

# НАРЫҚ ЖӘНЕ БӘСЕКЕЛЕСТІК

Дайындаған: Габбасов Мерей

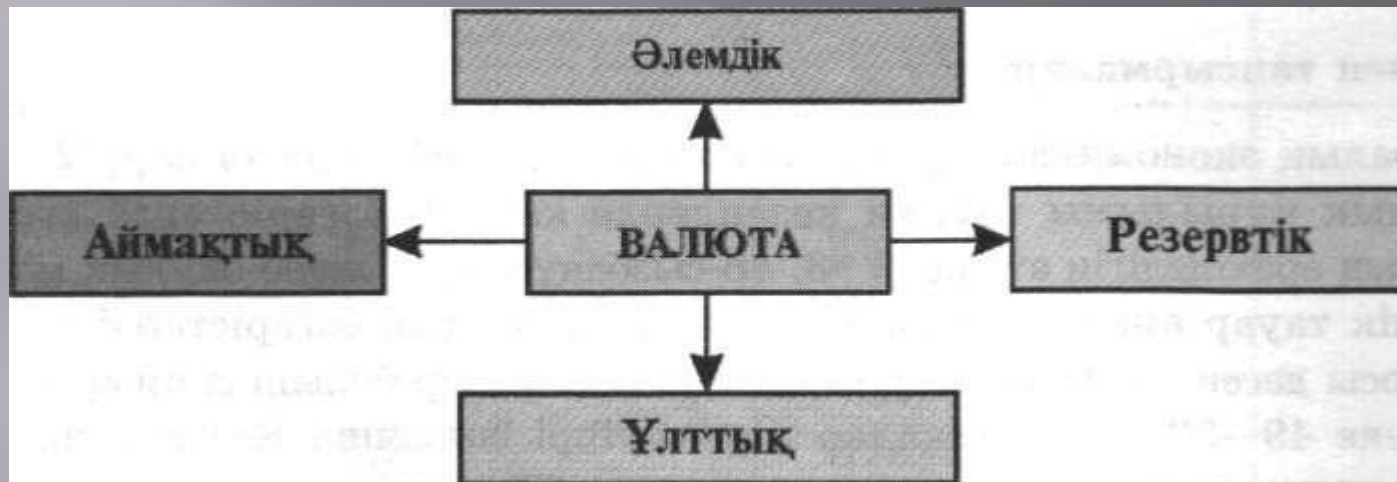
# Нарық

Нарық теориясы – экономика ғылымының тауар-ақша айырбасын және сатушылар мен тұтынушылар арасындағы әлеуметтік-экономикалық қатынастарды зерттейтін саласы



# Даму тарихы

Нарық теориясын алғаш ашқан ғалым, ағылшын экономисі Альфред Маршалл (1842 – 1924). Ол Адам Смит, Давид Рикардо, Джон Стюарт Миел, т.б. классикалық мектептің өкілдері жасаған теорияларды қорытындылай келіп, қысқа және ұзақ мерзімді ұсыныстар мен сұраныстардың арасына шектеу қойған жағдайда қысқа мерзімде өндірілген тауарлар санының тұрақты болатынын, ал ұзақ мерзімде өндірілген тауарлар санының керісінше болатындығын теор. тұрғыдан негіздеді. Сөйтіп, ол баға теориясының негізін салушы болды. Келесі бір ғалым – Джон Мейнард Кейнс 1936 жылы жарық көрген “Еңбекке тарту, пайыз бен ақшаның жалпы теориясы” атты еңбегінде экономиканы макроэкономика (жалпы экон. үдерістер саласы) және микроэкономика (жеке бизнес немесе негізгі экономикалық буын – фирма сияқты қызмет саласы) деп жіктей отырып, оған “макроанализ” бен “микроанализ” деңгейінде алғаш рет талдау жүргізді. Ол басқарудың нарықтық тетігі мен мемлекеттік реттеуді біріктіру үрдісін ұсынды. Кейнстің идеялары “кейнсшілдік” деп аталып, оның жетілдірілген түрі “неокейнсшілдік” деген теорияның негізіне айналды. Бұған қоса М. Фридман, И.Шумпетер, П.Самуэльсон, Дж. Гэлбрент, М.Вебер, т.б. ғалымдардың нарыққа байланысты теориялық пайымдаулары әлемге кеңінен танылды. Атап айтқанда, экономикалық серпін мен циклдер, жаңа индустриялық қоғам, радикалдық қағидаттар сияқты тарамдалған теориялар жүйесі негізделді. Нарықтық қатынастар теориясы сатып нысандарына тән дәстүрлі тауарларға қоса қызмет көрсету, еңбек, ақша, капитал, бағалы қағаздар, ақпарат пен зияткерлік жетістіктерді де саралайды. Сонымен қатар мемлекет пен нарық ин-ттары, аймақтық және әлемдік экономика арқылы жетілдіру жолдарын теория тұрғыдан қарастырады. Нарық теориясының басты нысаны меншік қатынасы – мемл. сектор, акционерлік кәсіпкерлік сектор, кооперативтік ұжымдық сектор, жеке және аралас сектор, т.б. Сондықтан нарықтық экономика осы меншік түрлерінің арақатынасымен тығыз байланысты.



# Зерттеулер

Нарық теориясы зерттеулерінің тағы бір нысанына оның әлсіз жақтарын зерттеу жатады. Оларға нарықтың макроэкон. үйлесімділікті реттей алмай үйлесімсіздік туғызуы, ғыл.-тех. жаңалықтарға ұмтылыс білдірілгенімен сараңдық танытуы, күрделі құрылыстың тиімділігі тез болмағандықтан стратег. инвестиция жұмсауға ынта мен мүдденің аздығы сияқты мәселелер жатады. Жалпы алғанда нарық теориясы қандай да болсын үдерісті кәсіпорын деңгейінде шешу керектігін уағыздайды. Олар: өндіріс пен тұтынудың еркін қозғалысы, экономиканы “сауықтыру”, бәсекенің жалпыға бірдейлігін қамтамасыз ету сияқты мәселелер. Бұрынғы соц. елдерде, әсіресе, Қазақстан жағдайындағы өтпелі кезеңде радикалды саяси және экон. реформалар жүргізіліп, нарық теориясы тұрғысынан жекешелендіру және мемлекет иелігінен алу, кәсіпкерлікке ынталандыру, нарықтық құрылымдарды қалыптастыру, сыртқы экон. байланыстарды дамыту, макроэкон. тұрақтандыру мәселелері жан-жақты қарастырылды. Нарық теориясы кең мағынада алғанда тауарларды өндіру мен қызмет көрсетуде, айналысқа жіберуде, бөлуде және сатып алушылар мен сатушыларды таңдауда, бағаны жетілдіруде, ресурс көздерін пайдалануда, еркіндікке тән сипаттағы ақша қаражатының қозғалысында экон. қатынастарды жүйелейді. Осыған орай нарықтық экономиканың басты тетіктері: баға, сұраныс пен ұсыныс заңдылықтары, инфляция себептері, нарықтың инфрақұрылымы мен жағдаяты теориялық және практикалық жағынан ұдайы әрі үздіксіз зерттеліп келеді және зерттеле береді де, нарықтық дамудың үлгілері салыстырылып, айқындалады. Нарық теориясын жаңа жағдайда дамыту мәселесі бүгін таңда өзекті мәселеге айналып отыр. Оның басты бағыттарына ұлттық экономика мүдделерін халықар. мүддемен үйлестіре білу, ұлттық экономиканың әлемдік ұдайы өндіріс үдерісімен өзара араласуын, қарым-қатынасын қамтамасыз ету, жаһандану үдерісінің озық теория негіздерін жасау, т.б. жатады.

# Бәсекелестік

- **Бәсеке** (лат. *concurrere*) — ортақ ресурсты пайдаланудағы жүйелердің немесе программалардың өзара таласушылығы; қандай жұмыс бекетінің арнаға қатынас құра алатынын анықтауға мүмкіндік беретін үстаным.
- 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.

# БӘСЕКЕНІҢ ТҮРЛЕРІ

## 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.

Жетілген бәсеке нарығы төменде аталған шарттардың орындалуын тілейді:

жеке фирманың өндіріс мөлшері елеулі болмайды және ол сол фирма сататын тауардың бағасына әсер етпейді;

әр өндірушілер сататын тауарлар біртекті тауарлар болады;

сатып алушылардың баға туралы информациясы толық болады.

Егер біреу өз өнімінің бағасын көтерсе, онда ол сатып алушыларынан айырылады;

# Монополистік, жетілмеген бәсеке

Монополистік, жетілмеген бәсеке үнемі болып тұрған. Ал 19 ғасыр басында монополиялардың пайда болуымен байланысты, ол шиеленісе түскен. Осы мерзімде капиталдың шоғырлануы басталған, акционерлік қоғамдар пайда болған, табиғи, материалдық және қаржы ресурстарын пайдалануға бақылау қойылған. Жарнаманың көмегімен монополиялар сұраныстың қалыптасуына қаржылық байланыстар бағыттары арқылы тапсырыс берушілер контрагенттерге әсер етеді.

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. Ал егер осы фирма өзі ұйымдастырудың әр түрлі әдістерін ұтымды пайдаланып, монополия құрған болса, фирманың монополиялық болмысы жасанды болады. 20 ғасырға дейін монополиялар шектелген сферада болған