



**«Бәсекелестік», ерекшелігі және
табиғаты. Нарықтық экономикада
бәсекелестік механизмінің пайда
болуы.**

Орындаған: Жақсылықова Б.Е.
Қабылдаған: Козыкеева Р.А.
Курс: 3
Факультет: ФӨТ
Топ: 18-018-01

Экономикалық бәсекелестік соғыс емес, бір-бірінің мүддесі үшін бәсекелестік.

Эвин Кэннан

Бәсекелестік өнімнің ең жақсы сапасын қамтамасыз етеді және адамдардың ең нашар қасиеттерін дамытады.

Дэвид Сарноф

Бәсекелестік - бұл сауда өмірі және саудагерлердің өлімі.

Элберт Хаббард

Экономикалық бәсекелестік соғыс емес, бір-бірінің мүддесі үшін бәсекелестік.

Эвин Кэннан

Бәсекелестік өнімнің ең жақсы сапасын қамтамасыз етеді және адамдардың ең нашар қасиеттерін дамытады.

Дэвид Сарноф

Бәсекелестік - бұл сауда өмірі және саудагерлердің өлімі.

Элберт Хаббард

Конкуренция?



Бәсекелестік - (лат. соқтығысу) - тәуелсіз экономикалық субъектілердің шектеулі ресурстар үшін күресі.



Конкуренция функциялары

```
graph TD; A[Конкуренция функциялары] --> B[МОТИВАЦИЯ]; A --> C[БАҚЫЛАУ]; A --> D[Реттеу]; A --> E[Бөлу];
```

**МОТИВАЦИ
Я**

БАҚЫЛАУ

Реттеу

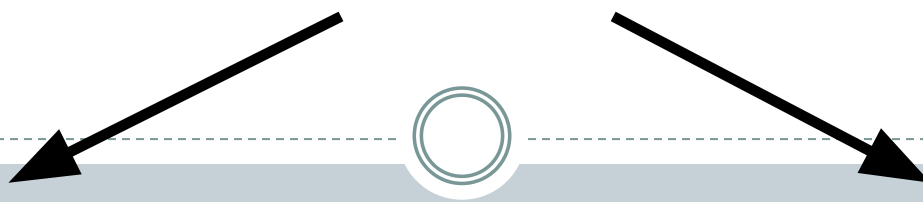
Бөлу

Функция мен оның мазмұнын байланыстырсақ:



- 1. Ең жақсы сапалы өнімді ұсынатын кәсіпорындар пайда түрінде сыйақы алады.**
- 2. Бәсекелестік тек ынталандыруды ғана емес жоғары өнімділік, сонымен қатар таратуға мүмкіндік береді кәсіпорындар мен үй шаруашылықтары арасындағы Табыс.**
- 3. Күреске қарсы тұру үшін кәсіпкерол қалаған өнімдерді ұсынуы керектұтынушы. Яғни өндіріс факторлары оларға үлкен қажеттілік бар салалар.**
- 4. Бәсекелестік әр кәсіпорынның Күшін шектейді.**

Конкуренция



The diagram features a central circle with two arrows pointing downwards and outwards to the left and right. Below the arrows are two columns of text. A horizontal dashed line is positioned above the text columns, and a solid light blue bar is at the bottom of the slide.

Баға бәсекелестігі - тауар өндірушілер арасында өндіріс шығындарын азайту және сәйкесінше өнімнің ассортименті мен сапасын өзгертпестен бағаны төмендету арқылы қосымша пайда алу үшін күрес.

Бағалық емес бәсекелестік - тауардың тұтынушылық қасиеттері, сапасы, ассортименті және сату шарттары төңірегінде өрбитін күрес.

Бәсекелестік қай жерде болса да өткір:

- Көптеген сатушылар мен сатып алушылар;
- Тауарлардың бағасы туралы ақпарат қол жетімді;
- Жаңа фирмалардың пайда болуы қиын емес;
- Өнім біртекті және шамамен бірдей сапа

Бәсекелестік әлсіз жерде:

- Сатып алушылар мен сатушылардың саны көп емес;
- Тауардың бағасын қалыптастыру туралы ақпарат жоқ;
- Өнімнің көптеген түрлері бар;
- Жаңа фирмалардың пайда болуы қиын

Мінсіз бәсекелестік –

біртекті тауарларды сататын көптеген шағын фирмалар арасындағы бәсекелестік, олардың нарықтағы жалпы жағдайға әсері байқалмайды, олардың нарықтан шығуы мен кетуі баға деңгейіне байланысты.

Мысалы...

ауыл шаруашылығы өнімдері нарығы,
тұрмыстық мақсаттағы тауарлар нарығы
және т. б.

Мінсіз бәсекелестіктің сипаттамалары:



- Сатушылар көп
- Біртекті тауар
- Нарыққа ену мүмкіндігі шектеулі емес

Монополия -



бір сатушы тауарларды сатуды жүзеге асыратын
нарықтағы жағдай.

Мысалы...

Табиғи ресурстар нарығы, алтын нарығы, ҚР
темір жолдары

Монополияның сипаттамасы



- Сатушы бір
- Біртекті тауар
- Нарыққа ену мүмкіндігі жоқ

Табиғи монополиялар



- өнімді өндіру бірегей табиғи жағдайларды (минералды көз) талап еткен кезде және бірнеше өндірушінің болуы мүмкін болмаған кезде



Монополия

"Үшін»

1. Жоғары сапалы өнім.
2. Өндірістегі ғылыми-техникалық прогресті дамыту.

"Қарсы»

1. Табыс теңсіздігінің күшеюі
2. Шағын кәсіпорындардың банкроттығы және жұмыссыздық
3. Әлеуметтік және саяси саладағы тұрақсыздық.

Монополияны қалыптастыру жолдары

1. Тауарларды сатып алу, сақтау, тауарларды сату тапшылық жағдайында жоғары бағаларға
2. Акцияларды сатып алу – бақылау пакетін Жасырын сатып алу қандай да бір компанияның акцияларын
3. Ірі шағын фирмалардың жұтылуы

Монополистік бәсекелестік -



өнімдері патентпен немесе сауда маркасымен қорғалған
көптеген сатушылар бар нарықтағы жағдай



Монополистік бәсекелестіктің сипаттамалары:

- Сатушылар көп
- Тауар біртекті емес
- Нарыққа ену мүмкіндіктері шектеулі, патентпен қорғалған

Олигополия -

бағалық емес бәсекелестік (сапаны арттыру, қызметті жақсарту, жарнама және т. б.) арқылы сатып алушы үшін бір-бірімен бәсекелесетін бірнеше ірі сатушылар басым болатын нарықтағы жағдай.)



рынок автомобилей, авиа рынок и т.п.

Олигополияның сипаттамасы



- Сатушылар аз
- Тауар біртекті емес, сатылушылары шектеулі



Монопсония- "монопсонист" деп аталатын фирма (немесе басқа ұйым) белгілі бір игілікке (өнімге немесе қызметке) деген сұранысты толық бақылайтын, оны жалғыз Сатып алушы бола алатын нарықтағы жағдай.

Таза монопсония - таза монополия сияқты сирек кездесетін құбылыс. Бұл шағын қалаларда болуы мүмкін, мысалы, жалғыз компания барлық еңбекке қабілетті тұрғындарды жалдайды. Немесе үкімет ядролық қаруды жалғыз Сатып алушы ретінде. Ол өзінің барлық нарықтық ұсыныстарын сатып алады, өйткені бұл өнімді басқа тұтынушыларға сатуға тыйым салынады.

Монопсонияның сипаттамалары

- Сатушылар көп
- Сатып алушы бір
- Сатып алушы тауардың бағасын белгілейді
- Сату көлемі сатып алушыға байла



Тұтынушы нарықтық экономика жағдайында жеңеді;

- 1) экономиканы монополияландыруды жою
- 2) Өндірісті орталықтандырылған жоспарлау
- 3) өндірушіге салықты арттыру
- 4) әкелу баждарын белгілеу кезінде

Даму ауқымы бойынша бәсекелестіктің 6 түрі бар:

1. жеке;
2. жергілікті;
3. салалық;
4. салааралық;
5. ұлттық;
6. Ғаламдық.

Пайдаланылған әдебиеттер:



- <https://foxford.ru/wiki/obshchestvoznanie/konkurentsiya>
- <https://resh.edu.ru/subject/lesson/5981/conspect/>