

Қазақ Ұлттық Аграрлық Университеті

« Бәсеке және монополия »



Бәсеке - нарықтық шаруашылық субъектілері арасындағы қосымша табыс алу үшін өндіріс факторларын иелену және тауарларды өткізу мүдделеріне байланысты бақталастықтық немесе күрес

Бәсеке - әр түрлі формада болатын және әр түрлі жолдармен іске асырылатын нарықтық қатынастардың негізгі категориясы.



Бәсеке түрлері



```
graph TD; A[Бәсеке түрлері] --> B[Сала ішілік – бір салалық кәсіпорындар арасындағы ең үлкен табыс үшін күрес]; A --> C[Салааралық- түрлі салалық кәсіпорындар арасындағы капитал салудың ең пайдалы жағдайы үшін күрес];
```

Сала ішілік – бір салалық кәсіпорындар арасындағы ең үлкен табыс үшін күрес

Салааралық- түрлі салалық кәсіпорындар арасындағы капитал салудың ең пайдалы жағдайы үшін күрес

Бәсекелік күрестің әдістемелері

Баға бәсекесі

Күрестің нарықтан тыс нысандарын пайдалану

Бағадан тыс бәсеке

Өндіріс шығындарын азайтып, ассортименті мен сапасын өзгертпей тауар бағасын төмендету негізінде қосымша табыс алу үшін күрес

Қаржылық қулық сұмдықтар, құнды қағаздармен алып сатарлық жасау, өнеркәсіптік тыңшылық, мемлекеттік органдар арқылы қысым жасау, бәсекелестің көзін жою

Тауар қасиетінің өзгеруі және оған сапалы жаңа ерекшеліктердің берілуі, субститут - тауарлардың құрылуы, сатудан кейінгі техникалық қызмет, жарнама

Бәсеке нысандары

Жетілген бәсеке (еркін бәсеке нарығы). Нарықтың классикалық үлгісі

Жетілдірілмеген бәсеке (жетілдірілмеген бәсеке нарығы). Нарықтың қазіргі үлгілері

Монополия – тауардың бағасына ықпал ететін, өндірістің көп бөлігін бақылайтын бір ғана сатушының билігі

Олигополия- бірнеше (3-тен 5-ке дейін) ірі фирмалар билейтін нарық

Монополистік бәсеке- біртекті емес, бірақ ұсақ тауар ұсынатын сатушылар саны көп нарық

Жасанды

Кездейсоқ

Табиғи

Жетілген бәсеке
сипаттамасы

Фирмалар саны	Өнімнің түрі	Бағаның бақылануы	Салаға ену шарттары	Бағадан тыс бәсеке
Өте көп	Біртекті	Жоқ	Бөгеттер жоқ	Жоқ



Монополия (грек –мооns-жалғыз, polio-сатамын) жеке өндіруші тауар нарығын бақылап және сол нарықта үстем орын алған кезде пайда болады.

Монополияның мақсаты- нарықта баға мен өндіріс көлемін бақылау арқылы мүмкін болатын жоғары табыс алу.

Монополиялардың пайда болуының негізгі себептері өндіріс пен капиталдың шоғырлануы.



Жетілдірілмеген бәсеке сипаттамасы

	Монополистік бәсеке	Олигополия	Таза монополия
Саладағы фирмалардың саны	Көп	Бірнеше	Біреу
Өнімнің түрі	Сараланған	Сараланған және біртекті	Бірегей
Нарықтық бағаға ықпал ету қабілеттілігі	Нарықтық шеңбер шегінде	Өзара тәуелділікпен шектелген және құпия сөз байласуы айтарлықтай	Бағаны әкімшілікпен ұсыну
Салаға кіру тосқауылы	Жоқ	Елеулі	Кіру оқшауланған
Бағадан тыс бәсеке	Елеулі	Елеулі	Қажет емес

Монополияның түрлері:

- **Табиғи монополия**- табиғи шикізаттарды пайдаланумен байланысты. (газ, мұнай, жылу, электро энергия)
- **Жасанды монополия**- сөз байласу немесе бәсекелесті басып тастау арқылы құрылған монополия.(пошта, темір жол)
- **Кездейсоқ монополия**- аз тұтынушылары үшін уақытша сұранысты ұсыныстан асырып түсіру нәтижесінде пайда болады, бұл капиталдың тиімді жұмсалуды қамтамасыз етеді.



Шоғырланудың негізгі бағыттары

Деңгейлес
интеграция

Өндірістің
бір
саласында
жұмыс
істейтін
компанияла
рдың бірігуі

Сатылас
интеграция

Өндірісі бір
технологиял
ық желімен
біріктірілген
көп салалы
компаниялар
дың бірігуі

Әртараптандыр
у

Технологиял
ық жағынан
өзара
байланыспағ
ан көп
салалы
компаниялар
дың бірігуі



Монополиялардың ұйымдастырылу шаралары

Картель

Нарық, өндіріс үлесі және баға деңгейлерін бөлу туралы монополистік келісім

Синдикат

Өнімді бірлесіп өткізу мақсатында бірігу

Трест

Меншікті біріктіру, өндірісті жалпы басқару және тауарды өткізу негізінде бірлесу

Концерн

Біріңғай қаржы орталығы бар көп салалы фирмалардың бірлесуі

Конгломерат

Бір бірімен қызмет бабымен емес, бас компанияның басқа компанияларымен қосылу және жұтылу нәтижесінде пайда болған бірлесу



Монопольдық билікті азайтудың тәсілдері

Тіреске қарсы заңдар

Экономикалық реттеу

Мемлекеттік меншікті қалыптастыру



Монополияның әлеуметтік экономикалық зардаптары

Таза бәсеке
нарығына
қарағанда
өндіріс
өнімдері аз
көлемде
шығарылады

Таза бәсеке
нарығына
қарағанда өте
жоғары баға
белгілейді

Монополияны
сақтауға көп
шығындары
кетеді

Техникалық
үрдіске
ынталдындыру
азаяды



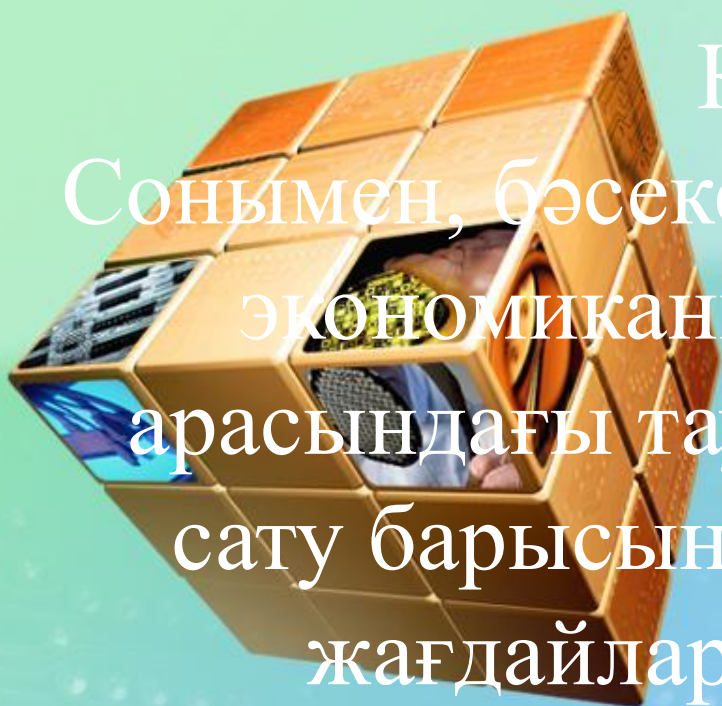
Монополияға қарсы заңдар- бұл бәсекелестікті дамытуға, монополияны шектеуге және тыйым салуға бағытталған заңдар мен үкіметтік актілер кешені.

АҚШ -ТА МОНОПОЛИЯҒА ҚАРСЫ 3 ЗАҢ ҚОЛДАНЫЛАДЫ:

- 1. ШЕРМЭН ЗАҢЫ (1890)- БҰЛ ЗАҢ САУДАНЫ
ҚҰПИЯ МОНОПОЛИЯЛАРҒА БІР САЛАДА
ЖАЛҒЫЗ ҮСТЕМДІК ЕТУГЕ БАҒА ЖӨНІНДЕГІ
КЕЛІСІМГЕ КЕЛУГЕ ТЫЙЫМ САЛЫНАДЫ.**
- 2. КЛЕЙТЭН (1914)- ӨТКІЗУ САЛАСЫНДАҒЫ
ШЕКТЕУ ІС ӘРЕКЕТІНЕ БАҒА
АЛУШЫЛАРЫНА, БІРІГУДІҢ КЕЙБІР
ТҮРЛЕРІНЕ ТЫЙЫМ САЛЫНАДЫ.**
- 3. РОБЭЛСИН –ПЭТМИН(1936)- САУДА
САЛАСЫНДАҒЫ ІСТЕРДІ ШЕКТЕУГЕ ТЫЙЫМ
САЛЫНАДЫ.**



LOGO



Қорытынды

Сонымен, бәсеке дегеніміз – бұл нарықтық экономиканың қатысушыларының арасындағы тауарларды сатып алу және сату барысында, өндірістегі ең жақсы жағдайлары үшін бақталастық.



Назар салып,
тамашалағандарыңызға

РАХИМЕТ!

БҰХИМЕТ!



Жасаған :
ВМ-203