

Бирюлина Елена Викторовна

преподаватель общеобразовательных дисциплин

Государственное бюджетное образовательное учреждение среднего

профессионального образования «Почепский механико-аграрный техникум»

г.Почеп Брянской области

УРОК ПО ТЕМЕ «КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЁ ВИДЫ»

Цель: изучить понятие конкуренции, познакомиться с видами конкуренции.

Задачи:

обучающая: формирование понятия конкуренции, характеристика видов конкуренции, а также формирование умения ориентироваться в информации, формулировать выводы об особенностях каждого вида конкуренции.

развивающая: развитие стремления к поставленной цели, способность объяснять и анализировать, выделить главное, умение решать поставленную проблему самостоятельно.

воспитательные: воспитание экономической культуры, стремление к отстаиванию своей точки зрения, формирование активности, внимательности.

Тип урока: урок изучения нового материала.

Методы урока: объяснительно-иллюстративный, частично-поисковый, использование учебной книги.

Опорные понятия: конкуренция, ценовая и неценовая конкуренция, совершенная и несовершенная конкуренция, монополия, олигополия, монополистическая конкуренция.

Средства обучения: таблица «Конкуренция», презентация, раздаточный материал.

Литература: Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия. – М., 2002.

Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально –

экономического профиля: учебник – М., 2011.

Слагода В.Г. Экономическая теория: уч. пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2005.

Соколова С.В. Основы экономики. Учебник для НПО. – М., 2002.

Сафронова Н.А. Экономика организации (предприятия): учебник/ – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2007

Интернет ресурсы: <http://1september.ru/> <http://www.edu.ru/>

Ход урока

1. Организационный момент

Приветствие учащихся, отметить отсутствующих, проверить готовность учащихся к уроку.

2. Актуализация знаний

Как уже отмечалось ранее, экономическая наука исходит из того, что люди в своих хозяйственных делах преследуют свой личный интерес. Если мы говорим о производителе, то он заинтересован в получении максимальной прибыли, если о потребителе, то он заинтересован в приобретении качественных благ и услуг по наименьшей цене. При этом интересы людей неизбежно пересекаются и противоречат друг с другом. Между ними возникает борьба, соперничество, состязание.

Вспомните:

- из биологии естественный отбор, в котором выживают сильнейшие, например «борьба» растений за место под солнцем, «борьбу» различных видов животных за источники питания, за территорию, за право продолжить род.
- литературные произведения, герои которых ведут борьбу, соперничают: «Отцы и дети» (Тургенев И.В.), «Поединок» (Куприн А.И.), «Война и мир» (Толстой Л.Н.) и др.
- из истории соперничество между княжествами, городами, борьба между государствами и т.д.

Можно увидеть множество примеров из жизни: соревнования в спорте, соперничество между мужчиной и женщиной, между детьми в семье, в учебном коллективе, в политике, между учеными т.д.

Во все времена столкновение интересов обычно разрешались: «Мирно или с помощью войн! - Но всегда побеждал сильнейший».

Таким образом, на основе данных примеров: борьба, соперничество, столкновение, состязание, соревнование можно назвать как?

- Конкуренция.

3. Тема урока: «Конкуренция и ее виды»

- Мы сегодня должны познакомиться с понятием конкуренция, с экономической точки зрения и определить виды конкуренции, дать им характеристику.

Эпиграф к уроку: «Экономическое соперничество – это не война, а соперничество в интересах друг друга».

ЭвинКаннан.

4. Изучение новой темы

ВОПРОСЫ:

- **Понятие конкуренции.**
- **Виды конкуренции.**

Понятие конкуренции.

- Конкуренция - неотъемлемая черта рыночной экономики и цивилизованная форма борьбы за выживание. Конкуренция заставляет всех экономических субъектов принимать рациональные решения, приспособливаться к рыночным условиям, провоцируя их на активные действия, а значит, мешает застою, а способствует развитию экономики.

- Итак, определим понятие конкуренции.

Конкуренция в переводе с латинского **concurrentia** означает столкновение, состязание.

- А что же такое конкуренция в экономике? (выслушиваются мнения учащихся).

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия производства, продажи и купли товаров.

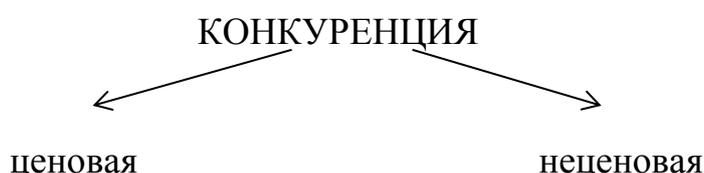
Она возникает:

- на рынке товаров и услуг, например между покупателями в условия когда нет товара.
- на рынке труда и рабочей силы конкурируют работники, чтобы занять и сохранить за собой рабочее место,
- между предпринимателями, предприятиями, фирмами и даже между отраслями, территориями, государствами и т.д.

- **За что, во имя чего и между кем может возникнуть конкуренция?**

- Между производителями однотипных товаров, услуг (или между потребителями за товар в условиях дефицита).
- За привлечение как можно большего числа покупателей.
- Для получения максимальной прибыли.

- С учетом методов соперничества и в зависимости от способа поведения фирм на рынке выделяют **ценовую и неценовую конкуренцию**.



Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров по более низким ценам, чем у конкурентов. (Записать в схему)

Для обучающихся: приведите примеры ценовой конкуренции.

Пример ценовой конкуренции из романа «Яма» А.Куприна: «...Возникли два новых пароходства, и они, вместе со старинными, неистово конкурировали друг с другом. В конкуренции они дошли до того, что понизили цены за рейсы

с семидесяти копеек для пассажиров третьего класса до пяти, трех и даже одной копейки. Наконец, изнемогая в непосильной борьбе, одно из пассажирских обществ, предложило всем пассажирам третьего класса даровый проезд. Тогда его конкурент тотчас же к даровому проезду присовокупил полбулки белого хлеба».

- Это пример ценовой конкуренции, но всегда ли она эффективна? Нет, так как снижение цены приводит к аналогичным действиям и конкурентов. В этом случае, когда цена не действует в конкурентной борьбе, необходимо определять другие элементы борьбы, например качество продукции, сервисное обслуживание, репутация производителя и другие, все это элементы неценовой конкуренции.

Неценовая конкуренция предполагает другие (неценовые) меры привлечения покупателей. Какие? Более высокое качество товара, чем у конкурентов, сервисное обслуживание, большой ассортимент и условия продажи, продажа в кредит, реклама.

Для обучающихся: приведите примеры неценовой конкуренции.

Пример неценовой конкуренции: покупка автомобиля, являющийся в нашем обществе предметом комфорта и средством передвижения, и пользующийся спросом, особенно у современных женщин; если по одной цене будут продаваться автомобили «Жигули» и «Тайота», то какой автомобиль вы выберете?

- Покупатель выберет более комфортабельный и лучшего качества автомобиль «Тайота».

Виды конкуренции.

- Конкуренция есть комплексное понятие. В настоящее время экономическая наука различает ряд видов конкуренции в зависимости от того, каким образом конкурируют между собой участники рыночных отношений.

- Рассмотрим виды конкуренции по следующим признакам:

- количество производителей или продавцов (фирм, предприятий);

- тип товара (однородный, дифференцированный);
 - наличие входных барьеров для вступления в отрасль;
 - существует ли контроль над ценами товаров;
- и одновременно заполним таблицу:

Характерные черты	Вид конкуренции			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Количество фирм				
Характер продукции				
Возможность входа и выхода в отрасль				
Контроль над ценами				
Пример				

- По степени влияния фирм на рынок своей продукции различают конкуренцию совершенную и несовершенную. Рассмотрим чем, характеризуется совершенная конкуренция.

Признаки совершенной (чистой) конкуренции:

- * очень большое число предприятий – продавцов;
- * стандартизированная (однородная) продукция, т.е. вся продукция - это аналоги или легко заменяется;
- * свободное вступление и выход из отрасли, т.е. новые фирмы могут свободно входить, а существующие – свободно покидать отрасль. Не существует каких – либо препятствий, которые могли бы помешать возникновению новых фирм.
- * продавец не может контролировать цены, т.к. каждая фирма каждая фирма производит небольшую долю продукции. Конкурентная фирма не

может установить рыночную цену, а может только приспособливаться к ней.

- * примеры: рынки с/х товаров, рынок иностранной валюты, рынок стройматериалов и др. (*Пример – торговля у нас на рынке. Продавцов много, все они продают одинаковый товар, по одинаковой цене. Конечно, можно установить цену ниже, чем у конкурентов, и быстро продать свой товар, но тогда уменьшится прибыль.*)

Характерные черты	Вид конкуренции			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Количество фирм	много			
Характер продукции	стандартизированный			
Возможность входа и выхода в отрасль	свободное			
Контроль над ценами	отсутствует			
Пример	рынок с/х продукции, рынок иностранной валюты, рынок стройматериалов			

В XIX в. во многих странах существовала совершенная конкуренция. На рынке находилось много продавцов и покупателей однородной продукции. При этом количество товаров, продаваемое каждым продавцом, было небольшое, следовательно, оно **не оказывало большого влияния на рыночную цену.**

Конкуренция является двигателем научно-технического прогресса. Каждое предприятие для получения определенных преимуществ на рынке (в качестве продукции, снижении издержек, дизайне и т. п.) вынуждено применять наиболее эффективные методы производства, совершенствовать тех-

нологию, применять более современные материалы. В этой гонке побеждает сильнейший. В результате выигрывает общество в целом. Экономика развивается и все полнее удовлетворяет потребности людей.

С конца XIX в. наблюдается процесс образования крупных предприятий, которые захватывают лидирующее положение на рынке. У них появляется возможность диктовать цен. Такой вид конкуренции получил название **несовершенной конкуренции**. *(Главное отличие совершенной конкуренции от несовершенной: производитель или продавец влияет на цену своего товара).*

Итак, **Несовершенная конкуренция** - это конкуренция в условиях, когда фирмы имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

(Далее учащимся по рядам раздаются карточки с видами несовершенной конкуренции, из которых они должны определить характерные черты каждого вида, заполнить таблицу)

Чистая монополия заключается в том, что единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей, является одна фирма.

Признаки чистой монополии:

- * единственный продавец, т. е. чистая монополия — это отрасль, состоящая из одной фирмы;
- * продукт монополии уникален, так как нет его заменителей. Для покупателя не существует альтернативы. У монополии нет острой необходимости заниматься рекламой;
- * вступление в отрасль в условиях чистой монополии заблокировано;
- * чистый монополист диктует цену. Фирма осуществляет контроль над ценой, так как она контролирует все предложения. При нисходящем спросе на продукт монополист может вызвать изменение цены, манипулируя количеством предложенного продукта;

- * примеры чистой монополии — компании, поставляющие газ и электроэнергию.

Олигополия характеризуется тем, что несколько крупных фирм контролируют рынок определенного товара и услуг.

Признаки олигополизма следующие:

- * относительно малое число фирм господствует в отрасли. Немногочисленность фирм объясняется применением дорогостоящих технологий, экономией издержек и барьерами к проникновению;
- * продукция может быть стандартизированной, а может быть и дифференцированной;
- * в олигополии сильно побуждение к слиянию, поскольку объединение двух и более конкурирующих фирм может существенно увеличить их рыночную долю, дать преимущества крупному покупателю и поставщику, т.к. при вступлении в отрасль существуют преграды;
- * всеобщая зависимость, т.е. никакая фирма в олигополистической отрасли не осмелится изменить свою цену, не попытавшись рассчитать наиболее вероятные ответные действия своих конкурентов;
- * примеры олигополии – автомобильный рынок, рынок оргтехники.

Монополистическая конкуренция состоит в том, что на рынке много продавцов, схожих товаров, отличающихся отдельными характеристиками. Различия между монополистической и чистой конкуренцией довольно значительны.

Признаки монополистической конкуренции:

- * для монополистической конкуренции не требуется присутствия сотен или тысяч фирм, достаточно сравнительно небольшого их числа;
- * в противоположность чистой конкуренции одним из основных признаков монополистической конкуренции является дифференциация продукции по качеству, упаковке, размещению, набору услуг и т. п.;
- * легкое вступление в отрасль (отсутствуют барьеры);

- * каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка, поэтому она имеет очень ограниченный контроль над рыночной ценой;
- * примеры монополистической конкуренции – производство косметики, шоколада.

(После чего проводится опрос желающих с каждого ряда и по ходу заполняется таблица).

Характерные черты	Вид конкуренции			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Количество фирм	много	одна	мало (3-5)	много
Характер продукции	стандартизированный	уникальный	стандарт - ый, диффер-ый	диффер - ый
Возможность входа и выхода в отрасль	свободное	заблокировано	ограниченное (существуют преграды)	сравнительно легкое
Контроль над ценами	отсутствует	сам устанавливает цену	ограниченный	ограниченный
Пример	рынок с/х продукции, рынок иностранной валюты, рынок стройматериалов	компания, поставляющие газ и электроэнергию	автомобильный рынок, рынок оргтехники	производство косметики, шоколада

5. Закрепление новой темы.

1. На примерах различных отраслей, рынков указать вид конкуренции.

2. Вопросы для закрепления:

- Какую роль играет конкуренция в экономике?
- Какова роль ценовой и неценовой конкуренции?
- Почему свободный доступ на рынок является необходимым условием совершенной конкуренции?
- Почему монополист не заинтересован производить продукцию на пределе своих производственных возможностей?

□ При каких условиях олигополия максимизирует прибыль?

6. Подведение итогов урока

Повторяются новые понятия темы, отмечаются наиболее важные вопросы, оценивается работа учащихся.

7. Постановка домашнего задания

- **Привести примеры** совершенной и несовершенной конкуренции, связанных с пищевой промышленностью.
- **Изучить с.48-52**, по учебнику Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально – экономического профиля: учебник – М.,2011. , составленную таблицу,
- **Подготовить доклад** на тему: «Антимонопольное законодательство».

Задание по группам: Администрация города объявила конкурс на лучший проект пиццерии на территории города. Необходимо предложить свой проект, который может включать: название, место расположения, интерьер, внешний вид (по желанию), персонал, клиенты, реклама, меню, стоимость продукции, услуг и др. Выигрывает та группа, чей проект, по мнению администрации города, оказался экономически целесообразным.