

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze diplomové práce

Monopolistická konkurence v daném segmentu trhu

Martin Schuster

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Závěrečná práce se věnuje problematice monopolistické konkurence v daném segmentu trhu. Vybraným segmentem trhu jsou vegetariánské a veganské restaurační zařízení na území hlavního města Prahy. Literární rešerše se ve svém začátku zaměřuje na vysvětlení konceptu konkurence a deskripci základních teoretických východisek pro specifikování dokonalé konkurence. Poté jsou v návaznosti na předchozí kapitolu popsány elementární předpoklady vzniku nedokonalé konkurenčního prostředí. V této části je kladen důraz především, jak už z názvu práce vyplívá, objasnění detailního fungování monopolistické konkurence. Obsahem analytické části v úvodu je seznámení čtenáře s alternativním vegetariánským stylem stravování. Dále je uvedena podrobná charakteristika sledovaného území. Následuje rozbor provedeného dotazníkového šetření z něhož byla vybrána restaurace, na které je demonstrován a vyhodnocen její současný stav konkurenceschopnosti. Jsou analyzovány její propagační a konkurenční nástroje. Ze zjištěných faktů jsou v závěru práce navržena doporučení pro posílení konkurenceschopnosti vybraného restauračního zařízení.

Klíčová slova: Konkurence, trh, produkce, technologie, monopolistická konkurence, podnikání.

Cíl práce

Cílem diplomové práce bude deskriptivně a za pomoci analýz, uvedených níže v metodickém postupu, objasnit vzájemnou interakci a její dopady u jednotlivých tržních účastníků, kteří reprezentují monopolistickou konkurenci v daném segmentu trhu. Vybraný segment trhu představují vegetariánské a veganské restaurační zařízení na územní hlavního města Prahy. Z výsledků hloubkové tržní rešerše budou vyhodnoceny výsledky, návrhy a doporučení pro potencionální zlepšení konkurenčního postavení podniku na specifikovaném trhu a deskripce současného stavu pro zvolenou vegetariánskou/veganskou restauraci, která vzejde z dotazníkového šetření.

Aby mohl být cíl naplněn musely být provedeny následné dílčí povinnosti:

- ❖ zpracovat elementární vymezení teoretických východisek, která se týkají oblasti jednotlivých typů konkurence a jejich implikace do reálného prostředí,
- ❖ charakterizovat vybraný segment a zvolenou lokalitu trhu
- ❖ provést dotazníkové šetření na určitém vzorku společnosti vztaženého k obsahu analytické části a následně z něj vybrat restaurační zařízení pro další hloubkové zkoumání,
- ❖ vykonat rozbor současného stavu využití propagačních a konkurenčních nástrojů zvolené restaurace
- ❖ realizovat zhodnocení výsledků zkoumání, předpokladů dotazníkového šetření a navrhnout souhrn opatření a doporučení pro zvolené restaurační zařízení.

Metodika práce

Pro vypracování této závěrečné práce byly aplikovány následující postupy. Ke zpracování literární rešerše byla použita popisná analýza zkoumaného tématu. Jejím principem bylo rozložení tématu na jednotlivé části, které vytvořili základ pro další hloubkové zkoumání. Sekundárním zdrojem dat byla odborná literatura a fundované články z internetových periodik.

V navazující analytické části bylo využito primárního sběru dat pomocí dotazníkového šetření. Jedná se o nejpoužívanější metodu pro získání potřebných datových

informací. Toto šetření bylo provedeno z důvodu opatření si různých stanovisek, přesvědčení a postojů respondentu, které se staly důležité pro zpracování další části diplomové práce. Jako sekundární původ dat byly čerpány informace z internetových zdrojů, specializovaných stravovacích webů a vlastních poznámek. V závěru je využita metoda syntézy jednotlivých zjištění a výsledků. Byl kladen důraz na pozorování recipročních spojení mezi jednotlivými poznatky. Syntéza se stala elementární pro tvorbu souhrnu doporučení k posílení konkurenceschopnosti pomocí konkurenčních a propagačních nástrojů sledované restaurace.

Zhodnocení výsledků a doporučení

Cílem diplomové práce bylo deskriptivně a za pomoci zvolených analýz objasnit vzájemnou interakci a její dopady u jednotlivých tržních účastníků, kteří reprezentují monopolistickou konkurenci v segmentu vegetariánských a veganských restauračních zařízení. Tento specifické tržní odvětví bylo hloubkově sledováno na území hlavního města Prahy. Aby mohl být hlavní cíl práce naplněn musely být provedeny jednotlivé dílčí povinnosti.

Prvním dílčím cílem bylo zpracovat elementární vymezení teoretických východisek, která se týkala jednotlivých typů konkurence a jejich implikace do reálného obchodního prostředí. Čtenář této závěrečné práce si v úvodu, objasnění teoretických východisek, rozšířil povědomí o konceptu konkurence z pohledu ostatních vědních oborů. Dále bylo prezentováno základní rozdělení konkurence na formu perfektní (dokonalou) a imperfektní, tedy nedokonalou. Důležitost tohoto popsání těchto základních forem konkurence, speciálně nedokonalé, byla zdůvodněna následným detailnějším vysvětlením jejich poddruhů. Jak už z názvu diplomové práce bylo zřejmé, byl kladen největší důraz na deskripci monopolistické konkurence a její jednotlivé aspekty existence, efektivnosti a maximalizace v krátkém a dlouhém období.

Dalším jednotlivým cílem, který už byl součástí úvodu analytické části, bylo charakterizování zvoleného segmentu vegetariánských a veganských restaurací a vybrané lokality hl. m. Praha. Obeznamení čtenáře s alternativním výživovým stylem a důvody přechodu z běžné stravy na vegetariánskou bylo zajištěno v úvodní analytické kapitole. Uvedené byly informace o postavení vegetariánství v Česku a ve světě. Zdravé stravování je v současné době stále častěji diskutované téma v rámci celé sociální společnosti.

Můžeme vycházet z verifikovaného předpokladu, že jak se země stává více ekonomicky vyspělou, tak se stává téma zdravého životního stylu důležitější pro její obyvatele. Proto se jevil jako logický krok provést zmapování alternativního segmentu, který nám restaurační byznys nabízí a vědecky přináší zdravotní, psychické a duševní benefity pro naši populaci. Toto sledované tržní odvětví odpovídá charakteristickým znakům pro monopolistickou konkurenci. Co se týká vybrané lokality, největší koncentrace vegetariánských restaurací na území České republiky je v hlavním městě. Toto zjištění zajistilo dostatečné množství relevantních dat, která byla potřeba pro analyzování propagačních a konkurenčních metod.

Samotné dotazníkové šetření byl další cíl, které bylo provedeno z důvodu poznání názorů, přesvědčení a postojů široké veřejnosti k vegetariánskému a veganskému způsobu stravování. Než bylo uvedené šetření uskutečněno, stanovili se čtyři předpoklady, které byli v závěru vyhodnoceny. Například první předpoklad anticipoval, že široká veřejnost není všeobecně srozuměna s pojmem vegetariánství se z výsledků dotazníkového šetření nepotvrdil. Ukázalo se také, že lidé zastávají spíše negativní postoj k výživovému stylu vegetariánství nebo, že většina dotazovaných souhlasí s tvrzením, že vegetariánství je zdravější způsob stravování než klasická strava. Toto zjištění je lehce paradoxní v porovnání s druhým zvoleným předpokladem. Lidé mají spíše negativní postoj k vegetariánství, ale zároveň vědí o zdravotních a jiných výhodách pro člověka (snížení rizika závažných onemocnění apod.). Z výsledků dotazníkového šetření byla vybrána vegetariánská restaurace Krmelec Vršky, na které byl demonstrován rozbor současného stavu využití propagačních a konkurenčních nástrojů.

V další části práce byly charakterizovány základní informace zvolené vegetariánské restaurace, její současné konkurenční postavení na pražském trhu a rozbor jejího současného aplikování svých propagačních prostředků. Zmíněny byly také celkové tržby jednotlivých přímých konkurentů sledované provozovny.

Zjištěná fakta týkající se současného stavu konkurenceschopnosti vegetariánské restaurace Krmelec Vršky byla následně použita k realizaci návrhu opatření a doporučení. Bylo zejména doporučeno zlepšit vlastní webovou prezentaci a využívání sociálních sítí, dále ostatní formy propagace jako tisk, ochutnávkové akce, den otevřených dveří, kurzy vaření a tematické večery. Všechny tyto prostředky propagace by měli posílit konkurenceschopnost vybraného restauračního zařízení.

Seznam použitých zdrojů

MACÁKOVÁ, Libuše a kol. *Mikroekonomie - Základní kurs*. 8. aktualizované vydání. Praha: Melandrium, 2003. ISBN 80-86175-38-3.

BURIANOVÁ, J., L. SEVEROVÁ, A. SOUKUP, D. SPIESOVÁ, R. SVOBODA, K. ŠRÉDL a E. URBÁNKOVÁ. *Vybrané kapitoly z teorie firmy*. Praha: PEF ČZU, 2012. ISBN 978-80-213-2268-4.

PAVELKA, Tomáš. *Mikroekonomie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2010. ISBN 978-80-86730-52-3.

BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. *Mikroekonomie*. Praha: PEF ČZU, 2010. ISBN 978-80-7380-280-6.

SOUKUPOVÁ, J., B. HOŘEJŠÍ, L. MACÁKOVÁ a J. SOUKUP. *Mikroekonomie*. 4. rozšířené vydání. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-150-8.

BURIANOVÁ, J., J. ČADIL, T. PAVELKA a A. SOUKUP. *Učební texty z mikroekonomie: 1. část*. Praha: PEF ČZU, 2004. ISBN 978-80-213-1210-4.

BUCHTA, Miroslav a Jolana VOLEJNÍKOVÁ. *Mikroekonomie pro bakalářské studium: Distanční podpora*. Pardubice: Univerzita Pardubice Fakulta ekonomicko-správní, 2009.

SAMUELSON, Paul A. a William D. NORDHAUS. *Ekonomía 2*. Bratislava: Danubiaprint, 1992. ISBN 80-7127-031-8.

MARTINČÍK, David. *Základy Mikroekonomie*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2005. ISBN 80-7043-421-X.

ŠEVELA, Marcel. *Mikroekonomie I (úvodní kurz)*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2011. ISBN 978-80-7375-494-5.

MACH, J., J. HAVRÁNEK a J. BURIANOVÁ. *Mikroekonomie I., II.: učební texty*. Praha: PEF ČZU, 1995. ISBN 80-213-0254-2.

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