

**Открытый урок по ОУП.09 Экономика и
МДК.03.02 Товароведение продовольственных и
непродовольственных товаров**

Дата проведения: 06.09.2022г.

**Экономическая природа
монополии,
олигополии,
конкуренции**

**Ващенко Игорь Юрьевич
Глазова Ирина Владимировна**

Цели урока.

1. Рассмотреть четыре модели рынка, различающихся по количеству фирм и типу продукции.
2. Развивать навыки работы в группах.
3. Воспитывать чувство справедливого соперничества.

Основные понятия урока:

монополия

монопсония

олигополия

олигопсония

конкуренция



Проверка домашнего задания (тест).

1. Неявные издержки:

- А) постоянные;
- Б) переменные;
- В) затраты на покупку факторов производства;
- Г) собственные ресурсы фирмы.

2. Бухгалтерская прибыль включает:

- А) экономическую и нормальную;
- Б) только нормальную;
- В) только экономическую;
- Г) нет верного ответа.

3. Какой из видов затрат не относится к внешним издержкам:

- А) покупная стоимость сырья и материалов;
- Б) стоимость рабочего времени предпринимателя;
- В) арендная плата;
- Г) заработная плата нанимаемых работников.

4. Экономические издержки:

- А) стоимость собственных ресурсов не учитывается;
- Б) учитывается альтернативная стоимость всех используемых фирмой ресурсов;
- В) они меньше бухгалтерских издержек на величину непроизводственных затрат;
- Г) они не включают внутренние издержки.

5. Краткосрочный период:

- А) промежуток времени меньше одного года;
- Б) период, в котором все факторы производства переменные;
- В) время, необходимое для того, чтобы изменить выпуск продукции;
- Г) период, на протяжении которого хотя бы один фактор остаётся неизменным по объёму.

6. В краткосрочном периоде к переменным издержкам относятся:

- А) заработная плата основных рабочих;
- Б) выплата налога на имущество;
- В) амортизационные отчисления;
- Г) арендная плата.

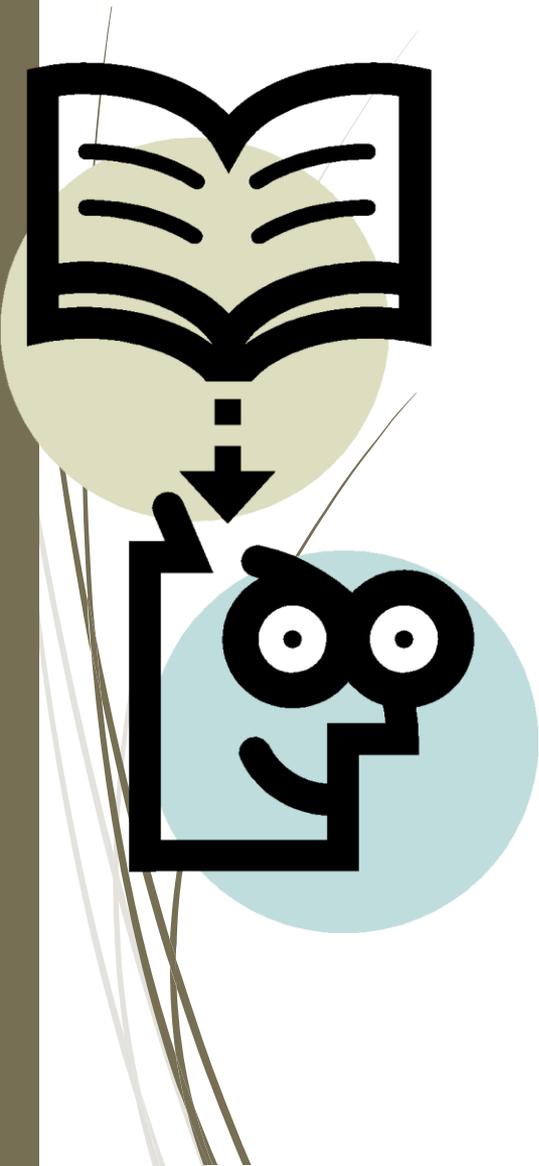
Лист учёта и контроля знаний.

ФАМИЛИЯ, ИМЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	КОЛИЧЕСТВО ОТВЕТОВ	БАЛЛ ЗА КАЖДЫЙ ОТВЕТ	СРЕДНИЙ БАЛЛ
1.			
2.			

Эксперт следит за ответами товарищей в течение урока и оценивает их работу в данном листе учёта.



Повторение материала.



Группа №1.

Спрос. Величина спроса. Закон спроса.

Группа №2.

Предложение. Величина предложения. Закон предложения.

Группа №2.

Графики спроса и предложения, их движение.

Ситуация №1.

Весь товар производится одной фирмой.

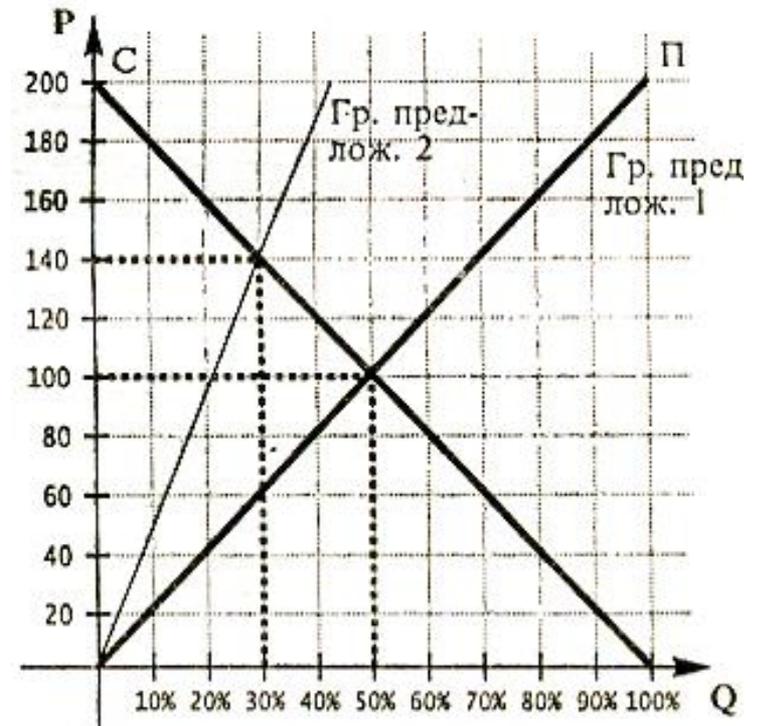
Равновесная цена = 100.

Равновесное количество = 50%.

(График №1)

Продавец может манипулировать ценой, снижая объём производства.

(График №2)



МОНОПОЛИЯ

Запись в тетрадях.

Ценодиктатор – производитель, который может манипулировать ценой.

Монополия – тип отраслевого рынка, на котором существует один продавец, не имеющий близкого заменителя.

Монопсония – на рынке спроса один покупатель.

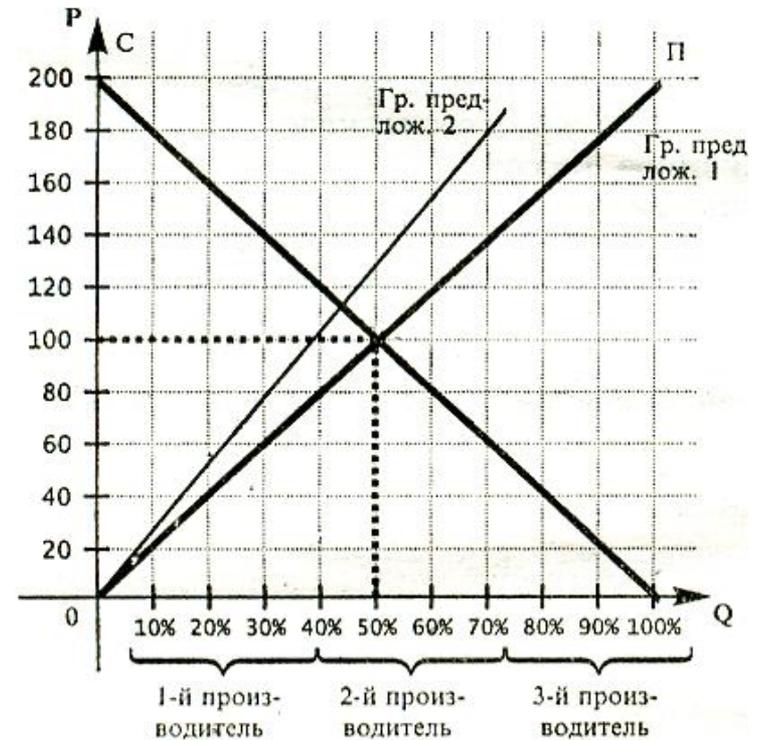


Ситуация №2.

Весь товар производят три фирмы.

Равновесная цена = 100.
Равновесное количество = 50%.
(График №1)

Каждый производитель может сокращать производство, но их влияние на рынок ограничено.
(График №2)



ОЛИГОПОЛИЯ

Запись в тетрадях.

Ценоискатель – производитель, чьё влияние на рынок ограничено.

Олигополия – наличие на рынке определённого товара нескольких крупных фирм, конкурирующих друг с другом.

Олигопсония – присутствие нескольких покупателей на рынке спроса.



Ситуация №3.

Весь товар производят 10 фирм.

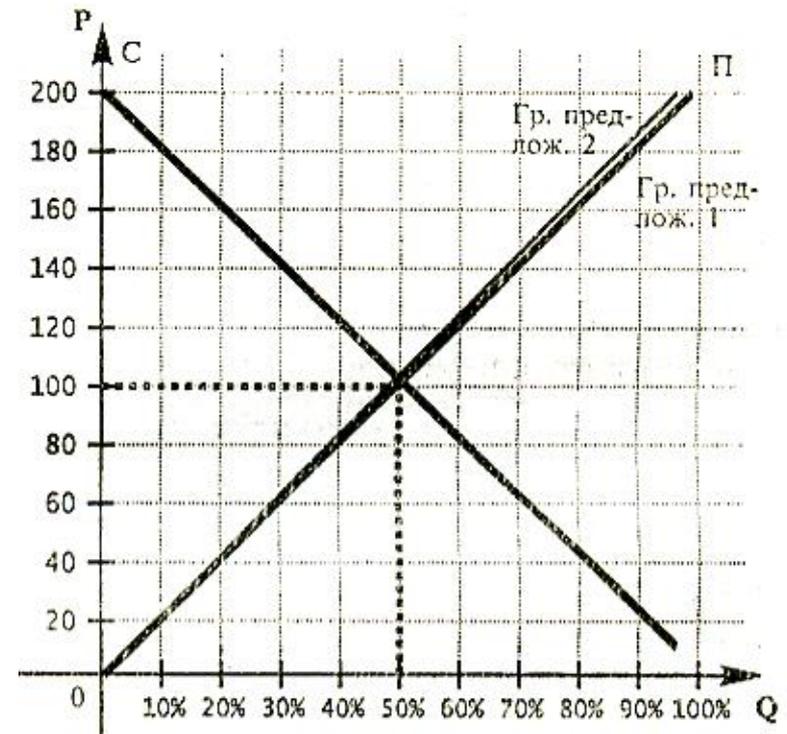
Равновесная цена = 100.

Равновесное количество = 50%.

(График №1)

Уход с рынка одного продавца при такой конкуренции почти незаметен.

(График №2)



КОНКУРЕНЦИЯ

Запись в тетрадях.

Ценополучатель – производитель, который не влияет на ценообразование.

Конкуренция – наличие множества покупателей и продавцов.



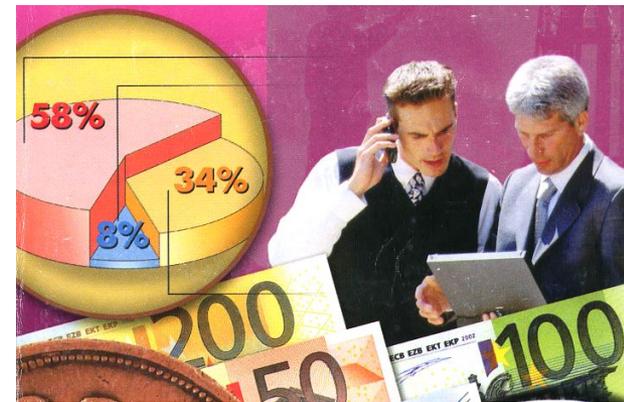
Типы рыночной конкуренции.

1. Рынок совершенной конкуренции.

2. Рынок монополистической конкуренции.

3. Олигопольный рынок.

4. Рынок монополий.



Характеристика рынков при взаимодействии покупателей и продавцов.

Покупатели Продавцы	Монополия	Олигополия	Конкуренция
Монополия	Ограниченная конкуренция (власть продавца = власти покупателя, но ограничена одним вариантом выбора)	Ограниченная монополия (власть продавца, но ограничена несколькими вариантами выбора)	Чистая монополия (власть продавца + множество вариантов выбора)
Олигополия	Ограниченная монополия (власть покупателя, но ограничена несколькими вариантами выбора)	Ограниченная конкуренция (власть продавца = власти покупателя, но ограничена несколькими вариантами выбора)	Ограниченная монополия (власть продавца, но ограничена несколькими вариантами выбора)
Конкуренция	Чистая монополия (власть покупателя + множество вариантов выбора)	Ограниченная монополия (власть покупателя, но ограничена несколькими вариантами выбора)	Совершенная конкуренция (власть продавца = власти покупателя + множество вариантов выбора)



Различия между типами конкурентных рынков.



Тип рынка	Характеристики конкурентной ситуации				
	Число фирм в отрасли	Тип товаров	Барьеры для входа на рынок	Возможность фирмы влиять на цены своих товаров	Примеры отраслей, действующих на таких рынках
Совершенная конкуренция	Большое	Одинаковые изделия	Не существуют	Отсутствует полностью	Сельское хозяйство, бытовые услуги
Монополистическая конкуренция	Большое	Разные изделия сходного назначения	Существуют, но их можно преодолеть	Существует некоторая	Пищевая и легкая промышленность, производство мебели
Олигополия	Небольшое	Одинаковые или различные изделия	Существуют, и преодолеть их трудно	Большая	Автомобильная промышленность, авиаперевозки
Монополия	Одна	Товар, не имеющий заменителей	Существуют, и преодолеть их очень трудно или даже невозможно	Максимальная	Электроэнергетика, железнодорожные перевозки

Каковы возможности покупателей и продавцов на этих рынках?

Вывод (запись в тетрадях).

Возможности покупателей и продавцов равны только на рынке совершенной конкуренции. На всех остальных типах рынков влияние продавцов > влияния покупателей.





Определите тип рынка.

Рассмотрим большой город, например, Москву. В Москве очень много разных кафе и ресторанов. Это небольшие по размеру предприятия, и питание в них различается по качеству и ассортименту. Кроме того, есть фирменные блюда, которые нельзя попробовать в другом месте.

Следовательно, предприятия общественного питания предлагают к продаже дифференцированный продукт и за счёт этого могут влиять на цены.

Новому предпринимателю не очень сложно открыть кафе, поэтому вход в данную отрасль достаточно свободен. Однако предпринимателю необходимо затратить значительные средства на рекламу для того, чтобы выделиться.

Правильный ответ.

Данный рынок является примером
монопольстической конкуренции.



Вывод по уроку.

Для успешного развития экономики страны необходимо защищать конкуренцию и препятствовать развитию и появлению монопольных рынков, чтобы защищать покупателей от навязывания высоких цен.

Ключ к тесту.

1 – г

2 – а

3 – б

4 – б

5 – г

6 – а



Домашнее задание.



Рынок яиц.

Существует большое количество птицефабрик и птицеферм, продающих свою продукцию на рынке. Все яйца являются стандартизированным товаром. Вход в данную отрасль свободен. Любой человек может завести кур и начать собственный бизнес. Но также легко он может покинуть данную отрасль – для этого достаточно лишь зарезать всех кур.

Продавец имеет малую долю общего выпуска и его продукция ничем не отличается от других. Поэтому он не в состоянии влиять на цену продукции. Он должен продавать свой товар по цене, которая стихийно складывается на рынке независимо от него.



1. Определите тип рынка?

2. § 41.

3. Записи в тетрадях.