**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ГОРОДСКОГО ОКРУГА КОРОЛЕВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 15»**
141075, г. Королев М.О. тел. 512-65-66
ул. Дзержинского, д.20а факс 512-62-50

**Урок в рамках акции
«Свободная конкуренция для будущего России»**

**Провела: учитель истории и
обществознания МБОУ СОШ №15
Цыганова Татьяна Викторовна**

**Г.Королёв
2017г.**

Урок в рамках акции

«Свободная конкуренция для будущего России»

Цель: Повышение правовой и гражданской культуры детей и подростков посредством формирования у них понимания важности благоприятной конкурентной среды.

Задачи:

- Определить экономическое значение конкуренции, охарактеризовать виды конкуренции.
- Познакомить подрастающее поколение с деятельностью Федеральной антимонопольной службы.
- Содействовать повышению привлекательности участия в просветительских проектах и программах.
- Помогать развивать творческую активность молодежи.

Оборудование: экран, проектор, компьютер учителя, [презентация](#), [буклет «Когда пора обратиться в ФАС»](#)

Целевая аудитория – 16-18 лет.

Ход урока

1. Организационный этап

Учитель: Здравствуйте ребята! Сегодня наш урок проходит в рамках всероссийской акции «Свобода конкуренции для будущего России», проводимой Федеральной антимонопольной службой совместно с Ресурсным центром «Инфраструктура Благотворительности» (слайд 1-2).

Вы, наше молодое поколение, в скором времени станете полноценными участниками рынка - бизнесменами и потребителями, поэтому уже сейчас вам необходимо понимать значимость конкуренции в развитии экономики нашей страны; важность благоприятной конкурентной среды, которая является неотъемлемым условием не только эффективного функционирования рынков, развития предпринимательства в России, но и благосостояния граждан.

В свое время Альберт Хаббард говорил, что «Конкуренция - жизнь торговли и смерть торговцев», а выдающийся экономист Джон Стюарт Милль писал в своих трудах: «Там, где нет конкуренции, там нет предмета для экономического анализа» (слайд 3).

-Что же такое на самом деле конкуренция? Сегодня мы попытаемся ответить на этот вопрос.

2. Введение новых знаний по теме урока

2.1 Постановка учебной проблемы методом побуждающего диалога.

Анализ экономической ситуации с ценами на услуги ЖКХ: (слайд 4)

Учитель	Ученики
Всегда ли потребителей устраивают цены на товары или услуги?	Нет
Цена на какую услугу, которой мы пользуемся в холодное время года, является дорогой для большинства населения нашего города?	На отопление
Что и кому необходимо сделать, чтобы цена на отопление существенно снизилась?	Мнения учеников

Учитель: мнения у вас разделились. В ходе урока мы проверим, кто из вас оказался прав.

2.2. Поиск решения проблемы методом подводящего диалога (слайд5)

учитель	ученик
Когда цена на услугу ниже: в ситуации когда 1 производитель предлагает эту услугу или несколько производителей?	Несколько производителей
Почему в ситуации с несколькими производителями цена услуги обычно ниже?	Они соперничают
Каким другим словом можно назвать	Конкуренция

соперничество между собой производителей?	
Сегодня мы познакомимся с понятием конкуренции? Какие вопросы, связанные с конкуренцией Вас интересуют?	Что такое конкуренция? Виды конкуренции Значение конкуренции

3. Изучение нового материала

3.1. Знакомство с понятием «конкуренция»

А) Что же такое конкуренция?

Конкуренция – (от лат. *Concurrere* – сталкиваться) – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы (слайд 6)

В экономике термин конкуренция является основополагающим элементом. Само понятие конкуренция не является чисто экономическим, применяющимся только в бизнесе и предпринимательстве, и в живой природе оно имеет место. В природе - оно является формой существования объектов, правом быть лучшим, выделяясь на фоне других. Таким характеристикам и определениям соответствует все на нашей планете.

Если все же говорить только о бизнесе, то под ней понимается соперничество, какое-либо соревнование участников всех рынков за право получения покупателей, за возможность реализации продукции на лучших условиях, за увеличение потребительской базы и соответственно получения уже большей прибыли по сравнению с остальными.

Конкуренция возникает в определенной среде, которая в свою очередь не позволяет развиваться конкурентам. Если вновь вернуться к живой природе, то в природе ее участники борются за пищу, воду, воздух и многое другое. При проведении аналогии между природой и бизнесом видно, что отличий почти нет, лишь различаются сами объекты «раздора». Например: Богомолы или каракурты. Этот вид соперников существует в жесткой среде, в которой каждый из них стремится избавиться от оппонента. Мы знаем, что самки богомолы могут съесть самца в некоторых ситуациях. В мире бизнеса тоже встречается такого рода поведение (слайд 7).

Б) Виды конкуренции

Учитель: Соперничество между конкурентами может разворачиваться по-разному. И каждая фирма должна учитывать тип конкуренции, с которым она столкнется на рынке для выработки на этой основе своей коммерческой политики. Вместе с тем тип конкуренции имеет немалое значение и для покупателей, прямо затрагивая их интересы.

Рассмотрим классификацию видов рыночной конкуренции.

Виды конкуренции по масштабам развития (слайд 8)

По масштабам развития выделяют следующие виды:

- индивидуальная (один участник рынка стремится занять свое место под солнцем — выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);
- местная (среди товаровладельцев какой-то территории);
- отраслевая (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);
- межотраслевая (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);
- национальная (состявание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);
- глобальная (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

Виды конкуренции по характеру развития (слайд 9)

По характеру развития конкуренция разделяется на свободную и регулируемую.

Свободная конкуренция — конкуренция, при которой деятельность отдельных предпринимателей, направленная на производство и сбыт товаров, не ограничена государственным регулированием и существованием монополий.

Регулируемая конкуренция - это государственный контроль, обеспечивающий защиту цивилизованной, открытой конкуренции.

По своим методам конкуренция бывает (слайд 10):

Ценовая конкуренция возникает, как правило, путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место в том числе, когда данный продукт продается по разным ценам и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках.

Неценовая конкуренция проводится главным образом посредством совершенствования качества продукции, технологии производства, инноваций и нанотехнологий, патентирования и брендинга и условий ее продажи. Этот вид конкуренции основывается на стремлении захватить часть отраслевого рынка путем выпуска новых товаров, которые либо принципиально отличаются от своих предшественников, либо представляют модернизированный вариант старой модели.

Неценовая конкуренция путем сбыта продукции получила название конкуренции по условиям продаж. Этот вид конкуренции основывается на улучшении сервиса обслуживания покупателя. Сюда входит воздействие на потребителя через рекламу, СТИС, ПР, мер- чендайзинг, обслуживание клиентов.

Виды конкуренции в зависимости от выполнения предпосылок конкурентного равновесия рынка (слайд 11)

Можно выделить **совершенную** и **несовершенную** конкуренции.

Совершенная конкуренция - конкуренция, базирующаяся на выполнении предпосылок конкурентного равновесия, к которым можно отнести следующие: наличие множества независимых производителей и потребителей; возможность свободной торговли факторами производства; самостоятельность субъектов хозяйствования; однородность, сопоставимость продукции; наличие доступности информации о рынке.

Несовершенная конкуренция - конкуренция, базирующаяся на нарушении предпосылок конкурентного равновесия. Несовершенная конкуренция имеет характеристики: раздел рынка между несколькими крупными фирмами или полное господство: ограниченная самостоятельность предприятий; дифференциация продукции и контроль за сегментами рынка.

Несовершенная конкуренция подразделяется на монополистическую, монополию, монопсонию и олигополию. (слайд 12)

Монополистическая конкуренция – рынок с множеством производителей, предлагающих схожие, но не одинаковые (дифференцированные) товары и услуги

Олигополия - рынок, где господствует несколько крупных фирм, вход в отрасль для соперников крайне затруднен. При олигополии возможен ценовой сговор или ориентирование на цены лидера.

Монополия - рынок где имеется только один производитель, который полностью контролирует объем производства и очень сильно влияет на цену. Монополия- главный враг конкуренции.

Монопсония - монополия покупателя.

Непреодолимыми юридическими барьерами на пути развития свободной конкуренции являются (слайд 13):

- Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией, товарным знаком.
- Исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли).
- Государственная регистрация отдельных видов деятельности.

Экономические барьеры (слайд 14):

- низкие издержки производства за счет увеличения масштаба производства;
- закрыт доступ к материальным ресурсам и другим факторам в силу отсутствия их на свободном рынке;
- реклама.

3.2. Антимонопольная политика государства. Деятельность ФАС.

Учитель: В стране с рыночной экономикой с монополизмом ведется борьба на государственном уровне. Почему? (ответы учащихся)

Немного истории

На самом деле государства во все времена стремились развивать конкуренцию и контролировать поведение недобросовестных предпринимателей.

Например, в Древнем Риме торговцев наказывали за поведение, которое сегодня называется неконкурентным.

В то время эдилы (должностные лица, которые вели надзор за стройками, храмами и рынками) имели право наказывать скупщиков за попытку искусственно повысить цены на хлеб. Нарушитель был обязан выплатить штраф, который шёл на украшение Капитолия, а в некоторых случаях он приговаривался к телесному наказанию или даже казни.

Уже в I веке до н.э. наказанию подлежали торговцы, которые удаляли других продавцов с ведущих в Риме дорог. Удержание в портах судов и их груза также считалось нарушением. Пресекалось всё, что сегодня мы назвали бы недобросовестной конкуренцией.

Император Нерон законодательно закрепил запрет на сидение для торговцев: в то время считалось, что уставший от стояния продавец быстро утомится, а значит, захочет распродать всё поскорее и снизит цену на свой товар.

Самым опасным экономическим преступлением является картельный сговор! Это когда участники одной отрасли сговариваются продавать или покупать что-либо по определенной цене или координируют свои закупки и продажи для влияния на цену.

Наказание за такое преступление существует в России уже с середины 19 века. В 1845 году император Николай I издал «Уложение о наказаниях уголовных и исправительных», где было установлено три состава преступления в отношении картелей и ценового сговора производителей и торговцев (слайд 15)

Сговорившимся грозил штраф, арест и даже заключение в тюрьме.

История развития антимонопольного законодательства в России берет свое начало в 1991 году с принятием Закона РСФСР от 22.03.1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Закон о конкуренции РСФСР) (слайд 16).

Так, Закон впервые предусмотрел:

- запрет на злоупотребление доминирующим положением хозяйствующего субъекта на товарном рынке;

- запрет на антиконкурентные соглашения и согласованные действия;
- запрет недобросовестной конкуренции;
- запрет на антиконкурентные действия органов власти;
- порядок контроля экономической концентрации;
- механизмы предупреждения и пресечения нарушений антимонопольного законодательства.

Деятельность ФАС (слайд 17)

Федеральная антимонопольная служба создана в соответствии с Указом Президента России № 314 от 9 марта 2004. Положение о Федеральной антимонопольной службе принято Правительством России 30 июня 2004 г. ФАС России - федеральный орган исполнительной власти, руководство деятельностью которого осуществляет Правительство Российской Федерации.

Миссия ФАС: Свобода конкуренции и эффективная защита предпринимательства ради будущего России.

Свободная конкуренция между участниками рынков стимулирует развитие новых технологий и поиск наиболее эффективных способов производства. Это приводит к повышению конкурентоспособности товаров, сбалансированности их качества и цены, расширению выбора для потребителя.

Исходя из этого, усилия ФАС России направлены на предотвращение и пресечение ограничивающих конкуренцию действий со стороны хозяйствующих субъектов, субъектов естественных монополий и органов власти.

Цели ФАС:

1. Благоприятная конкурентная среда в сферах деятельности хозяйствующих субъектов, не являющихся естественными монополиями;
2. Равный доступ к товарам (работам, услугам) естественных монополий, и развитие конкуренции в потенциально конкурентных видах их деятельности;
3. Прекращение антиконкурентного вмешательства органов власти в функционирование рынков, высокая эффективность бюджетных расходов при размещении государственного и муниципального заказа;
4. Эффективная реализация государственной политики в области контроля иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства.

Девиз ФАС: Законность, равенство, справедливость

Ценности: Открытость, сотрудничество, эффективность

Знакомство учащихся с буклетом «Когда пора обратиться в ФАС»

Каждый гражданин России имеет право обратиться в ФАС (слайд 18):

- Если монополист нарушает закон – обращайтесь ФАС!
- Если монополист навязывает ненужные услуги– обращайтесь в ФАС!
- Недостоверная реклама – повод обратиться в ФАС.
- Монополистический сговор – преступление. Звоните в ФАС!
- Нарушение порядка проведения торгов – повод обратиться в ФАС.

4. Закрепление изученного материала

Анализ басни «О медведе, который боялся конкуренции» (слайд 19)

О медведе, который боялся конкуренции

Жил в ельнике за речкою бурливой

Медведь большущий, жадный и ленивый.

Его характер выражался весь

В стремленье без хлопот побольше съесть.

Однажды утром, как всегда в развалку,

Отправился топтыгин на рыбалку.

Пришел на берег, место присмотрел,

На абуконь среди мелководья сел

И стал добычу бить тяжелой лапой:

Одна, вторая... Только косолапый

В воде студеной третью присмотрел,

Как кот пришел и недалече сел –

Никак собрался на рыбалку тоже!

Медведь глядит, а этот кот захожий

Уже и лапой по воде хлестнул –

Блеснула чешуя. Медведь вздохнул:

«Он так всю рыбу выловит проклятый!

А сам не сможет, подсобят котята

И прочие все родичи его,

А мне и не оставят ничего.

Пойду-ка лучше подкреплюсь малиной...»

В сердцах медведь свою рыбалку кинул

И, недовольно на котов ворча,
Побрел, кусты ломая сгоряча.
Немного успокоившись дорогой,
Пришел в малинник, видит: ягод много,
Кругом и аромат, и тишина –
Есть можно от рассвета до темна!
Но только приступил топтыгин к делу,
Пичужка перед носом пролетела:
Хвать ягоду. Ам! Хвать еще одну.
Медведь ей вслед подумал: «Ну и ну!
Где состязаться мне с такою прытью!
Пойду-ка лучше корешков порыть я...»
Но только начал, мышка тут как тут.
Медведь опять в печали: «Всё сгрызут
Такие, как она... их здесь без счету!
Видать, пора в деревню на охоту –
В хлев проберусь и утащу телка,
Куда деваться, в брюхе-то тоска...»
Дождался ночи, чтоб идти на дело
Да волка встретил. В мыслях завертело:
«Небось и он в деревню за телком,
А где один, там стая целиком!»
И так решил: «Ну этот лес пропащий!
Пора мне уходить в другую чащу,
Авось хоть там не будет никого».
С тех пор частенько видели его
То там, то сям – бродил облезлый, тощий,
Из леса в лес, из перелеска в рощу,
Знать до сих пор не понял одного –
Не он бояться должен, а его!

История такая повторится
С любим, кто конкуренции боится,

Кто хоть силен, но духом не готов

Не обращать вниманья на «котов».

Автор. Олеся Емельянова. 2005 г.

- Почему медведь был неудачлив?
- Что означает фраза «не обращать вниманья на «котов»?
- Как стать конкурентоспособным выпускником школы?
- Какие черты характера надо выработать у себя, чтобы выиграть конкуренцию? (слайд 20)

5. Подведение итогов урока (слайд 21)

6. Литература:

- Просветов И. Тактика выживания. Практика действий в жестком конкурентном окружении
- Светушков. С. Г. Конкуренция и ее виды.

Интернет-ресурсы:

- <http://www.penetron24.ru/competition>
- <http://ampl77.spb.ru/publications/16-konkurenciya-vidy-konkurencii>
- <http://www.fas.gov.ru/>