



Бәсеке

Орындаған: Советбекова Альмира

Группа: АТ(АБ) – 15-2(каз)

Тексерген: Оңдаш Айгүл



Бәсеке

Бәсеке — ортақ ресурсты пайдаланудағы жүйелердің немесе программалардың өзара таласушылығы; қандай жұмыс бекетінің арнаға қатынас құра алатынын анықтауға мүмкіндік беретін ұстаным.

Бәсеке дегеніміз, бір жағынан, іс-қимыл жасайтын салада ұнамды нәтижеге жету үшін жүріп отыратын экономикалық жарыс, шаруашылық жүргізудің қолайлы жағдайына ие болу үшін, пайданы мол алу үшін тауар өндірушілердің бір-бірімен күресі. Екінші жағынан, ол нарық субъектілерінің өнімді өндіру мен оны өткізудегі және капиталды қолдану сферасындағы ара қатынастары. Форма жағынан бәсеке ұйымдастырудың нормалары мен ережелерінің, мемлекеттік және жеке құрылымдардың директивалары мен іс-қимыл әдістерінің жүйесі.

Бәсекені экономикалық процесс ретінде шаруашылық жүргізуші субъектердің белгілі әрекеттерінің жиынтығының түрі деп тануға болады. Осы әрекеттер экономикалық цикл ретінде жинақталады. Осыған бірте-бірте жүріп отыратын төменде аталған ұдайы өндірістік процестер жатады:

өндіріс және еңбек ұжымдарының материалдық-заттық элементтерін қалыптастыру;

өндірісті ұйымдастыру, оны шикізатпен, материалдармен, жартылай фабрикаттармен жабдықтау және өндірістік несие-қаржылық және жобалау мекемелерінің бір-біріне әсер етуі;

бәсекеге төзімді өнім өндіру;

өнімді сату.



Бәсеке 4 фазадан тұрады:

- * **жаңа өнімді игеріп, өндіріске енгізіп орналастыру.** Бұл арада сату көлемі көп емес, шығарылған өнімнің бағасы жоғары болады;
- * **өндірістің өсуі** - өндірістің масштабы өседі, сұраныс өседі, жоғары баға сақталады;
- * **кемелдену** - Өндіріс көлемі ең жоғары дәрежеге жетеді, сұраныс толық қанағаттанады, өндіріс қарқыны бәсеңдейді, бәсеке шиеленіседі, баға төмендей бастайды;
- * **ескіру** - Бұл фазада сұраныс төменгі шегіне жетеді, өндіру азаяды. Бәсеке сайысы сөне бастайды. Өнімнің басым көбінің өндірілуі тоқталады, жаңа өнім өндіру басталады.

«Бейниетті бәсеке»

-бәсекелес туралы өтірік немесе қате мәліметтер тарату;

-тауардың сапасы туралы және оның сипаттамасы, жасау әдісі мен жасалған орны туралы жалған ақпарат тарату;

-бәсекелестің тауарлық белгісін, оның фирмасының атын, маркировкасын заңсыз пайдалану;

-тауардың сапасы туралы дұрыс түсінік бермейтін жарнама жасау;

-бәсекелестің тауарын жамандап көрсететін салыстырмалар қолдану;

-келісім бойынша өздері ғана білуіне тиісті салаға жататын конфиденциялық ғылыми-техникалық өндірістік және басқадай информацияны таратып жіберу.

Аталған шартбұзушылықпен күресу Қазақстанда мемлекеттік антимонополиялық агенттікке жүктелген.



Бәсеке ережелері

- * **Бәсеке ережелері** - шектейтін іскерлік пратиканы бақылау және бәсекені қорғау жөніндегі келісілген халықаралық нормалар. Келісу халықаралық ұйымдар: Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы, Тарифтер мен сауда туралы бас келісім, БҰҰ, Европалық Кеңес шеңберінде жүргізіледі. Халықаралық ұйым мәртебесіне және оның шешімдерінің мүше елдер үшін міндеттілік дәрежесіне қарай ережелердің сипаты мен тұжырымдалуы алуан түрлі. Бір реттерде олар ұсынушылық сипатта болады, екінші бір реттерде олар - міндетті түрде сақталуға тиіс халықаралық шарттардың баптары.



Бәсекенің түрлері

1

- Жетілген бәсеке

2

- Жетілмеген, монополистік бәсеке

Жетілген бәсеке

Еркін бәсеке жеке меншікке және шаруашылықтың оңашалуына негізделеді. Өндірушілер бір-бірімен тек нарық арқылы байланысады.

Жеке фирма өз өнімін өткізуде іс жүзінде нарықтағы айырбас жағдайларына ешқандай әсер ете алмаса, онда осындай болмыс – бәсекелік қабілеттің ең жоғарғы дәрежесі болып табылатын жетілген бәсеке деп аталады.



Бәсекенің артықшылығы

- * Артықшылықтары қоғамға қажет тауарларды өндіруде ресурстарды тиімді пайдалануға мүмкіндіктің болуы;
- * тез өзгеріп отыратын өндіріс жағдайларына икемді болып, оларға тез көмектесе алатындығы;
- * тауарлардың жаңа түрлерін жасау саласына жаңа техника мен технология енгізуге, өндірісті ұйымдастырып басқарудың жетілген әдістерін қолдануға, ғылыми-техникалық жетістіктерді ұнамды пайдалануға жағдайлар тудыратындығы;
- * өндірушілерді көптүрлі қажеттіктерді қанағаттандыруға, тауарлар мен қызметтердің сапасын жоғарылатуға мақсаттандыруы.

*

Кемшіліктері:

- * ұдайы өндірілмейтін ресурстарды (ормандар, табиғи жануарлар, жер, теңіз, мұхит қоймалары) сақтауға көмектеспейді;
- * қоршаған ортаны қорғауда негативтік бағытта болады;
- * ұжымдық тауарларға бағытталған тауарлар мен қызметтер (дамбалар, жолдар, қоғамдық көлік) өндірісінің дамуын қамтамасыз етпейді;
- * фундаментальдық ғылымның, жалпы білім беру жүйесінің, қалалық шаруашылықтың көп элементтерінің дамуына жағдай жасамайды;
- * еңбек, табыс, демалу құқықтарына кепілдік бермейді;
- * әлеуметтік әділетсіздік пен қоғамның байлар мен кедейлерге бөлінуіне бөгет жасайтын механизмдері жоқ.

Икемділік формуласы:



$$E_d = \%Q / \%P$$



E_d – бағаға байланысты сұраныстың икемділік коэффициенті;



Q – тауарға сұраныстың көлемі;



P – тауардың бағасы.



Монополистік бәсеке және түрлері:

Монополия деген термин сөзбе-сөз мағынасында тауардың жалғыз сатушысы деген ұғым береді. Монополизмнің негізгі көрсеткішіне монополиялық баға және монополиялық пайда жатады. Фирманың қарамағында сирек кездесетін, ұдайы өндірілмейтін ресурстары болса, оның монополистік болмысы табиғи болады.

Монопсония – белгілі тауарды сатып алуға жалғыз сатып алушының монополиясы болуымен сипатталатын нарық құрылымының типі.

* **Олигопсония** – белгілі тауарларды сатып алушы топтары болатын нарық құрылымының типі.

* **Олигополия** – ірі фирмалар өнімнің басым көп бөлігінің өндірісі мен сатуын монополиялап алады және бір-бірімен көбінесе бағалық емес бәсекеде болады.

Назарларыңызға рахмет!

