|  |
| --- |
| **Markedsstruktur og konkurrenceform** |
| **Formål:** At skabe et overblik over de elementer i organisationens nære omverden, der har indflydelse på organisationens virke.  |
| **Indhold:**Begreberne markedsstruktur og konkurrenceform er tæt forbundne. Markedsstruktur handler om, hvor mange udbydere der befinder sig på en given markedsplads. Principielt kan der på en markedsplads være alt fra én udbyder til et meget stort antal udbydere.Konkurrenceform handler om, vareudbuddets homogenitet. Et homogent vareudbud betyder at udbyderne sælger identiske produkter / serviceydelser, mens heterogent vareudbud betyder at udbyderne sælger produkter / serviceydelser med en større eller mindre grad af forskellighed. Produkternes homogenitet / heterogenitet har betydning for kundernes præferencegrad i forhold til det enkelte køb.  |
| **Data:**Kilder til indsamling af oplysninger kan komme fra følgende steder:* Primære dataanalyse
* Fx egne undersøgelser og vurderinger
* Sekundære data
	+ Fx statistiske oplysninger m.m.
 |

|  |
| --- |
| **Markedsstruktur og konkurrenceformen opdelt i to trin** |
| **Trin 1** | Identifikation af antallet af udbydere på markedspladsen | (Fx antal konkurrenter) |
| **Trin 2** | Vareudbuddets homogenitet / heterogenitet | (Fx helt ens vare 1:1 sat over for produktdifferentiering der kan vanskeliggøre sammenligning) |

|  |
| --- |
| **Markedsstruktur og konkurrenceformen** |
| **Antal udbydere** | **Ingen præference**(Homogent vareudbud) | **Lav præference** (En mindre grad af heterogent vareudbud) | **Høj præference** (En større grad af heterogent vareudbud)  |
| En udbyder | Monopol |
| En stor og mange små udbydere | Delvis monopol | Differentieret delvis monopol |
| To udbydere | Duopol | Differentieret duopol |
| Få udbydere | Oligopol | Differentieret oligopol |
| Mange udbydere | Fuldkommen konkurrence | Monopolistisk konkurrence |