

Олиполия нарығы

Орындаған 4ТОП:
Құмарбекова Балжан
Құдайбергенов Саян
Көшкеева Малике
Мұрат Ақмарал
Лес Балнұр
Қашқынбаев Елдос

Жоспары

- 1) **Олигополия**
- 2) **Олигополия нарығының ерекшелігі**
- 3) **Олигополия нарығының қисығы**
- 4) **Дуополия**
- 5) **Ойын теориясы**
- 6) **Баға қақтығысы**
- 7) **Бертран теңдігі.**

Олигополия (гр. oligos – аздаған және poleo – сатамын, сауда жасаймын) – нарықта аздаған ірі компаниялар мен бірқатар шағын фирмалар әрекет ететін жағдай. Олардың әрқайсысының өнімі ұқсас үрдісте болады, сондықтан жеке жеткізушілер сатып алушыны тарту үшін өнімге айрықша сипат беруге күш салады. Мұның өзі - саралау деп аталады.



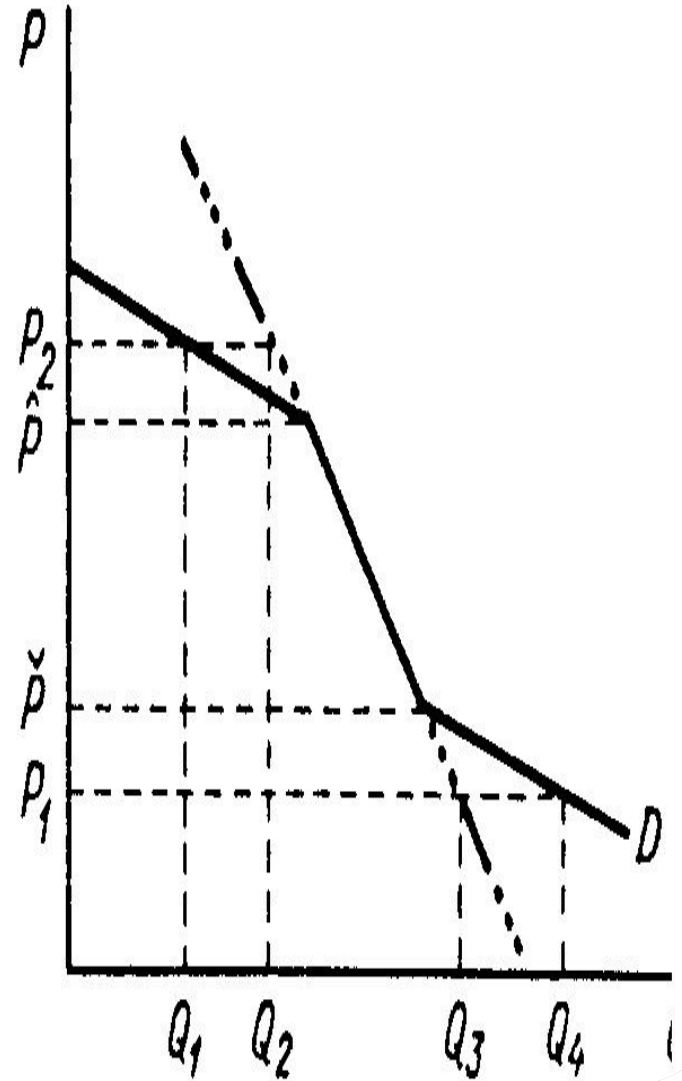
Олигополия нарығының ерекшеліктері

- 1. Фирмалар санының көп еместігі.**
- 2. Бұл нарықта стандартталған тауарлар да (түрлі-түсті металдар) дифференциалданған (ерешеленген) тауарлар да (автомобильдер, тұрмыстық техникалар т.б.) кездеседі.**
- 3. Бұл салаға кіруге кедергілердің (тосқауылдардың) жоғары болуы. Тосқауылдардың болуы ең алдымен өндіріс ауқымына байланысты.**
- 4. Олигополист фирмалар бір-бірімен тығыз байланыста және тәуелді болады.**
- 5. Салада басым жетекші (лидер) фирманың болуы.**

Олигополист фирманың сұраныс қисығы сынық түрінде болады. Оның себебі екі жағдайға байланысты:

1. Фирмалардың бір-біріне тәуелділігі.
2. Бағаның тұрақтылығы

Егер жеке олигополист бағаны белгіленген бағадан жоғары көтерсе, бәсекелестер оған қосылмайды. Ал егер фирма бағаны белгіленген бағадан төмен түсірсе, оның бәсекелестері де бағаларын төмендетеді. Бұл жағдайда бағаға сұраныс икемсіз сұранысқа айналады. Икемді сұраныстың дереу икемсіз сұранысқа айналуы салалық сұраныс қисығының (D_c) сынған түрін (D_f) береді.



Дуополия жағдайында белгілі бір тауардың тек екі жеткізішісі болады, олардың арасында монополиямен келісім болады. Курно теориясы бойынша екі фирма А және Б бірдей технология қолданады және біртекті өнім шығарады. Олардың әрқайсысы шығаратын өнім көлемін анықтаулары керек және олар шешімді бір уақытта қабылдаулары тиіс.



- Ойын теориясы бір-біріне қарама-қарсы мақсаты бар фирмалардың іс-әрекетін талдайды. Сондықтан олигополиялық бәсекені түсіндіру кезінде қолданылады. Бұл теория олигополиялық фирмалардың стратегиялық өзара байланысын көрсетеді және осы уақытта әр фирма өз бақталасының әрбір іс-әрекетін ескеріп, талдап, бағалайды да соның нәтижесінде шешім қабылдайды.
- Нарықта екі бәсекелес фирма іс-әрекетін жасайды делік, олардың әрқайсысы өзінің пайдасын жоғары деңгейге жеткізуді көздейді. Фирманың екі балама бағалық стратегиясы бар:
 1. *Өнім бағасын төмендету;*
 2. *Бағаны тұрақты бір деңгейде ұстап тұру.*



- **Олигополист фирмалардың арасындағы бәсеке әрбір фирманың нарықтағы үлесін өсіру үшін жүргізіледі. Осы мақсатпен олигополист фирмалар «баға қақтығысына» әкелетін саналы түрдегі бәсекеге түседі. «Баға қақтығысы» дегеніміз – олигополист фирмалардың бірінен кейін бірінің бағаны төмендетуі.**



Баға қақтығысының нәтижесінде жетілген бәсекелес нарыққа тән тепе-теңдік орнайды; $P_3 = AC = MC$. Осы теңдікті **Бертран теңдігі** дейді. Сонымен, олигополист фирмалар «баға қақтығысын» баға орташа шығынға теңескенге дейін жүргізеді.

«Баға қақтығысынан» тұтынушылар ұтады. Бірақ «баға қақтығысы» ұзаққа созылмайды. Олигополист фирмалар «баға қақтығысына» түспеу үшін бір-бірімен баға белгілеу және нарықты бөлу туралы жасырын келісімге келуге ынталы болады. Сондықтан бұл үлгіні «жасырын келісімге келу» үлгісі деп атайды.

- **Егер фирмалар бір-бірімен жоғары баға белгілеу арқылы пайданы көтеру туралы келісімге келсе, нарықта картель пайда болады. Картель – баға мен өнім көлемін бірге анықтай отырып, пайданы көтеру туралы келісімге келетін өндірушілер тобы. Картель пайда ең жоғары деңгейге көтеретін өнім көлемін өзінің мүшелерінің арасында бөліп, әрқайсысының үлесін анықтайды. Оны квота деп атайды. Картельдің негізгі проблемасы — әрбір фирманың үлесін (квотасын) анықтау және оның орындалуына бақылау қою. Себебі картельдің бағасымен пайданы көтеру үшін жеке фирмалар өздерінің үлестерін көбейтіп жіберсе, ол картель бағасының төмендеуіне және пайданың жойылуына әкеледі.**



Қорытынды

Салада фирмалар саны шектеулі болған жағдайда олигополия нарығы қалыптасады. Олигополия жағдайында жұмыс істейтін фирмалардың нарықтық билікке ие болуының көзі ретінде салалық ұсынысқа бақылау жасау шарты қарастырылады, мұндай билік дәрежесі – сұраныс икемділігіне және фирмалардың өз қызметтерін дұрыс жүргізе алу мүмкіндігіне байланысты.

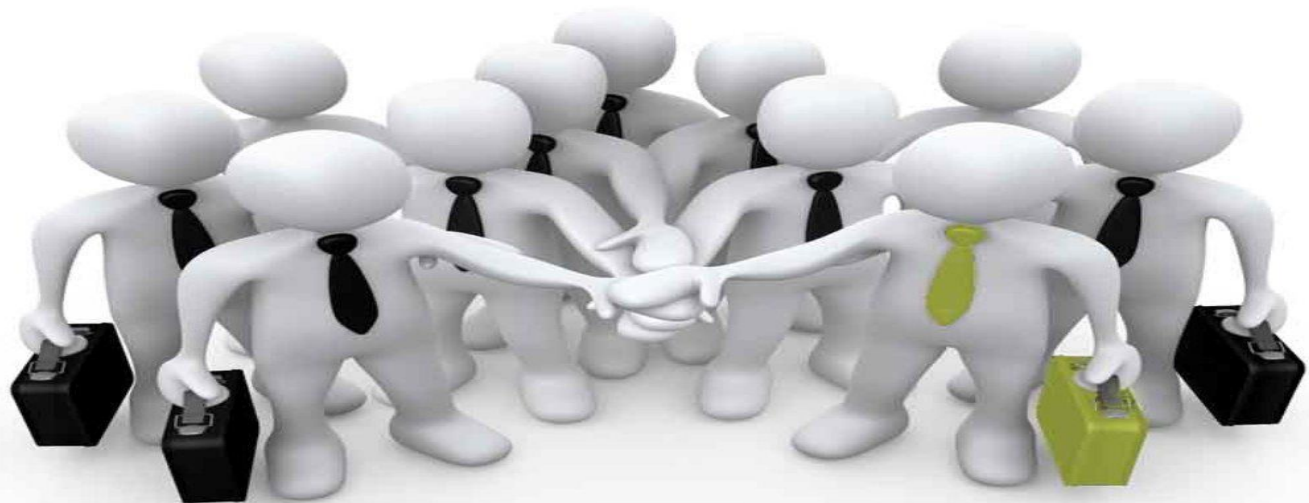


Еңбек нарығы

- **Еңбек нарығы** - бұл жұмыс күшін тауар ретінде сату – сатып алу туралы экономикалық қатынастардың жүйесі. Еңбектің тікелей әсер етуінің арқасында жоғары біліктілікті еңбектің дәрежесі көтеріледі, әрбір жұмыс орнының бағасы өседі, жұмыскерге және оның еңбегіне талап күшейеді. Еңбек нарығында өте қабілетті және іскер жұмыскерлерге қатаң таңдау жүргізіледі. Нарық еңбекке қабілетсіздерді, жалқау, әлсіздерді ешқашан аямайды. Ол еңбектің жоғары шапшаңдығын қамтамасыз етіп, іскерлік пен біліктілікті талап етеді.

- **Еңбек нарығы** — бұл бәсекелік нарық. Оның құрылымдық-функционалдық ұйымдастырылуының өте күрделі болғандығынан, қашан болмасын, жұмыс орындары мен еңбек ресурстарының арасында белгілі сәйкес келмеушілік болады. Өзін алмастыруға жоғары квалификация талап ететін, жұмыс орындарының бір бөлшегі бос болып қала береді, ал қажетті арнаулы дайындығы жоқ адамдардың бір бөлшегі жұмыс таба алмайды. Осындай жағдайда, жұмыстың қандайын болмасын табу үшін жұмыссыздар арасында бәсекелестік пайда





- Еңбек нарығында еңбек ақы, баға механизмі арқылы белгілі сегмент шеңберінде жұмысшы күшіне сұраныс пен ұсынысты қалыптастыратын, экономикалық агенттердің қимылдарын үйлестіруге қызмет ететін бәсекелік орын алады.

- **Еңбек нарығының негізгі мақсаты** - еңбек ресурстарын тиімді және нәтижелі қамту. Еңбекке жарамды адамдарды жұмыспен қамту аса күрделі әрі мемлекеттік маңызды мәселе. Нарыққа бет алған сайын бұл мәселе экономикалық өмір тіршілігінде өткір және батыл қойылған саяси экономикалық және әлеуметтік мақсаттарға жетудің шартты жағдайларының бірі.



- Өндірістік ресурстар нарығында еңбек нарығы ерекше, айқын орын алады, өйткені еңбек нарығынсыз өндіріс үдерісі болмайды, ал қоғам адамдардың еңбек қызметінен тыс дұрыс жұмыс істей алмайды.



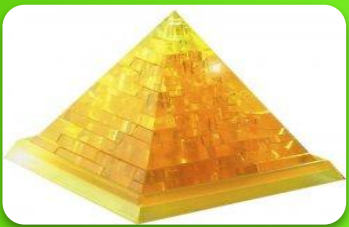


- **Еңбек нарығы** - экономика жағдайын көрсетудің айнасы. Ол тұрғындарды жұмыспен қамту көлемі мен динамикасын, жұмыссыздықтың сала бойынша деңгейін, кәсіби-біліктілік, демографиялық және басқа да көрсеткіштердің құрылымын байқатады.

Еңбек нарығының атқаратын қызметтері қоғамдағы еңбектің ролімен анықталады:



Әлеуметтік қызметі – адамдардың қалыпты табыс деңгейі мен қолайлы жағдайын қамтамасыз етумен сипатталады.



Экономикалық қызметі – адамдардың еңбегін тиімді пайдалану, бөлу, реттеумен сипатталады.



Ынталандыру қызметі – еңбек нарығына қатысушылар арасында бәсеке қабілеттілікті ынталандыру, жоғары тиімді еңбекке қызығушылығын арттыру, адамдардың біліктілігін жоғарылатумен сипатталады.

- Еңбек нарығының құрылымында бірнеше сегменттер бөлінеді:
- Жоғары біліктілігі бар басқару жұмысшыларының тұрақты саны;
- Кадрлық жоғары білікті жұмысшылар және қызметкерлер;
- Құрылымдық өзгерістерге бейімделген өнеркәсіп салаларының жұмысшылары;

Қызметтер саласын қамтитын еңбек өнімділігінің төмен деңгейімен ерекшеленетін ауқымды еңбек ететін жұмысшылар;

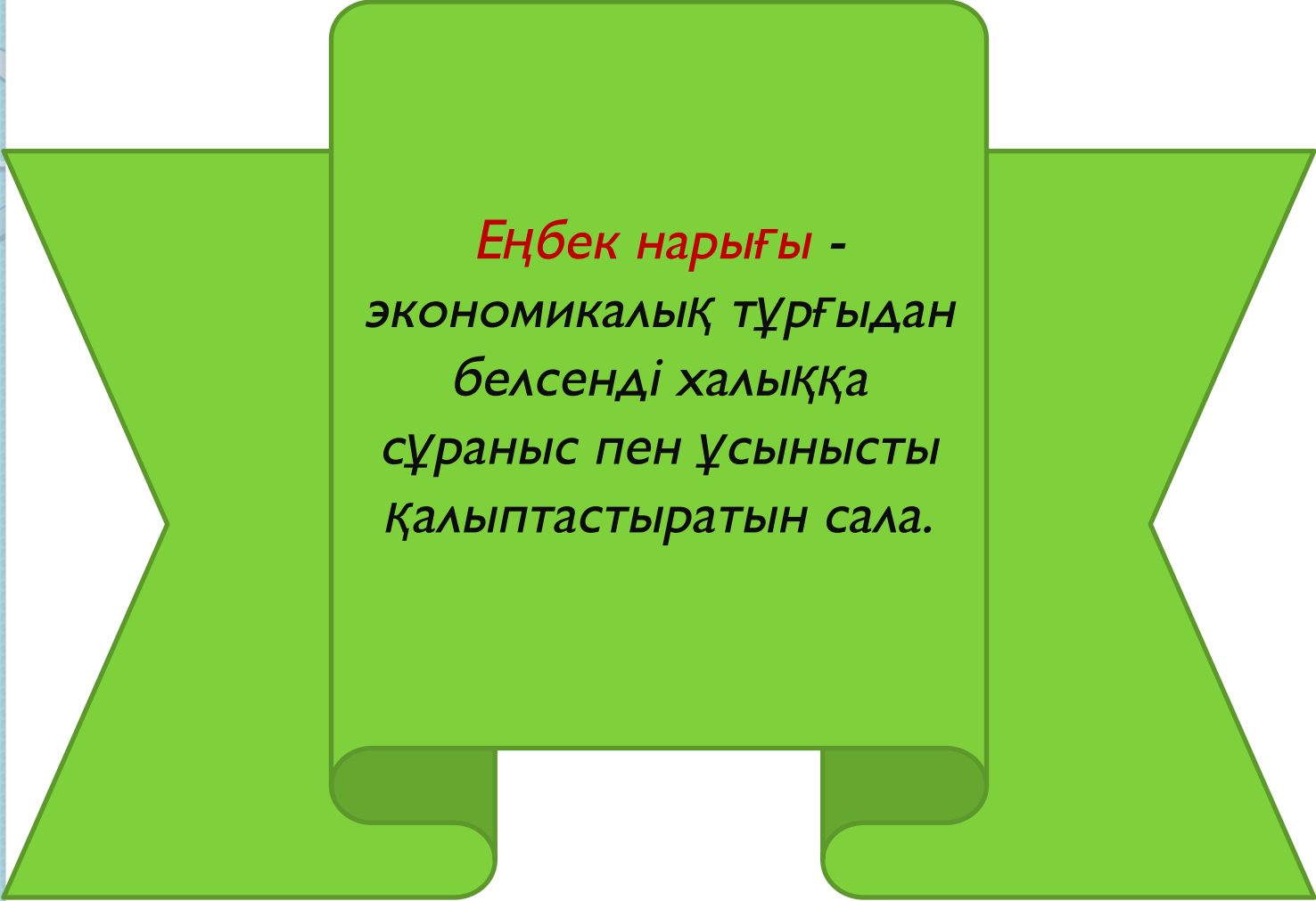
- Жұмысшылардың қорғалмаған категориялары: жастар, қарт адамдар, жұмыс табудан үмітін үзген адамдар.

Еңбек ұсынысына келесі факторлар ықпал етеді:

- 1. халықтың жалпы саны;

- 2. жұмыс істейтін белсенді халықтың үлес салмағы және оның өзгерісі;

- 3. әрбір жеке жұмысшының жұмыс істеу мерзімі;
- 4. қызметкердердің кәсіби дайындығы және мамандық дәрежесі.



***Еңбек нарығы -**
экономикалық тұрғыдан
белсенді халыққа
сұраныс пен ұсынысты
қалыптастыратын сала.*



- 2011 жылдың екінші тоқсанында 15 жас және одан асқан жастағы экономикалық белсенді халық саны 8,5 млн. адам болып, өткен тоқсанмен салыстырғанда 334,5 мың адамға (4,7%) көбейеді. Экономикалық белсенді халықтың жалпы санындағы қала халқы - 4,2 млн. адам және ол биылғы I-ші тоқсанға қарағанда -226,5 мыңға (5,6%), ауыл халқы 3,3, млн. адам болып, 107,9 мың адамға кебейді (3,4%).

- Еңбек нарығында тепе – теңдік сұраным мен ұсыным көмегімен бекітіледі. Еңбекке деген сұраным мөлшері жалақы мөлшерінен кері пропорционалды

байланыстылықта болады. Жалақы мөлшері көтерілген кезінде

фирмалар тарықтық тепе – теңдікті сақтау мақсатында жұмыс

күшіне сұранымды төмендетуі қажет, ал жалақы мөлшері төмендегенде еңбекке сұраным артады. Жұмыс күшіне деген ұстаным нақты

байланысқа іс - әрекет етеді .

- Бүгінде еңбек күші стратегиялық ойлау, тапқырлық, мәдениеттілік тағы басқа сол сияқты қабілеттіліктерге иемденуі қажет. Ол үшін адам ресурстарын әрдайым дамытып отыруы қажет.
- Қазақстан Республикасы дүниежүзілік нарықта өзінің бәсекелестік позициясын орнықтыру үшін мемлекеттің ролін күшейтіп, экономиканың стратегиялық басқаруын дамытуы және кадрлық саясатты көтеруі тиіс.



Қорытынды

Еңбек нарығында ұсыныс жұмыскерлердің талғамы және еңбектің бағасына тәуелді болып табылады, ал еңбек бағасы ретінде еңбекақы мөлшерлемесі қарастырылады. Орташа еңбекақы мөлшерлемесі қарастырылады. Орташа еңбекақы мөлшерлемесі еңбектің тепе- теңдік бағасының көрсеткіші болып табылады, ал оның шамасы еңбек нарығының ұйымдастырылу типіне байланысты болып табылады.



Капитал нарығы

Жоспары:

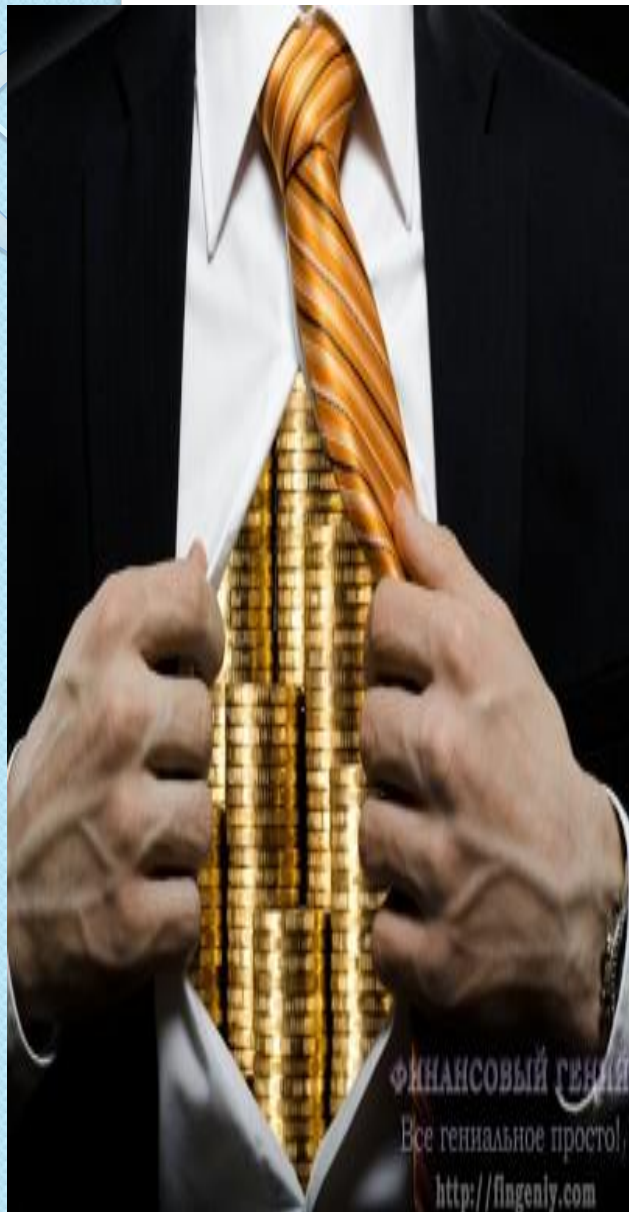
- Капитал
- Капитал түрлері
- Пайыз
- Инвестиция.



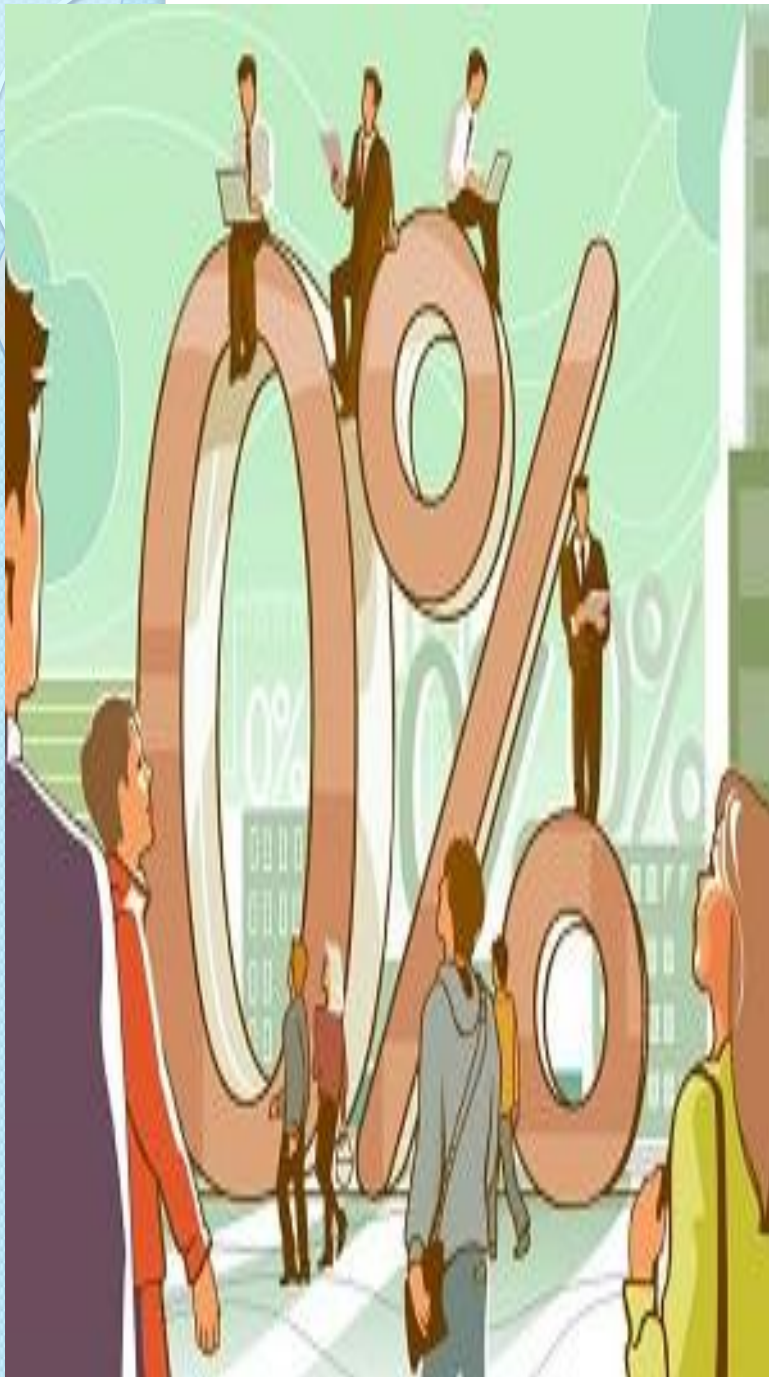
- Капитал – тауарлар мен қызметтерді өндіруді арттыру мақсатында адамдар қолымен жасалған барлық өндіріс құрал-жабдықтарының түрлері.



Капитал түрлері



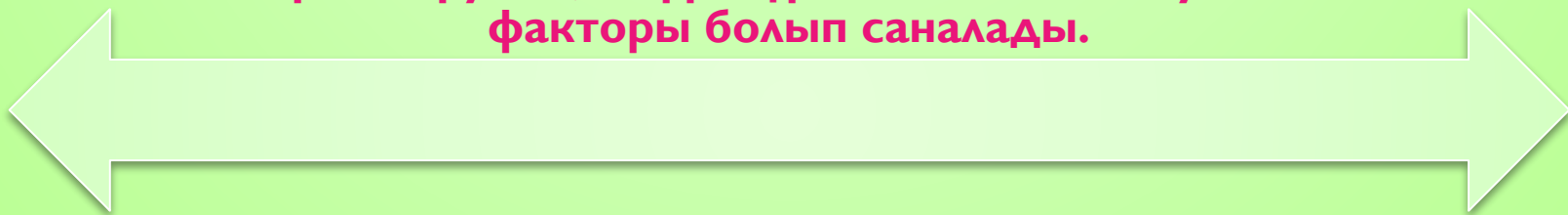
- 1) **Нақты (физикалық, өндіріс) капитал-өндіріс құралдары.**
- а) **негізгі** (ғимарат, машина)
- б) **айналмалы** (өндіріс материалдары)
- шикізат сатып алуға жұмсалатын қаражат)
- 2) **Қаржы (ақшалай) капитал-ақшалай қаражаттар мен ақшалай есептелген бағалы қағаздар құны.**
- 3) **Адами капитал-білім алуға жұмсалатын шығындар, капиталды қалыптастыратын және иесіне жоғары жалақы түрінде пайда беретін, инвестиция ретінде бағаланады.**



- **Пайыз**-бұл капитал иесіне
- оның капиталын белгілі бір уақыт мерзімінде пайдаланғаны үшін төленетін баға. Пайда болу
- тарихын **неоклассикалық**
- **теория**: бүгінгі бар ресурстарды пайдаланып,
- белгілі уақыт мерзімінде
- қосымша табыс алуға болады. Дәл осы жағдай адамдарды несие алуға және оған **пайыз** деп аталатын баға төлеуге итермеледі деп пайда болу тарихын сипаттаған.



Инвестиция дегеніміз - бүгінгі күні қолда бар ақшаны, мүлікті және басқа да заттарды , яғни капиталды қандай да бір өндірісті дамыту үшін жұмсап, сол арқылы келешекте,яғни алдағы уақытта пайыз түрінде немесе басқадай үлкен кәсіпкерлік табыс табу болып табылады. Бұл жоғарыда айтылған процеспен екі фактор байланысты болып келеді. Оның біріншісі – уақыт, ал екіншісі – тәуекелдік . Сонымен қатар инвестиция экономикалық өсудің негізі бола отырып , елдің әлеуметтік дамуына жағдай жасайды. Осы айтылғандармен қатар инвестиция экономикалық дамудың жоғарғы және тұрақты қарқынын қалыптастырудың , ғылыми- техникалық прогресс жетістіктерін өсірудің , инфрақұрылымды дамытудың маңызды факторы болып саналады.







- **Инвестициялау**-ақшаны капиталға айналдыру үрдісі. Ақша тұтынуға жұмсалса кемиді, өндіріске жұмсалса капиталға айналып өсіп отырады.
- **Жалпы инвестиция**-бұл капитал қорының жалпы өсуі.
- **Таза инвестиция**-бұл жалпы инвестицияларды алмастыруға жұмсалған қаражатты шегергендегі қалған сома болады.

● Қорытынды

- Тек тоқтаусыз айналымда ғана капитал өз функциясын атқарады, ол жұмыс күшін өндіретін құралдармен қосылып, қосымша құн өндіреді.

Пайдаланған әдебиеттер:

- Интернет желісі
- Г.Е.Бекжанова «Микроэкономика»
оқулығы
- Ж.Х.Ғабит «Микроэкономика»
оқулығы

Назарларыңызға рахмет!!!

