтары:

1. Теміржол көлігі сферасындағы бағақұрылу
2. Әуежай сферасындағы бағақұрылу
3. Су көлігі сферасындағы бағақұрылу

1. Теміржол көлігі сферасындағы бағақұрылу.

Теміржолдың жүк тасымалдау тарифтерінің ерекшеліктері: ол тек өзін-өзі қаржыландыратын, жеке сала ретінде, теміржол көлігінің тұтрақтылық деңгейін анықтап қана қоймай, басқа базалық салалармен қатар, материалдық өндіріс саласының кәсіпорындарының экономикалық жағдайына да әсер етеді.

2004 ж. 6 ақпанындағы №145 Қазақстан Республикасының Үкіметінің қаулысымен бекітілген және 2004 ж. шілдесінде Қазақстан Республикасының «Теміржол көлігі туралы» Заңына өзгертулер енгізу негізінде 2004-2006 ж. қабылданған Қазақстан Республикасындағы «Теміржол көлігін қайта құрылымдау туралы» бағдарламаға сәйкес, табиғи монополия қызметін және акционерлік қоғамның басқа қызметтерін «Қазақстан теміржолы ҰҚ» (ары қарай «Қазақстан теміржолы ҰҚ» АҚ) ұйымдастырушылық және қаржылық бөлу процесі басталды.

Табиғи монополия сферасына теміржол көлігінде магистральды теміржол желілері (МТЖ) қызметтері және айналма жолдары қызметтері жатқызылды. Қалған қызмет түрлері, жолаушылар мен жүк тасымалдауда қоса алғанда, бәсекелік сфераға шығарылды.

Қазіргі кездегі Қазақстандағы теміржол саласын реформалау концепциясының мәні реттелетін секторды либералдауға және экономикалық негізделген және эффективті бағақұру арқылы монополды секторды коммерциализациялауға, бұл саланың ішінде мүмкіндігінше бәсекелестікті даытуға бағытталған.

2004 ж. 20 шілдесіне дейін Қазақстан Республикасында ел территориясындағы станциялар арасындағы жүк тасымалдау тарифі 1989 ж. №10 басылымдағы «Теміржолмен жүк тасымалдау тарифтері» преysкуранттық мөлшерлеменен, өкілді органмен қабылданып, индексацияның жоғарылау коэффициентін және рубльді теңгеге ауыстырып есептелініп отырды.

Мемлекетаралық жүк тасымалдау тарифтері «Экспорттық-импорттық теміржолдағы жүк тасымалына тарифтер» преysкурант мөлшерлемесімен, инвейцариялық франкпен есептелді, олар Қазақстан Республикасында 1999 ж. 1 шілдеден бастап енгізілген Ұлттық Банктің сол күнгі бағамы бойынша, өкілетті органның шешімі бойынша жоғарылайтын коэффициенттерді есепке ала отырып, теңгеге ауыстырылып есептелді.

2004 ж. 20 шілдесінде теміржол көлігімен жүк тасымалдауда қолданылатын магистральды теміржол желісінің қызметіне тарифтер енгізіліп, жүк тасымалдауға, инфрақұрылымға және т.б. құраушыларға тарифтерді пропорциональды бөлу арқылы алынады.

Теміржол көлігімен жүктерді тасымалдау тарифі 4 құраушыдан тұрады: магистральды теміржол желісі қызметтеріне тарифтер, локомотивті тартуға тарифтер, жүк және коммерциялық жұмыстарға тарифтер және вагондар мен контейнерлерді қолдану үшін тарифтер.

Қазіргі кезде жауапты мемлекеттік органдар және магистральды теміржол желісі (МТЖ) операторы қызметтерін пайдаланушылар бірігіп, Қазақстан Республикасының Көлік және коммуникация министрімен бекітілген, МТЖ қызметіне кіретін, МТЖ-ң операцияларына сәйкес тарифтерді есептеу методикасының жобасын әзірлеуде.

Подъезділік жолдардың қызметтеріне тарифтерді есептеу методикасы 2004 ж. 30 желтоқсанында № 516-ОД Қазақстан Республикасының табиғи монополияларды реттеу жөніндегі Агенттік төрағасы бұйрығымен бекітілген.

Мұнда мемлекеттік бағалық реттеуге магистральды теміржол желісі қызметтерін қолданатын тасымалдаушылардың төлемдерін, теміржол тарифінің, басқа құраушылары (локомотивті тарту және теміржол тасымалдау) нақты секторға жатса да, олар бәсекелестік және монополиялық қызметті шектеу жөніндегі заңнамаға сәйкес мемлекеттік реттеуге жатады.

Бүгінгі тасымалдаудың жеке категориялары бойынша тарифтер дифференциациясы: өнімдерді экспорттайтын және ішкі нарыққа өнімдерді жеткізетін субъектілерге, экономиканың белгілі бір даму кезеңінде дифференциацияны қолданудың, көп жылдар бойы жеке жүк түтрлері үшін тарифтік мөлшерлемелердің қымбаттауының дифференциацияланған коэффициенттерді орнату жолымен, 10-01 прејскурантының базалық мөлшерлемесін индексациялау әдісінің қолданылуының нәтижесі болды.

Табиғи монополия өнімдеріне баға дифференциациясы әртүтрлі салалардың шаруашылық белсенділігін реттейтін, мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясатының құралы болып табылады. Басқаша айтқанда, экономикаға реттелетін бағалар арқылы әсер ету механизмі - макроэкономикалық фискалды саясаты толықтырушы болып табылады.

Қазақстанның ДСҰ-ға енуіне, ұмтылуына байланысты келіссөздер жүргізу графигіне сәйкес республикалық және экспорт-импорттық қатынастардың тарифтерін теңестіру көзделіп отыр. МТЖ қызметтеріне пропорциональды бөлу жолымен 10-01 прејскурантының тарифтері, жаңа тарифтік әдістеме жасалып шыққанға дейін уақытша болып келеді.

Сонымен қатар, «Қазақстан Темір жолы ҰҚ» АҚ-ң өзінің тасымалдау қызметтерін, техникалық және ұйымдастырушылық

себептерге байланысты «Қазжелдортрансқа» беруге дайын еместігінен жаңа тарифті реттейтін әдістемені енгізуге бірқатар қиындықтар туындайды. Осыған байланысты «Қазақстан Темір жолы ҰҚ» АҚ қызметтерді Ұлттық тасымалдаушы болып, 2007 ж. 1 қаңтарына дейін қалады.

Тариф саясатының жетілуі орта мерзімді перспективада барлығына пайда әкелетін бәсекелік ортаның қалыптасуына алып келеді. Мысалы, тұттынушыларға арзан бағалар; реттелмейтін кәсіпорындарға нарықтық либералдануы нысанында; реттелетін кәсіпорындарға техникалық дамуға және жаңа инвестицияларға қолайлы жағдай жасайтын реттеудің тұтрақты режимін орнату арқылы пайда әкеледі.

2. Әуежай сферасындағы бағақұрылу

Қазіргі уақытта табиғи монополия субъектілерінің мемлекеттік регистрі енетін республикалық бөлімге Республиканың барлық әуежайлары енгізілген.

Әуе тасымалдаушыларды тарту мақсатымен елдің транзиттік әлеуетін, пайдалану үшін аэропорт қызметтерінің номенкластыруының бекілітіп, мемлекеттік реттеуді шектеу қолданылады. Номенклатураға негізгісі болып табылатын ұшуды және қонуды қамтамасыз ететін, әуе қаіпсіздігін қамтамасыз ету және әуе көлігін тұтрақжай дайындау қызметтерін жатқызуға болады.

Табиғи монополиялар жағдайында аэропорттар қызметінің тарифтерінің жасалуының айқындылығын қамтамасыз ету мақсатымен, көрсетілетін қызмет түрлері бойынша кәсіпорындарға шығындарын тиімді орналастыру үшін, Қазақстан Республика әуежайларында жердегі қызмет көрсетулерге әуежайлық сайымдар мен тарифтерді есептеу әдістемесі тәжірибеге енгізілді.

Қолданылып отырған нормативтік базаны жетілдіруге бағытталған шараларға қарамастан, әуежай сферасындағы тарифтік реттеудің мәселесі ретінде, республиканың 20 әуежайының 11-де сақталып отырған, жеке тұттынушылар табысына, жекелеген әуежайлардың қолданып отырған негізсіз дифференциациясы тәжірибесін жою болып отыр.

Одан басқа, кәсіпорындарда табыстарды, шығыстарды және істегі активтерді жеке есептеу жоқтың қасы. Сондықтан, әуежай сферасында табиғи монополия субъектілерінің әуежай және әуеавиациялық қызметтерінің реттелетіндеріне тарифтік сметаларды және тарифтерді белгілеу үшін және оны белгілеудің ашықтығы мен негізделгендігін қамтамасыз ету үшін монополияны жүргізу ережелері бекітілген. Жеке есептің жүргізілуі реттелетін қызметтерге (тауарлар, жұмыстар) тарифті және тарифтік сметаларды белгілеуде ашықтықты және негізделгендікті қамтамасыз етуге және реттелмейтін қызметтердің реттелетін қызметтерді субсидиялаудың тәжірибесін тоқтатуға мүмкіндік туғызады.

Әуежай қызметтерінің реттелетіндеріндегі тариф құрылуды одан әрі жетілдіру мақсатымен әуежайлардың реттелетін қызметтерінің тарифтерін есептеудің жаңа әдістемесін жасау керек.

3. Су көлігі сферасындағы баға құрылу

Теңіз айлақтарының қызметі, бүгінгі күнде, республикалық Мемлекеттік регистр бөліміне енгізілген табиғи монополиялар субъектілерінің екі кәсіпорынымен көрсетіледі, олар: «Ақтау халықаралық сауда теңіз поры (айлағы)» және «Қазмортрансфлет Ұлттық теңіздік суда жүзу компаниясы» АҚ.

Теңіз портының қызметтері, теңіз порты құралдары көмегімен іске асырылатын жүкті тиеу-түтсіру жұмыстары және теңіз көлігінің жүкті түтсіріп шығуы үшін кіріп-шығуы үшін және т.б. қызметтері теңіз портының міндетті қызметтері тізіміне сәйкес реттеледі.

Табиғи монополиялар субъектілерінің тарифтік саясатын жетілдіруге арналған, Үкіметтің №1126 қаулысымен 2002 ж. 15 қазанында бекітілген 2002-2004 ж.ж. арналған бағдарлама аясында теңіз портымен атқарылатын жұмыстар мен қызметтерге төлем және алымдар мөлшерлемесін есепетеу әдістемесі дайындалып бекітілген. Сонымен қатар, көрсетілетін қызметтер көлемін ұлғайтуға және транзиттік жүктерді ҚР арқылы жүруін бағдарлауға бағытталған икемді саясатты жүргізу үшін, жүктер толып кеткендегі теңіз порты құралдарымен атқарылатын қызметтерге уақытша тарифті төмендету коэффициенттерін белгілеу және алып тастауға арналған ережелер жасалып бекітілген.

Алдағы перспективада теңіз порты қызметтерін көрсететін кәсіпорынның шығындарды, істегі активтерді, пайданың мөлшерлемесін белгілеудің ретін жеке есептеудің тарифтік әдістемесін жетілдіруді жалғастыру қажет.

11-ТАҚЫРЫП. ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУДЕГІ ТАРИФТЕР

Тақырып сұрақтары:

1. Қызмет түсінігі
2. Қызмет сферасындағы сұраныс пен ұсыныстың ерекшеліктері
3. Қызмет сферасындағы бағаның түрлері

Қызмет сферасы - қоғамдық өндіріс саласында халыққа материалдық және материалдық емес қызметтерді өндіруде және жүзеге асыруда көрінетін салалардың, ішкі салалардың және қызмет түрлерінің жиынтығы. Жалпылай алғанда қызметтер қолтигізбеушілігі, қызмет көрсетілетін тұтлғадан бөлінбестігі, сақталуға жарамсыздығы, қызметті өндіру мен тұттынудың бөлінбестігі, сапасының тұтрақсыздығы сияқты бағалау кезінде тек нәтижені ғана емес, қызметті көрсету процесі ескерілетін сипаттық белгілерге ие. Қазіргі кезде қызмет көрсету сферасында:

- әлеуметтік-мәдени қызметтер секторы;
- материалды-шаруашылық қызметтер комплексі;
- іс-әрекеттік, ақпараттық және инженерлі-технологиялық қызметтер секторы бөлініп шықты.

Қызметтер сферасы бағаның құрылуы, оны анықтау әдістемесі, бағалық саясатты және кәсіпорын стратегиясын жүзеге асыру ерекшеліктерімен шарттастырылған. Қызметтің ерекшеліктерінен, оған деген сұраныстың жеке-даралығын және оның ұсынысқа алғышарт болатындығын, жергілікті сипатқа ие және іс-жүзінде өзара алмастыруға келмейтіндігін атап өтуге болады. Сонымен бірге, қызметтерді тұттынудың тауарларды тұттынуға қарағанда шектері болмайды.

Тұттынушы әдетте қызметтің бірнеше түріне бір уақытта сұраныс тудырады. Мұның нәтижесінде қызмет сферасы шаруашылықтың тез дамып келе жатқан секторы болып табылады, дамыған елдерде қызмет көрсетуге шығындар халық табысының 30%- н артып кетеді. Қызмет көрсету сферасының ерекшелігі баға құрылудың, оны анықтаудың, сонымен қатар кәсіпорын стратегиясын және саясатын жасаудың ерекшеліктерін анықтайды.

2. Қызмет сферасындағы сұраныс пен ұсыныстың ерекшеліктері

Қызмет сферасындағы сұраныс пен ұсыныстың ерекшеліктері:

- Қызметке сұраныс әрқашан жеке-дара және өндіріске алғышарт болады, жергілікті сипатқа және іс-жүзінде өзара алмастыруға келмейді.
- Қызметтерді тұтыну, материалдық игіліктерді тұттынуға қарағанда шексіз. Тұттынушы әдетте қызметтің бірнеше түріне сұраныс білдіреді: (шаруашылық қызметтердің дамыған сферасы көңіл көтеруге, туризмді дамытуға, байланыс қызметтеріне, сұранысты арттыруды қоғамдық тамақтануға және т.б. бос уақыт бөлуге мүмкіндік береді)

- Әлеуметтік қызметтердің жоғары қоғамдық мәнділігі (денсаулық сақтау, білім беру, мәдениет (жеңілдіктер, дотациялар, жеке қызметтердің тегін көрсетілуін анықтайды)).

- Жыл маусымдарында, тәулік мерзімдерінде, апта күндерінде қызметке сұраныстың бірдей болмауы, қызметті жинақтау және сақтау мүмкіндігінің болмауы, икемді бағақұрылу, дифференциалды бағақұрылу, жеңілдіктер мен қосымшалар механизмін қолдану арқылы тарифтерді және сұраныс қарқындылығын реттеуді қажет етеді.

(Мысалы, тәулік мерзіміне және апта күндеріне байланысты байланыс қызметтері.)

- Тарифтердің дифференциациясы арқылы сұраныстың уақыт бойынша тербелу қарқындылығын толығымен түтзеу мүмкін емес. Ол шың кезеңінде қызметті ұйымдастыруға, сұранысты қанағаттандыруға қажетті шығындар жұмсауды және шындық емес кезеңге сұранысты жылжыту шараларына шығын жұмсауды қажеттілігін керек етеді. Шындық және басқа уақыттағы сұранысты қанағаттандыру шығындарының құрылымы іс-жүзінде ешқашан сәйкес келмейді.

Тарифті негіздеуде тура шығындардың үлкен көлемі салынуы тиіс. Қызмет сферасында өзінше салыстырудың қиындықтары эффектісі көрініс табады: ызметте заттай компонент неғұрлым аз орын алса, соғұрлым клиенттерге әртүрлі ұйымдардың қызметтерін салыстыру қиын. Қызмет сапасын киім тігісінен, аяқ киімнің жөнделгендігінен, ғимараттың жөнделгендігінен оларды алмас бұрын бағалауға болады. Бұл қызмет нарығында көп уақыт жұмыс істеген кәсіпорынның ертерек жасалған қызмет түтрлерімен клиенттерді таныстыру мүмкіндігі бар. Бірақ заттай компоненті азырақ қызметтерді бағалау, оларды алғаннан кейін ғана мүмкін. Сондықтан мұндай қызмет көрсетумен айналысатын кәсіпорындар кеңірек бағақұрылудағы еркіндікке ие. Кейде клиенттер қызметті алғаннан кейінде оны объективті бағалауға дәрменсіз.

Бұл қызмет сферасындағы бағақұрылудың кезекті ерекшелігі болып табылады. Баға тұттынушымен сапаның символы ретінде қарастырылады.

Сұраныс пен ұсыныстың бөлінбестігі қызмет нарығының жергілікті және жеке жағдайда табиғи монополиялар сипатын анықтайды. Табиғи монополиялар олғанда сәйкес қызметтер нарығын мемлекеттік реттеу қажеттігі туындайды. Табиғи монополия қосымша кәсіпорынды құру тиімсіз болғанда, нарықты шектеумен байланысты пайда болуы мүмкін. Аталған сипаттама жалпы сипатқа ие емес және соңғы онжылдықтарда айтарлықтай өзгереді.

Либералдану мобильді байланыс құралдарының дамуына және әуекөлігінің дамуына және т.б. қуатты тепкі беріп отыр. АҚШ-та телекоммуникацияға деменополизациядан 3 жылдан кейін бағалар - 12%-ға, Австралияда - 15%-ға, Жапонияда - 30%-ға, Англияда - 42%-ға төмендеген. Қазақстанда табиғи монополияларды траифтік реттеу

мақсатымен Үкіметтің №455 табиғи монополиядағы тарифтік реттеуді дамыту концепсиясы 2005 ж. 13 мамырда қабылданды.

3. Қызмет сферасындағы бағаның түрлері

Қызмет сферасындағы бағаның түрлері:

- Тауар қозғалысының стадиялары бойынша құрылымы жағынан көптеп сату бағасы бола отырып, ол жекелей және көптеп сатудың функцияларын атқарады.

- Бағақұрылудағы еркіндік деңгейі бойынша:

- а) таза нарықтың тетіктермен реттелетін еркін тарифтер,

- б) ресми түтрде нарық қатысушыларымен реттелетін тарифтер,

- в) мемлекетпен реттелетін тарифтер. Мемлекет көлік, байланыс қызметтерінің тарифтеріне тікелей әсер етеді немесе қызметтерді тегін алуға мүмкіндік береді.

- Есептеу әдісі бойынша:

- тұтлынылатын қызметтің бірлігін (музейге, киноға, театрға билет) есептейтін әдіс;

- қызметті көрсету үшін қажетті әртүрлі жұмыстардың қосындысын (үйді жөндеу, шаруашылық техниканы жөндеу, тіс жөндеу) есептейтін әдіс;

- өзара толықтырушы қызметтерді жүзеге асырғандағы комплексті әдіс (стадиондарда емделу, туристік-экскурсиялық қызмет көрсету, банктік қызмет көрсету, бағдарламалық өнімдерді сатып алушыларға қызмет көрсету)

- белгілі бір уақыт ішінде қызметті пайдалануға құқық беретін абонемент принципіне сүйенетін бағаны анықтау әдісі.

- Қызметтердің тобына бағақұрылу логикасы игіліктердің комплексінің бағасы, игіліктерді жеке-жеке сатып алғаннан арзан болуы тиіс. Қызметтердің тобы оған кіретін қызметтерді жеке-жеке сатып алу мүмкін болмаса бөлінбейтін (әдетте, дәстүрлі қызметтермен бірге таңғажайып қызметтерді ұсынатын фирмалар қолданады) және қызметтерді жекелей және көптеп сатуға мүмкін болып, көптеп сатудың бағасы жекелей сатып алудан арзан болса, бөлінетін қызметтер болуы мүмкін.

12-ТАҚЫРЫП. ӘЛЕМДІК НАРЫҚ БАҒАЛАРЫ

Тақырып сұрақтары:

1. Әлемдік бағаның мәні
2. Әр түрлі әлемдік тауарлық нарықтардағы баға құрылу

Әлемдік нарықтың бағалары - ірі экспорттық және импорттық операциялар жүргізілетін бағалар. Бұл операциялар үнемі болып тұрады және мұндағы төлемдер еркін айналатын валютамен жүргізіледі. Әлемдік тәжірибе әлемдік нарықтың бағасы ретінде сәйкес өнімнің өндірушілері мен экспорттаушылары болып табылатын ірі компаниялардың экспорттық бағалары болатындығын көрсетеді. Қарастырылып отырған бағаларға әдетте негізгі тауар өндірушілер болып табылатын жекелеген елдердің нарықтарындағы бағалар жатады.

БҰҰ-ң статистикалық бюросы әлемдік нарықтағы шикізат тауарлармен қатар өнеркәсіптік бұйымдарға бағалардың динамикасын сипаттайтын көрсеткіштерді үнемі жариялап отырады. Соның ішінде, болат пен қалыптар нарығында бағаларды анықтау, мысалы, Германия, Франция, Белгия сияқты ЕО-қа мүше елдерге тиесілі. Көптеген жағдайларда әлемдік бағалар биржалық котировкалармен анықталады, мысалы, мыс пен қалайы бағалары. Басқа жағдайларда бағаны анықтауда шешуші ролді негізгі өндірушілер мен экспорттаушылардың бағасы мен биржалық котировкалардың бағаларының үйлесуі атқарады, бұл шай, кофе, какао, бұршақ және т.б тауарлардың бағасына қатысты.

2.Әртүрлі әлемдік тауарлық нарықтардағы бағақұрылу.

Нарықтық экономикада әртүрлі елдердің сыртқы экономикалық субъектілермен саудалық қатынасындағы бағақұрылу процессі бәсекелік ортада,сұраныс пен ұсыныстың арасындағы динамикалық тепе теңдік нәтижесінде және экспорттаушы мен импорттаушының нарықтағы іс әрекеттерінің салыстырмалы еркіндігі нәтижесінде қалыптасады. Алайда, аталған постулаттар нарық түріне байланысты түтзетулерді талап етеді.Нарықтардың жіктелуінің басты критерийі құрамына әлемдік нарық енетін, еркіндіктің сипаты және дәрежесі болып табылады.

Бұл критерий бойынша экономисттер нарықтың 4 түрін атап көрсетеді: жетілген бәсеке, таза монополия, монополиялық бәсеке, бірнеше жеткізушілердің бәсекесі - олигополия. Бәрінен бұрын бұл нарықтар баға құрылу механизміне күшті әсер ететін субъектілер санымен ерекшеленеді.

Жетілген бәсеке нарығы сыртқы сауда субъектілерінің өте үлкен санымен және салыстырмалы түтрде шығарылатын өнімнің біркелкілігімен сипатталады. Сұраныс пен ұсыныстың әсерінен бағалардың бір біріне жақындау тенденциясы байқалады, яғни белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір аймақта бағалар бірдей болады.Тәжірибелік бақылауларға сүйенсек, нарықтың аталған моделінде экспорттаушының

пайданы максималдауға ұмтылуы тауарға бағаның түтсуіне алып келеді. Нарықтағы өз позициясын сақтау үшін экспорттаушы елеусіз 3-5% болатын жеңілдіктер жасайды. Экспорттаушының ұтысы таурды өткізу көлемінің артуынан болады. Жетілген бәсеке нарығында өнімді жеткізушілер тұттынушылардың сұранысын қанағаттандыруды максималдауды көздейтіні байқалған. Бәсекелес жеткізуші фирмалар эффективті технологиялар бойынша өндірілген тауарларға, өндірушілер өзінің өндірістік шығындарын есепке ала отырып, тауарды айтарлықтай төмен баға мен сатуға бағдарланады. Іс жүзінде аталған нарық түріне, мысалы, кең қолданысқа ие киім, аяқ киім, темекі, ауылшаруашылық өнімі, азық түтлік және т.б тауарлардың халықаралық саудасын жатқызуға болады. Таза монополия нарығы дара тауарды жеткізушінің болуымен сипатталады.

Бағақұрылу монополистің билігімен жүзеге асырылады, ол барлық ұсынысты қадағалайды, сұранысқа байланысты бағаны өзгертеді және шығарылатын өнімнің көлемін басқару арқылы бағаны өзгерте алады, шет елдер нарықтарына өз өнімін жеткізу туралы алдын ала келісім беруге эксклюзивті құқыққа ие бола отырып, заңдық тұтрғыдан бәсекелестің енуіне қиындықтар туғызады. Монополист осы нарықтың табиғатына сәйкес, өзіне өндірістік шығындарды енгізетін барлық шығындарды жауып және қалаған табысын алуға мүмкіндік беретін деңгейде, тауарларға бағаны барынша жоғары қоюға ұмтылады.

Бірақ монополист ұстануы тиіс бірқатар шарттар бар. Өзінің жарықтағы жалғыз болғандығына қарамастан, ол ең жоғары бағаны белгілемейді, себебі нәтижесінде жалпы пайда азаюы мүмкін. Монополистің басқаруымен жалпы табыс неғұрлым жоғары болатындай өндіріс көлемі мен бағаларының оптималды шамасы алынады, әйтсе де ол жеке өнімдерді сатудың максималынан төмен болады. Бұл шындық, өйткені әлемдік нарықтың барлық қатысушыларының тауарларды ең жоғары бағамен сатып алуға мүмкіндігі жоқ. Бағалы дискриминация деген ұғым бар, ол халықаралық нарыққа өз тауарын шығарушы монополист, шығарылатын тауар бағасын импорттаушы елге, дәлірек айтсақ оның қаржылық жағдайына байланысты өзгертіп отырады. Бұл кезде берілген өнімнің сол елге қайта экспортталу мүмкіндігі есепке табылады.

Дискриминациялық бағалар, қайта экспорттау болмайтын, оқшау нарықтарда орнатылады. Әлемдік тәжірибеде қазіргі кезде таза монополистер салыстырмалы түтрде көп емес. 70-80 ж.ж. коммерциялық ұшулардың барлығын қадағалап отырған АҚШ-ғы НАСА компаниясы әлемдік ғарыш нарығында таза монополист болды (КСРО белгісіз себептермен бұл нарықта болмады). Алмаз нарығында ДеБирс компаниясы таза монополист болып табылады.

Монополиялық бәсекеге нарықтың аралас түрі. Бұл нарықта ірі монополистермен қатар одан сәл әлсізірек нарықта көрнекті орын алатын

фирмалар болады. Бағақұрылудың сипаты бәсекелік және дифференциалданған фирмалық өнім шегіндегі монополизм мәртебесі бар жекетауарлар нарығындағы бір елдің ірі фирмаларының билігі басқа елдердің ірі монополиялық фирмаларының және өзінің жоғары пайда үлесін алуға ұлылатын «жеңілсалмақты» бәсекелестердің қысымымен әлсірейді. Монополия жағынан бағаны жаңғырту әрекеті, бәсекелестер тарапынан тиімді ұсыныстар, яғни жақсырақ бағалар ұсынатын фирмалардың табылуына әкеледі. Бағаға айтарлықтай әсерін тигізетін әртүрлі саладағы монополизмнің бәсекелесі, олар бір мақсатқа қолданылатын, әртүрлі тауарлық сипаттамаларға ие және әртүрлі физикалық қасиеттерге ие тауарларды ұсынады. Мысалы, автомобиль жасаушы концерндерге метал мен пластмасса өндіруші-жеткізушілердің арасындағы бәсекелесіне келтіруге болады. Бағаның құрылуы кезінде сапасы бойынша дәстүрлі тауарларды алмастыратын тауар бәсекесі де ескеріледі. Мысалы, Австралия мен Англияның әлемдік нарыққа дәстүрлі жүнді жеткізуші компаниялары, химиялық талшықтарды өндіруші-жеткізуші компаниялар тарапынан күшті бәсекеге тап болады. Бәсекелік нарықтағы бірнеше жеткізуші болатын олигополистік бәсеке - толығымен немесе соған жақын мөлшерде әлемдік нарыққа тауарды жеткізуді қамтамасыз ететін, нарықтапғы айтарлықтай сегменттерге ие, бірнеше ірі өндіруші-жеткізуші фирмалардың болуымен сипатталады.

Фирмалар және импорттаушы - елдер арасында, әдетте, әріптестік туралы келісімдер болады, фирмалар стратегиялық қажетті шикізатты сатып алуға эксклюзивті құқықты және жарнамалық шараларға қомақты қаражат жұмсайды. Жеткізілетін өнімге бағақұрылу тәжірибесі, бағаны белгілеу, өндіріс, сатып алу, инвестиция және т.б. көлемін анықтау сияқты экспорттаушымен қабылданатын ірі шешімдер, бәсекелестің мүмкін әрекетін салмақтауды талап етеді. Маңызды рөлді көпшілікке жарияланбайтын компаниялар арасындағы ресми емес келісімдер алады. Арнайы сөйлесулердің нәтижесінде тұтрақты бағалар, өткізілетін нарықты бөлу, өндіріс көлемі туралы келісімдер жасалады.

Әлемдік нарықта салыстырмалы түрде бағдарлану қажеттілігі компанияларға көбірек болжамдылықпен қызмет етуге мүмкіндік беретін арнайы механизмдердің құрылымына алып келеді. Мұндай механизмнің қарапайым формасы, өндіріс көлемін және баға саясатына қатысты ресми жазбаша келісімдер негізіндегі картель болып табылады. Компаниялар келісілген баға деңгейін ұстап тұру үшін тауарды өткізу нарығын бөліседі. Жақын уақытқа дейін әлемдік мұнай нарығын реттейтін ОПЕК атты танымал картель болды. Ұзақ уақыт бойы картельге мұнай нарығын табысты бағдарлау мүмкін болды. Мұндай механизмдер жұмысына қатысушы фирмаларға, таза монополияларда сияқты пайланы максималдандыру тенденциясы тән. Олигополиялық нарық субъектісінің бағалар деңгейіне әсері, ең бастысы нарықтың монополиялану дәрежесіне,

тауар өндірісіне және өткізілуіне, шикізат көздеріне және басқа маңызды факторларға қадағалаудың қаншалықты күшті екендігіне байланысты болады.

Монополиялану дәрежесі жоғары болған сайын монополиялық бағалар деңгейі жоғары және олардың тербелісі мардымсыз болатындығы байқалған. Машиналар және құрал-жабдықтар нарығындағы бағақұрылу процесі, мысалы, шикізаттарға және жартылай фабрикаттарға бағақұрылудан өзгеше, ал әлемдік нарыққа жеткізілетін нақты бұйымдарға бағақұрылуды талдау конструкциялық сипаттарының ерекшеліктеріне және құрал-жабдықтардың әртүрлілігіне байланысты шындық туғызады. Сонда да әлемдік нарыққа ұқсас өнімдер шығаратын жеткізушілердің бәсекелестердің бағасы жайлы хабары болады. Әдеттегідей, бағалар деңгейі нақты өндірістік шығындармен оған қосылған өткізу нарығын, әріптесті, аймақты және т.б. ескеретін белгілі бір пайыздарды көрсетеді. Ішкі бағаларды мемлекеттік реттеу, экспортқа субсидия бөлу, импортты қолдау, кедендік - тарифтік саясатты жүргізу және т.б. ақырында сыртқы бағаларға айтарлықтай әсер етеді, бұл бағалар жоғары болған сайын, елдің әлемдік нарықтағы компанияның саны артады.

Мемлекет ішкі нарық бағаларын негізінен 2 құрал көмегімен реттейді: өндірушілердің сату бағасының деңгейіне кепілдік береді және өндірістік шығындарды жабу үшін субсидиялар ұсынады. Тарихтан АҚШ-ғы ауыл шаруашылығын және ЕО-ң ауыл шаруашылық саясатын мемлекеттік қолдау сияқты мысалдарды келтіруге болады.

АҚШ-та бағалар кепілді баға деңгейінен түтсіп кетсе мемлекет федералды бюджеттен субсидия бөледі. Кепілді бағаларды қамтамасыз ететін үкіметтік арнайы ұйым ауыл шаруашылығы өнімін өндірушілерден кепілге өнім алады, нарықтағы бағалар кепілдік бағадан асып кетсе, өндіруші өнімін сатып алып, нарықта оны сатады. Егер бағалар кепілдік бағадан төмен болса, тауар кепілдік беруші үкіметтік ұйымның меншігінде қалады. Осылайша АҚШ агроөнімдерінің ірі экспорттаушысы өзінің өндірушілерін қолдай отырып, өзінің өндірушілері де ұмтылмайтын, әлемдік бағалар да қадағаланатын баға айырмашылығын ұстайды. ЕО әрбір аймаққа, әрбір өнім бойынша жасалған бағақұрылу механизмі тиімді болып келеді. Бағаның бірнеше категориялары орнатылады: индикативтік бағалар ЕО-пен қабылданған еркін бағалар, импорттың немесе экспорттың минималды бағалары өндірушіге ресми ұйымдардың интервенциясымен кепілдендірілген минималды сату бағалары. Бастапқы баға нарықты импорттан қорғайды, интервенция бағасы өндірушілерге минималды табысқа кепілдік береді. Сондықтан ЕО шегіде протекционизм өндірушілерді кенеттен болатын әлемдік нарық толқуларынан қорғайды. ЕО-ң сапалы агросаясаты 10-15 жыл ішінде оған мүше елдерді ауылшаруашылығы өнімін импорттаушыдан өзін-өзі қамтамасыз ете алатын, әлемдегі екінші экспорттаушыға айналады. Машина құрылысы

жіне шикізат салаларының бағаларын мемлекеттік реттеу көбінесе жанама түрде жүзеге асырылады. Мысалы, мемлекет НИОКР-ды қаржыландырудың бір бөлігін өзіне алады, экспортты жасырын қаржыландырады, протекционистік кеден саясатын жүргізеді. Экспорттық субсидияларды компанияларға ұсына отырып, мемлекет әлемдік дінгейде оларға бағаны ұстауға және нарықпен шықпауға мүмкіндік береді. Импорттық салықтар деңгейін азайта отырып, мысалы, шикізатқа, мемлекет осы шикізатты пайдаланып жасалатын тауарларға сыртқы нарықта бәсекеге қабілеттілікті күшейтуді көздейді. Әлемдік нарық бағасына әсер етудің бір түрі демпинг. Демпингтің мақсаты белгілі бір тауармен немесе тауарлар тобымен, тауарларды әлемдік нарықта ішкі бағалардан төмен бағамен сатып, жаулап алу.

Шығындар әлемдік нарықтағы бағалардың көтерілуімен және экономика импорттаушы елдердің нәтижесінде ақталады.

13-ТАҚЫРЫП. ІШКІ САУДА БАҒАСЫН АНЫҚТАУ ӘДІСІ

Тақырып сұрақтары:

1. Ішкі саудадағы бағаның қасиеттері
2. Ішкі саудадағы бағаның статистикасы

Қазіргі әлемдік сауда базарларына әртүтрлі бағыттағы базарда тауар мен қызмет көрсетудің көп болуы, бағаның әртүтрлі болуына әкеп соқтырады. Тәжірибе жүзіндегі базардағы белгілі бір тауардың бағасы әртүтрлі болып ерекшеленеді. Сол себепті, баға құру кезінде, шешім қабылдау, бағаны осы базарға сай етіп анықтау сұраныс пен ұсыныс негізіне тікелей байланысты болып келеді.

Берілген мәлеметтерден түтсінетініміз мемлекетаралық қатынаста белгіленген баға түтрлі қолма-қол аударылымнан, банк арқылы жүзеге асатын операциялардан әлде қайда тиімді болып есептеледі. Тауарды жеткізушілер ішкі базардығы бағаның ауытқуымен тұтрақсыздығын көріп, өз мүмкіндіктеріне қарай, яғни бірнеше пайыздық шешімдер бкру арқылы өз ұсыныстарын халық сұранысына айналдырады. Ал осындай қатынас нәтижесінде, белгілі бір кіріс бөлігін, тасымал шығын құрал, түтскен пайда, 2 өсімгеде жетпейтін болады. Қазіргі заманғы әлемдік сауда базарына делдалдық фирмалар қажет орындардың біріне еге, және олар өзінің қызыметі үшін белгілі бір өтімнен пайыздық мөлшерлеме алады. Ал, кейбір өндірушілер тікелей банкпен жү^мыс істегенді қолайды. Бұл түтста компьютерлердің бере пайдасымен үзесі зор. Алайда бұл операцияда, сатушылар үшін түтсер пайда мардымсыз келеді. Сондықтавн баға құрудың механизімі ескі дәстүтрден аса алмайды:

- Сұраныс пен ұсыныс анализі.
- Бағдарламса бағасы (базардағы жағдайға байланысты)
- Шарттық бағаның түрі (тұтлынушы мен өндіруші арасындағы сұраныс пен ұсыныс теориясы нәтижесінде)

2. Ішкі саудадағы бағаның статистикасы

Ішкі саудадағы бағаның статистикасын әртүтрлі ұлттық, халықаралық статистика кітапшаларына жариялап , белгіленген бағалар экспорт пен импорт қатынасын анықтауды сатылу мен тауарды сатып алу мүмкіндіктерінің нәтижесін бөлу жолымен анықтап, аталған басылымдарға шығарады. Бұл бағалар белгілі бір тауардың нақты бағасын білдірмейді. Алайда бұл жарияланған мәліметтер, сол мемлекеттік қоғамның динамикасын айту мақсатында жақсы нәтиже беруде. Келіссөз жүргізу барысында экспортшы немесе импортшы, мәліметтердің бәрін жжинай келе, қандай жеңілдіктер ұсына алатынын алдын-ала біледі, және белгілі бір дайындықпен болады.

Әлемсдік тәжірибеде Ішкі саудадағы шерім берудің бірнеше түтрлері бар . бағалық шерім - шарт негізімен базар жағдайын есепке алып баға құру әдісі. Мамандардың айтуы бойынша бағалық шерімнің 40-қа жуық түрі бар. Ең көп қолданыста болатындары мыналар:

- сатушының шерім, экспортші базардағы жағдайды ескерместен, шерімдер жеңілдіктер беру. Бұл 20-30% -шейін жетуі мүмкін.

- Эксклюзивті импортшы үшін жасалған шерім, бұл жағдайда импорты осы тауарды таратудағы, жалғыз жеткізуші болып есептеледі, ол экспортшы үшін осы мемлекетте, аймақта тауарды

базар жағдайына орнықтыруға көмектеседі. Мұнда шерім 10-15%-дейін жетуі мүмкін.

- дәстүрлі серіктестікке шерім, әдеттегі импортерге беріледі, яғни ұзақ уақыт бойы экспортке жұмыс істесе, бұл жағдайда экспортшы өзінің сатып алушысына сенімді деген сөз.

- шерім жылдық сатылым көлеміне байланысты. Конкуренттері тым көп сауда орталығына тиесілі болып келеді.

- мерзімдік емес тауар алғаны үшін берілетін шерім. Ауыл шаруашылық тауарларына тиесілі жеңілдік; киімдер, аяқ киімдер және т.б

- дилерлік скидка, көтерме бағамен сатып алушыларға арналған. Бұл жеңілдік бүкіл шығынды жауып, және едәуір көлемде кіріс түтсуі қажет. Жеңілдіктер түрі әрқалай анықталады, көбінесе 2-10%-дық көлемде анықталады.

14-ТАҚЫРЫП. ТРАНСФЕРТТІК БАҒАЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӘДІСТЕРІ

Тақырып сұрақтары:

1. Трансфертті бағалар ТНК
2. Трансфертті баға құрудың әдістері
3. Аралас трансфертті баға құру

Бағалар - Транснационалды корпорациялар (ТНК) мен өзара қатынастағы бөлімшелердің сатып алу- сату -материялды қор жинау операцияларын Трансфертті деп атаймыз. Әдетте Трансфертті бағалар деп -ТНК-ның басқа аймақтағы, елдегі бағасының өзгеруіне ықпал ждасауын айтамыз.

1.Трансфертті бағалар ТНК - әкноминакалық саясатын белгілеуде жүзеге асады. Трансфертті бағалардың жоспарлауда құрал ретінде ауылшаруашылық байланысын, кірісті көрсететін көрсеткіш ретінде пайдаланамыз. Қаржылық жоспарда құрал, есептеу барысында, дәл осы трансфертті бағалар негізгі бөлікті көрсеткіші болып есептеледі. Сонымен қатар, оны компания арасында ресурстарды анықтап, бөлшектеп беруде көп пайда тигізуде.

Трансфертті бағалар ТІЖ басшылығымен спецификалық тапсырмаларды орындап, оларды баға құру былайша бөліп тастайды.

- бөлінуімен, қайта бөлшектеу кірісі, ана мен қызының арасындағы компания іспеттес.

- кеденнің минимизациясы және қаржылай төлем, бұлар әлемдік мпаштабта төленеді.

- саяси минимизация, экономикалық және несиелк қателер.

- базардағы көтерілімнің ТНК және бөлімшелер, басқару түрі шетелдік компаниялар арқылы бөліну.

- жаңа сауда орындары жаулап алу.

- кіріс аударылымы.

- әдейі кірісті төмендету.

Трансфертті баға құру саясчатын анықтау үшін, мына жайыттарды есте ұстайды:

- қатысып жатқан елдің саяси және экономикалық құрылысы.

- қатысып жатқан елдің заңға сай келуі.

- инфляция деңгейінің қатысып жатқан елдің сауда базарына әсер етуі.

- саяси, экономикалық және несиелік қателікткр.

- қатысып жатқан елдің базарындағы баға деңгейі.

- Валюттік ортаның либерализация деңгейі.

- қатысып жатқан елдің экспартация (аударылым) тәртібі.

- қатысып жатқан елдің дивидент төлеу тәртәбі. ТІЖ бір саясатты ұстанады және де бұл маңызды шешімдер талап ететін мүмкіндіккерге жол ашады.

- Ұлтаралық заңға сай келіп тарнифтік кеден саясатын қолданып, әр түтрлі елдердегі қаржы салығына байланысты белгіленеді.

- қатысты жатқан елдердің сауда нарық шарттары мен талаптарын ескереді.

- меңгеру шең бернің масштабына, көлеміне сай стратегия жүргізіледі.

Атап айтарлық жайт, тапсырмалар мен функциялар, дәл осы трасфертті бағалардың көмегімен ТНК саясатына сай шешіледі. Трансфертті бағаларды өзгерту, енгізу механизмі де ерекше орынды иеленеді. Басты міндеті жоғарғы бағадағы немесе төмен бағадағы тауарды қызмет көрсеткеніне байланысты жеңілдіктер беру арқылы жүзеге асыру болып табылады.

Жоғары бағадағы тауарын экспортты импортшыға берген жағдайда, импортшы аса кіріспе ие бола алмайтыны хақ. Осылайша, экспортші үлкен кіріспе кенелу рас. Бұл жағдайда экспортшы компания импортшіге административті, басқарушылық, тахникалық, танымдық қызметтерді, сол сияқты потенттер, лицензиялар, "ноу-хоу" мүмкіндіктерін қолданғаны жөн. ТНК кіріс жүргізу саясатын жалпы сомманы салыққа байланысты минималды жетістіктерге жеткізу мақсатында әлемдік масштабта қолданады.

Бұл мемлекеттердегі салықтың көлемін білу арқылы, ТНК саясаты бойынша, кірісті бөлу операциясы жүзеге асады. Осылайша, трансфертті бағалар мемлекеттердің салық жүйесіне байланысты баға құру мүмкіндігін беретіні анықталады.

Бұл тұтрыста, әлемдік масштабтағы салық төлеу соммасы азайтылды. Салықтың төменгі нәтижелерінде экспортші компанияның кірісін ТНК саясаты бойынша, салығы төмен мемлекеттерге бөлінед, осымүмкіндікке орай, экспортші өз мүмкіндіктерін кеңейте алады. Трансфертті бағалар қатысушы, елдің кеден бекетінен аз төлеммен өтуге көмегін береді. Бұған қол жеткізу мүмкіндігі, өте қолайлы, бастысы импорттың келуін азайту болып

табылады. Трансфертті бағалардың тағы бір мүмкіндігі саяси, эканомикалық, несие бағаларын экспортші компания үшін азайтып, минимизацилау. Импорттық тауарларда баға өскен сайын, шығынға бату қаупі жоғары тұтрады. Трансфертті бағалар сауда нарығындағы орталық механизм болып, импортшы мен экспортшы арасында қызмет көрсетеді де, өз шарттарын жаңа немесе қиын сауда орталықтарында жүргізе бастайды. ТНК-ның анықталған филиалы, төмен бағана иеленген жағдайда, конкуренттеріне осы мемлекетте жақсы қызмет жасауына көп мүмкіндік

береді. Бұл мақсатқа қол жеткізу үшін, компания қаржы бөледі, немесе қызмет көрсету түрін өзгертеді.

2. Трансфертті баға құру әдістері. Трансфертті баға құрудың негізгі 5 әдісі бар:

1. Жаратулы трансфертті баға құру.
2. Нарықтық трансфертті баға құру.
3. Фактілік трансфертті баға құру.
4. Келісім-шарттық трансфертті баға құру.

Жаратулы трансфертті баға құру- баға шығын есебіне сай қолданылады. Шығын бойынша баға құрудың 3 негізгі әдісі бар:

- тауардың бірлігіне сай, бөлім бөлу арқылы.
- Толық бөлім бөлу арқылы (трансфертті бағаны құрғанда тауардың бірлігіне сай бөліп есептейді.)
- Маржиналды шығындарды есептей келе (бұл база бекіткен бағаға байланысты, үстіне пайыздық көрсеткіштер қосу баға құру; өсім, моржа).

Шығын бойынша баға құру әдісінің қасиеті оның қарапайымдылығында, ТНК-ге сай мемлекеттердің шарттарын ескере отырып, белгілі компаниялардың ішкі тәртібіне сай, қатысушы жақтардың шығынын есептей келе, көтерме бағаларын қою арқылы коорпаративті дәстүрдің ескеруінсіз қойылатын баға болып табылады.

Нарықтық трансфертті баға құру- коорпаративтік ішкі саудасына арналған, нарықтық бағаны ескере отырып жасалады. Бұл әдістің қиын жағы, тауарлардың сан түрлі болуында, және базардағы әртүрлі мемлекеттерден болған соң валюталардың әрқилы болуында. ТНК-үшін бұл жауапты мәселелердің бірі.

Фактілік трансфертті баға құру- кірістің белгілі бір бөлігі әртүрлі этапқа байланысты өзгеріп отырады. Аталған әдіс ТНК бөлімдерінің әр этаптағы рентабельділігімен қамтамасыз етеді.

Әдістің мүмкіндігі- кірістің әр этапқа сәйкес көбейіп отыратындығында. Ал кемшілігі әдіс кірісті қатысушы мекемелерге бөліп беру мен әрқайсысына түсетін норманы тұтрақсыз болуында. ТНК мекемелеріне норманы белгілеудің бірнеше әдістері бар:

- шығын нормаларына сәйкес.
- Тауардың өтімділігіне байланысты.

Бұл әдіс қолдану барысында қиыншылықтар туындау мүмкін: қай мекемеге қандай норма белгілеу. Көп жағдайда ТНК мекемелері бірдей кіріс жүйесін ала алмайды. Бұның өзі теңсіздікті айнытпай көтсетеді.

- Ұстаным бойынша (шығын бойынша трансфертті баға құру мәселесіндегідей)

- Еңбек шығындары бойынша (кемшілігіне ТНК мекемелерінің осы әдіске деген сұраныс ізденістерінің еңбек шығынынан асып кетуінде)

Келісім-шарттық баға құру-бағалар қосушы жақтардың ТНК саясатына сәйкес шарттарымен ұсывныстарын ескере келе жасалады.

Негізгі кемшілігі әдістің жақтарының көзқарастарының қарама қайшылығында, және бұл өзара қате пікірлерді тудырады. Бұдан сақтану үшін, ТНК бірнеше механизмдерді пайдалануы керек.

- Сатушы мекемеге ТНК шеңберінен, тауарды нарық ішінде, өз компанияларына сай жүзеге асыру.

- Тек компания ішінде емес, сыртқы сауда орындарында да өз бағасын ТНК мүмкіндігіне сай сатып алушыға жағдай жасау.

- Корпоративті арбитраж.

Келісім-шарт әдісінің тиімділігі, баға құру корпоративтік саудаға мүмкіндіктері мен жетімділіктерін анық көрсетеді. Кемшілігі ТНК-ның қызмет көрсету ережелерін бұзады (мекемелердің қауіпті либерализацияға алып келеді, бұл ТНК-ны мақсатсық жұмыс істуге әкеп соғады.)

3. Аралас трансфертті баға құру - әдістердің бірнешеуінің бірге қолданған жайында жүзеге асады. Мысалға, төменгі шекараны шығын бойынша трансфертті баға құру әдісі арқылы белгілесе, жоғарғысын - нарықтық трансфертті баға құру бойынша анықтайды. Осыдан кейін ТНК-ның мақсатымен тапсырмаларын салыстыра келе, тиімді бір бағана белгілейді. Студенттердің өзіндік жұмысына арналған тапсырмалар.

1. Трансфертті бағаның бар болуы.

2. Трансфертті баға құрудың мүмкіндіктері.

15-ТАҚЫРЫП. БАҒА ҚҰРУДЫҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІНДЕГІ РЕФОРМАЛАРЫ

Көтерме және сатылу бағаларының өсу төлеміне орай АҚШ-ң ішкі нарығында 70-ші жылдары инфляцияның күрт көбейуіне байланысты, бағаны тұтрақтандыру әдісін пайдалану қажеттілігі туды. 1971 жылдың тамыз айында Р.Никсонның ұсынысы бойынша тбағаны қадағалау орталығы ашылды. Бағаны тікелей қадағалау нәтижесінде АҚШ эканомикасының тұтрақтануына жол ашылды. Алайда, біраздан соң бұл методтың кері нәтижелері өз бойын шығарды. Тым қадағалаудың әсерінен, капиталдың көптеп келуі тоқтатылып, инвестиция саясаты әлсіреді. 1974 жылы АҚШ -та иенге тікелей қадағалау жүргізіле бастады.

Қазіргі таңда, американдық администрация төлеу, жанама қадағалаудың пайдалануын қамтамасыз етеді. Жанама қадағалаудың негізгі бағыттарының баға құруы:

ақшалай-несие рестрикционды саясаты, өлшем дәрежелерін қадағалау арқылы федералды резервті жүйені өзгерту.

Федералды тауарды сатып алу мен қызмет көрсетуді үлғайту.

Мемлекеттік бюджеттегі дефицитті қысқарту. Рационалды салық саясаты.

Тікелей мемлекеттік қадағалау жоғары монополия жетістігіне сай АҚШ-та тек бағаның 5-тен 10 % дейінгі баға қадағалаудан өтеді.

Францияда тікелей қадағалау бағаның ауылшаруашылық тауарына газ, электроэнергия, тассымал қызметтеріне сондай-ақ конкуренттік жұмыстағы бағасына жүзеге асады. Франция өндірісі дамыған елдердің бірі болып саналады, себебі бұл мемлекетте ұзақ уақыт бойы баға қатал қадағалауалайда бұл жүйе мемлекет күткендей жақсы жетістіктерге әкеп соқтырмады, яғни үмітін ақтамады.

Бұндай қадағалау нарықтағы бағаны нақты етпейді, өндірістің көлемін көбейтпейді, конкурентция, нарықтың мобилді еңбекқорлығын, нарық тауары мен қызмет көрсетуді баяулатады. 1973 жылдан бастап, мемлекет өндірістік тауар бағасына либерализация орнатады. Осы уақытта конкуренттік баға туралы шешімге қол қойылады, мұнда «ұсынылған баға» немесе «минималды баға» деп аталатын келісім-шарт халық ұсынысындағы тауарға қатысты өз ережелерін бекітті.

Ал қазіргі таңда Францияда үш мыңнан астам, бағаны мемлекеттік қадағалау орталықтары жұмыс істейді. Олардың негізгі міндеттері - мемлекеттік ішкі саудаға байланысты бағаға тәртіп орнату. Қазіргі этапта Францияда 20 % - бағаның түрі мемлекеттің қадағалауында болса 80 % - еркін баға құру жүйесінде.

Бағаны қадағалау мемлекеттің негізгі құралы болып табылады, осылайша ауыл шаруашылық тауарына, фермерлердің кірісіне, жұмысшылардың өрдірістігін бақылайды. Бұл бағалар 90 %-дейін

қадағаланады. Мемлекет деп осындай метод арқылы жанама әсер етіп, басқа өндірістердің жақсы дамуына кедергі жасайды.

Бағаны қадағалауда Мемлекеттік құрылым жұмыспен қаржы және финанс министрлігінің, конкуренттік департамент айралысады.

Бағаны қадағалау тәжірбиесі Жапонияда өте қызықты. Мұнда мемлекет жоғары бағаларды орната алмайды. Бұл жөнінде ережелер жүргізілген. Осы ереже бойынша, көлемі 30 млрд. иеннен жоғары келетін өнімге бұл ереже жарамсыз болып табылады. Мемлекет күрішке, етке, бидайға және сүтті тағамдардың бағасын қадағалайды. Шындығында, бағалардың 20 %-ғана қадағаланады. бұл жөнінде антимонополь заңы (1947 жылы) мемлекет тарихында өз орнын тапты.

Баға құрудың негізгі қатынасы сұраныс пен ұсынысқа байланысты. Бағаны қадағалаудың кеңсесі меңгеру орталығы бар. 1973 жылы осы орган мемлекеттік баға құру қиыншылығын шеше бастады. Даму шеңберіне мыналар кіреді:

Антимонополь заңдылықты қадағалау. Сұраныстың тенденцияларын зерттеу, ұсыныс, баға құру. Бағаны ұстап қалу, ұсынысты қажетті деңгейде және заңға сай баға мен конкуренттерге фискалды және финанс саясатын дұрыс жүргізу.

Швецияда бағаны қадағалауды арнайы мемлекеттік бағаны орталықтандыру органы жүргізеді. Бұған министрлік жауапты болады. Заңды қадағалау туралы бірнеше заңдар қабылданған. кедендік салық түрінде импорттың бағасына тікелей әсерін тигізеді. Швецияда ауыл шаруашылық субсидиялары осы ережелерді ұстанғанына байланысты, өзіндік жетістіктерге қол жеткізуде.

Австралияда мемлекеттік қадағалау 1976 жылы бекітілген баға туралы заңға, 1998 жылы бекітілген картельдер туралы заңға сай жүзеге асады. Ал, 1985 жылы Антидемпингтік заң мемлекеттің бағаның тек 10 % қадағалауына рұқсат береді.

Парламент бағаны темекі тауарына, тұтқа, почталық қорға, телефонға, телеграфты және теміржол тарифтеріне бекітеді. Қаржы министрлігі бағаны спирттік сусындарға орнатады.

Австралияның экономика министрі бағаны өзгертуге тауарның шыққан уақытынан 6 айға дейін құдығы бар. Осылайша экономикалық мүмкіндіктерді шектей келе, мемлекет өз бағаларын халыққа ыңғайлы дәрежеде ұсынуға тырысады, және бұл жолда көп жетістіктерге жетуде. Бағаны сұраныс өлшеміне сай қоюын, мемлекеттік органдар жақсы, өте текстильді мәлімет қорын енгізуде.

Швейцарияда тауардың бағасы мемлекет субсидиясын қорғау арқылы қадағаланады. Швейцарияда бағаны қадағалау орталығы федералды ведомство болып табылады. Бағаны қадағалау күрделі жүзеге асады.

Осылайша, шетелдік бағаны құру, қадағалау тәжірбиелері бізге үлкен сабақ береді, яғни маркетинг саласында дұрыс еңбек ету заңдылық тенденцияларын әр мемлекетке механизм формаларын береді.

Жазбалар үшін

A series of 30 horizontal dotted lines for writing.

Конырбеков М. Ж.

Бағалар және баға түзу

Лекция курсы

Пішімі 60x84, 1/16.
Тығыздығы 80 г/м².
Көлемі 3.43