

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



**Teze bakalářské práce**

**Nedokonalá konkurence a aplikace cenové diskriminace  
na vybrané společnosti**

**Jiří Vojtěch**

© 2018 ČZU v Praze

# 1 Souhrn

Tématem bakalářské práce je „Nedokonalá konkurence a aplikace cenové diskriminace ve vybrané společnosti“. Hlavním cílem závěrečné práce je zjistit možnosti aplikace cenové diskriminace ve vybrané společnosti. Druhým cílem praktické části závěrečné práce je analýza postoje obyvatel Prahy k cenové diskriminaci. Teoretická část má za cíl vytvořit teoretickou základnu zahrnující problematiku nedokonalé konkurence vysvětlené na konkrétních příkladech či grafech a teoretické vysvětlení cenové diskriminace na základě vybrané literatury. Teoretická část je vystavěna za pomoci odborné literatury zabývající se se oblastí mikroekonomie. Praktická část vysvětluje procesy ocenění nových služeb ve vybraném podniku a následné aplikaci cenové diskriminace u zákazníků. Práce dále řeší postoje obyvatel Prahy na cenovou diskriminaci za pomoci vyhotovení dotazníkového šetření a následného prověření závislosti statistickou metodou. Závěrem práce je uvedení veškerých nabytých poznatků.

**Klíčová slova:** Nedokonalá konkurence, firma, ekonomie, monopol, oligopol, monopolistická konkurence, zisk, duopol, produkce, cenová diskriminace

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Hlavním cílem závěrečné práce je zjistit možnosti aplikace cenové diskriminace ve vybrané společnosti. Druhým cílem praktické části závěrečné práce je analýza postoje obyvatel Prahy k cenové diskriminaci. Teoretická část má za cíl vytvořit teoretickou základnu zahrnující problematiku nedokonalé konkurence vysvětlené na konkrétních příkladech či grafech a teoretické vysvětlení cenové diskriminace na základě vybrané literatury.

### 2.2 Metodika

Teoretická část závěrečné práce je vystavěna za pomoci vybrané literatury věnující se mikroekonomické oblasti a specificky cenové diskriminaci. Data o cenové politice pro praktickou část bakalářské práce byla získána v rozhovoru s řídicí osobou vybrané společnosti a aplikována na jednotlivé formy cenové diskriminace. Získání dat o postoji zákazníků k cenové diskriminaci pro druhou část praktické části práce proběhlo přes dotazníkového šetření cíleného

na všechny věkové kategorie obyvatelstva Prahy. Veškeré výše uvedené sběry informací byla následně zpracovány do ucelené podoby jak praktické, tak teoretické části závěrečné práce.

### 3 Výsledky a diskuze

Ze zpracovaných dat je patrné, že subjekty na straně nabídky nemají tak velkou páku nad zákazníkem, jako tomu historicky v počátcích rozvoje celé zabezpečovací problematiky bylo. Cenové trendy jsou tlačeny dolů, a i bez konkrétní cenové základy lze odhadem stanovit propady na 25 % hodnoty z původních cen za posledních 15 let. Důvodem takto velkého propadu i přesto, že inflace nabývá v tomto období kladných hodnot, je primárně nárůst konkurence poskytující své služby buď na části území, nebo na území celé České republiky. Vyplývá i z teorie nedokonalé konkurence, kde podnik vykazující zisky přiláká podniky konkurenční a cena je dále hnána dolů.

Cenová politika podniku řešeného v praktické části této bakalářské práce vychází v první řadě z nákladové analýzy. Pokud má být na trh uvedena služba, nejsou podnikem vyhodnocovány pouze náklady spojené přímo s provozem této činnosti, ale i náklady vedlejší jednoduše tak, aby byl zajištěn chod celého podniku. Je zcela logické si vytvořit naprostý cenový základ, při kterém podnik negeneruje ztrátu. Druhou řešenou problematikou v daném podniku je marže, kterou si podnik nastavuje svůj minimálně očekávaný zisk. Až po stanovení úplných vnitřních nákladů a marže uvažuje daný podnik o konkurenci a je-li konkurenční cena vyšší, přibližuje svou cenu zvýšením marže. Podnik si tímto vytváří jistý prostor pro úpravu ceny v budoucnu a také zvyšuje své zisky u služby, které si zákazníci váží natolik, že jsou schopni platit více. V situaci opačné je buď jednoduše snížena cena k hodnotám konkurence, nebo se staví vyšší cena na kvalitě poskytované služby.

Tento podnik nemá zcela jednotnou cenu a podobně jako většina nabízí své služby za rozdílné ceny. Politika cenové diskriminace nabývá různorodých hodnot, ale vychází ze stejného opěrného bodu, kterým je ziskovost z daného zákazníka. Marže nebývá u běžných služeb vysoká, současně bývá nastavena na přibližně 30 %, a je u nich jistá cenová flexibilita. Vždy je vyhodnoceno, kolik ze zákazníka plyne zisku a do jaké míry se vyplatí mu v případě jeho požadavku ulevit z paušálu. Sledovanými parametry je dále rozsah využívaných služeb, tedy zdali má zákazník více smluv, jak velké objekty jsou předmětem střežení a potenciál zákazníka do budoucna. Lze obecně říci, že diskriminovaní jsou nejvíce zákazníci se staršími

smlouvami, protože nejsou pravidelně aktualizovány a ceny služeb mají trend poklesu a zákazníci, kteří čerpají malý rozsah služeb. Zákazník běžný nemá velkou šanci na poskytnutí slevy, nebo pouze v minimální míře. Politika vychází z postavení daného podniku na trhu a je opodstatněné nevydržování zákazníka, který by se společnosti nevyplatil.

V dotazníkovém šetření byli respondenti nejvíce zastoupení vysokoškolskými studenty a šetření tedy reflektuje nejvíce postoj této věkové skupiny. Při dotázání se nato, zdali respondentům vadí možnost získání jiné ceny ostatními zákazníky, 58 % z nich odpovědělo, že ne. Reflektuje to zdravý pohled na věc, protože lze jednoznačně říci, že existují různé sociální skupiny, které jsou schopny a ochotny zaplatit za statek nebo službu jinou částku, a právě pomocí cenové diskriminace je možné toto zohlednit.

Bylo sledováno, zdali příjem respondentů je má vliv na rozhodnutí respondenta o tom, zdali mu cenová diskriminace, nebo alespoň diskriminace třetího stupně plynoucího z charakteru otázky vadí. Podle statistických metod bylo zjištěno, že vliv příjmu na tento postoj je jednoznačný.

## 4 Závěr

V rámci teoretického popisu nedokonalé konkurence bylo blíže přiblíženo fungování monopolu, oligopolu a monopolistické konkurence. Dále byla přiblížena problematika cenové diskriminace včetně aplikačních příkladů z praxe. Pro přiblížení fungování trhu byly také uvedeny možné zdroje tržních nedokonalostí.

Praktická část se zabývala pohledem na cenovou diskriminaci ze strany podniku a následně i pohledem na cenovou diskriminaci ze strany kupujících. Daná společnost, u které byla zpracována cenová politika, vychází z hlavních bodů sestavení úplných vnitřních nákladů, ohodnocení služby minimální marží a až následné srovnání s konkurencí. Po stanovení výchozí ceny až bylo možné aplikovat cenovou diskriminaci, která je závislá kromě výjimečných případů na individuálním příjmu z každého zákazníka. Dalšími parametry hodnocení pro poskytnutí cenové úlevy v podniku byl rozsah využívání služeb a celkový potenciál zákazníka ve smyslu budoucího rozšíření čerpání služeb. Loajálnost v tomto podniku nemá pro poskytnutí slevy vliv. Jednotlivé limity pro snížení cen tarifů jsou závislé na článku hierarchie, kde je

zákazník posuzován. Zákazníkovi nikdy nedostáhne služeb za takovou cenu, kdy se společnosti již nevyplatí.

Pohled na cenovou diskriminaci byl ze strany kupujícího řešen pomocí dotazníkového šetření na obyvatelích města Prahy a dále analyzován na základě 230 respondentů. Z prvních třech otázek bylo zjištěno, že největší část respondentů tvořily ženy ve věku vysokoškolských studentů s měsíčním příjmem do 10 tis. Kč. V hlavních 3 otázkách bylo cílem zjistit postoje respondentů k možnostem výskytu cenové diskriminace na trhu, jaké využívají slevové systémy a zdali je poskytnutí slevy klíčové pro provedení nákupu statku nebo služby. V největším zastoupení byli respondenti, kteří respektovali možnost nabídky rozdílných cen za stejný produkt nebo statek. Slevových systémů respondenti využívají nejčastěji u děleného vstupného na sociální skupiny. Pro rozhodnutí o nákupu respondenti nemají jednotný postoj, záleží na druhu kupovaného statku. Za pomoci statistických metod byla dále řešena závislost mezi příjmem respondentů a jejich postoji k akceptování cenové diskriminace. Tato závislost byla potvrzena a názory respondentů k cenové diskriminaci jsou tedy ovlivněny tím, jaký je jejich měsíční důchod.

S výhledem do budoucna lze čekat u podniků poskytující zabezpečení na území České republiky ustálení cen za služby a přiblížení konečné ceny pro zákazníka blíže k minimální nastavené marži. Z toho lze usoudit, že cenová diskriminace u běžných služeb a zákazníků bude aplikována v menším výskytu. V tomto odvětví však je možné očekávat nabídku nových služeb na základě současných trendů, kde začínají být ve vyšší míře poptávána integrace kamerových systémů na pult centrální ochrany. U těchto nově nadefinovaných služeb je možné očekávat vyšší marži za exkluzivitu, jelikož se nejedná o služby běžně se na trhu vyskytující.

## 5 Hlavní použité zdroje

MANKIW, N. Gregory. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada, 1999. Profesionál. ISBN 80-7169-891-1.

SAMUELSON, Paul Anthony a William D. NORDHAUS. *Ekonomie: 19. vydání*. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

JUREČKA, V. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4385-1.

SOUKUPOVÁ, Jana. *Mikroekonomie*. 3. dopl. vyd. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-061-9.

ZÁSAHOVÁ SLUŽBA. Projekt KRUH [online]. [cit. 2018-3-3]. Dostupný z <http://www.zasahovasluzba.cz/o-projektu/>