

**ҚАРАҒАНДЫ МЕМЛЕКЕТТІК МЕДИЦИНАЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ҚАЗАҚСТАН ТАРИХЫ ЖӘНЕ САЯСИ ПӘНДЕР КАФЕДРАСЫ**

СӨЖ

Тақырыбы: БӘСЕКЕ ЖӘНЕ МОНОПОЛИЯ

**ОРЫНДАҒАН: ХАСЕНОВА Б.С
ТЕКСЕРГЕН: ЖУМАДИЛОВ С.С**

ҚАРАҒАНДЫ 2010

ЖОСПАР

ері

і

Монополия мен бәсекенің ара салмағы марксизм-ленинизм ілімінде сүбелі теориялық мәселелердің бірі. Нарықтың қатынастардың мән мағынасын Байқататын ұғымдардың бірі бәсеке болып табылады. Жалпы алып қарағанда Бәсекені өндірушілердің бір бірімен нарықтағы тауар ұсынысы мен бағаны белгілеу жайлы өзара қатынасы ретінде анықтауға болады. Бұл өндірушілер арасындағы бәсеке. Ал, тұтынушылар арасындағы бәсекені нарықтағы бағаны, сұраным көлемін қалыптастыру жайлы өзара қатынастар ретінде анықтаймыз.

Бәсекенің түрлері.

БАҒАЛЫҚ ЕМЕС БӘСЕКЕ

Өндірілетін және сатылатын тауардың, жаңа тауардың сапасын және техникалық деңгейін көтеру

Тауар өткізу нүктелерін тұтынушыға жақындату, қызмет көрсету, сапасын жақсарту

Тұтынушыға сатудан кейін техникалық қызмет көрсетуді ұйымдастыру

Жарнама ұйымдастыру

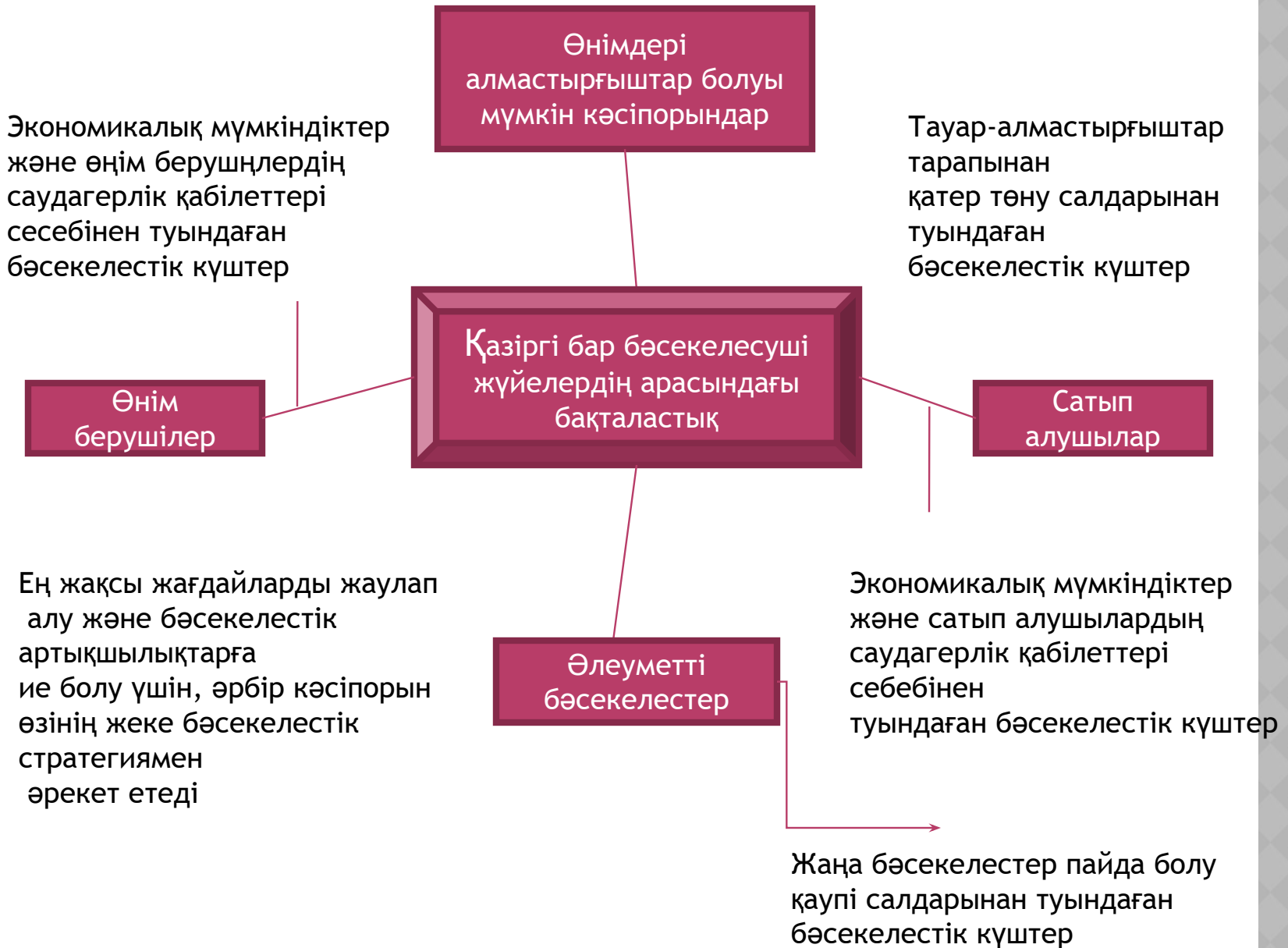
Ілеспе таурлар өндіруді және сатуды ұйымдастыру

| Түрлері Белгілері | Ішкі салалық бәсеке | Салааралық бәсеке |
|----------------------|--|--|
| Субъектілер | Бір саланың кәсіпорындары | Әр түрлі салалардың кәсіпорындары |
| Объектілер | Өндірудің және өткізудің ең жақсы шарттары | Капиталды ең табысты салатын салалар |
| Алғышарттар | Біртекті тауарлар құнының айырмашылығы | Салалардағы пайда нормаларының айырмашылықтары |
| Нәтижелер | Біртекті тауарлардың нарықтық бағасы | Орташа пайда және өндіру бағасы |

Бәсеке моделі



М.Портер бойынша бәсекелестік Күштер моделі



КЛИЕНТ

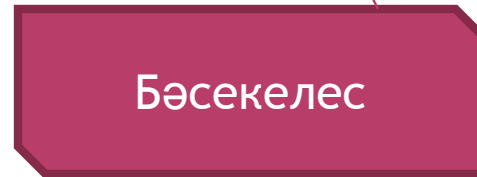
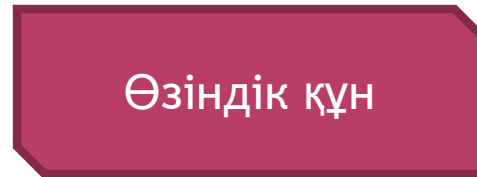
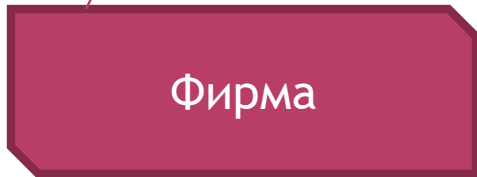
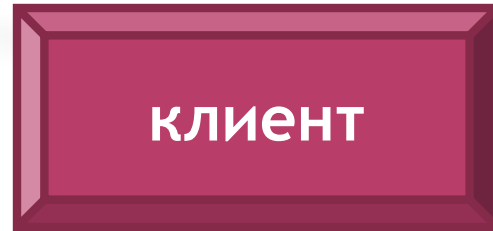
Саралау
Бағалық
мәнділік

Саралау
Бағалық
мәнділік

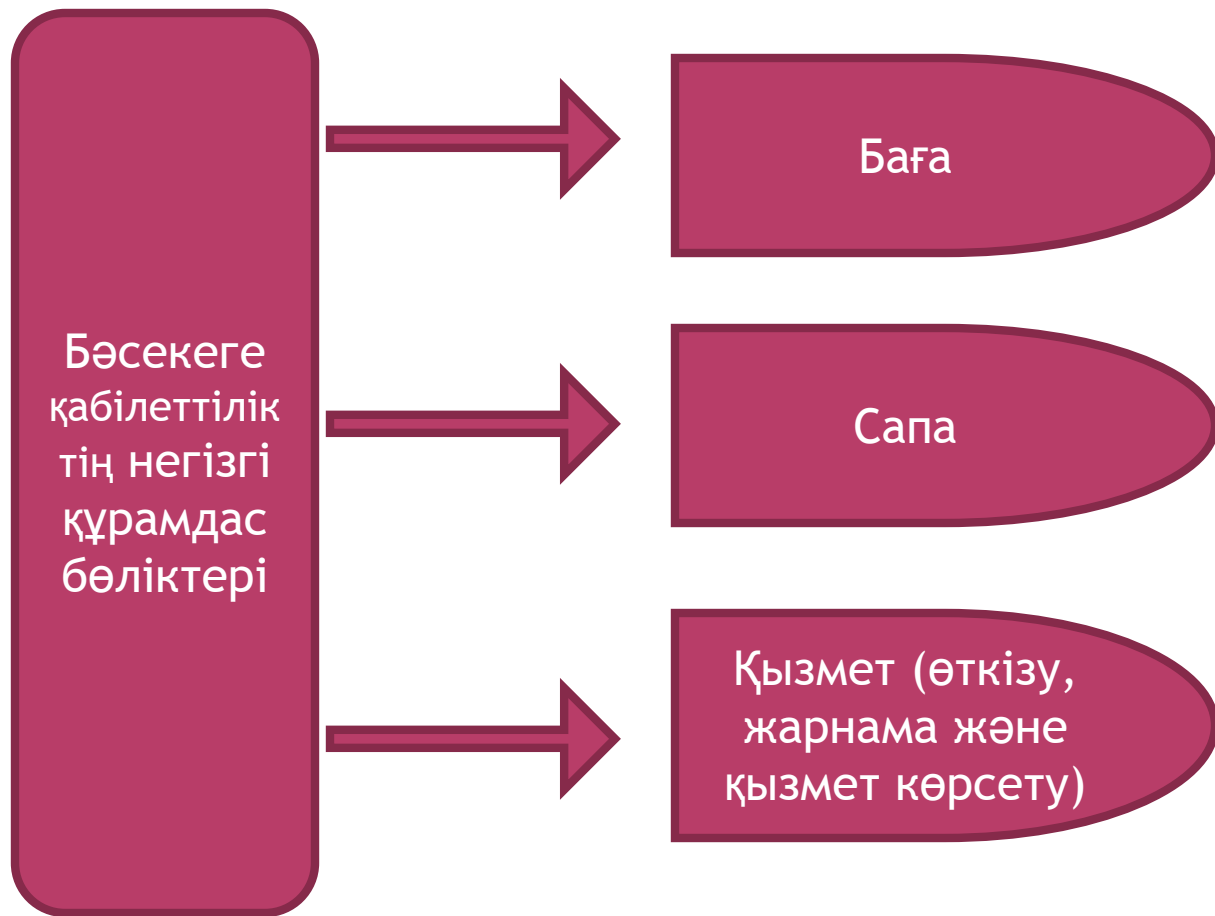
Фирма

Өзіндік құн

Бәсекелес



Бәсекеге қабілеттіліктің негізгі құрамдас бөліктері



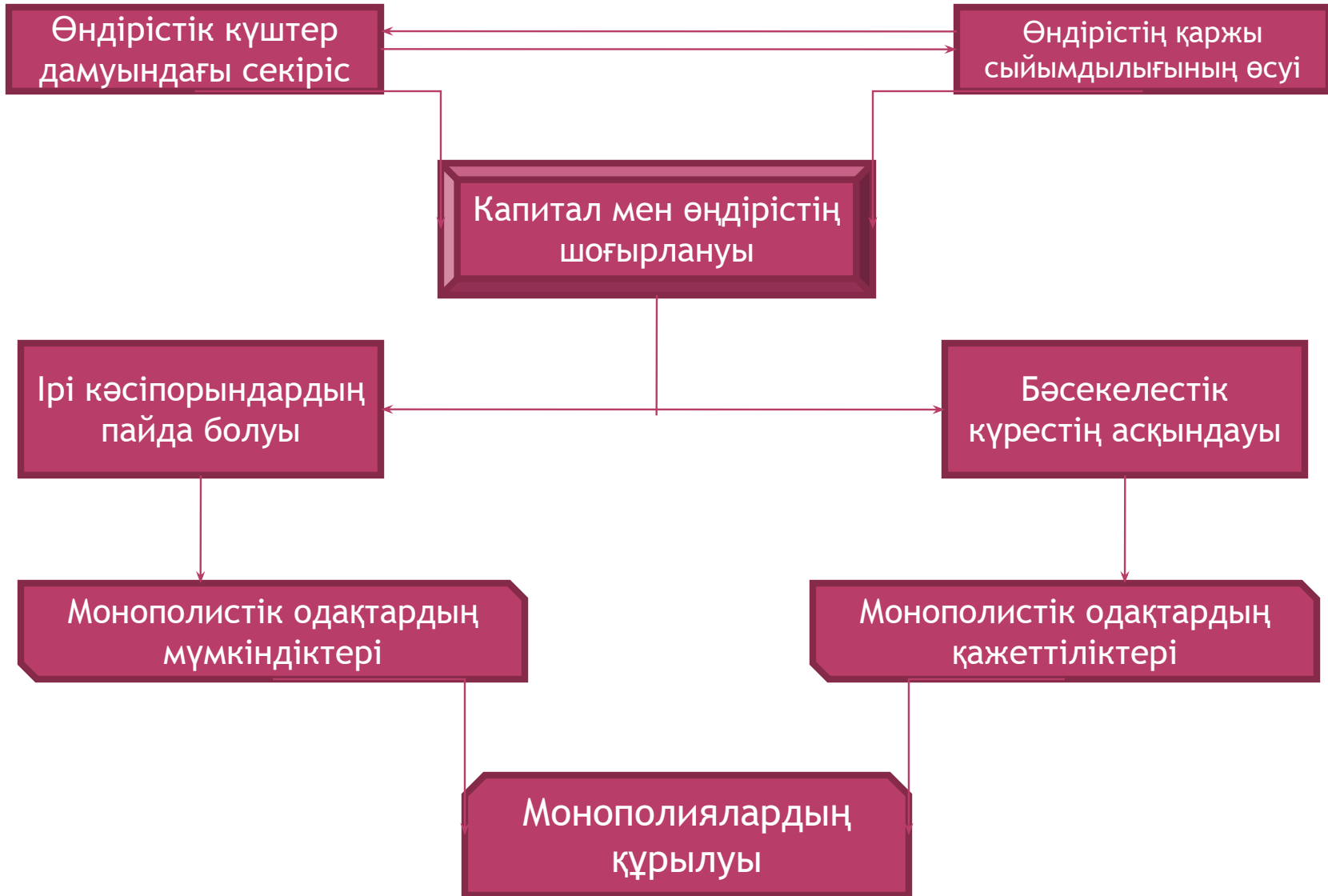
Монополияға қарсы заңдар

Жетілген бәсекенің барлық дауыссыз жақсы жақтарымен қатар оның елеулі кемшіліктері бар. Рыноктік процестердің дайындықсыз жүруі шарушылық өмірдің кейбір салаларының монополиялануына әкеліп соғады. “Өзімен өзі болған” жетілген бәсеке, жетілмеген бәсекеге айналады. Монополия, жоғарыда атап өткендей, бағаға деген белгілі бір билікті білдіреді. Ал бұл билік әр түрлі алғы шарттарға негізделуі мүмкін, салалық өндірістің басым бөлігін басып алу рынокты және баға деңгейін бөлу, жасанды тапшылықтар жасау т.б. Құпия және ашық келісімдер жасау.

Үш негізгі заңдар:

1. Шерман заңы (1890). Бұл заңы сауданы құпия монополияландыруға, бір салада жалғыз үстемдік етуге, баға жөнінде келісімге келуге тыйым салады.
2. Клейтон заңы (1914). - өткізу саласындағы шектеу іс ірекеттеріне, баға алалаушылығына, бірігудің кейбір түрлеріне тыйым салды
3. Робинсон Пэтмэн заңы - 1936 баға алалаушылығы «баға қайшысы» т.б. сауда саласындағы істерді шектеуге тыйым салынады

Монополистік одақтардың пайда болу үдерістері



Қолданылған әдебиеттер

1. Я.ӘУБАКИРОВ., ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТЕОРИЯ НЕГІЗДЕРІ
2. ШЕДЕНОВ Ө.Қ., САҒЫНДЫҚОВ Е.Н ЖАЛПЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТЕОРИЯ
3. ЖҮНІСОВ Б.А., БАЙЖОМАРТОВ Ү.С., КОМЯГИН Б.И
4. WWW,GOODLE.KZ