

## ДӘРІС 13

# ТАУАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ЖӘНЕ САПАСЫН БАСҚАРУ.

1. **МАҚСАТЫ:** Кәсіпорының бәсекеге қабілеттіген артыру жағдайларын қалыптастыру. Кәсіпорынның инвестициялық және инновациялық саясатын қарастыру.

## 2. ДӘРІС ТЕЗИСТЕРІ:

1. Бәсеке және оның түрлері

2. Нарықтық экономика жағдайындағы бәсеке

Нарық механизмінің негізгі элементтеріне жататындар: баға, сұраныс пен ұсыныс, бәсеке. Сұраныс пен ұсыныстың ара қатынасының өзгерістеріне байланысты бағалар қалыптасады.

*Нарық механизмінің негізгі элементтеріне жататындар: баға, сұраныс пен ұсыныс, бәсеке. Сұраныс пен ұсыныстың ара қатынасының өзгерістеріне байланысты бағалар қалыптасады.*

**Бәсеке** - нарықта реттеушілік қызметін атқарады. А. Смит – бәсекені нарықтың - «Көрінбейтін қолы» деп атаған. Бәсеке арқылы нарықтық субъектілері өз пайдасына қарай әрекет етіп, тұтас болғанда қоғам үшін тиімділіктің негізін қалайды. Осы айтылған элементтердің өзара қатынасы арқылы нарық қалыптасады. Бәсеке – нарық субъектілерінің пайданы барынша ұлғайтуға, яғни қойылған мақсатты жүзеге асыру жолында өндірістің аса қолайлы жағдайлары үшін кәсіпкерлердің өзара күрес қатынастар ретінде көрінетін экономикалық жарысы.

*Бәсекені бірнеше белгілері бойынша мынадай түрлерге бөлуге болады:*

1. *Даму масштабы бойынша:*

- 1.1. Жеке бәсеке – жеке бір қатысушы нарықтың аса қолайлы жағдайларын таңдап алуға талаптанады.

- 1.2. Жергілікті бәсеке – жергілікті қайсыбір территориядағы тауар иелерінің жарысы.

- 1.3. Сала ішіндегі бәсеке – сала ішіндегі жарыс.

- 1.4. Сала арасындағы бәсеке - әртүрлі сала субъектілерінің жарысы.

- 1.5. Ұлттық бәсеке – ел ішіндегі жарыс.

- 1.6. Ғаламдық бәсеке - әр түрлі мемлекет субъектілерінің жарысы.

2. *Жүргізу әсеріне қарай:*

- 2.1. Бағалық бәсеке – бағаны төмендету арқылы

- 2.2. Бағасыз бәсеке – тауар сапасы, жарнама, қызмет көрсету арқылы.

3. *Ниет тәсілдері бойынша:*

- 3.1. Адал ниеттілік бәсеке

- 3.2. Ниетсіз бәсеке – нарықтық ережелерін бұзу, жалған жарнаманы қолдану және т.б. арқылы.

4. *Бәсеке даму сипатына қарай:*

- 4.1. Жетілген бәсеке

4.2. Жетілмеген бәсеке (олигополия, монополия, монополистік бәсеке). Осы айтылғандарға сәйкес нарық былай бөлінеді: жетілген бәсеке нарығы және жетілмеген бәсеке нарығы.

**Жетілген бәсеке нарығы** – кез келген ұқсас (бір-бірін ауыстыратын) тауарларды сататын сатушылар мен сатып алушылардың көптеген құрамынан туады. Бірде бір сатып алушы мен сатушы жеке дара сұранысты, нарыққа тауардың түсуін немесе оның бағасын бақылай алмайды. Сатушы бағаны нарықтық бағадан жоғары қоюға дәрмені жетпейді. Себебі, сатып алушы өзіне қажетті мөлшерде тауарды нарықтық бағамен еркін ала алады. Әрбір сатушы бір ғана тауар өнімін сатады. Бұл нарыққа кіру де шығу да жеңіл.

**Жетілмеген бәсеке** қандай да тауарлар мен қызмет түрін өндірудегі ерекше өндірушінің пайда болуы. Жетілмеген бәсекенің бірнеше түрлері бар: монополия, олигополия, монополистік бәсеке.

Бәсеке стратегиясын таңдау жоғарыда айтылғандай, кәсіпқойлылықтың жоғары деңгейіне қол жеткізуден басталуы тиіс. Нарық негізінен тек өз қызмет саласындағы көшбасшыларды ғана мойындайды. Бәсекенің негізгі белгілері болып белгілі бір тауардың басқа тауармен салыстырғандағы артықшылығы табылады, мысалы, өнімінің сапасы мен қолдану мерзімі, эксплуатациялық және эстетикалық сипаттамалар, қолданыстағы бағалар мен сатудан кейінгі қызмет көрсетудің әдістері. Осының барлығын бизнес-жоспарда ұсыну қажет және ең алдымен бәсеке стратегиясын сипаттау қажет, ол шығындардағы артықшылықтарға, ерекше бірегей қасиеттерге ие өнімді жасау мен жіктеуге негізделуі мүмкін.