

## 1. TRG

Menjava je faza gospodarske dejavnosti, v kateri ekonomski osebki zamenjajo denarne dohodke za proizvode in storitve.

Trg je stičišče povpraševanja in ponudbe, kjer se oblikujeta količina in cena blaga.

Ceno oblikuje tudi konkurenca.

Trg delimo na:

- trg potrošnih dobrin
- trg proizvodnih dejavnikov

Velikost trgov:

- lokalni
- regijski
- nacionalni
- mednarodni
- globalni

Na trgu je praviloma veliko prodajalcev in kupcev, zato med njimi vlada konkurenca.

Konkurenca je tekmovanje, da bi čim uspešnejše zamenjali blago.

Na trgu sta vedno navzoča tveganje in negotovost pri odločitvah (nikoli ne vemo, če bomo proizvedeno blago lahko prodali).

Cena se oblikuje pod vplivom ponudbe in povpraševanja. Je rezultat konkurence med prodajalci in med kupce ter lahko zelo odstopa od njihovih pričakovanj.

## 2. KONKURENCA

Kaj vpliva na stopnjo konkurence?

a.) Število kupcev in prodajalcev:

- veliko: noben izmed njih ne more vplivati na ceno
- nekaj
- en

b.) Istovrstno ali raznoliko blago:

- istovrstno blago (odločimo se na podlagi cene)
- blago ni istovrstno, lahko so samo navidezne razlike; necenovna konkurenca: blagovne znamke, kakovost, dodatne storitve.
- raznoliko (avtomobili, telefoni) ali istovrstno (premog, jeklo)
- en sam proizvod pa je brez nadomestka

Ponudniki skušajo pridobiti in obdržati potrošnike z različnimi ugodnostmi in prodajnimi ukrepi: oglaševanjem, ugodnimi dobavnimi in plačilnimi

pogoji, servis, daljši garancijski rok, svetovanje, brezplačna vgradnja, tehnološke izboljšave ...

c.) Preseljevanje proizvodnih dejavnikov

Ovire:

- zakonske (država podeli koncesijo za opravljanje storitev na področjih šolstva, zdravstva, komunale in telekomunikacij le nekaterim podjetjem).
- naravne danosti (omejena naravna nahajališča nafte, turistični kraji ...)
- intenzivno trženje (močna podjetja privabljajo kupce, vstop konkurentov je težek).
- tehnološke (velik kapital, tveganje, prihranki obsega).

d.) Obveščenost kupcev

Porabniki morajo poznati vse cene. Podjetjem morajo biti dostopne vse informacije. To je težko uresničljivo.

Značilnosti popolne konkurence:

a.) veliko število kupcev in prodajalcev

- ne morejo vplivati na ceno
- cena se oblikuje na trgu in je neodvisna od njihove želje
- za večji dobiček morajo zmanjšati stroške

b.) blago različnih proizvajalcev je za kupce istovrstno

- nakupne odločitve so odvisne le od cene blaga

c.) proizvajalci se lahko prosto preseljujejo med panogami

d.) tržni osebki so vedno racionalni in popolnoma obveščeni o tržnih razmerah

Prodajalci želijo čim večji dobiček, kupci čim večjo koristnost dobrin.

Stopnja konkurence vpliva na ravnanje prodajalcev: čim večja je, tem bolj si bodo prizadevali biti boljši, bolj kakovostni, hitrejši, zanimivejši, sodobnejši ...