



25-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
АШЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ

МАКРОЭКОНОМИКА

Халықаралық сауда саясаты





- Рыноктардың халықаралық саудамен қалай жұмыс істейтінін түсіндіру
- Халықаралық сауда мен оның жеңімпаздары мен ұтылғандардың пайдасын анықтау
- Халықаралық сауда кедергілерінің салдарын түсіндіру
- Халықаралық сауданы шектеуді негіздеу үшін пайдаланылатын дәлелдерді түсіндіру және бағалау

iPhone, Wii game және Nike shoes-бұл Құрама Штаттарда өндірілмейтін сатып алуға болатын тек үш зат. Неге біз Америкада смартфондар, ойындар мен аяқ-киім шығармаймыз? Өндірістің жаһандануы жақсы американдық жұмыс орындарын өлтірмейді ме?

Жауаптарды осы тақырыпта таба аласыз. Және әлемдік сауда сатып алушылар мен сатушылар үшін неге өзара тиімді мәміле екенін қарастырамыз. Сіз сондай-ақ, Үкімет сауданы неге шектейді, ал тақырып соңында американдықтар Мексикадан импорт салығынан неге ұтылатынын қарастырамыз. Бірақ алдымен біз халықаралық сауда пайдасын зерделеп алайық.

Әлемдік нарықтар қалай жұмыс істейді

Басқа елдерде Адамдармен сауда жасағанда, сатып алу және тұтыну мүмкін тауарлар мен қызметтер біз өндіре алатындармен шектелмейді. Біз басқа елдерден сатып алатын тауарлар мен қызметтер біздің импорт болып табылады, ал біз басқа елдердегі адамдарға сататын тауарлар мен қызметтер біздің экспорт болып табылады.

Бүгінгі халықаралық сауда

Әлемдік сауда бүгінде үлкен. 2016 жылы әлемдік экспорт пен импорт \$ 21 трлн құрады, бұл әлемдік өндіріс құнының үштен бір бөлігін құрайды. Құрама Штаттар әлемдегі ең ірі халықаралық трейдер болып табылады және олардың үлесіне әлемдік экспорттың 10 пайызы және әлемдік импорттың 13 пайызы келеді. АҚШ-тан кейін 2-ші және 3-ші орындарды иеленген Германия мен Қытай үлкен айырмашылықпен артта қалады.

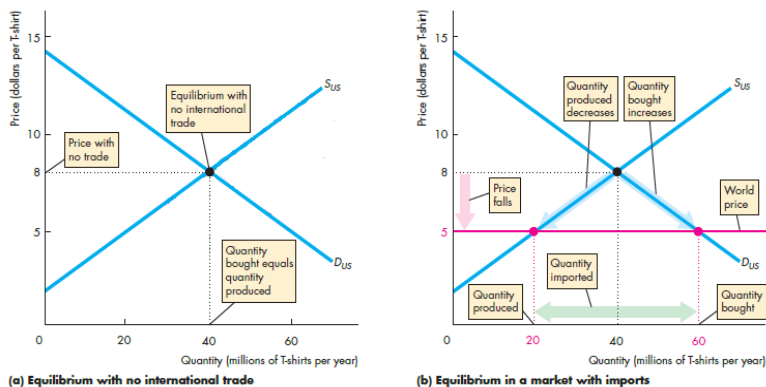
2016 жылы АҚШ экспортының жалпы көлемі \$2,2 трлн. Американдық импорттың жалпы көлемі 2,7 триллион долларды құрады, бұл АҚШ-тағы жалпы шығындардың 15 пайызын құрайды. 2016 жылы қызметтер экспорты экспорттың жалпы көлемінің үштен бір бөлігін, ал қызметтер импорты импорттың жалпы көлемінің бестен бір бөлігін құрады.

Халықаралық сауданы не қозғайды?

Салыстырмалы артықшылықтар халықаралық сауданың негізгі қозғаушы күші болып табылады. Салыстырмалы артықшылық - адам басқа біреуге қарағанда неғұрлым төмен баламалы құн бойынша қызметті жүзеге асыра алатын немесе тауар немесе қызмет жүргізе алатын жағдай. Сол ұлттарға да қатысты. Біз ұлттық салыстырмалы артықшылықты ұлт қызметін жүзеге асыра алатын немесе кез келген басқа ұлтқа қарағанда неғұрлым төмен баламалы құн бойынша тауар немесе қызмет жүргізе алатын жағдай ретінде анықтай аламыз. Қытайда футболкалар өндірісінің балама шығындары Құрама штаттарға қарағанда төмен, сондықтан Қытай футболкалар өндірісінде салыстырмалы артықшылығы бар. Құрама Штаттарда ұшақ өндірісінің баламалы шығындары Қытайға қарағанда төмен, сондықтан Құрама Штаттардың ұшақтар өндірісінде салыстырмалы артықшылығы бар.

Сол принцип елдер арасындағы саудаға да қолданылады. Қытай футболкалар өндірісінде салыстырмалы артықшылығы бар, ал Құрама Штаттардың ұшақтар өндірісінде салыстырмалы артықшылығы бар болғандықтан, екі елдің адамдары мамандану мен саудадан пайда табуы мүмкін. Қытай АҚШ-тан ұшақтарды Қытай фирмаларының өндіруіне қарағанда баламалы құны төмен бағамен сатып ала алады. Американдықтар да Қытайдан футболкаларды американдық фирмалар оларды шығара алатындарға қарағанда төмен балама құны бойынша сатып ала алады. Сонымен қатар, халықаралық сауда арқылы қытайлық өндірушілер өздерінің футболкаларына жоғары баға ала алады, ал Boeing ұшақтарды жоғары бағамен сата алады. Екі ел де халықаралық сауданы жеңеді. Енді футболкалар мен ұшақтардың әлемдік нарықтарындағы сұраныс пен ұсынысты зерттей отырып, біз тек сипаттаған сауда пайдасын бейнелейік.

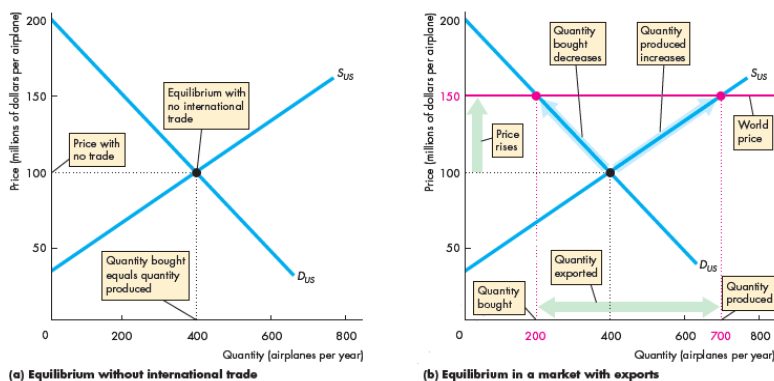
Неге Құрама Штаттар футболкалар импорттайды, себебі қалған әлемнің футболкалар өндірісінде салыстырмалы артықшылығы бар.



1-ші сурет бұл салыстырмалы артықшылық халықаралық сауданы қалай туындататынын және сауда футболка бағасына және өндірілген және сатып алынған санына қалай әсер ететінін көрсетеді. D_{US} сұраныс қисығы және S_{US} ұсыныс қисығы тек АҚШ-тың ішкі нарығында сұраныс пен ұсынысты көрсетеді. Сұраныс қисығы бізге американдықтар түрлі бағамен сатып алуға дайын футболкалар саны туралы айтады. Қисық ұсыныстар Америка киім өндірушілер әр түрлі бағамен сатуға дайын футболкалар саны туралы, яғни Құрама Штаттарда сатылатын барлық футболкалар Құрама Штаттарда өндірілген кезде әрбір баға бойынша жеткізілетін саны туралы айтады. 1-ші суреттің (а) бөлігінде АҚШ-тың халықаралық саудасыз футболкалар нарығы қандай болатынын көрсетеді. Көйлектің бағасы 8 долларды құрайды, ал жылына 40 миллион көйлек американдық киім өндірушілер жасап, америкалық тұтынушылар сатып алатын болады.

1-ші суреттің (b) бөлігінде халықаралық саудамен футболкалар нарығы көрсетілген. Футболка Бағасы АҚШ-тың ішкі нарығында емес, әлемдік нарықта анықталады. Футболканың әлемдік бағасы \$ 8-ден кем, бұл басқа әлем футболкаларды өндіруде салыстырмалы артықшылығы бар деген сөз. Әлемдік баға желісі көйлек үшін \$ 5 әлемдік бағаны көрсетеді. АҚШ-та сұраныс қисығы, D_{US} , АҚШ-та \$5 көйлек үшін американдықтар жылына 60 миллион көйлек сатып алады дейді. АҚШ-та ұсыныс қисық, S_{US} , бізге көйлек үшін 5 доллар бағасымен американдық киім өндірушілер жылына 20 миллион футболка шығарады дейді. Құрама Штаттарда тек 20 миллион өндірілген кезде 60 миллион футболкаларды сатып алу үшін, басқа әлемнің футболкаларын импорттауы керек. Импортталатын футболкалар саны жылына 40 миллион.

АҚШ ұшақтарды неге экспорттайды?



2-ші суреттің ұшақтардың халықаралық саудасы көрсетілген. D_{US} сұраныс қисығы және S_{US} ұсыныс қисығы тек АҚШ-тың ішкі нарығында сұраныс пен ұсынысты көрсетеді. Сұраныс қисығы бізге американдық авиакомпаниялар түрлі бағамен сатып алуға дайын ұшақтардың саны туралы айтады. Ұсыныс қисығы бізге американдық әуе жасаушылар түрлі бағамен сатуға дайын ұшақтардың саны туралы айтады. 2-ші суреттің (а) бөлігінде АҚШ-тың авиациялық нарығы халықаралық саудасыз қандай болатынын көрсетілген. Ұшақтың бағасы 100 миллион долларды құрайды және жылына 400 ұшақты американдық авиақұрылысшылар жасап және оларды америкалық авиакомпаниялар сатып алатын болады.



2-ші суреттің (b) бөлігінде АҚШ ұшақтарының халықаралық сауда нарығы көрсетілген. Ұшақтың бағасы әлемдік нарықта анықталады және ұшақтың әлемдік бағасы 100 миллион доллардан асады. Әлемдік баға желісі 150 миллион доллар деп бағаланады.

АҚШ сұранысының қисығы, D_{US} , бізге \$ 150 млн ұшақ үшін американдық авиакомпаниялар жылына 200 ұшақ сатып алады дейді. АҚШ-тың ұсыныс қисығы S_{US} , бізге ұшақ үшін \$ 150 млн болған кезде американдық әуе ұшақтары жылына 700 ұшақты өндіреді дейді. АҚШ-та шығарылған ұшақтардың саны (жылына 700) минус американдық авиакомпаниялар сатып алған ұшақтардың саны (жылына 200) - бұл жылына 500 ұшақты құрайтын экспортталатын ұшақтардың саны.

Халықаралық сауда шектеулері

Үкімет халықаралық саудаға ықпал ету және отандық өнеркәсіпті шетелдік бәсекелестіктен қорғау үшін төрт құралдар жиынтығын пайдаланады. Олар:

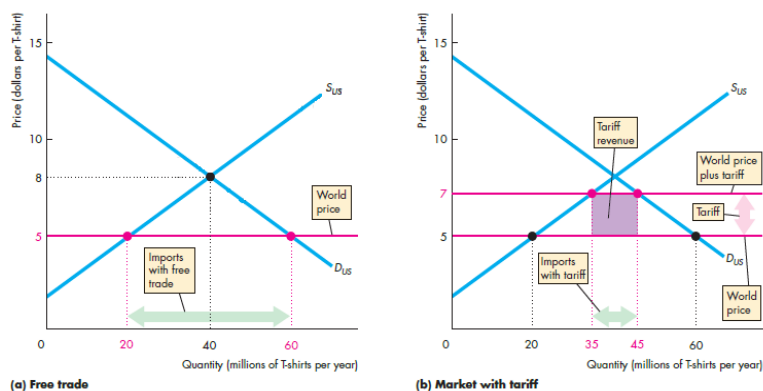
1. Тарифтер
2. Импорттық квоталар
3. Басқа импорттық кедергілер
4. Экспорттық субсидия

Тарифтік

Тариф-импортталатын тауар оның халықаралық шекарасын кесіп өткен кезде импорттаушы ел енгізетін тауарға салынатын салық. Мысалы, Үндістан үкіметі Калифорниядан импортталатын шарапқа 100 пайыздық тариф енгізеді. Сондықтан, үндіс калифорниялық шараптың бөтелкесін импорттаған кезде, ол үнді Үкіметіне 10 доллар көлемінде импорттық баж төлейді.

Тарифтер үкіметтердің табыстарын арттырады және импортпен бәсекелесетін салаларда өз табыстарын табатын адамдардың жеке мүдделеріне қызмет етеді. Бірақ, сіз көріп отырғандай, еркін халықаралық саудаға шектеулер сауда пайдасын азайтады және әлеуметтік мүдделерге жауап бермейді.

Тариф әсерлерін көру үшін, мысалы, Құрама Штаттар футболкаларды импорттайды. Еркін сауда арқасында футболка импортталады және әлемдік бағамен сатылады. Содан кейін, американдық киім өндірушілердің қысымымен АҚШ үкіметі футболкаларды импорттау тарифін енгізеді. Футболкаларды сатып алушылар енді әлемдік бағаны қосу тарифін төлеуі тиіс. 3-ші суреттің (a) бөлігінде еркін халықаралық саудамен жағдай көрсетілген. Құрама Штаттар жылына 20 миллион футболка шығарады және жейделер үшін 5 доллар әлемдік бағамен жылына 40 миллион футболка импорттайды. 3-ші суреттің (b) бөлігінде футболка үшін 2 доллар тарифінде не болып жатқанын көрсетеді.



Футболка нарығында келесі өзгерістер бар:

- АҚШ-тың бағасы футболка үшін 2 долларға қымбаттайды.
- АҚШ-та сатып алынған футболкалар саны азаяды.
- АҚШ-та жасалған футболкалар саны артуда.
- АҚШ-қа әкелінетін футболкалар саны азаяды.
- АҚШ үкіметі тарифтік кіріс жинайды.



Импорттық квота

Енді сауданы шектеудің екінші құралын қарастырайық-импорттық квоталар. Импорттық квота-белгілі бір кезең ішінде импортталуы мүмкін тауар санын шектейтін шектеу. Көптеген елдер тауарлардың кең ауқымына импорттық квоталарды енгізеді. Құрама Штаттар оларды қант және банан сияқты тамақ өнімдеріне және тоқыма және қағаз сияқты өнеркәсіптік тауарларға салады. Импорттық квоталар Үкіметке импортпен бәсекелесетін салаларда өз табысын табатын адамдардың жеке мүдделерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Бірақ тариф сияқты импорттық квота сауда пайдасын азайтады және әлеуметтік мүдделерге жауап бермейді.

Басқа импорттық кедергілер

Импортқа әсер ететін екі саясат жиынтығы

1. Денсаулық , қауіпсіздік және реттеу кедергілері
2. Экспорттың ерікті шектеулері

Денсаулық, қауіпсіздік және кедергілерді реттеу денсаулық сақтаудың, қауіпсіздіктің және басқа да ережелердің мыңдаған егжей-тегжейлі ережелерінің кедергілері халықаралық сауданы шектейді. Мысалы, АҚШ-тағы азық-түлік импортын азық-түлік пен дәрі-дәрмектерді бақылау жөніндегі басқарма тексереді, ол тағамға қолдану үшін таза, сау, қауіпсіз болып табылады ма және санитарлық жағдайда өндіріледі ма екенін анықтайды. «BSE» (сиыр құтырмасы) 2003 жылы бір ғана американдық сиырға ашу америкалық сиыр етінің халықаралық саудасын жабу үшін жеткілікті болды. Еуропалық Одақ американдық өндірістің соя бұршақтары сияқты генетикалық түрлендірілген өнімдердің көпшілігін импорттауға тыйым салады.

Экспорттық субсидия

Субсидия - бұл мемлекеттің өндірушіге төлеуі. Үкімет субсидияны төлегенде, өндіріс құны субсидия сомасына түседі, сондықтан ұсыныс артады. Экспорттық субсидия-бұл экспорт ұсынысын арттыратын экспортталатын тауар өндірушіге Үкіметтің төлемі. Экспорттық субсидиялар солтүстік америкалық еркін сауда туралы келісімді (НАФТА) және әлем ережелерін қоса алғанда, бірқатар халықаралық келісімдерге сәйкес заңсыз болып табылады.

Сауда ұйымы (ДСҰ). Экспорттық субсидиялар заңсыз болғанымен, АҚШ және Еуропалық Одақ үкіметтері фермерлерге төлейтін субсидиялар, сайып келгенде, кейбірі экспортталады ішкі өндірісті ұлғайтады. Субсидияланатын ауыл шаруашылығы өнімінің бұл экспорты оны өндірушілер үшін қиын ету

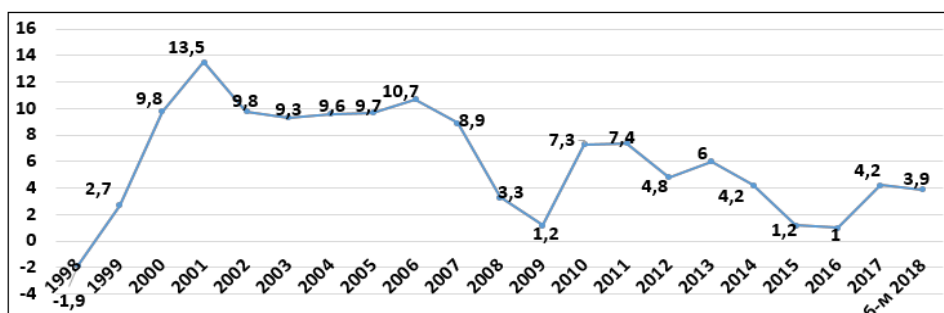
Басқа елдер, әсіресе Африка мен орталық және Оңтүстік Америкада әлемдік нарықтарда бәсекеге түседі. Экспорттық субсидиялар отандық өндірушілерге пайда әкеледі, бірақ олар бай индустриялық елдерде кейбір азық-түлік өнімдерін тиімсіз қайта өндіруге, қалған әлемде өндірілмеуге әкеп соғады және тұтастай алғанда әлем үшін шығындар туғызады.

Интеграция, бірігу (ағылшынның integration ; латынның integer- бүтін, тұтас) – экономикалық субъектілерді біріктіріп, өзара іс-қимылдарын тереңдете түсу, өзара байланыстарды дамыту.

Қазақстанда Ұлттық экономикамыздың бірегей моделі қалыптасты ма?

Төмендегі 4-ші суретте Қазақстанның ЖІӨ өсімі көрсетілген.

ҚР ЖІӨ нақты өсімі, %





Суртттен соңғы жиырма жылдағы еліміздің экономикалық өсімін көруге болады. Жалпы тәуелсіздік алған жылдарда экономикамыз өтпелі кезеңнен өтті. 1998 жылдарда ол Азия дағдарысы жылдарына ұласты. Экономикамыз негізінен тек минус көрсеткіштерді көрсетті. Өсім болмады деп айтуға негіз бар.

Ал 2000 жылдан бастап бірден экономикалық өсімді көреміз. ЖІӨ орташа өсімі 2000-2007 ж.ж. 10,3 пайызды көрсетті. Егер қандай да бір мемлекеттің ЖІӨ жылына 10 пайыздан өссе, әрі ол ондаған жылдарға ұласса елде экономикалық ғажайып болады. Тарихтан Германия экономикалық ғажайыбы, Жапония экономикалық ғажайыбы, Оңтүстік Корей экономикалық ғажайыбы деген ұғым пайда болды. Бұл мемлекеттер өздерінің бірегей ұлттық экономикасының моделін қалыптастыра алды деп айтуға толық негіз бар. Ал Қазақстанда экономикалық ғажайып болуға сәл қалып еді, болайын деп болмай қалды. Себебі 2007-2009 жылдары әлемдік қаржылық дағдарыстың салқыны еліміздің де экономикалық дамуына кері әсерін тигізді. 2009 жылы ЖІӨ өсімі 1,2 пайызға дейін төмендеді.

2010 жылдан бастап экономикада жандану фазасы орныға бастады. Экономикадағы қалыпты жағдай 2014 жылға дейін жалғасты, 2013 жылдың қорытындысы бойынша ЖІӨ 6 пайызға өсіп, Қазақстан 50 бәсекеге қабілетті елдің қатарына кірген болатын. Жан басына шаққандағы ЖІӨ 13 600 долларды құрады. Бұл әлемдік көрсеткіштермен есептегенде елдің әлеуеті, табыс деңгейі орташадан жоғары деп бағаланды. Қазақстан донор елдердің қатарынан орын алды.

Графиктен көріп отырғанымыздай, 2014 жылдан бастап экономика қайтадан құлдырау фазасына өтті. Дағдарыс басталды, мемлекетімізде бұл дағдарысқа қарсы «Нұрлы жол» бағдарламасы, «100 нақты қадам» бағдарламасы әзірленді. Экономистер экономикада жүйелік дағдарыстың басталғанын тілге тиек ете бастады.

Алайда 2014 жылда ЖІӨ 4,2%-ға төмендесе, 2015 жылы 1,2%-ға дейін түсті. Осы орайда мемлекеттік бюджеттің тапшылығын жабу үшін, ұлттық қордан аударылған трансферттер халықтың болып жатқан дағдарысты сезбеуінің негізгі себебі болғанын атап өту қажет. Тек 2015 жылдың 20 тамызында теңгеміз еркін айналымға жіберілген кезде ғана, экономикада тұрақсыздықтың бары айдан анық болды.

2015 жылдың қорытындысы бойынша жылдық инфляция деңгейі 13,6%-ға жетті. Бағалар өсті, тұрмыстық техника мен тұрмыстық химия заттары 2 есеге дейін қымбаттаса, кейбір дәрі-дәрмектер бағасы 3 есеге дейін өсті. Бұл халықтың төлем қабілеттілік деңгейінің күрт төмендеуіне әкеліп соқты. 2016 жылдың қорытындысы бойынша ЖІӨ өсімі соңғы 18 жылда болмаған көрсеткішке дейін төмендеді, жуықтағанда 1%-ға ғана өсті. Экономикада стагнация орын алды. Стагнация – экономикалық өсім болмай, тұралап қалуы деген сөз. Тіпті халық арасында «90-шы жылдар болып кетті ме, сол уақыттағы жағдайлар қайта қайталанып кетті ғой» – деген пікірлерін естідік.

Сондай-ақ әлемдегі мемлекеттердің бәсекеге қабілеттілігін өлшейтін негізгі рейтингтік ұйым Бүкіләлемдік экономикалық форум (БЭФ) болып табылады. 5-ші суретте бәсекеге қабілеттілік рейтингісіндегі Қазақстанның орны көрсетілген.



Қазақстан да 2006 жылдан бастап осы рейтингке қатыса бастады. 2006 жылы – 56 орында болдық, 2007 – 61, 2008-66, 2009 -67, 2010-11 де – 72 орын, 2012-де – 51 орын, 2013-те – 50, 2014-те де – 50 орында болдық. 2015-те 42 орында болдық. 2016-да 53 орынға қайта түстік. 2017-2018 жылдарда 57 орында тұрмыз.