

## Abstrakt

Táto práca sa zaoberá aspektami súťaže Boeingu a Airbusu na poli veľkých komerčných lietadiel. Analyzovaním dynamík akcie a reakcie v stratégiách M&A, uvádzaní nových modelov a obchodných sporoch, menovite interakcie s výrobcami regionálnych lietadiel a reakcie Airbusu na uvedenie modelu 787 sledujeme, že napodobňovanie stratégie súpera nezaručuje isté zvýšenie trhového podielu. Analyzujeme dáta predajov a cien širokotrupých lietadiel medzi rokmi 2004 a 2018, aby sme našli parametre najcennejšie pre zákazníkov. Výsledky ukazujú cenu ako najdôležitejší faktor a prítomnú segmentáciu trhu, zatiaľ čo segmenty stredného a ďalekého doletu sú citlivejšie na zmeny cien vo vlastnom segmente ako naprieč. Z kvalitatívnych atribútov lietadla je dolet dôležitejší faktor ako kapacita. Nakoniec diskutujeme o nepresnostiach v odhadoch dopytu pre A380 pred uvedením na trh. Nepredvídateľné udalosti a faktory nesledovateľné ekonomickými modelmi majú drastický dopad na skutočný dopyt a odhady by mali byť brané s rezervou.

**Kľúčová slova:** Dopyt po lietadlách, komerčné letectvo, duopol, podiel na trhu, odhad dopytu, segmentácia trhu, širokotrupé lietadlá.

**E-mail autora:** 39131651@fsv.cuni.cz

**E-mail vedúciho práce:** karel-janda@seznam.cz