

БАҒАДАҒЫ ЖЕҢІЛДІКТЕР: ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ЭКОНОМИКАДАҒЫ ОРНЫ

Сырымбек Маржан

Д. Серікбаев атындағы ШҚМТУ, Өскемен қаласы

Қай экономика жүйесінде болмасын бағаның өзіндік орны бар. Баға – қоғамдық қажетті жұмыс уақытындағы өнім өндіруге кеткен шығынды өлшеуге мүмкіндік беретін экономикалық категория, тауар құнының ақшалай көрінісі. Баға сату, сатып алу қатынастарын реттеп жалпы экономикалық жағдайларға қатысып, өндіру, бөлу, айырбастау, игілікке асыру, қызмет көрсетулерде қолданылады.

Қоғамның дамуындағы әрбір кезеңдерде өндірістік, экономикалық, әлеуметтік, саяси жағдайларды шешуде баға маңызды орын алған. Ол экономикалық жүйеге әсер етеді. Себебі, баға арқылы қоғамдағы, барлық негізгі қарым-қатынастар жүргізіледі. Атап айтсақ, өндірісті ынталандыру, табысты бөлу, іс нәтижесін анықтап, қадағалау. Мысалы, баға жоғары болған жағдайда өндірісті молайтуға талпынады, себебі табыс көбейеді. Баға қымбат болса өндірушінің, сатушының табысы көп, ал арзандаса тұтынушының сатып алу мүмкіндігі көбейіп, өмір деңгейінің жоғарылауына қолайлы. Осы орайда баға табысты бөлуге қатысады деп есептелінеді. Кез келген кәсіпорын, кәсіпкер нәтижесін табыспен анықтағандықтан, оған баға қолданылады. Себебі, өндірген өнімді, көрсеткен қызметті олардың бірлігінің бағасына көбейтіп табыс есептелінеді. Кәсіпкердің әрекетінде баға жоспарлау, қадағалау, нәтижесін табу, талдау жүргізгенде қолданылады.

Баға – нарық реттеушісі, ол тауарлардың нақты түрлерін өндіруге мүмкіндік береді немесе тежейді, сұранысты шектейді немесе ұлғайтады, осылайша белгілі бір өнімнің өндірісі мен тұтынуына тікелей немесе жанама әсер етеді.

Нарықты экономика жағдайында бағаның орны ерекше, себебі бәсекелестік дамып экономиканы реттеуде, өзін-өзі қаржыландыруда пайдаланылады. Баға ұсыныс пен сұранысқа орай өзгертіндіктен нарықтағы әрбір қимыл, іс-әрекет, шешім бағаға байланысты жасалынады. Осы орайда уақыт ұтуға бағытталған жұмыстар да бағаға қарап атқарылады.

Нарықты экономика жағдайында баға экономикалық заңдылықтардың негізінде жасалынады. Ол құн, сұраныс және ұсыныс, ақша айналымы, қарым-қатынасы заңдары. Экономикалық жүйеге қатысушылардың қайсысы болмасын, кәсіпкер, кәсіпорын, мемлекет-заңдылықтар тең дәрежеде, байланыстарда оларға әсер етеді.

Көптеген кәсіпорындар нарықтық жағдайдың өзгеруіне байланысты баға өзгерту жүйелерін қолданады. Бұл жүйе өндіріліп сатылатын

тауарлардың түрлерінің, аттарының, өзгеруін, жаңалануын ғана емес, өткізудің сыртқы жайларын да, мысалы, географиялық сұраныс пен шығындарды, нарық бөліктеріндегі сұраныс жиілігі мен көтерілуін, сату маусымын қамтиды. Ол әсер етушілер баға қоюда маңызды, кәсіпорын оны арнайы есепке алады.

Бағаны өзгерту аз зерттелген және ТМД елдерінде санаулы қолданылады. Әртүрлі баға қою түрлерінің пайдалануына өндірістің тоқырауы мен нарықтық бәсекелестің нашар дамуы кедергі жасауда. Бірақ бұл уақытша жағдай, сондықтан тиімді баға саясатының тәжірибесін қабылдауға тоқтау жасамайды.

Нақты нарықтық жағдайдың өзгерістеріне фирма үнемі бейімделіп отыруы қажет.

Кесте 1 Бағалардың бейімделуі мынадай тәсілдерді қолдану негізінде жүргізіледі

№	Тәсілдер	Сипаттамасы
1	<i>Иілмді баға белгілеу</i>	Бағаны саудаласу арқылы қою. Зергерлік дүкендер, автомобиль дилерлері, «бүрге базарлар», жылжымайтын мүлік брокерлері, антиквариат сатушылары осы саясатты жиі қолданады. Жасалған мәміленің тиімділігіне қарай сауда қызметкеріне комиссиялық сыйақы төленеді.
2	<i>Дисконт</i>	Бұл тауар бағасының жеңілдігі. Мысалы, мейрамханада ішілген қымыздың алғашқы екі кесесі қойылған баға бойынша төленеді, ал үшіншісі – тегін беріледі. Алайда, үшінші кесенің құны алғашқы екеуінің құнына кіруі мүмкін. Дисконттар ақшалай және заттай түрде болады. Заттай дисконтқа сатып алушыға тегін берілетін қосымша тауар жатады.
3	<i>Бағалық сызық</i>	Мұндай бағаларды есептеген кезде өнімнің өзін-өзі өтеу нүктесі анықталып, тауардың сапасы мен бағасының арасындағы байланысты көрсететін бағалық сызықтар түзіледі. Оларды жасап шығарған кезде төмен, орташа және жоғары баға түріндегі диапазон белгіленеді. Бұл бағалар анық болуы және бір-біріне жуық болмауы керек. Әрбір сызық бойынша фирманың ықтимал табысы есептеліп шығарылады. Бағалық сызықтар бөлшек саудаға барлық бағалар диапазоны бойынша тауарлардың үлгілерін ұсына отырып, олардың ассортиментін көбейтуге, өткізу көлемін ұлғайтуға жәрдемдеседі.

4	<i>Психологиялық баға</i>	Оны қолдана отырып, бағаларды жасанды түрде көтеруге болады.
5	<i>Дискриминациялық баға</i>	Базалық бағалар көбіне дискриминациялық бағаларды қолдану арқылы түзетіледі.
6	<i>Жеңілдетілген баға</i>	Олар бағасы кемітілген тауарларды сатуда қолданылады, сондай-ақ клиенттердің назарын аударып отырып, арзандатып сатудың уақытша шарасы ретінде қолданады. Жеңілдетілген бағалар негізінен демпингтік бағалар сияқты өндіріс шығындарынан төмен деңгейде белгіленеді. Мұндай бағалар кей кездерде бәсекелестерді ығыстыру және қажет болған жағдайда қоймаларды қорлардан босату үшін қолданылады.

Кәсіпорын алушының тезірек төлеуін, молырақ алуын, сату аяқталарға дейін келісім жасауын қарастырып тауардың алғашқы бағасын өзгертеді. Мұндайда жеңілдік түрлері қолданылады. "Сконто"- басқалардан бұрын немесе, акшалай төлегенде жеңілдік беріледі. Мысалы, 10 күннің ішінде төлегенге барлық берешегінің 2-3% шегеріледі. Мұндай жеңілдіктер уақытша, мысалы, бір ай мерзімінде пайдаланылуы мүмкін. Көп өнімді, құнды тауарды сатушыларды ынталандырады, олар жылдам сатып табыс табуға ұмтылады. Жеңілдік беру, яғни бағаны түсіру, сатушының тауарды қалдырмай сатуға, айналымды жылдамдатуынан сату шығынын азайтуға мүмкіндік береді.

Кесте 2 Бағадағы жеңілдіктің түрлері

№	Жеңілдіктің түрлері	Сипаттамасы
1	<i>Көтермедегі азайту</i>	Бұл көп тауарды сатып алушыға бағаны төмендетіп беру. Мұндайда өндіруші тауарды сақтау, тасымалдау, өткізуге байланысты шығындарын үнемдейді. Азайту (бағаны) әрбір тауардың тобы бойынша немесе белгілі бір мерзімге сатып алу құнының көлемі бойынша белгіленеді. Кейінгісі сатып алушыны қызықтырып, оның басқаға қарамай қайта келуіне себепкер болады. Өндіруші тауар өткізуін жылдамдатып, қаржы айналымын, тездеткеннен ұтымды.
2	<i>Маусымдық жеңілдіктер</i>	Сатып алушыға тауарды сату маусымы алдында немесе өткеннен кейін ұсынылады. Мұндай

		жеңілдіктер жыл бойы тауарлар мен қызметтер өндірісін бір деңгейде ұстап тұруға мүмкіндік береді. Мысалы, шаңғы алуға алдын ала тапсырыс алу үшін жазғытұрым, жазда сатып алушыға маусымды төмендету ұсынылады. қолданады. Әуе және қонақ үй компаниялары, дүкендер өз тауарлары мен қызметтеріне сұраныс азайған кезде клиенттерге арналған маусымдық жеңілдіктер ұсынады.
3	<i>Бонустық немесе айналым үшін берілетін жеңілдіктер</i>	Бұл тұрақты сатып алушыларға жыл ішінде жасаған айналымдарына қарай беріледі. Келісім шартта белгілі уақытта болатын айналымға қарай жеңілдік деңгейі, оның төлену тәртібі қойылады.
4	<i>Делдалдық жеңілдіктер</i>	Тұрақты тауарды өткізушілерге жасалады. Бұл машина, трактор және стандартты құрал-жабдықтардың кейбір түрлерін сатқанда жиі қолданылады. Мысалы, автокөлік маркасына қарай тағайындалатын жеңілдіктер бөлшек бағасының 15-20%-ын құрайды.
5	<i>Экспорттық жеңілдіктер</i>	Тауарды шетелге сатқанда ішкі нарықтағы жеңілдікпен қатар қолданылатын жеңілдік. Оның мақсаты – тауардың сыртқы нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру.
6	<i>Клубтық жеңілдіктер</i>	Бұл жеңілдіктер ұлттық және халықаралық дисконттық клуб мүшелеріне ұсынылады. Бұл көрінбейтін өткізу жүйелерінің бірі. Олар үшін жеңілдікпен тауар сататын дүкендер жүйесі қызмет етеді. Мұндай жеңілдіктер негізінен жүк тасу, машинаны жалға беру, қонақ үй және мейрамхана қызметтері, сонымен қатар сақтандыру ісінде көп таралған.
7	<i>Есепке алу</i>	Бұл белгілі бір бағдарламаны іске асыруға қатысқандығы үшін преискуранттық бағадан берілетін жеңілдік. Бұл көрсетілген бағадан төмендету. Мысалы, тауар алмастыратын зачет дегеніміз – ескі тауарды тапсырған жағдайда жаңа тауарды арзан бағамен беру жеңілдігі.
8	<i>Қызметіне байланысты жеңілдіктер</i>	Тауарды сату, сақтау және есеп жүргізу жұмыстары бойынша арнайы қызметтер атқарғаны үшін, көрсетілген қызметтердің сипатына қарай әр түрлі өткізу арналарына ұсынылады. Пайыз беруші-өндіруші әртүрлі

		өткізушілерге қызметіне байланысты әрқилы баға төмендетеді.
9	<i>Мәдени қарым қатынасты қамтитын жеңілдіктер</i>	Мысалы, Араб, балкан, кавказ елдерінде келісімде бағаны төмендетіп алуды абыройға жатқызады. Осыны ойлап сатушылар бағаны 20-30% артық қояды да, сатып алушының межесіне түсіреді.
10	<i>Пайдаланылған құралдарды өткізудідегі жеңілдіктер</i>	Кейбір елдерде пайдаланылған жабдықтарды қайта сатып алу тиімді. Оны жақсылап күтсе, жаңасын алғанға пара-пар, көп пайдалануға болады, пайдалану шығыны төмен, өйткені оның құны алғашқысынан 50%, сатушылар жөнге келтіріп, жұмысқа жарамды етіп сатады. Олардың бағасына салық қосылмайды, сондықтан алушыға тиімді. Мысал ретінде немістердің пайдаланған машиналарын, Қазақстанға әкеліп сатудың тиімділігі.

Қазақстан Республикасында және басқа да кейбір мемлекеттердің заңдарына сәйкес баға белгілеу үшін мынадай іс-қимылдарға тыйым салынады:

1. Кесімді бағаларды қолдану. Бәсекелестермен сөз байласып, баға қоюға тыйым салынады.

2. Әр түрлі сауда кәсіпорындарына қатысты бағалық дискриминация. Өндіруші өзінің тауарын іс-әрекеттері ұқсас сауда кәсіпорындарының бәріне бірдей шарттармен ұсынуға міндетті.

3. Өндіруші делдалдардан тауардың өзі белгілеген бағамен сатуды талап етпеуі тиіс. Дилердің тәуелсіз баға саясатын жүргізуге құқығы бар.

4. Бәсекелестерді ығыстыру мақсатында тауарды өзіндік құнынан төмен деңгейдегі бағамен сатуға тыйым салынады.

5. Бағаларды алаяқтықпен көтеруге заң бойынша тыйым салынады. Бұл тұтыну тауарлары нарығында кездеседі, себебі түпкі тұтынушыларда қажетті ақпарат үнемі бола бермейді.

Нарық жағдайындағы сұраныс пен ұсыныс, жеке адамнан бастап мемлекет тұғырына дейінгі экономикалық қарым-қатынас бағаға байланысты.

Жоғарыдағы айтқандарды қорытындыласақ бір сөзбен келтіргенде баға әрбір адамның өміріне әсер ететін экономикалық көрсеткіш. Экономиканың қай жүйесін алмасаңыз бағасыз қадам жасалмайды. Бағаның маңызын білгенде ғана оның қажеттілігін сезініп, зерттеуіне мән беріледі. Өмір деңгейі бағаға байланысты болғандықтан саяси - экономикалық саладағы шешімдер қабылдауда тұрақты ескеріледі.