



ЭКОНОМИКС

Халықаралық сауда және сауда
тиімділігі

**Дәрістің жоспары:**

1. Адам смиттің абсолют артықшылық теориясы.
2. Давид Рикардоның салыстырмалы артықшылық теориясы.
3. Сауда факторлары және саудадағы шектеулер.

Адам смиттің абсолют артықшылық теориясы

Адам Смит 1776 жылы жарияланған «Халықтар байлығының табиғаты мен себептері туралы» атты еңбегі арқылы абсолют артықшылық теориясының негізін салды. Оның теориясы бойынша халықаралық сауда әртүрлі елдердегі тауар өндірісінің абсолютті шығындарының айырмашылығына негізделуі тиіс. Смиттің ойынша, әрбір ел басқа елге қарағанда, еркін нарық жағдайында өндірісіне аз шығын жұмсайтын тауарға маманданғаны дұрыс. Адам Смит әр елде белгілі тауарларды аз шығынмен өндіруге мүмкіндік беретін ерекше табиғи жағдайлар мен ресурстар бар екенін атап көрсетті.

Абсолют артықшылық – өндіруші тауарды аз ғана факторлар табысын қолдану арқылы өндіргенде көрінуі.

Абсолют артықшылық принципін түсіндіру үшін осы дәріске қатысты «Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты беттерінде көрсетілген қарапайым мысалдарды қолдануға болады. Сондағы көрсетілген мысалды пайдаланайық. Болжам: әлемде екі түрлі тауар ғана өндіріледі: ет және картоп. Фермер мен бағбан осы екі тауардың өндірушісі болады. Фермер тек ет өндіре алады, ал бағбан тек картоп қана өндіре алады. Бұлардың барлығы екі түрлі елге қатысты алынған баламалар болып саналады. Еттің құны картоптың құнымен немесе картоптың еттің құнымен өлшенеді. Бұл жерде белгілі бір өндіруші белгілі бір өнімнің түрін өндіруде шығындары аз болатындай абсолют артықшылыққа ие болады, яғни, біздің мысалымызда фермер ет өндірісінде абсолют артықшылыққа ие болса, ал бағбан картоп өндіруде абсолют артықшылыққа ие болады. Олай болса, өзара тиімді сауда-саттық жүргізу арқылы екі өндіруші ет пен картопты бірі-бірімен айырбастап өз қажеттіліктерін қанағаттандыра алады. Жоғарыда атап өткеніміздей, мамандандыру деген маңызды болады, яғни, фермер ресурстардың барлығын ет өндірісіне жұмсап, сол өнімнің өндірісіне толығымен маманданады және етті картопқа айырбастайды. Ал бағбан болса ресурстардың барлығын картоп өндірісіне жұмсап, сол өнімге толығымен маманданады да, картопты етке айырбастайтын болады.

«Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты сызбалары мен кестелерін талқылау арқылы Адам Смиттің абсолют артықшылық теориясының мәнін толық түсіндіруге болады.

Смиттің теориясынан кейін пайда болған теорияны біз екінші сұрақта қарастыратын боламыз.

Давид Рикардоның салыстырмалы артықшылық теориясы

Дәрістің екінші сұрағында атақты екінші экономист Давид Рикардоның әйгілі теориясымен таныс боласыздар. Давид Рикардо Адам Смиттің абсолют артықшылық теориясын әріқарай дамытып, өзінің әйгілі салыстырмалы артықшылық принципін ұсынды. Мұнда фермер мен бағбан сияқты екі өндіруші екі елді сипаттайды. Ол өзінің 1817 жылы жарияланған «Саяси экономияның қағидалары және салық салу» еңбегінде егер екі елдің біреуі абсолютті артықшылыққа ие болмаса, онда елдер арасында сауданың қалай мүмкін болатындығын дәлелдеген.

Салыстырмалы артықшылық принципі – қандай да бір ел мамандандырылған өндіріс пен сауданы басқа мемлекетпен салыстырғанда баламалы (салыстырмалы) шығындары аз болатындай етіп жүзеге асыруы керек. Сонда жалпы өнім де жоғары деңгейде болады.

Салыстырмалы артықшылықтар теориясында сыртқы сауданың шарты абсолюттік шығындар айырмашылығы болуы міндетті еместігін және абсолюттік артықшылық болмаса да сыртқы сауданың тиімді екенін пайымдады.



Д. Рикардоның ойынша, елдер салыстырмалы арзан тауарларды сыртқа шығарып (экспорттап), ал өз еліне қарағанда шет елдерде аз шығын кететін тауарларды әкелуі тиіс. Әр ел басқа елге қарағанда абсолюттік шығындары жоғары болса да салыстырмалы шығындары төмен өнімдер өндіруге мамандануы керек.

Д. Рикардоның салыстырмалы артықшылық теориясында еңбек сияқты жалғыз ғана фактордың өнімділігі арқылы сыртқы сауданың тиімділігі қарастырылады. Алайда әртүрлі елдерде еңбектің беретін өнімділігі әртүрлі болып табылады, одан басқа, әртүрлі тауарлар өндірісінде өндіріс факторларының басқа да түрлері және олардың алуан түрлі үйлесімділіктерде қолданылатындығы белгілі. Сондықтан да уақыт өте келе, Рикардо теориясының алғышарттарын кеңейтуге және осы үлгіні әрі қарай дамытуға аса жақсы мүмкіндіктер туа бастады.

Д. Рикардоның салыстырмалы артықшылық теориясына қатысты келтірілген мысалдар «Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты берілген кестеден байқауға болады. Сол кестедегі мысалды қарастырайық. Мұндағы салыстырмалы артықшылық екі өндірушіден тұратын екі елдің өндірістік мүмкіндіктер құнын сипаттайды, яғни: фермерге қарағанда егіншінің картоп өсіру бойынша балама шығыны төмен және керісінше, егіншіге қарағанда фермердің ет өндірісі бойынша балама шығыны төмен болып саналады. Сондықтан да егінші картоп өсіру бойынша, фермер ет өндірісі бойынша салыстырмалы артықшылыққа ие.

Сонымен, салыстырмалы артықшылық принципі тауар өндірушілерді балама шығындары бойынша салыстыруды көрсетеді. Егер бір өндірушінің екінші бір өндірушімен салыстырғанда мүмкін болатын шығындары төмен болса, онда сол өндіруші белгілі бір тауар бойынша салыстырмалы артықшылыққа ие болады.

Негізінен, Адам Смит пен Давид Рикардоның қалыптастырған сыртқы сауда теорияларының қорытындылары саудаға шектеулер қоюға, тарифтерді енгізуге қарсы шығатын және еркін сауданы жақтайтын дәлелдемелерге негіз жасап берді. Тіпті Рикардоның жасаған кейбір ұсыныстары қазіргі заман экономикасында сол күйінде қолданылмайды және бұл теория экономикалық өзгерістерге байланысты қайта-қайта бағаланып отыруы тиіс.

Сауда факторлары және саудадағы шектеулер

Дәрістің үшінші сұрағында біз сауда факторлары мен сыртқы саудадағы шектеулер туралы сөз қозғаймыз. Халықаралық сауданың жоғарыда аталып кеткен теориялары ел үшін қандай тауарды сыртқа шығарған және қандай тауарды сырттан әкелген тиімді екенін түсіндіре отырып сыртқы сауданың құрылымын сипаттауға тырысады. Бұл жерде аса маңыздысы – ол әлемдік нарықта сұраныс пен ұсынысты және бағалардың тепе-теңдік деңгейін, сондай-ақ, осы арқылы сыртқы сауданың ұтымын анықтау болып табылады.

Әлемдік нарықта тепе-теңдік баға қалай қалыптасады?

Бұл сұраққа жауап беру үшін өзара саудаласушы елдердің қандай да бір тауар бойынша сұраныс пен ұсыныс шарттарын анықтау қажет.

Қазіргі заманғы ашық экономика жағдайында тауарлар мемлекеттік шекаралар арқылы еркін түрде жүріп отырады. Бұл жерде ел ішінде қандай да бір тауардың («Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты берілген беттерінде «зәйтүн майы» туралы келтірілген мысал) тепе-теңдік бағасын анықтайтын сұраныс пен ұсыныс сол тауарға әлемдік сұраныс пен ұсыныстан және оның әлемдік бағасынан едәуір өзгеше болуы мүмкін.

Экономистердің айтуынша, мысалға алынған зәйтүн майы сияқты өнімді өндіретін белгілі елдің сол өнімге қатысты бағасын басқа бір елдің өндіретін зәйтүн майының бағасымен салыстыру қажет. Мұндағы әлемдік баға – әлемдік нарықтағы тауардың басым бағасы. Зәйтүн майының әлемдік бағасы ішкі бағаға қарағанда жоғары болса, онда еркін сауда-саттық орнағаннан кейін сол ел зәйтүн майын экспорттаушы ел болады. Керісінше, зәйтүн майының әлемдік бағасы отандық бағаға қарағанда төмен болса, онда ол ел импорттаушы болады.

Мысалға алынған осы өнімнің түріне қатысты елдің сыртқы саудадан көретін ұтыстары мен ұтылыстары, экспорттаушы елдің пайдасы мен шығыны және импорттаушы мемлекеттің табысы мен шығыны туралы ақпараттарды «Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты беттерінде берілген сызбаларды талдау арқылы сипаттап түсіндіруге болады.



«Зәйтүн майын» шығаратын экспорттаушы елді мысалға алсақ, мынадай екі қорытынды жасауға болады:

1. Мемлекет еркін сауданы орнатып, экспорттаушы мемлекет болғанда, отандық өндірушіге жағымды, отандық тұтынушыға жағымсыз жағдай туындайды.

2. Сауда ұлттың экономикалық әл-ауқатын арттырады, яғни ұтқандардың пайдасы ұтылғандардың шығындарынан асып түседі.

Ал импорттаушы елдің экономикасын талдаған кезде экспорттаушы елге қарама-қарсы болатын екі нәтижені алуға болады:

1. Ел еркін сауда жасауға келіссе, тауар импорттаушы болады, мұның өзі отандық тұтынушыға тиімді, отандық өндірушіге тиімсіз деп есептеледі.

2. Ұтқанның пайдасы ұтылғанның шығынынан асып түскен жағдайда ғана сауда ұлттың экономикалық әл-ауқатын арттырады.

Сыртқы саудаға әрдайым шектеу қойылып отырады. Сыртқы сауда саясаты тарифтік немесе тарифтік емес құралдар арқылы жүзеге асады. Сыртқы сауданы шектеудің кең тараған әдісі болып тарифтер немесе кедендік баж салығы табылады. Тариф дегеніміз не?

Тариф – қандай да бір елдің шекарасынан өтетін тауарлардан, мүліктерден және құндылықтардан алынатын мемлекеттің ақшалай табыстары (салықтар). Баж салықтары импорт пен экспортқа бірдей салынатындықтан, олар импорттық тариф және экспорттық тариф болып бөлінеді. Енді осы екеуіне жеке-жеке тоқталайық.

Импорттық тариф – отандық тауар өндірушілерді шетел бәсекесінен қорғау мақсатында импорттық тауарларға салынатын салықтың бір түрі. Кеден салығы шетел тауарларына салынады, нәтижесінде тауарлар қымбаттайды, сұраныс азаяды. Кеден салықтары фискалдық қызмет атқарады, яғни ол мемлекет бюджетін толықтырудың негізгі көзі болып табылады.

Алайда импорттық тарифтер отандық тұтынушыларға біршама зиян әкеледі, өйткені тарифтерді енгізу импорттық тауарларды қымбаттатады, нәтижесінде отандық сатып алушылар қосымша салық төлейді. Яғни, импорттық тарифті енгізудің салдары: мемлекет пен фирмалар ұтады және тұтынушылар зиян шегеді.

Сыртқы сауданы реттеудің тарифтік екінші бір құралы, яғни, импорттық тарифтің «айнадағы» көрінісі іспеттес – ол экспорттық тариф.

Экспорттық тариф – экспортқа шығарылатын отандық тауарларды мемлекеттік реттеу үшін қолданылатын салықтың бір түрі. Экспорттық тарифтің мөлшерлемесі тауардың түріне байланысты тағайындалып отырады. Экспорттық тариф ішкі бағаны әлемдік деңгейден төмендетеді, нәтижесінде ішкі тұтыну өседі де оның экспорты қысқарады. Бұл жағдайда ұлттық өндірушілер зиян шегеді, ал сатып алушылар ұтады, өйткені баға әлемдік деңгейден төмен болады. Бұл жағдайда мемлекет те ұтады.

Сонымен, егер импорттық тариф тұтынушыларға зиян әкелсе, онда экспорттық тариф өндірушілерді шығынға ұшыратады, тек мемлекет қана екі жағдайда ұтады.

Сыртқы саудадағы тарифтің әсері туралы мәліметтерді «Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты берілген сызбасы арқылы түсіндіруге болады.

XX-ғасырдың отызыншы жылдары халықаралық саудада жаңа кедергілер – тарифтік емес шектеулер пайда болды. Тарифтік емес шектеулерге мыналар жатады: а) сапа стандарты; ә) санитарлық шектеулер; б) құрал-жабдықтардың экологиялық талаптарға сәйкестігі; в) импортқа лицензия беруге шектеулер қою; г) нақты елдерде кейбір тауарлар түрін сатуға әкімшілік тиым салу.

Ең кең тараған тарифтік емес шектеулердің бірі – импорт пен экспортқа квота енгізу. Осы екі ұғымның мәні неде?

Импорттық квота – импорттық тауарлардың көлемін сандық шектеу. Импорттық квотаның екі түрі ажыратады: а) абсолюттік квота – берілген елге әкелуге рұқсат етілген тауарлар көлемі; ә) тарифтік квота – төмен ставка бойынша белгілі уақыт аралығында нақты тауар әкелуге рұқсат беру.

Экспорттық квота – экспорттық тауарлар көлемін сан жағынан шектейтін әдіс. Экспорттық квота ел экономикасы үшін экспорттың алатын рөлін көрсету үшін қолданылады.



«Экономикс» оқулығының осы сұраққа қатысты көрсетілген сызбасы арқылы квотаның әсерін түсіндіруге болады.

Түйін

1. Халықаралық сауда – әртүрлі мемлекеттердің ұлттық шаруашылықтарының арасында жүретін тауар мен қызмет айырбасы. Халықаралық сауданың негізі – халықаралық еңбек бөлінісі. Халықаралық еңбек бөлінісі жеке елдердің мамандандырылуын сақтайды.

2. Халықаралық еңбек бөлінісі мен тауар айырбасына әсер ететін факторлар мыналар болып табылады: әлеуметтік-жағрафиялық; табиғи экономикалық; техникалық экономикалық факторлар; ғылыми техникалық прогресс.

3. Халықаралық сауда теориялары классикалық саяси экономия өкілдерімен дами түсті. Әсіресе, халықаралық саудада А. Смит пен Д. Рикардоның абсолют және салыстырмалы артықшылық теориялары маңызды орын алады.

4. Сауда саясатында қолданылатын тарифтік және тарифтік емес шектеулер орын алады. Тарифтік шектеуге кедендік баж салығы жатады, ал тарифтік емес шектеулерге лицензиялар, квоталар, еркін экспорттық шектеулер, демпинг, сауда эмбаргосы жатады.

Шолу сұрақтары:

1. Халықаралық сауданың дамуына әсер ететін факторлар қандай?
2. Халықаралық экономикалық қатынастардың түрлері қандай?
3. Халықаралық сауданың қажеттілігі неде және сыртқы сауда ұтымы қандай?
4. Абсолютті артықшылықтар теориясының мәні неде?
5. Салыстырмалы артықшылықтар теориясының мәні неде?
6. Халықаралық саудада салыстырмалы артықшылықтар ұстанымын дамытқан теориялар қандай?
7. Қазіргі сыртқы сауданың құрылымы қандай?
8. Сыртқы саудадағы мемлекеттің саясаты қандай нысандарда жүзеге асырылады?
9. Сыртқы сауда мультипликаторы қандай экономикалық үдерістерді сипаттайды?
10. Сыртқы саудадағы тарифтік және тарифтік емес тосқауылдардың түрлері қандай?

Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Доғалов А.Н., Досмағанбетов Н.С. Макроэкономика: экономикалық мамандықтарға арналған оқулық / ҚР Жоғары оқу орындарының қауымдастығы. 2-басылым, өңделген және толықтырылған. – Алматы, Print-S, 2012. – 460 б. 14-тақырып.

2. Мамыров Н.Қ., Тілеужанова М.Ә. Макроэкономика: Оқулық. – Алматы: Экономика, 2003. 14-тарау.

3. Макроэкономика: Учебник / Под общ. ред. А.А. Абишева, К.А. Хубиева. – Алматы: «Экономика», 2009. Раздел 5, глава 11.

4. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Макроэкономика. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2011. Главы 14, 15.

5. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика: Учебник / Под общ. ред. д.э.н., проф. А.Ф. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2013. Глава 12.

6. Курс экономической теории: Учебник – 7-е исправленное, дополненное и переработанное издание/ Под общ. ред. Чепурина М.Н. и Киселевой Е.А. – Киров: «АСА», 2010. (Раздел 3: Макроэкономика; Раздел 4: Международные аспекты экономической теории). Глава 27.

7. Ивашковский С.Н. Макроэкономика: Учебник. 2-изд., испр., доп. – М.: Дело, 2002. Главы 9, 10, 11.

8. Н. Грегори Мэнкью. Принципы макроэкономики. 4-е изд./Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012.- 544 с.