

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Teze k bakalářské práci

Monopolistická konkurence na trhu statků

Diana Černá

© 2015 ČZU v Praze

1, Souhrn a klíčová slova:

Tato práce se zabývá monopolistickou konkurencí a jejímu přiblížení pomocí subjektů cestovního ruchu – cestovních kanceláří. V první části je podrobně popsána situace na trhu, vysvětlení rozdílu mezi dokonalou a nedokonalými konkurencemi, rozebrání jednotlivých tržních struktur (monopolistické nejpodrobněji). V první části také dostaneme odpověď na otázky, jaký objem produkce by měla firma v krátkém a dlouhém období vyrábět, s jakými musí počítat v různých obdobích náklady a jakým způsobem si vypočítá své příjmy a zjistí tak rentabilitu či ztrátovost svého podnikání a dostane odpovědi, zdali má na trhu nadále působit, či jej raději opustit. V praktické části se potom soustředíme na naše největší cestovní kanceláře, kde si porovnáme nabídku jejich služeb na konkrétním příkladu. Zjistíme, jak si naše cestovní kanceláře vedou v prestižní soutěži TTG Awards a také, jaké mají v posledních letech (2012-2014) tyto cestovní kanceláře obraty a zisky.

Klíčová slova: monopolistická konkurence, monopol, oligopol, dokonalá konkurence, trh

2, Cíl práce a metodika:

Hlavním cílem teoretické části práce je přiblížit problematiku monopolistické konkurence a dalších tržních struktur. Popsat ekonomický systém a jeho subjekty z všeobecného hlediska a ukázat si, jakým způsobem firmy v monopolistické a dalších konkurencích maximalizují zisk. Cílem v praktické části je přiblížení fungování cestovních kanceláří a cestovních agentur a srovnání vybraných cestovních kanceláří. Srovnávání bude probíhat na základě více hledisek. Jedním hlediskem budou výsledky prestižní soutěže v cestovním ruchu, dalším pak srovnávání samotné nabídky konkrétního zájezdu. Jako poslední si potom u sebou vybraných cestovních kanceláří porovnáme jejich zisky a obraty.

Jak už jsme zmínili výše, tak budeme v praktické části jako vzorek monopolistické konkurence hodnotit a porovnávat cestovní kanceláře. V námi zvoleném termínu si u vybraných cestovních kanceláří vyhledáme nabídku zájezdů a budeme porovnávat celkovou průměrnou cenu za nabízené zájezdy do námi vybrané lokality - Dominikánské republiky. Smyslem výzkumu ovšem nebude jen zvolit cestovní kancelář s nejlevnější nabídkou. V potaz se bude brát také kvalita nabízených služeb (v našem případě webových stránek, kde bude výzkum probíhat), počet nabízených hotelů v námi požadovaném období, počet termínů v tomto období apod. Naše výsledky ve finále srovnáme s výsledky ankety TTG Awards a také s výsledky obrátů a zisků, abychom mohli zvolit nejúspěšnější cestovní kancelář na tuzemském trhu.

3, Výsledky a diskuze:

Cílem této bakalářské práce bylo teoretické a praktické přiblížení monopolistické konkurence a dalších tržních struktur. V teoretické části jsem tedy popsala jednotlivé tržní struktury a podmínky jejich fungování na trhu s vyzdvihnutím právě konkurence monopolistické.

Jak už jsme si v úvodu práce zmínili, monopolistická konkurence je na trhu nejběžnější tržní strukturou a můžeme ji najít v běžném životě všude okolo nás. Já si vybrala zkoumání monopolistické konkurence v cestovním ruchu - konkrétně u cestovních kancelářích.

Jelikož je na našem tuzemském trhu okolo tisíce cestovních kancelářích a jednotlivé cestovní kanceláře jsou různé velikosti, vybrala jsem si ke zkoumání naše největší cestovní kanceláře a to: CK Čedok, CK Fischer a CK EXIM Tours. Naše největší cestovní kanceláře jsem vybrala z důvodu velké podobnosti v nabídce služeb a působení na trhu. Mé zkoumání tedy bylo o něco detailnější, než kdybych srovnávala například velké a střední cestovní kanceláře, které jsou od sebe více odlišné.

Hlavním měřením v praktické části poté bylo srovnání nabídky služeb na konkrétním exotickém zájezdu - a to zájezdu do Dominikánské republiky. Z mého zkoumání poté vyplynulo, že nabídky vybraných CK byly přeci jen rozdílné, co se nabídky zájezdů týče. Společnost Čedok totiž vyšla jako jasný „outsider“ co se nabídky i ceny služeb týče. Její ceny byly v průměru skoro o 7 tisíc korun dražší, než u dalších dvou cestovních kancelářích a i její nabídka na ostatní cestovní kanceláře nestačila. V nabídce totiž měla jen 7 hotelů s pouze jedním datem odletu. Společnost Fischer si co do počtu nasmlouvaných hotelů (16) a průměrné ceny zájezdu (50.880,) také nevedla špatně. Musím ovšem hodnotit velmi špatnou práci s portálem společnosti, jež mi prvně nefungoval vůbec a na jiném zařízení jsem později musela velmi dlouho vyhledávat, než jsem se k požadovaným informacím dostala.

Závěrem bych tedy jako nejlepší z námi porovnávaných cestovních kancelářích zvolila společnost EXIM Tours. Společnost obstála jak v mé případové studii, tak v hodnocení ankety TTG Awards, která byla v roce 2014 hodnocena už pouze jen odborníky z cestovního ruchu. Můžeme také vidět, že se společnosti nejvíce z daných firem daří po ekonomické stránce. Její obraty i zisky jsou stabilně od roku 2012 nejvyššími na trhu.

4, Seznam použitých zdrojů:

1. BURIANOVÁ, Jaroslava a BRČÁK, Josef et al. Učební texty z mikroekonomie 1.,2.část. V Praze: Česká zemědělská univerzita, fakulta Provozně ekonomická, 2009. ISBN 978-80-213-1210.4; ISBN 978-80-213-1400-9.
2. BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav. Mikroekonomie. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-453-4.
3. HOLMAN Robert, Ekonomie, 3. aktualizované vyd., Praha: Vydavatelství C.H. Beck, 2002, ISBN 80-717-9681-6.
4. MACÁKOVÁ, L., SOUKUPOVÁ, J., Mikroekonomie: středně pokročilý kurs, 5.vyd., Slaný: Vydavatelství Melandrium, 2007. ISBN 978- 80- 8617-557-7.
5. Kolektiv KET: SPIESOVÁ, R. Svoboda, K. Šrédí a Erika Urbánková, Vybrané kapitoly z teorie firmy, vyd.1. , v Praze : Česká zemědělská univerzita, fakulta Provozně ekonomická, 2012. ISBN 978- 80- 213- 2268-4.
6. SAMUELSON, Paul A. a NORDHAUS William D., Ekonomie, 18.vyd., Praha: Vydavatelství NS Svoboda, 2007. ISBN: 978- 205- 0590- 3.
7. SOUKUPOVÁ, Jana a HOŘEJŠÍ, Bronislava. Mikroekonomie. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Management Press, 2002. ISBN 80-7261-061-9
8. SOUKUP, Jindřich, Mikroekonomická analýza, 3.vydání, Slaný: Vyd. Melandrium, 2003. ISBN 80-86175-30-8.

Internetové zdroje:

1. Webové stránky CK Fischer
(<http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/novinky/cestovni-skupina-fischer-pokracuje-v-rustu> a další)
2. Webové stránky CK EXIM tours
3. Webové stránky CK Čedok
(<https://www.cedok.cz/Public/cedok/soubory/Zpráva%20představenstva%20o%20podnikatelské%20činnosti%20a%20stavu%20majetku%20společnosti%20Čedok%20a.s.%20za%20rok%202014.pdf> a další)
4. TTG Czech na ttg.cz
5. web spol. Mag consulting
(<http://www.magconsulting.cz/nejvetsi-podil-trhu-cestovnich-kancelari-mag-exim-tours/>)
6. Lidové noviny - sekce Byznys
(<http://byznys.lidovky.cz>)

7. Lidové noviny Plzeň
(<http://plzen.cz/lidove-noviny-oslabeni-koruny-privedlo-vice-turistu-i-kdyz-kancelarim-snizilo-marze-23979>)
8. Zpravodaj E15
(<http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/skupina-fischer-zvysila-loni-trzby-i-zisk-1084428>)