

Нарық механизмі



Нарық механизмінің негізгі элементтері

- баға

- сұраныс пен ұсыныс

- бәсеке

Бәсеке

Бәсеке – нарық субъектілерінің пайданы барынша ұлғайтуға, яғни қойылған мақсатты жүзеге асыру жолында өндірістің аса қолайлы жағдайлары үшін кәсіпкерлердің өзара күрес-қатынастары ретінде көрінетін экономикалық жарысы.

Даму масштабы бойынша

- Жергілікті бәсеке
- Сала ішіндегі бәсеке
- Сала арасындағы бәсеке
- Ұлттық бәсеке

Жүргізу әсеріне қарай

- Бағалық бәсеке

- Бағасыз бәсеке



Ниеттері бойынша

- Адал ниетті бәсеке
- Адал ниетсіз бәсеке

Бәсеке даму сипатына қарай

```
graph TD; A[Бәсеке даму сипатына қарай] --> B[Жетілген бәсеке]; A --> C[Жетілмеген бәсеке];
```

Жетілген бәсеке

Жетілмеген бәсеке

ұқсас тауарларды
сататын көптеген
сатушылардың
арасында орын алады

Жетілген бәсеке



- **Бұл нарыққа кіру де, шығу да оңай**
- Ешқандай бір сатушы да, сатып алушы да нарық тепе-теңдігіне әсер ете алмайды
- **Тауарлардың ұқсас, біркелкі болғаны үшін, тұтынушыға кімнен сатып алса да бәрібір**
- Тұтынушылар нарықтағы бағаны жақсы біледі, сол себепті сатушы тауар бағасын көтере алмайды



- Сатушылар өзара баға туралы алдын ала келісіп ала алмайды, себебі нарықта сатушылар өте көп
- Тәуелсіз фирмалар көп
- Бағаны қадағалау жоқ. Бағаны нарық белгілейді



Бәсеке даму сипатына қарай

Жетілмеген бәсеке

- Тауар өндірушілер тауардың бағасына әсер ете алады
- Тауар көлемі шектеулі
- Бұл нарыққа кіру мүмкіндігі шектелген



Жетілмеген бәсеке

Монополистік бәсеке

Олигополия

Таза монополия

•

•

Монополистік бәсеке

AVON

the company for women


MARY KAY

oriflame

natural swedish cosmetics

Amway



faberlic

YVES ROCHER

Жетілмеген бәсеке

Монополистік бәсеке

Олигополия

Таза монополия

Олигополия

Нарықта бірнеше ірі сатушылардың бар болуымен байланысты

NOKIA



BlackBerry



Жетілмеген бәсеке

Монополистік бәсеке

Олигополия

Таза монополия





Монополия – ерекше тауардың бір ғана сатушысы

Монопсония – тауарды бір ғана сатып алушының болуы.



НАЗАРЛАРЫҢЫЗГА
РАХМЕТ!