

в) с точки зрения экономического воспроизводственного процесса образование является фактором воспроизводства главной производительной силы общества – рабочей силы – как совокупности духовных и физических способностей человека, которые реализуются в процессе труда, который, в свою очередь, представляет собой производительное потребление рабочей силы.

Превращение человека в определяющий фактор общественного производства значительно расширяет сферу его интересов и потребностей как производственных, так и личных, а, следовательно, повышает роль системы, которая формирует эти интересы и потребности, то есть общественную форму существования человека – производственные отношения [5, с.29].

Смена роли и значение человека в общественном производстве, четкое выражение его социальной направленности изменяет соотношение между материальной и духовной сферами производства в интересах естественных и общественных потребностей человека. Это ставит новые задачи перед отраслью, которая воспроизводит духовные и профессиональные ценности человека, – перед общим и профессиональным образованием.

Экономизация, гуманизация и демократизация содержания образования является объективно обусловленным требованием к организации системы образования в условиях постиндустриального развития и сознательного перехода к социально ориентированному экономическому развитию.

Совершенствование национальной образовательной системы, расширение и углубление образовательного пространства в современных условиях, недопущение снижения интеллекта и разрыва с накопленной предыдущими поколениями культурой, повышение уровня экономической грамотности всех субъектов производственных отношений является важным фактор социально-экономического прогресса общества.

Список использованной литературы:

1. Речь Президента Туркменистана Сердара Бердымухамедова на торжественной церемонии инаугурации (г. Ашхабад, 19 марта 2022 г.)
Нейтральный Туркменистан, 20 марта 2022 г
2. Закон об образовании Туркменистана. Нейтральный Туркменистан, 10 июня 2021 года.
3. Türkmenistanda sanly bilim ulgamyny ösdürmegiň Konsepsiýasy. A., 2017
4. Denison E. Trends in American economic growth, 1929-1982. Washington: Brookings institution, 1985. – p. 30.
5. Хватова Т.Ю. Национальные инновационные системы зарубежных стран: цели и стратегии развития / Т.Ю. Хватова. - СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2009.

© Бабаева Г.Р., 2023

УДК 33

Байрамов Х.,

кандидат географических наук, старший преподаватель;

Аннаева А., студентка;

Пенаева М., студентка.

Туркменский государственный институт экономики и управления.

Ашхабад, Туркменистан.

КОНКУРЕНЦИЯ, ЕЕ СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ

Аннотация

Без конкуренции рынок невозможен. Конкуренция – это борьба участников рыночной экономики

за лучшие условия производства, продажи и покупки товаров. Это экономический закон борьбы. Несмотря на различия между различными формами конкуренции, все они имеют нечто общее. Это также неравная борьба между фронтом конкуренции и рыночными партиями. В этой борьбе сильный побеждает слабого и стирает его в прах.

Ключевые слова:

Конкуренция, рынок, экономика, производитель.

Abstract

Without competition, the market is impossible. Competition is the struggle of participants in a market economy for the best conditions for the production, sale and purchase of goods. This is the economic law of struggle. Despite the differences between the various forms of competition, they all have something in common. It is also an unequal struggle between the front of competition and market parties. In this struggle, the strong defeats the weak and erases him into dust.

Key words:

competition, market, economy, manufacturer.

Без конкуренции рынок невозможен. Конкуренция – это борьба участников рыночной экономики за лучшие условия производства, продажи и покупки товаров. Это экономический закон борьбы. Для стран с развитыми рыночными отношениями характерны следующие основные виды конкуренции:

1. Конкуренция между производителями товаров;
2. Конкуренция между крупными товаропроизводителями (между государственными предприятиями, акционерными обществами);
3. Конкуренция между монополиями;
4. Конкуренция между всеми вышеперечисленными группами;
5. Конкуренция между предпринимателями разных стран.

Несмотря на различия между различными формами конкуренции, все они имеют нечто общее. Это также неравная борьба между фронтом конкуренции и рыночными партиями. В этой борьбе сильный побеждает слабого и стирает его в прах. Рыночная конкуренция обычно происходит по трем направлениям. Во-первых, это конкуренция между поставщиками. В случае, если продажи преобладают над продажами, между продавцами возникнет конкурентная борьба. Все продавцы будут стараться продать свой товар по более высокой цене. Но в этой борьбе выигрывает продавец, мотивируя покупателя. Чтобы выиграть, отдельные продавцы могут продавать свои товары дешевле. Но продают много товаров. Продавцы также могут продавать свои товары по более низким ценам. Это называется демпинг.

Вторым аспектом рыночной конкуренции является конкуренция между покупателями. В ситуации, когда преобладает предложение, между покупателями возникает конкуренция. Все покупатели захотят купить нужные им товары дешево. В этой битве победителем станет тот, кто предложит самую высокую цену или купит больше товаров.

Третьим аспектом конкуренции является борьба между продавцами и покупателями. Эта конкуренция будет находиться в равновесном состоянии предложения-заявки. Продавцы и покупатели расходятся во мнениях относительно уровня цен. В этой борьбе побеждает тот, кто сможет заставить противника принять его ценность.

В зависимости от уровня развития рыночных отношений конкуренция может быть «совершенной» и «несовершенной». В условиях совершенной конкуренции ни один из конкурентов не может влиять на рыночные цены. Усовершенствованная конкуренция основана на частной собственности и самоуправлении. В такой конкуренции взаимодействие товаропроизводителей осуществляется только

через рынок. Для возникновения совершенной конкуренции должны быть соблюдены следующие условия:

- 1) небольшое количество товаров, произведенных разными фирмами;
- 2) продукция каждой фирмы одинакова;
- 3) потребители хорошо информированы о ценах;
- 4) продавцы действуют самостоятельно, не согласовывая цены;
- 5) отсутствие барьеров для входа и выхода производителей из отрасли;
- 6) Должно быть много производителей и покупателей того или иного товара.

Реализация вышеуказанных условий обеспечивает свободное взаимодействие производителей и покупателей и формирование рыночных цен. Но рыночная конкуренция имеет свои преимущества и недостатки.

В условиях несовершенной конкуренции ряд продавцов или покупателей может оказывать адаптивное влияние на рыночные цены. Несовершенная или монополистическая конкуренция является преемницей свободной конкуренции. Затем усиливается накопление капитала, создание акционерных обществ, контроль над природными ресурсами, материальными и финансовыми ресурсами. Монополии увеличивают потребительский спрос за счет проведения выставок, продвижения товаров, усиления своего влияния на потребителей и брокеров через различные финансовые и медийные каналы.

Список использованной литературы:

1. Пурлиев Б. Основы экономики. Туркменская государственная издательская служба, 2013 г;
2. Ханаева Ж. Экономика труда. Туркменская государственная издательская служба, 2018 г.
3. Экономика/ Под ред. А.С. Булатова М.: Юрист, 1999.

© Байрамов Х., Аннаева А., Пенаева М., 2023

УДК 338.48

Байрамов Х.Р.

кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры «Мировой экономики»
Туркменского государственного института экономики и управления.

Овелеков К.

студент Туркменского государственного института экономики и управления
Туркменистан, город Ашгабад

РОЛЬ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В ЭКОНОМИКЕ ТУРКМЕНИСТАНА

Аннотация

В статье рассматривается роль свободных экономических зон в экономике Туркменистана и анализируются ее особенности.

Ключевые слова:

мировая экономика, роль свободных экономических зон.

После обретения независимости вопрос о создании свободных экономических зон в стране впервые обсуждался 14 декабря 1992 года на заседании Народного Совета по созданию 7 свободных экономических зон. Это зоны Челекен-Экерем, Бахарлы-Сердар, Ашхабад-Абадан, Ашхабад-Анев, Мары-Байрамалы, Дашогуз-Аэропорт, Туркменабат-Сейди. Также 5 марта 1995 года был принят «Ашхабад-