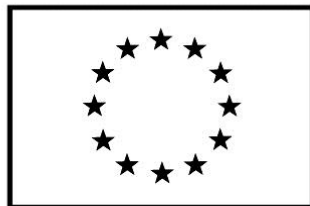




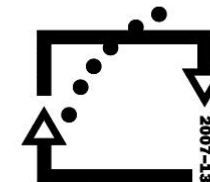
evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

ČÍSLO PROJEKTU	CZ.1.07/1.5.00/34.0423
ČÍSLO MATERIÁLU	14 – Konkurence
NÁZEV ŠKOLY	Střední škola a Vyšší odborná škola cestovního ruchu, Senovážné náměstí 12, České Budějovice 370 01
AUTOR	Ing. Gabriela Bendová Karpytová
TEMATICKÝ CELEK	Tržní ekonomika
ROČNÍK	I. ročník, učňovský obor – kuchař, číšník
DATUM TVORBY	Listopad 2013

Střední škola a Vyšší odborná škola cestovního ruchu,
Senovážné náměstí 12, České Budějovice 370 01

Anotace:

Tento materiál slouží k získání základních znalostí v oblasti konkurence – základní charakteristika konkurence a jednotlivé druhy konkurence. K prezentaci je vhodné poskytnout doplňující komentář.

Metodické pokyny:

Materiál je vytvořen jako prezentace v programu MS PowerPoint. Pro jeho využití je potřeba mít k dispozici počítač nebo notebook, dataprojektor, promítací plochu a příslušné programové vybavení.



KONKURENCE

- Konkurence je proces, ve kterém se střetávají určité zájmy různých subjektů na trhu
- Druhy konkurence:
 - konkurence mezi nabídkou a poptávkou
 - konkurence na straně poptávky
 - konkurence na straně nabídky

Konkurence mezi nabídkou a poptávkou

- jedná se střetávání zájmů spotřebitelů a výrobců, jejichž zájmy jsou protichůdné:
 - snahou výrobce je prodat s co největším ziskem (za vysokou cenu)
 - snahou spotřebitele je koupit co nejlevněji (za nízkou cenu)
- určitým kompromisem je **rovnovážná cena**

Konkurence na straně poptávky

- konkurenci na straně poptávky představují spotřebitelé (kupující)
- význam této konkurence roste v případě, kdy je nedostatek zboží a lidé mezi sebou o dané zboží soupeří – předhánějí se, aby nedostatkové zboží dostaly (např. aukce)

Konkurence na straně nabídky

- konkurenci na straně nabídky představují výrobci (prodávající)
- význam této konkurence roste v případě, kdy je přebytek zboží, firmy se snaží zbavit se svých přebytků dříve než jejich konkurence
- konkurence na straně nabídky se dále dělí na:
 - dokonalou a nedokonalou konkurenci nebo na
 - cenovou a necenovou konkurenci

Cenová a necenová konkurence

- **Cenová konkurence** = konkurence mezi výrobci prostřednictvím snižováním cen cílem je zničit konkurenci, přilákat kupující a ovládnout trh
- **Necenová konkurence** = konkurence mezi výrobci prostřednictvím reklamy, kvality výrobků, poskytování zdánlivých slev (kup 3, zaplať 2), možnosti koupě na úvěr apod.

Dokonalá konkurence

- **v praxi neexistuje**, nejvíce se jí však podobá trh s pšenicí
- firmy v dokonalé konkurenci nabízejí **bezrozdílné zboží**, u něhož **nemohou ovlivnit cenu**
- jedinou možností, jak může výrobce zvýšit své zisky je odstranění zbytečných nákladů při výrobě
- výrobci, kterých je velký počet, jsou na trhu anonymní a nemohou zabránit jiným firmám, aby vstoupily na trh (neexistují žádné bariéry vstupu na trh, účastníci jsou stejně informováni)

Nedokonalá konkurence

- 3 základní druhy:
 1. monopolistická konkurence
 2. oligopol
 3. monopol

Monopolistická konkurence

- nejvíce se podobá dokonalé konkurenci
- existuje **velká skupina** výrobců vyrábějících dané zboží
- **zboží vypadá od každého výrobce jinak** (např. jiná barva, velikost, vůně apod.)
- firmy, které chtějí na trh vstoupit, mají volný vstup, nikdo jim nebrání
- **ceny zboží jsou různé**
- např. pizzerie

Oligopol

- na trhu je **několik málo výrobců** vyrábějících dané zboží
- **zboží vypadá od každého výrobce jinak**
- **ceny se liší**
- oligopolní firmy **mohou zabránit ostatním firmám vstoupit na trh**
- např. mobilní operátoři

Monopol

- na trhu je **1 výrobce** daného výrobku v celém odvětví
- výrobce **může diktovat ceny**
- ve většině států je monopol **regulován státem** (stát určuje pravidla pro jeho podnikání)
- monopol má např. Česká pošta v posílání dopisů

LITERATURA

- HERČÍKOVÁ, Jana a Lenka ŠAMSOVÁ.
Ekonomika 1 pro střední a vyšší hotelové školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003, 143 s.
ISBN 80-716-8827-4.