

KONKURENCE

VY_62_INOVACE_FGZSV_PN_01

Sada: Ekonomie

Téma: Konkurence

Autor: Mgr. Pavel Peňáz

Předmět: Základy společenských věd

Ročník: 3. ročník

Využití: Prezentace určená pro výklad a opakování



Anotace: Studenti se naučí, jak mohou mezi sebou firmy na trhu soupeřit a konkurovat. Využijí vlastní zkušenosti z nákupů. Dozví se nové pojmy související s tématem konkurence

Gymnázium Vincence Makovského
se sportovními třídami Nové Město na Moravě



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

KONKURENCE A JEJÍ ROZDĚLENÍ

- konkurence je rivalita mezi prodejci stejného zboží
- ✓ *Zamysli se, jak se liší „stejné“ zboží různých firem*
- ✓ *Když si budeš kupovat novou bundu, jaké věci při nákupu zohledníš?*
- ✓ *Necháváš se ovlivnit reklamou?*
- ✓ *Využíváš slevy? Jakým způsobem?*
- ✓ *Co spojuje Českou poštu, České dráhy a ČEZ?*

CENOVÁ – vyšší/nížší cena

NECENOVÁ – kvalita zboží, záruka, značka, pověst firmy,

DOKONALÁ – velký počet firem na trhu, žádná není schopna ovlivnit cenu statků, výše ceny je dána trhem, produkty jsou homogenní (spotřebitelé vnímají zboží jako identické – např. chléb, rohlíky), nejsou žádné bariéry vstupu na trh

NEDOKONALÁ – existence omezeného počtu firem na trhu, schopnost podniků ovlivnit cenu statků, nedokonalé informace o cenách a prodej diferencovaného zboží (značka, kvalita, ...)

POJMY

- **DUMPING** - situace, kdy výrobce (většinou firma s velkým kapitálem schopná vydržet krátkodobou ztrátu) prodává v rámci cenové konkurence své zboží za nižší ceny, než jsou jeho náklady. V EU zákaz
- **MONOPOL** – na trhu se vyskytuje jen jediný prodejce a má tak možnost ovlivňovat cenu zboží. Musí však respektovat poptávku (co jsou ochotni nakupující zaplatit).
- **OLIGOPOL** – na trhu se vyskytuje omezené množství firem s velkým tržním podílem a jsou schopni ovlivnit cenu zboží.
- **KARTEL** – dohoda firem, že budou prodávat za domluvenou cenu. V ČR je ale nelegální.
- **ÚŘAD NA OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE** – sídlo v Brně, má kompetenci povolovat či zakazovat slučování firem; hlídat zneužití dominantního postavení firmy na trhu; udělovat firmám sankce při narušení hospodářské soutěže

reklama v novinách, prodloužená záruka,
množstevní sleva, seniorská sleva v MHD,
ochutnávka salámu v supermarketu, novoroční slevy,
nový obal sušenky, studentské vstupné do kina

CENOVÁ KONKURENCE

NECENOVÁ KONKURENCE

CENOVÁ KONKURENCE

množstevní sleva

seniorská sleva v MHD

novoroční slevy

studentské vstupné do kina

NECENOVÁ KONKURENCE

reklama v novinách

prodloužená záruka

ochutnávka salámu v supermarketu

nový obal sušenky

schopnost ovlivnit cenu, nemožnost ovlivnit cenu, cenu zboží udává poptávka, homogenní produkt, státem stanovený monopol, diferencovaný produkt

DOKONALÁ KONKURENCE

NEDOKONALÁ KONKURENCE

DOKONALÁ KONKURENCE

nemožnost ovlivnit cenu

cenu zboží udává poptávka

homogenní produkt

NEDOKONALÁ KONKURENCE

schopnost ovlivnit cenu

diferencovaný produkt

státem stanovený monopol

Zdroje

kol.: Společenské vědy pro střední školy, 3. díl. Didaktis 2011

kol.: Ekonomika pro střední školy – úvod. Didaktis 2013

Švarcová J. a kol.: EKONOMIE. CEED 2007

Obr. Kliparty MS Office