**MIKROEKONOMIE**

**v.4c**



**2018**

**Informace o autorech:**

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky

OBSAH

[OBSAH 3](#_Toc523744755)

[Úvod 7](#_Toc523744756)

[1 ekonomické uvažování 8](#_Toc523744757)

[1 Analytický aparát mikroekonomie 12](#_Toc523744758)

[1.1 Grafy 12](#_Toc523744759)

[2 Systematický rozbor chování poptávkové strany tržního mechanizmu 13](#_Toc523744760)

[2.1 Racionální chování spotřebitele 15](#_Toc523744761)

[2.2 Užitek 21](#_Toc523744762)

[2.2.1 Kardinalistická verze teorie užitku 22](#_Toc523744763)

[2.2.2 Ordinalistická verze teorie užitku 23](#_Toc523744764)

[2.3 Rozpočtové omezení spotřebitele 24](#_Toc523744765)

[2.4 Optimum spotřebitele 25](#_Toc523744766)

[2.5 Aplikace indiferenční analýzy 25](#_Toc523744767)

[2.5.1 Kombinace současné a budoucí spotřeby 25](#_Toc523744768)

[2.5.2 Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty 26](#_Toc523744769)

[2.5.3 Rozhodování spotřebitele o nabídce práce 27](#_Toc523744770)

[3 Systematický rozbor chování nabídkové strany tržního mechanizmu 33](#_Toc523744771)

[3.1 Pojetí zisku firmy 34](#_Toc523744772)

[3.2 Pojetí transakčních nákladů 36](#_Toc523744773)

[3.2.1 Druhy transakčních nákladů 36](#_Toc523744774)

[3.2.2 Transakční náklady jako důvod pro vznik firmy 37](#_Toc523744775)

[3.3 Produkce 38](#_Toc523744776)

[3.3.1 Produkční analýza firmy v krátkém období 39](#_Toc523744777)

[3.3.2 Produkční analýza firmy v dlouhém období 39](#_Toc523744778)

[3.4 Optimální výstup firmy 40](#_Toc523744779)

[3.4.1 Linie stejných nákladů 40](#_Toc523744780)

[3.4.2 Minimalizace nákladů firmy 40](#_Toc523744781)

[3.5 Příjmy firmy 47](#_Toc523744782)

[3.6 Výrobní rozhodnutí firmy 48](#_Toc523744783)

[4 Alternativní teorie firmy 51](#_Toc523744784)

[4.1 Vznik alternativních teorií firmy 51](#_Toc523744785)

[4.1.1 Manažerské teorie firmy 52](#_Toc523744786)

[4.1.2 Behavioristické teorie firmy 58](#_Toc523744787)

[4.2 Stakeholderská koncepce firmy 59](#_Toc523744788)

[Jak uvádí Freeman v roce 1984, stakeholdeři jsou „jakákoliv skupina, která může ovlivnit nebo je ovlivňována dosažením cílů organizace. 60](#_Toc523744789)

[5 Ekonomická efektivnost a Blahobyt 68](#_Toc523744790)

[5.1 Model jednoduché ekonomiky nebo model 2 x 2 x 2 68](#_Toc523744791)

[5.1.1 Efektivnost ve výrobě 74](#_Toc523744792)

[5.1.2 Hranice produkčních možností a mezní míra transformace produktu 75](#_Toc523744793)

[5.1.3 Výrobně spotřební efektivnost 75](#_Toc523744794)

[5.1.4 Všeobecná rovnováha v ekonomice 76](#_Toc523744795)

[5.1.5 Konflikt mezi efektivností a spravedlností 78](#_Toc523744796)

[5.2 Ekonomie blahobytu 79](#_Toc523744797)

[5.2.1 Teorie společenského blahobytu 80](#_Toc523744798)

[5.2.2 Kritéria růstu společenského blahobytu 82](#_Toc523744799)

[6 Ekonomie informací 86](#_Toc523744800)

[6.1 Trhy s asymetrickými informacemi 86](#_Toc523744801)

[6.1.1 Příklady asymetrie informací na trzích 91](#_Toc523744802)

[6.2 Asymetrické informace 93](#_Toc523744803)

[Seznam použité literatury 97](#_Toc523744804)

[Seznam použitých symbolů a zkratek 105](#_Toc523744805)

[Seznam obrázků 106](#_Toc523744806)

[Seznam příloh 107](#_Toc523744807)

[1. Řešený příklad: i](#_Toc523744808)

[2. Řešený příklad: ii](#_Toc523744809)

[3. Řešený příklad: ii](#_Toc523744810)

[4. Řešený příklad: iii](#_Toc523744811)

[5. Řešený příklad: v](#_Toc523744812)

[6. Řešený příklad: v](#_Toc523744813)

[7. Řešený příklad: vi](#_Toc523744814)

[8. Řešený příklad: vii](#_Toc523744815)

[9. Řešený příklad: vii](#_Toc523744816)

[10. Řešený příklad: viii](#_Toc523744817)

[11. Řešený příklad: viii](#_Toc523744818)

[12. Řešený příklad: x](#_Toc523744819)

[13. Řešený příklad: x](#_Toc523744820)

[14. Řešený příklad: x](#_Toc523744821)

[15. Řešený příklad: xi](#_Toc523744822)

[16. Řešený příklad: xii](#_Toc523744823)

[17. Řešený příklad: xii](#_Toc523744824)

[18. Řešený příklad: xiii](#_Toc523744825)

[19. Řešený příklad: xiv](#_Toc523744826)

[20. Řešený příklad: xvi](#_Toc523744827)

[21. Řešený příklad: xvii](#_Toc523744828)

[22. Řešený příklad: xvii](#_Toc523744829)

[23. Řešený příklad: xvii](#_Toc523744830)

[24. Řešený příklad: xix](#_Toc523744831)

[25. Řešený příklad: xix](#_Toc523744832)

[26. Řešený příklad: xix](#_Toc523744833)

[27. Řešený příklad: xxi](#_Toc523744834)

[28. Řešený příklad: xxii](#_Toc523744835)

[29. Řešený příklad: xxii](#_Toc523744836)

[30. Řešený příklad: xxii](#_Toc523744837)

[31. Řešený příklad: xxiii](#_Toc523744838)

[32. Řešený příklad: xxiii](#_Toc523744839)

[33. Řešený příklad: xxiv](#_Toc523744840)

[34. Řešený příklad: xxiv](#_Toc523744841)

[35. Řešený příklad: xxvi](#_Toc523744842)

[36. Řešený příklad: xxvi](#_Toc523744843)

[37. Řešený příklad: xxvi](#_Toc523744844)

[38. Řešený příklad: xxvii](#_Toc523744845)

[39. Řešený příklad: xxviii](#_Toc523744846)

[40. Řešený příklad: xxx](#_Toc523744847)

[41. Řešený příklad: xxx](#_Toc523744848)

Úvod

Ekonomie se zabývá studiem ekonomiky, tj. systému, v jehož rámci lidé produkují, rozdělují, směňují a spotřebovávají ekonomické statky. Ekonomové se snaží zjistit, jak je ekonomika organizována, analyzují chování ekonomických subjektů a úroveň uspokojování lidských potřeb. Složitost ekonomické reality vyžaduje dodržování logiky ekonomie, protože jinak hrozí nebezpečí nepravdivých úsudků a neefektivních opatření. (Dohnalová, 2014)

Ekonomie jako každá jiná vědní disciplína se snaží přistupovat ke zkoumání a vysvětlování ekonomických jevů objektivně. Využívá vědecké metody, které ekonomové společně s vědci jiných oborů vyvinuli. Proces formování ekonomie jako samostatné vědy sestál východiskem pro vymezení jejího předmětu. Rovněž umožňuje pochopit význam ekonomie pro člověka a vede k poznání hlavních hospodářských problémů společnosti.

Za zakladatele ekonomie jako vědy je považován Adam Smith (1776). Ve 20. století se ekonomická teorie stává nástrojem hospodářské politiky státu. Iniciátorem státního intervencionismu byl J. M. Keynes (1936). V ekonomickém myšlení od té doby existuje zásadní problém, jehož řešení se hledá politickou cestou. Jde o vztah „trhu a státu“, jaká je účinnost tržního mechanismu a jaká je efektivnost ekonomické úlohy státu.

# 1 ekonomické uvažování

Při formulování závěrů o jevech v reálném ekonomickém světě docházet k omylům, které mohou být způsobena některými chybami ekonomického uvažování. Mezi nejběžnější patří:

* **Ceteris paribus** „za jinak stejných podmínek“ - znamená zkoumání vlivu jediného faktoru na ekonomický jev a předpokládá abstrahování od vlivu ostatních faktorů. Jinak řečeno, měníme-li uvažovaný faktor, ostatní faktory považujeme za neměnné.   
  Pokud v ekonomice dojde ke zvýšení mezd, přičemž žádný jiný jev nenastane, lze dle „ceteris paribus“ očekávat, že při tomto zvýšení reálných mezd se ceteris paribus zvýší také spotřeba.
* **Omyl "poté tedy proto"-** při zkoumání ekonomických jevů může docházet k častým omylům a to zejména proto, že nemusí být pravdou tvrzení: „ předcházela-li jedna událost druhou pak druhou událost je následkem té první“.  
  Ekonomové z „klasické školy“ se domnívali, že se ekonomika vyrovná sama pomocí „neviditelné ruky trhu“ a tudíž není nutno při nerovnostech zasahovat. Tento omyl však později zjistil a identifikoval J. M. Keynes, který zkoumal celkové zhroucení trhů v USA. Výsledkem je doporučení, že je nutno ekonomiku sledovat. A pokud dojde k výraznému tržnímu selhání, je vhodnější do ekonomiky zasáhnout a nečekat, než dojde k očištění trhu, které však může mezitím způsobit například vládní převrat či dokonce i občanskou válku. Další generace ekonomů následně zjistila, že Keynesův přístup - primárně se zaměřovat na eliminaci nezaměstnanosti pomocí fiskální politiky není ideální, protože se ekonomika může nadmíru zadlužit. Obecně lze shrnout, že každá další generace ekonomů vychází z poznatku předchozích ekonomů a zjišťuje jejich omyly až na základě reálného chování ekonomiky. Na základě těchto faktů formulují nové teorie, které jsou právě díky těmto omylům inovovány. V budoucnu lze přepokládat že současné ekonomické teorie mají také nějaké „omyly“.
* **Celek není vždy sumou částí** - nemusí být pravdou, že to, co platí pro část celku, musí platit také pro celek. V ekonomii často přicházíme k tomu, že celek nemusí být sumou jednotlivých částí.   
  Celek není vždy sumou částí lze interpretovat jako to co platí pro jednotlivce, nemusí   
  nutně platit pro celou skupinu. Pokud jednotlivec bude mít vyšší mzdu, bude na tom lépe než ostatní. Jestliže všichni dostanou vyšší mzdu, nikdo na tom nebude lépe vzhledem k ostatním.
* **Subjektivnost** - každý ekonom vnáší do zkoumání a vysvětlování ekonomických jevů svůj subjektivní pohled. Může se stát, že pohled několika ekonomů na objektivní realitu může být značně odlišný. Vzpomeňme si na situace, kdy si spolu s přáteli prohlížíme obraz.  
  Subjektivnost do určité míry vychází z teorie „omyl, poté tedy proto“, kdy každý ekonom vychází ze svých znalostí a zkušeností. Velmi často tedy dochází k tomu, že když se více ekonomů sejde, mají rozdílné názory a nejsou schopni se jednomyslně shodnout. Například pokud by se potkali J. M. Keynes, Adam Smith a Milton Friedman, je zcela evidentní, že by se v řešení konkrétního ekonomického problému jednoznačně neshodli.
* **Ignorování sekundárních účinků** – jde o sklon vnímat pouze bezprostřední dopad daného rozhodnutí na určitou skupinu lidí a nevěnuje pozornost druhotným důsledkům tohoto opatření. Sekundární projevy se obvykle rozvíjejí pomaleji a nejsou vždy zřetelné. Ekonomická analýza musí zahrnovat i sekundární efekty, které někdy mají větší význam než primární důsledky daného opatření.   
  Ignorování sekundárních účinků lze na příkladu vysvětlit jako dlouhodobý pohled na konkrétní zásah do ekonomiky. Z krátkodobého pohledu se může jevit zcela jinak, než z dlouhodobého. Pokud si vláda půjčí peníze, aby snížila nezaměstnanost v ekonomice, tak z krátkodobého pohledu bude vše vypadat skvěle – lidé budou mít práci a ekonomika bude vzkvétat. Avšak jakmile bude třeba splatit minulý dluh, bude muset někde vláda vzít peníze (například jednorázovým zdaněním atd …, které pro domácnosti bude nepříjemné)

Zásadní myšlenka v ekonomické teorii je, že žijeme ve světě vzácnosti. Vzácnost je situace, kdy lidské tužby převyšují prostředky k uspokojení těchto tužeb. Předpokládá se, že lidské tužby jsou nekonečné. Lidé obvykle chtějí více něčeho, ať už více aut, více jídla, více lásky, více štěstí, více míru, více zdravotní péče, více čistého vzduchu nebo více péče o chudé. Naše schopnosti a zdroje k uspokojení všech těchto potřeb jsou však omezené. Existuje omezené množství půdy, železa, dělníků i roků života.

Ze vzácnosti plyne několik ekonomických otázek: Co má být produkováno? Kdo to má spotřebovat? Jak se to má vyrobit? Kdy se to má vyrobit? Mnoho Američanů (i neameričanů) by například chtělo mít dům či letní byt na pobřeží, které se táhne od státu Washington po jih Kalifornie. Část ho ale také chtějí využívat loďařské společnosti na přístavy, část chce ministerstvo obrany pro vojenské účely. Neexistuje jednoduše dostatečně dlouhé pobřeží, aby uspokojilo veškeré konkurující si tužby a možná využití. To znamená, že existuje konflikt o vlastnictví a užívání pobřeží. Existuje několik metod řešení konfliktu. Za prvé, existuje tržní mechanismus – místo bude patřit tomu, kdo nabídne nejvíc peněz, a ten taky bude rozhodovat, jak s ním naloží. Pak existuje vládní nařízení – bude to vláda, kdo určí komu bude půda patřit a kdo ji bude jak využívat. Další možností určení vlastnictví je dar, když existuje vlastník, který arbitrárně určí příjemce. Konečně, násilí je také cestou rozřešení otázky, kdo bude mít vlastnická práva k pobřeží – ať si lidi seženou zbraně a užívací práva si fyzicky vybojují. Která metoda řešení konfliktů ohledně toho, co má být vyráběno, jak a kdy to má být vyráběno a kdo to má dostat, je nejlepší? Je to tržní mechanismus, vládní nařízení, darování nebo násilí? Ptali jsme se, co je nejlepší metodou řešení konfliktu ohledně toho, co vyrábět, jak a kdy to vyrábět a komu produkce má náležet. Mezi možnými metodami jsme si vyjmenovali tržní mechanismus, vládní nařízení, dary a násilí. Odpověď zní – že ekonomická teorie na normativní otázky nemůže odpovídat. Normativní otázky se zabývají tím, co je lepší nebo horší. Žádná teorie nedokáže normativní otázky odpovědět.

Ekonomická teorie je „objektivní“ neboli ne-normativní a nečiní hodnotové soudy. Otázky hospodářské politiky naproti tomu jsou normativní neboli „subjektivní“ a znamenají vyslovování hodnotových soudů. Jsou to otázky, jako zda by se mělo bojovat s inflací nebo s nezaměstnaností, zda by se mělo dávat více peněz na školství, zda by měla být daň z kapitálových výnosů 15 nebo 20 procent. A ekonomové se neshodují především v oblasti hodnotových soudů. Je důležité neustále rozlišovat mezi ne-normativním a normativním tvrzením. Je důležité si vždy uvědomit, zda je daná otázka ne-normativní nebo normativní, protože zatímco v případě ne-normativních otázek existují fakta, která mohou každý spor rozsoudit, u normativních otázek taková fakta neexistují. Je to zkrátka věc názoru a názor jednoho člověka může být stejně tak správný jako názor druhého. Praktickým klíčem k rozpoznání, zda jde o normativní otázku je, zda obsahuje slovo „mělo by“. **(Williams, 2006)**

# Analytický aparát mikroekonomie

Mikroekonomie se zaměřuje na zkoumání zejména dvou hlavních problémů, a to na:

* **zjišťování optimálních stavů** jednotlivých tržních subjektů,
* **hledání rovnováhy** ve vzájemném působení tržních subjektů.

Zjišťování optimálních stavů jsou rozhodovací problémy tržních subjektů. Například jednotlivec se rozhoduje o spotřebě statků tak aby maximalizoval svůj užitek. Firma se rozhoduje o kombinaci vstupů do výroby tak, aby minimalizovala náklady. Problémy rovnováhy – jsou řešením analýzy vzájemného působení nabídky a poptávky na trzích. Zde sledujeme vývoj závislé proměnné (Q, tj. množství) na nezávislé proměnné (P, tj. ceně). (Donhnalová, 2014)

## Grafy

Při studiu mikroekonomie se často setkáváme s grafickou interpretací zkoumaných ekonomických jevů. Graf znázorňuje vztah mezi dvěma proměnnými. Konstrukci grafu začínáme vždy znázorněním vodorovné a svislé hranice. Tyto hranice se nazývají osy grafu. Běžně je **vertikální osa označována jako osa y** a **horizontální osa jako osa x**. Na každé z nich měříme jednu ze sledovaných proměnných. V matematice je často na ose x znázorněna nezávislá proměnná x a na ose y závislá proměnná y.). (Donhnalová, 2014)

*Vztahy mezi proměnnými*

Vztah mezi oběma proměnnými může být **lineární nebo nelineární**. Grafickým znázorněním lineárního funkčního vztahu mezi proměnnými je přímka. Grafickým znázorněním nelineárního funkčního vztahu je křivka..

# Systematický rozbor chování poptávkové strany tržního mechanizmu

**Teorie chování spotřebitele** představuje východisko pro analýzu poptávky na trzích statků a služeb. Základním problémem při analýze chování spotřebitele je hledání odpovědí na otázky proč spotřebitel nakupuje právě určité množství statků a ne jiné? Co určuje optimální množství nakupovaného statku? (Soukupová & spol, 2009)

Většinou za věci, které si spotřebitel kupuje, platíme méně, než kolik by byl ochoten zaplatit. Představte si, že v horkém létě jdete po ulici a dostanete chuť na pivo. V dálce vidíte hospodu. Říkáte si: *Doufám, že tam to pivo nebude moc drahé. Maximum, co jste ochotni zaplatit, je 35 korun, jinak pivo oželíte a půjdete dál. Přijdete k hospodě a hle – pivo stojí 25 korun. 10 korun tedy činí převis mezi tím, co jste byli ochotní zaplatit a tím, co jste nakonec za pivo zaplatili.* Tomu říkáme přebytek spotřebitele a kvůli němu si věci kupujeme. Je to pro nás důkaz, že nám věc přinese vyšší užitek, než kdybychom peníze utratili za něco jiného. Snížení ceny nám zvyšuje přebytek spotřebitele a zvětšuje množství nakupovaného statku, při kterém dosahujeme přebytku. Když je něco levnější, lidé mají tendenci – za jinak stejných okolností – kupovat toho více, a naopak. Této zákonitosti se říká zákon poptávky. Poptávka je tedy klesajícím vztahem mezi poptávaným množstvím na straně jedné a cenou statku na straně druhé, přičemž poptávané množství závisí na ceně. Zákon poptávky je pro ekonomii něco jako zákon gravitace pro fyziku. Proč tomu tak je? Zvýšení ceny má dva efekty. Jednomu říkáme příjmový efekt a druhému substituční efekt. Zlevnění statku mění reálný příjem člověka. Zlevnění např. banánů sice nemění nominální velikost naší výplaty, ale mění množství banánů, které si za naši výplatu můžeme dovolit koupit. A když si něčeho můžeme koupit víc, tak toho také často využijeme. Zlevnění banánů také relativně zdražuje ostatní statky. Zlevnění banánů pochopitelně nemění korunovou cenu pomerančů, ale relativní cena se mění. Když banán stojí 5 korun a pomeranč stojí 3 koruny, znamená to, že banán má cenu 5/3 pomeranče a na straně druhé pomeranč má cenu 3/5 banánu. Pokud banány zlevní, pomeranče relativně zdraží. Když korunová cena banánů klesne na 3 koruny, pomeranče relativně zdraží – jejich cena už nebude 3/5 banánu, ale 1 banán.

Když máme rozpočet 30 korun, banán stojí 5 korun a pomeranč 3 koruny, můžeme si koupit třeba 10 pomerančů a žádný banán, nebo 6 banánů a žádný pomeranč. Nebo nějakou kombinaci mezi těmito extrémy. Řekněme, že budeme kupovat pět pomerančů a tři banány. Po zlevnění banánů na 3 koruny, budeme kupovat více banánů – a více či méně pomerančů, to závisí na našich preferencích a na tom, jestli je silnější příjmový nebo substituční efekt. To neznamená, že poptávané množství není ovlivňováno i jinými faktory. Je. A když tyto jiné faktory převáží, může se stát, že něco zlevní, a lidé toho budou přitom poptávat méně. To ale neznamená, že by neplatil zákon poptávky, jen jiné faktory převážily nad vztahem mezi poptávaným množstvím a cenou. Tyto jiné faktory mění pouze sklon a polohu poptávky. Když lidem poklesnou příjmy nebo jim přestanou pomeranče chutnat, ani zlevňování nepovede k růstu poptávaného množství. Klesající křivku poptávky musí všichni prodejci respektovat. Zdražení zboží sice vynese více z každého prodaného kusu, ale může vést k takovému poklesu prodeje, že se zdražení vůbec nevyplatí. Když je něco moc levné, naše tržby jsou nízké, protože v součinu ceny a prodaného množství převáží nízká cena. Když je něco moc drahé, naše tržby budou také nízké, protože v součinu ceny a prodaného množství převáží nízké prodané množství. To by měla chápat i vláda, když přemýšlí, jestli zvýší či sníží daně. Zvyšování daně z benzínu sice vždy povede k růstu vládních příjmů z jednoho prodaného litru benzínu, ale litrů se celkově prodá méně a celkový daňový výnos může i klesnout. Tzv. Lafferova křivka, která ukazuje, že s růstem daní roste daňový výnos stále o méně, až nakonec od určité výše začne klesat, je nevyhnutelným důsledkem zákona poptávky. Popírat Lafferovu křivku je jako popírat zákon gravitace. (Mach, 2013)

## Racionální chování spotřebitele

Součástí teorie chování spotřebitele jsou předpoklady racionálního chování spotřebitele. Jednotlivec se rozhoduje na základě efektů (užitku), které mu daný výrobek či služba přinese, dále na základě výdajů, které musí za výrobek či službu vynaložit. Každý spotřebitel se zabývá otázkou, jak důchod získat a jak ho vynaložit. (Soukupová & spol, 2009)

Snahou racionálně jednajícího spotřebitele je **maximalizace užitku**. Spotřebitel si vybírá z různých souborů statků a vytváří tzv**. spotřební koš**. Jeho rozhodování o koupi je však limitováno výší důchodu. (Soukupová & spol, 2009)

***Příklad z praxe – Starobní důchody v ČR***

V teorii chování spotřebitele nám starobní důchod představuje linii rozpočtu, neboli budget line (BL). V tomto případě se předpokládá, že celý důchod bude vynaložen na nákup dvou statků X a Y, kdy ceny statků nezávisejí na pořízeném množství, jsou tedy konstantní. Body pod linií rozpočtu tvoří tzv. soubor tržních příležitostí a průsečíky s osou x představují vynaložení celého důchodu pouze na koupi jednoho statku, tedy X. Obdobně tomu je v průsečíku s osou Y. U linie rozpočtu je také důležitý skol linie, neboli směrnice, kterou nazýváme mezní mírou substituce ve směně (MRSE). Mezní míru substituce ve směně lze vysvětlit jako „poměr, v němž spotřebitel může statky X a Y směňovat na trhu při vynaložení celého důchodu“.

S linií rozpočtu starobního důchodu také souvisí tzv. valorizace důchodu, což znamená zvýšení důchodu. Pokud dojde k valorizaci starobních důchodů, může tak nastat buď zvýšením základní výměry důchodu, zvýšením procentní výměry nebo zvýšení obou těchto složek starobního důchodu. Pro rok 2015 se plánuje valorizace starobního důchodu o částku 180 Kč/měsíc při výši starobního důchodu 10 000 Kč/měsíc. Pokud dojde tedy ke zvýšení důchodu, dojde i ke zvýšení linie rozpočtu, kterou mohou senioři využít na nákup dalších statků. Přičemž v tomto případě se uvažuje, že důchod bude rozdělen souměrně mezi dva stejné statky (potraviny a volnočasové aktivity). Spotřebitel senior může díky této valorizaci zvýšit nakupované množství obou dvou zmíněných statků.

Jestliže ale budeme brát v úvahu, že statek X (potraviny) jsou dostačující na obživu seniorů (za podmínek ceteris paribus), dojde tedy ke zvýšení výdajů na nákup statku Y, tedy senioři budou utrácet více za volnočasové aktivity.

Při chování spotřebitele a rozhodování o koupi kromě výše důchodu, mají vliv také preference spotřebitele. Preference spotřebitele jsou ovlivňovány řadou faktorů – biologických, psychologických, kulturních, společenských, životní úroveň apod. Pro srovnání se používají axiomy, zjednodušené předpoklady. Jedná se o axióm úplnosti srovnání (možnost seřadit koše podle preferencí), axióm tranzitivity a axióm nepřesycení (větší množství je vždy preferováno před menším).

Ze statistických ůdajů ČR pro rok 2012 je patrné, že senioři nejvíce vynaloží na potraviny a bydlení (stejné položky spotřebního koše, které tvoří nejvyšší výdaje u pracujících domácností). Na rekreaci a kulturu vynaloží muži 9 % svých výdajů za rok a ženy 8 %. U žen je zapotřebí také připočítat náklady vynaložené na vzdělání, které činí 2 %. (Český statistický úřad, 2012)

Pokud bychom uvažovali o průměrných ročních výdajích na osobu za rok 2012 u jednočlenných domácností seniorů bez ekonomicky aktivních členů, tak muži průměrně za potraviny utratili 24 853 Kč, ženy 28 677 Kč a za kulturu a rekreaci muži utratili 11 896 Kč, ženy 10 350 Kč (za vzdělání ženy utratili průměrně 959 Kč/rok). (Český statistický úřad, 2012)

***Příklad z praxe – případová studie - racionální chování při nákupu automobilů***

V roce 2010 Filip Pokorný zkoumal racionální chování při nákupu automobilů.

Zkoumaný vzorek se projevil jako značně diferencovaný již v oblasti zkušeností s procesem nákupu automobilu. Pro většinu tázaných respondentů byl nedávno uskutečněný nákup již opakovanou zkušeností. Příčina této rozdílnosti pravděpodobně pramení ze způsobu užívání automobilu. Projevilo se, že pokud spotřebitelé užívají automobil i pro firemní účely, v naprosté většině ho také odepisují z daní a po odpisu kupují automobil nový. Naproti tomu spotřebitelé, kteří užívají automobil ryze pro svoji osobní potřebu, často berou nákup automobilu jako dlouhodobou investici. Ať na drobné výjimky, byl nákup automobilu u většiny respondentů spojen se změnou životní situace. Významnými důvody byla především změna počtu členů v rodině, nebo změna zaměstnání. Z toho pramenila rozdílnost pociťovaných potřeb a nutnost se jim přizpůsobit. Většina respondentů uvedla, že v okamžiku uvědomění potřeby, začali jednat okamžitě a nevyčkávali. Naproti tomu u zejména podprůměrně finančně zajištěných rodin, bylo nákupní rozhodování v řádu měsíců a přístup k nákupu byl značně váhavý. Spotřebitelé se častěji rozhodovali pro nákup automobilu nového, jelikož mezi nimi panovala značná skepse k původu automobilu ojetého a s tím souvisejících vyšších provozních nákladů. Naprosto všichni spotřebitelé měli s užíváním ojetého automobilu buď vlastní, nebo zprostředkovné zkušenosti. Ať na skutečné výjimky to byly zkušenosti negativní. Řadu spotřebitelů v tomto primárním rozhodování ovlivnil konkurenční souboj jednotlivých automobilek, který v důsledku znamenal rapidní pokles konečných cen. Většina spotřebitelů si však s tímto faktem uvědomovala, že s tím bude přímo souviset nižší výkupní cena automobilu v okamžiku prodeje.

Z provedeného výzkumu je patrné, že existují dva přístupy k samotnému automobilu. První skupina respondentů vnímá automobil jako spotřební předmět a důraz klade zejména na jeho funkčnost a užitné vlastnosti. Automobil je za dané situace pouze dopravním prostředkem a při jeho nákupu jsou často zřetelně eliminovány emoce. Druhá skupina respondentů vnímá automobil, jako svůj koníček důkladněji zkoumá poskytovanou úroveň výbavy a komfortních prvků. Tyto skupiny se také souhlasně rozcházejí ve vnímání designu. Nepodařilo se najít zřetelnou korelaci, která by respondenty v těchto skupinách vzájemně propojovala. V každé skupině se vyskytovali rodiny s nízkými či vysokými příjmy. Lidé, kteří upřednostňovali jak individuální, tak rodinné potřeby. Dokonce byla vyvrácena domněnka o odlišných technických znalostech mezi jednotlivými skupinami. Příčina tedy zřejmě bude spočívat v konkrétních psychologických procesech daného jedince. Naprostá většina spotřebitelů uvedla jako hlavní zdroj informací internet. Důvodem byla většinou dostupnost informací, jejich přehlednost a rychlost nalezení. Spotřebitelé většinou využívali služeb nezávislých webových srovnávacích rozhraní, na jejichž základě mohli stanovit požadované determinanty a automobily okamžitě srovnat. Ze strany spotřebitelů byl zaznamenán častý přístup na webové stránky konkrétních prodejců, kde se spotřebitelé informovali o akčních nabídkách. Zajímavým zjištěním, byla nízká souvislost mezi využíváním internetu a věkem respondentů. U spotřebitelů, kteří si zakoupili vůz u firmy Auto Pokorný, s.r.o., jsem zaznamenal negativní implicitní vyjádření na přehlednost webových stránek a dostupnost informací. Podíl spotřebitelů, kteří se při výběru automobilu orientují primárně na cenu, resp. rozpočet, byl takřka maximální. Dále se spotřebitelé dělili na dvě dílčí skupiny. Převažovali respondenti, kteří za daných rozpočtových omezení požadovali, „co největší kus auta“. Společnou charakteristikou bylo většinou časté využívání automobilu pro přepravu obtížně skladných předmětů. Další skupinu tvořili lidé, kteří preferují komfortní prvky. Prioritou je pro ně, jako řidiče, pocit za volantem. Ať na minimální výjimky byl zjištěn postoj, ţe značka vozu není pro spotřebitele důležitá. Vzhledem ke zmíněnému faktu orientace především na rozpočet, většina poptávajících komparuje nabídky konkurenčních výrobců, bez ohledu na zemi původu. Toto zjištění se vymyká dlouho panující představě o pochybné kvalitě především asijských výrobců. Respondenti souhlasně vyjádřili názor, ţe u těchto východních automobilek spatřují výrazný posun v kvalitě a designu vozu. Minoritní skupinu tvořili automobiloví nadšenci, kteří si na základě osobní zkušenosti vytvořili ke konkrétní automobilce srdcový vztah. Jejich vazba na nákupní rozhodnutí byla tímto podmíněna. Jistou konjunkci lze spatřit ve výši příjmu. Tato skupina se k vozu chová velmi nadstandardně a v oblasti údržby preferuje vždy tu dražší, kvalitnější alternativu.

Zajímavý rozpor v oblasti rozhodování lze spatřit mezi jednotlivými pohlavími. Zatímco muži se v rámci rozhodování většinou nenechají nikým ovlivnit, ženy se v této oblasti jeví jako méně rozhodné a využívají rad a konzultací se svými partnery a přáteli. Většinou se projevil názor, že pro výběr prodejního subjektu je více důležitá kvalita a portfolio poprodejních služeb, než osoba samotného prodejce (fyzické osoby). Zejména kvalita servisních služeb je pro spotřebitele naprosto klíčová. Náročnější kupující, často podnikatelé, vyžadují také vysokou mobilitu a časovou flexibilitu. Zkušenosti s touto problematikou mají spotřebitelé většinou vlastní, v opačném případě využívají rad svých známých. Vyprofilovala se také minoritní skupina spotřebitelů, kterým na kvalitě servisních služeb nezáleží. Auto berou jako spotřební věc a po skončení garance, zpravidla kupují nové. V kontaktu s prodejcem, respondenti nejčastěji očekávají vstřícný a individuální přístup. Významným prvkem byla také možnost smlouvat o ceně. Objevily se případy, kdy toto kritérium, za jinak příznivých podmínek, zcela změnilo či zpomalilo rozhodovací proces. (Pokorný, 2010)

***Příklad z praxe – případová studie - racionální chování při nákupu v Galerii Vaňovka***

Nákupní spád a nákupní zvyklosti návštěvníků vybraného nákupního centra lze v teoretické rovině (viz výše v kapitole věnující se teoretickým aspektům) po-měrně korektně klasifikovat a třídit. Některé výsledky bude možno zobecnit na centra podobného typu, realita terénního dotazníkového šetření však často od-halí řadu detailů a specifik, jež lze jen obtížně řadit do „systému“. Neexistence centrálních dat však jiný přístup než anketní šetření nepřipouští a výsledky jsou zajímavé nejen kvůli možnosti potenciální komparace a zobecnění s jinými subjekty, ale i svou informační originalitou. Galerie Vaňkovka se řadí mezi vnitroměstská centra střední až vyšší cenové úrovně se značnou schopností generovat silný vnitřní i vnější nákupní spád a vy-volat zvýšený městský cestovní ruch spojený s nákupy, relaxací a zábavou. V rám-ci České republiky patří mezi nejznámější a nejvíce navštěvovaná nákupní centra. Vysoká návštěvnost a obliba je mj. odrazem zdařilé revitalizace bývalé chátrající slévárny v ideální poloze v blízkosti historického centra a mezi hlavním brněnským vlakovým a autobusovým nádražím. Dílčí výsledky šetření byly průběžně diskutovány v průběhu textu. Základní zjištěné skutečnosti, které by mohly spíše než k vyslovení rozsáhlých závěrů směřovat k iniciaci dalších obdobných výzkumů umožňujících výsledky po-rovnat a zhodnotit:

* Do Vaňkovky chodí nakupovat více mladší ženy s maturitním a vyšším do-končeným vzděláním.
* Nadpoloviční většina respondentů nakupujících ve Vaňkovce v Brně bydlí nebo dojíždějí za prací. Na druhé straně je zde velký podíl osob, jež jezdí za nákupy, ale v Brně nebydlí ani nedojíždí do Brna do práce nad regionální dopad.
* Průměrná délka cesty v rámci Brna trvá zhruba 20 minut, pro mimobrněnské 3,5krát déle.
* Delší čas zde tráví mladí a lidé v produktivním věku, nejvíce utrácejí oso-by v produktivním věku a rodiny s dětmi bydlící mimo Brno.
* Ve způsobu dopravy dominuje automobil, autobus a v rámci Brna MHD.
* Převažují příležitostné nákupy jedenkrát či víckrát měsíčně, a to podle potřeby nebo v pracovní dny.
* Cesta do Vaňkovky je nejčastěji spojena přímo s vlastním nákupem, cestou z či do práce a pracovní nebo soukromou schůzkou; jedná se více o osoby s vyšším dosaženým vzděláním v produktivním věku. Brňané zde nejvíce jen nakupují, dojíždějící za prací do Brna spojují svoji návštěvu nejčastěji právě s cestou z či do práce.
* Ženy stráví nejvíce času nákupem obuvi, oděvů a oděvních doplňků, muži nákupem sportovních potřeb, mají také zvýšený zájem o zábavu a volnočasové aktivity – v obou případech se jedná o mladší či střední gene-raci.
* Nemalý podíl stráví návštěvníci také nákupem základních potravin, ve zvýšené míře se jedná o osoby ve vyšším věku. Brňané tráví nákupem základních potravin více času než mimobrněnští, kteří preferují zábavu a volný čas.
* Polovina dotázaných nemění své základní nákupní zvyky v souvislosti s reklamou. Reklamní sdělení potom jednoznačně nejvíce ovlivňují osoby v důchodovém věku.

Galerie Vaňkovka návštěvníky přitahuje. Stala se fenoménem a celorepublikovým pojmem. Lidé sem nechodí pouze nakupovat, ale mívají zde i schůzky pracovního či soukromého rázu, k čemuž je motivuje i povědomí velmi dobré možnosti parkování. Vaňkovka však není jen nákupním centrem s desítkami specializovaných obchodů, ale prostorem s galeriemi a volnými plochami, kde se konají různé výstavy, expozice, kulturní akce apod. Již více než 5 let plní funkci komerčního, ale i kulturního a příjemného živého organismu, v němž se vhodně doplňuje dynamika a kultivovanost. V poměrně blízké budoucnosti se Vaňkovka prostorově i funkčně začlení do nově zbudované městské části Jižní centrum a je pravděpodobné, že se stane jeho vlajkovou lodí. (Kunc, 2013)

## Užitek

Měření uspokojení spotřebitele patří mezi složitější ekonomický problém. Pro jeho vyjádření byla vytvořena ekonomická veličina, nazývaná užitek (Utility, U). Jejím úkolem je nějakým způsobem vyjádřit velikost uspokojení spotřebitele plynoucí ze spotřeby statku nebo skupiny statků. Užitek je, za jinak nezměněných podmínek, funkcí množství spotřebovávaných statků

***Příklad z praxe – Efekt učení:***

Efekt učení se (*Learning curve*) pracuje s předpokladem, že každý dodatečný vyrobený kus výrobku zvyšuje zkušenost pracovníků, popř. celkové zkušenosti podniku s produkcí daného produktu, a dochází tak tedy k snížení časové náročnosti výroby dodatečných kusů. Z tohoto důvodu je *Learning curve* využívána především k predikci vývoje nákladů u nově navrhovaných výrobků. V případě výroby konstantního množství produktů, lze predikovat roční přírůstek zkušeností s výrobou daného produktu, a následně i odvodit pokles výrobních nákladů, popř. doby potřebné pro výrobu jednoho kusu produktu. (Pindyck a Rubinfeld, 2013)

Podle autora, lze na problematiku aplikovat poznatky z teorie užitku, resp. klesajícího mezního užitku, kdy spotřeba každé dodatečné jednotky statku má pro spotřebitele menší význam, tj. celkový užitek s přibývající spotřebou roste stále pomaleji. Pokud je stejný princip aplikován na problematiku zkušeností, je možné tvrdit, že s každým rokem produkce konstantního množství produktu, popř. s každým vyprodukovaným kusem, dochází k stále menšímu přírůstku „celkové zkušenosti s výrobou“. Doba výroby, potažmo náklady na výrobu jednoho kusu, se tedy budou dlouhodobě snižovat, avšak tempo poklesu nákladů (popř. času výroby jednoho kusu) bude s každým dodatečným rokem výroby (popř. vyrobeným produktem) pomalejší.

### Kardinalistická verze teorie užitku

**Celkový užitek** (Total Utility, TU) vyjadřuje celkovou úroveň uspokojení určité potřeby spotřebitele. Je závislý na množství spotřebovávaného statku. Platí, že s růstem objemu spotřebovávaného statku roste klesajícím tempem, a to až do svého maxima. Vývoj a velikost celkového užitku jsou ovlivněny subjektivním pohledem každého spotřebitele na daný statek.

**Mezní užitek** (Marginal Utility, MU) je přírůstkovou veličinou, která udává, o kolik se změní celkový užitek, pokud dojde ke spotřebě další jednotky statku. Lze ji odvodit z funkce celkového užitku.

Zajímavou vlastností vývoje mezního užitku je, že s růstem objemu spotřebovávaného statku klesá. Největší přírůstek uspokojení potřeb přinese první jednotka spotřebovávaného statku. Každá další jednotka, při neměnných podmínkách, přináší menší uspokojení spotřebitele. Tato vlastnost mezního užitku je formulována v zákoně klesajícího mezního užitku, který říká že "MU s růstem objemu spotřebovávaného statku klesá".

Rozdíl mezi celkovým a mezním užitkem, budeme-li je měřit v penězích, je takový, že celkový užitek při spotřebě daného statku je dán maximální peněžní částkou, kterou je spotřebitel ochoten na jeho nákup vynaložit. Mezní užitek je určen peněžní částkou, kterou je spotřebitel ochoten vynaložit na nákup další jednotky statku. (Dohnalová, 2014)

### Ordinalistická verze teorie užitku

Současná ekonomická teorie se většinou přiklání k ordinalistické verzi teorie užitku. Podle níž není užitek přímo měřitelný. Spotřebitel je schopen říci, kterou spotřební situaci preferuje, ale ne, jak velký je její užitek. Dále je možno určit, zda celkový užitek s růstem množství spotřebovávaného statku roste a mezní užitek je tedy kladný, či zda celkový užitek klesá a mezní užitek je záporný.

Z toho plyne, že spotřebitel je schopen seřadit kombinace statků podle jejich užitku, avšak není schopen určit velikost užitku těchto kombinací. Křivky znázorňující kombinace

se stejným užitkem nazýváme indiferenční křivky. Indiferenční křivka je množina kombinací statku X a Y se stejným celkovým užitkem. (Dohnalová, 2014)

K indiferenčním křivkám je možno přistoupit dvojím způsobem:

1. na základě užitku (indiferenční křivka představuje určitou úroveň užitku),
2. na základě preferencí (indiferenční křivky zobrazují preference).

**Mezní míra substituce ve spotřebě (MRSC)** je poměr, v němž je statek Y nahrazován statkem X, aniž se mění úroveň uspokojení potřeb neboli celkový užitek.

Zvláštní tvary indiferenčních křivek. Až dosud jsme předpokládali, že oba statky jsou pro spotřebitele žádoucí, užitek se s jejich spotřebovaným množstvím zvyšuje. Takovéto statky nazýváme statky žádoucí neboli statky s pozitivní preferencí. Existují však i statky s jiným směrem preferencí. Může totiž nastat situace, že nějaký žádoucí statek nutně přináší i záporný efekt. V rámci celé společnosti je takovýmto případem volba určité kombinace objemu průmyslové výroby a znečištění životního prostředí. I v chování spotřebitele můžeme najít případy, kdy preferujeme menší množství statku před větším. Příkladem je volba struktury portfolia (tj. volba mezi různými druhy cenných papírů). (Hořejší) V daném případě jde o statky nežádoucí nebo statky s negativní preferencí.

Kromě statků žádoucích a nežádoucích existují i statky, které nemají vliv na užitek spotřebitele, jejich spotřebovávané množství je spotřebiteli lhostejné. Takovéto statky nazýváme statky lhostejné neboli statky neutrální. Indiferenční křivky mají potom tvar přímky.

V realitě může nastat i situace, kdy se směr preferencí se změnou spotřebovávaného množství statku mění. Předpokládejme statek, který je do určitého objemu žádoucí, ale od určitého množství se mění na nežádoucí. (Dohnalová, 2014)

## Rozpočtové omezení spotřebitele

Při rozhodování o nákupu statku je však spotřebitel omezen výší svého důchodu a cenami statků. Má-li spotřebitel v daném čase k dispozici důchod (I) a celý jej utrácí za nákup dvou statků X a Y, potom platí následující rovnice, která je nazývaná linie rozpočtu nebo také rozpočtové omezení spotřebitele:

## Optimum spotřebitele

Spotřebitel volí optimální kombinaci statků v závislosti na svých preferencích a v závislosti na svých tržních možnostech, a to ve snaze maximalizovat svůj užitek. Způsob určení optima spotřebitele závisí na možnosti měření užitku.

Tento způsob řešení optima spotřebitele je nazýváno vnitřním řešením. Bude-li spotřebitel spotřebovávat pouze jeden ze dvou statků, vybereme tzv. rohové řešení optima spotřebitele

Přebytek spotřebitele je rozdíl mezi celkovým užitkem, který mu přinese spotřebovávané množství určitého statku, a výdaji na jeho získání (celkovou částkou, kterou za ně zaplatí), neboli jeho tržní hodnotou. (Dohnalová, 2014)

## Aplikace indiferenční analýzy

Teorii spotřebitele lze aplikovat i v dalších rozhodovacích modelech spotřebitelského chování, a to například:

* kombinace současné a budoucí spotřeby;
* rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty
* rozhodování mezi spotřebou a volným časem

### Kombinace současné a budoucí spotřeby

Pokud ekonomický subjekt získá příjem, může ho vynaložit na nákup statků, které běžně spotřebovává. Příjem je vynaložen na současnou spotřebu. Ekonomické subjekty však nemusí veškerý svůj příjem vynaložit okamžitě na svou spotřebu. Tu část důchodu, kterou nepoužijí na nákup statků, označíme jako úspory. Příjem ekonomických subjektů se tudíž rozkládá na dvě části: na spotřební výdaje a na úspory. Motivy, které vedou ekonomické subjekty k tvorbě úspor, mohou být různé. Jednou ze základních pohnutek je snaha zvýšit svou budoucí spotřebu. Jestliže v současnosti sníží ekonomické subjekty dočasně svou spotřebu (tj. vytvoří úspory), potom očekávají, že úspory použijí v budoucnu a zvýší tak svou budoucí spotřebu. Toto zvýšení budoucí spotřeby může být dočasné nebo trvalé.(Dohnalová, 2014)

**Optimální rozhodnutí spotřebitele** o výši současné a budoucí spotřeby je dáno:

* mezní mírou jeho časových preferencí (které určují tvar indiferenčních křivek),
* velikostí reálné úrokové míry (která určuje směrnici linie tržních příležitostí),
* velikostí současného a budoucího příjmu spotřebitele a výší cen statku C v obou obdobích.

### Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty

V tradičním modelu rozhodování spotřebitele není brána v úvahu informační bariéra. Lidé maximalizují svůj užitek za podmínek jistoty a dokonalých znalostí ekonomického prostředí. Znají dokonale všechny okolnosti každé tržní směny a provádějí svůj výběr z různých alternativ bez jakéhokoli rizika. Předpokládá se, že všechny nezbytné informace jsou dostupné bez dodatečných nákladů. Za těchto předpokladů má každé rozhodnutí pouze jeden důsledek a ten je předem znám. Ve skutečnosti však většina rozhodnutí probíhá v podmínkách nejistoty, za nichž má rozhodnutí více možných důsledků. Který z těchto důsledků nastane, není předem známo. (Dohnalová, 2014)

Určitá nejistota vzniká proto, že neznáme procesy, které podmiňují určité události. Avšak ani dokonalé znalosti nezabezpečují dokonalou předpověď, protože některé ekonomické události jsou určeny náhodně. Mohou být např. řízeny nahodilostí přírody, jako je vývoj počasí, nebo politickými rozhodnutími, která jsou často nepředpověditelná.

Případ kdy jsou známé výsledky rozhodnutí a jejich pravděpodobnost v ekonomické teorii je označována za rozhodování v podmínkách rizika. (Dohnalová, 2014)

### Rozhodování spotřebitele o nabídce práce

Při rozhodování jednotlivce o množství nabízených hodin práce použijeme analogie s rozhodováním spotřebitele. Před jakou volbou stojí vlastník výrobního faktoru práce? Spotřebitel se rozhoduje, zda má pracovat, nebo zda nemá pracovat, popřípadě jakou kombinaci práce a volného času si zvolí, aby maximalizoval svůj užitek. Čím je jednotlivec při tom rozhodování omezen? Počtem hodin jednoho dne. Přesněji řečeno, jednotlivec volí mezi dvěma „statky“: mezi spotřebou (C) a volným časem (značíme jej jako H).

Předpokládáme, že spotřeba může být realizována jen jako důsledek vlastní práce (L). Součet hodin práce a volného času během jednoho dne nemůže být větší než 24 hodin: L + H = 24. Optimální rozložení času mezi práci a volný čas znamená, že jednotlivec při dané kombinaci práce a volna maximalizuje svůj užitek, daný spotřebou statků a volným časem. (Dohnalová, 2014)

***Příklad z praxe: Rozhodování spotřebitele při výběru zdravotní služby***

Tradiční model maximalizace užitku říká, že lidé znají veškeré informace a maximalizují svůj užitek za podmínek jistoty. Dokonale také znají ekonomické prostředí. Znají dokonale všechny okolnosti každé tržní směny a provádějí svůj výběr z různých alternativ bez jakéhokoli rizika. Předpokládá se, že všechny nezbytné informace jsou dostupné bez dodatečných nákladů. Za těchto předpokladů má každé rozhodnutí pouze jeden důsledek a ten je předem znám. Ve skutečnosti však většina rozhodnutí probíhá v podmínkách nejistoty, za nichž má rozhodnutí více možných důsledků. Který z těchto důsledků nastane, není předem známo.

Ovšem u zdravotní péče lidé nemají zdaleka kompletní informace ani nejsou schopni odhadnout, jak se bude situace vyvíjet. Jedná se o situaci, kdy spotřebitelé – pacienti přicházejí do zdravotnického zařízení nebo k lékaři a již dopředu platí prostřednictvím povinného zdravotního pojištění za služby, o kterých prakticky nic nevědí. Vystavují se velikému riziku, že tyto služby nebudou poskytnuty dle jejich představ.

Ovšem chování spotřebitele v situaci, kdy získává službu, jakou je zdravotní péče, je velice ovlivněno. Pokud se zaměříme čistě na mikroekonomickou teorii, i spotřebitel, který obvykle ve spotřebních situacích projevuje averzi k riziku, je v tomto případě spotřebitelem s ochotou přijmout spravedlivou sázku, případně pokud je jeho stav vážnější stává se spotřebitelem riziko vyhledávajícím.

Co je to užitek spotřebitele v případě rozhodování o léčbě? Jsou zde dva aspekty, které mohou být individuální. První se projeví u každého jednotlivce – užitkem je vyléčení a zdraví pacienta. U jisté skupiny spotřebitelů se také může objevit užitek v jejich ekonomické situaci, kdy za kvalitní a rychlé léčby přijdou o minimální část svého důchodu. Takováto skupina spotřebitelů může chápat lékařské výkony jako luxusní statky, za které bude ochotna připlatit nad rámec povinného zdravotního pojištění, v případě, že to bude znamenat léčbu rychlejší či komfortnější. S růstem důchodu je pro člověka důležitější být zdravý a fungovat v práci a také se pro něj stává méně rozhodující složkou cena za ošetření a jeho užitek s „cenou“ zaplacenou za zdraví neklesá.

Problémem spotřebitele je jeho nejistota v otázce ošetření a výběru zdravotnického zařízení. Tento problém způsobují asymetrické informace. Spotřebitel potřebuje lékařské ošetření a je vystaven nutnosti platit si zdravotní pojištění a také může být vystaven nutnosti zaplatit poplatek za péči, zároveň je mu také často dána volba k využití nadstandardní péče. Spotřebitel však v dnešním systému nemůže být plně informovaný a nemůže si tak být jistý tím, co za své vydané peníze obdrží a zda se toto bude shodovat s tím, co očekává.

Dalším velkým problémem, který byl obnoven po zrušení poplatků v lednu roku 2014, je fakt, že spotřebitel neplatí za péči přímo, ani se na této platbě nijak přímo nepodílí. Pouze přispívá do systému na základě povinného zdravotního pojištění a mnohdy jako zaměstnanec ani neví, kolik tyto částky odvodů činí. Spotřebitel si tak nemůže nikdy uvědomit, kolik celková péče o něj ve zdravotnickém zařízení stojí, kolik stojí jednotlivé výkony, práce personálu, strava, energie, léky a vše ostatní potřebné pro jeho léčbu. Často se pak o českém zdravotnictví hovoří jako o černé díře a stát nemůže najít prostředky, kterými by byl schopen zdravotnická zařízení dotovat.

Spotřebitel také nemusí všem poskytnutým informacím plně porozumět a často se tak musí spoléhat pouze na doporučení ošetřujícího lékaře, nebo na zkušenosti jiných spotřebitelů, kteří v dřívější době využili služby stejného zdravotnického zařízení. Zdravotnická zařízení zveřejňují některá data, která charakterizují kvalitu péče, avšak spotřebitel by těmto datům musel rozumět, musel by je umět vyhledat a musel by to stihnout v dostatečně krátké době pro to, aby mohl být včas hospitalizován. V některých případech spotřebitel ani nedostane možnost výběru zdravotnického zařízení a toto zařízení je mu přiděleno.

V lednu roku 2014 skončily poplatky placené pacienty v nemocnicích. Regulační poplatek byl do té doby stanoven ve výši 100 korun za den pobytu v nemocnici. Náměstek ministra zdravotnictví Martin Plíška uvedl, že nemocnice s tímto zrušením přijdou měsíčně o 175 milionů korun. (Válková, Zdravotnictví 2014: Nemocnice bez poplatku a pěstování konopí pro stát, 2013)

Poplatky a pojem nadstandardní péče byly zrušeny v červenci roku 2013, kdy ústavní soud rozhodl, že tyto části reformy zdravotnictví jsou vyjadřovány špatně. Stížnost k soudu podala ČSSD, která nesouhlasila s rozdělením pacientů na chudé a bohaté. Dle vyjádření soudu, ale není problémem placení poplatků, nebo připlácení za péči. Problém je v samotném výkladu zákona. Ten se bohužel nevěnoval přesnému popisu toho, co znamená pro pacienta nadstandardní péče a také se nevěnoval tomu, jak rozlišovat pobyt v nemocnici na běžnou součást léčby a na doprovodnou hotelovou službu. Zákon také neobsahoval žádné limity a časová omezení co se poplatků týká, tak, jak je to běžné v zahraničí. (Klang, 2013)

Ústavní soud tedy nepodpořil myšlenku ČSSD, podle které poplatky a možnost připlatit si za nadstandardní výkony, rozdělují občany a snižují pro ně kvalitu péče. Pouze poukázal na chyby, které procesně vznikly v samotném výkladu zákona. Jakmile tento výklad bude upraven, bylo by možné opět zahájit jednání o navrácení poplatků a možnosti příplatků v nemocnicích. (Klang, 2013) Bohužel ne ale za současné vlády, která se v koaliční smlouvě dohodla na tom, že poplatky zpět zaváděny nebudou. (Válková, Zdravotnictví 2014: Nemocnice bez poplatku a pěstování konopí pro stát, 2013)

Podle mého názoru je cesta absolutního zrušení poplatků a příplatků za nadstandardní výkony cestou špatnou. Mluvčí VZP Oldřich Tichý k tomuto tématu uvedl, že na toto rozhodnutí doplatí opět pouze pacienti, ačkoli si to možná neuvědomí. Jako příklad uvedl sádru, kdy za klasickou sádru pacient zaplatí cca 300 Kč a tyto peníze jsou uhrazeny z jeho zdravotního pojištění. Ovšem může si zvolit i tzv. nadstandard což je sádra lehká, která stojí 800 Kč. V době, kdy byla zákonem ošetřena nadstandardní péče pacientovi pojišťovna proplatila tuto nadstandardní péči ve výši klasické péče (přispěla mu na lehkou sádru 300 Kč). Nyní si musí pacient zaplatit celou částku sám. Pacienti si také mohli častěji dle vlastního uvážení volit ekonomicky náročnější léčbu, lepší očkovaní nebo lepší kontaktní čočky. Mnozí z nich bez příspěvku na tuto volbu již ekonomicky nedosáhne. (Klang, 2013)

Přitom je potřeba se zamýšlet nad tím, jak situaci ve zdravotnictví řešit. Dle prognóz a předběžných výsledků v roce 2012 ve zdravotnictví chybělo cca 6,7 miliard korun. V roce 2013 bylo toto číslo ještě vyšší a do zdravotního systému se ke konci roku několikrát dotovaly peníze navíc. Peníze chybí jak v systému zdravotního pojištění, tak v samotných nemocnicích, které žijí na dluh a nejsou schopny ze svých příjmů pokrývat náklady. Tato situace se logicky musí zobrazovat v kvalitě poskytované péče. Zrušení poplatků tomuto systému příliš nepomohlo. Nemocnice mají problémy platit svým dodavatelům, kteří nesouhlasí s prodlužováním splatností faktur a jsou ze stran zdravotnických zařízení pod obrovským tlakem. (Válková, Loni ve zdravotnictví chybělo sedm miliard, ukazují předběžná čísla, 2013)

Předseda Asociace českých a moravských nemocnic a ředitel hranické nemocnice Eduard Sohlich uvedl, že pacient zatím nemůže poznat propastné zadlužení zdravotnických zařízení, ale je jen otázkou času, kdy tato situace vygraduje. Ekonomické problémy způsobují napětí mezi zaměstnanci a také mezi dodavateli. (Válková, Loni ve zdravotnictví chybělo sedm miliard, ukazují předběžná čísla, 2013)

U našich sousedů a v západním světě se šlo často opačnou cestou, spíše byly rušeny poplatky za recepty a poplatky za návštěvu lékařů – odborníků, nikoli poplatky za pobyt ve zdravotnických zařízeních. Tyto poplatky lze jednoduše regulovat a omezovat jejich platby u sociálně slabých skupin, avšak přinášejí tolik potřebné finance do deficitního rozpočtu nemocnic. Situace tak, jak ji známe dnes je pro zdravotnická zařízení kritická. Je pro ně velice těžké jejich běžné fungování, ještě težší je pro ně pak investování do nových technologií, zařízení, rozvoje, infrastruktury, budov apod. Bez dotací a darů byly tyto investice prakticky nemožné a nereálné. V případě České republiky je jasné, že je potřeba změnit nastavení celého systému, který ve své současné podobě není do budoucna ekonomicky udržitelný.

Od ledna 2015 budou zrušeny veškeré další poplatky mimo poplatek 90 korun za pohotovostní péči. Stát také plánuje snížit DPH na léky a slibuje si od tohoto kroku zlevnění léčebných přípravků. Opět je plánováno financování nemocnic ze státních rezerv, které jsou ale pouze iluzí v době vysokého státního dluhu. Farmaceutické společnosti se ale pravděpodobně nebudou chtít vzdávat části svých zisků, které by plynuly ze snížení DPH, a proto rozdíl opět zaplatí pacienti. (Buchert, 2014)

# Systematický rozbor chování nabídkové strany tržního mechanizmu

Když za něco může prodávající dostat více peněz, bude mít tendenci nabízet toho více, a naopak. To je zákon nabídky. Nabídka jako vztah mezi cenou a nabízeným množstvím je rostoucí funkcí. Je tomu tak proto, že náklady výroby na každou další vyráběnou jednotku (neboli mezní náklady) rostou. Představme si včelaře, který staví na svém pozemku úly a produkuje med. Řekněme, že na produkci první várky medu stačí jedno včelstvo. Na produkci dvou várek medu ale už potřebuje více než dvě včelstva, protože další včely musí létat na vzdálenější místa, a mají proto menší produkci medu. Včelař tak na další a další kila medu musí stavět více a více úlů. Rostou také náklady obětované příležitosti. Na umístění dalších úlů musí včelař obětovávat cennější a cennější pozemky, třeba takové, které jsou blíže jeho domu. Při nízké ceně medu se včelařovi vyplatí jen pár úlů. Při vysoké ceně se vyplatí postavit i další úly. Řekněme, že provozujete automaty na kávu. Při vyšší prodejní ceně byste byli ochotni nabízet více káv. Vyplatilo by se vám kupříkladu zprovoznit další automat v místě, které je příliš vzdálené nebo v něm je vyšší nájem, takže při nižší prodejní ceně kávy by se vám to nevyplatilo. Když cena použitých učebnic na trhu bude nízká, jen velmi málo studentů se rozhodne prodat svoji učebnici mladším studentům, raději si ji nechají nebo zahodí. Když tržní cena učebnice poroste, více studentů se rozhodne ji na trhu nabídnout. Vyšší cena motivuje dát do prodeje učebnici studenty, pro které prodej učebnice znamená vyšší náklady. Pokud některý starší student již chodí do práce, sejít se se zájemcem o učebnici pro něj představuje vysoký náklad obětované příležitosti. Rostoucí cena tak motivuje dát do prodeje učebnici i ty studenty, kterým by to jinak nestálo za to. (Mach, 2013)

Firma je v pojetí klasické ekonomické teorie charakterizovaná jako ekonomický subjekt specializující se proměnu vstupů na statky výstupy. Cílovým chováním firmy podle klasické ekonomické teorie je maximalizace zisku, tj. rozdílu mezi příjmy a náklady. (Dohnalová, 2014)

Důvodem existence institucionálního uspořádání firmy je existence transakčních nákladů a snaha o jejich minimalizaci.

## Pojetí zisku firmy

Firma maximalizující zisk volí takovou kombinaci vstupů i výstupu aby dosahovala maximálního ekonomického zisku. Kromě ekonomického zisku rozlišujeme ještě zisk účetní.

Ekonomický zisk firmy (π) vzniká rozdílem mezi jejími celkovými příjmy (TR) a celkovými náklady (TC).

**Celkové příjmy (TR)** firmy představují sumu peněžních prostředků, které firmě plynou z realizace její produkce na trhu.

**Celkové náklady (TC)** firmy lze chápat jako částku, kterou firma zaplatí za nákup vstupů potřebných k výrobě produkce. Existují dva druhy pojetí nákladů, které nelze z hlediska teorie firmy opomenout, a to účetní a ekonomické.

**Účetní (explicitní) náklady** jsou náklady reálně vynaložené na nákup či pronájem vstupů do výroby. Tyto náklady jsou evidovány v účetních výkazech (Samuelson & Nordhaus, 1995). Jedná se tedy o peněžně vyjádřenou spotřebu výrobních faktorů vynaloženou na činnost podniku (Hořejší et al. 2006). Výrobní faktory jsou zde představovány půdou, jejíž cenou je pozemková renta, prací, jejíž cenou je mzdová sazba, a kapitálem, přičemž cena je v tomto případě úroková sazba. Tyto náklady je možné také označit jako explicitní.

**Účetní zisk** je potom roven rozdílu mezi celkovými příjmy a explicitními (účetními) náklady (Dohnalová, 2013)

**Ekonomické náklady** zahrnují kromě nákladů účetních také náklady implicitní. Jde o náklady založené na principu alternativních nákladů. Ekonomické náklady jsou ve většině případů vyšší než náklady účetní. (Dohnalová, 2014)

***Příklad z praxe - Náklady ve spojitosti s pracovním prostředím***

**(teorie firmy náklady z pohledu mikroekonomie)**

V podnikové sféře jsou náklady na zdravotnictví spojovány především s placením zákonného pojištění (zdravotní pojištění, úrazové pojištění) a s dodatečnými náklady zapříčenými vznikem pracovního úrazu či nemoci z povolání. Náklady a ztráty vyvolané pracovním úrazem či nemocí z povolání představují nejen výdaje a ztráty v okamžiku vzniku, ale také náklady a ztráty, které budou vznikat v dalším časovém období. Jedná se například o výplaty invalidních, vdovských či sirotčích důchodů, výplaty různých příspěvků apod. (Mrkvička, 2011)

Ve spojitosti se vznikem pracovního úrazu či nemoci z povolání rozlišujeme dvě skupiny subjektů, kterým jsou způsobeny náklady a ztráty. Následující graf ukazuje první oblast, kterou jsou ztráty způsobené postiženým pracovníkům (Kooperativa, 2015)

Obrázek 1: Ztráty způsobené pracovníkům (Kooperativa, 2015)

Druhou oblastí nákladů a ztrát, které jsou zapříčiněny vznikem pracovního úrazu či nemoci z povolání jsou ztráty způsobené zaměstnavatelům. Následující graf ukazuje, jakých nákladových skupin se tyto ztráty týkají (Mrkvička, 2012)

Obrázek 2: Ztráty způsobené zaměstnavatelům (Mrkvička, 2012)

Ergonomie je jeden z prostředků vedoucích ke snižování podnikových nákladů. Především se jedná o náklady na pracovní úrazy, nemoci z povolání, náklady vzniklé špatně provedenou kategorizaci prací, náklady na odškodňování vzniklých a prokázaných zdravotních problémů apod.

## Pojetí transakčních nákladů

**Transakční náklady** poprvé popsal ekonom Ronald Coase, který je laureátem Nobelovy ceny za ekonomii. Transakční náklady definuje jako náklady využití trhu, když jejichž existence vychází z neefektivního fungování trhu, respektive nedokonalé informovanosti účastníků trhu. Tedy pokud by trh pracoval efektivně, neexistovaly by ani transakční náklady. (Holman, 2007; Coase, 1937)

### Druhy transakčních nákladů

Transakční náklady lze klasifikovat jako náklady:

* Objektivní
* Subjektivní benigní
* Subjektivní maligní
* Příležitostní

Ve výsledku ovlivní existence transakčních nákladů příležitostné transakce takovým způsobem, že tyto se v řadě případů ani neuskuteční, jelikož předpoklad příliš vysokých trans-akčních nákladů ovlivní jednotlivé účastníky transakce natolik, že od ní raději ustoupí. Z tohoto plyne, že pravděpodobně nedojde k přesunu výrobních faktorů k té straně, která by je dokázala využít nejefektivněji (Richter, 2008).

### Transakční náklady jako důvod pro vznik firmy

Hlavním důvodem pro založení firmy je existence nákladů za využití tržního mechanismu. Nejzřetelnějším nákladem je náklad na řízení a organizování produkce skrze tržní mechanismus a následné zjištění, jaká cena je přijatelná. Tyto náklady mohou být eliminovány, ne však zcela odstraněny, objeví-li se osoba, která bude tyto informace nabízet. Náklady na vyjednávání a rozhodnutí či uzavření jednotlivé smlouvy pro každou výměnnou transakci, která bude na trhu provedena, je také nutno započítat. Samozřejmě nelze předpokládat, že existencí firmy dojde k úplnému vymizení těchto nákladů, budou však značně omezeny. Vlastníci výrobních faktorů nemusí provádět řadu směnných transakcí s těmito faktory, jelikož se stávají zaměstnanci firmy. Další eliminací nákladů na využití trhu je nahrazení několika krátkodobých kontraktů jedním dlouhodobým. Lze tedy shrnout, že operace na trhu jsou zatíženy vždy nějakými náklady a vznik firmy a řízení výrobních faktorů jednou osobou umožňuje některé náklady na využití trhu eliminovat (Coase, 1937).

Dle Coaseho je existence firmy pouhým právním rozdělením, nemá žádnou fyzickou podstatu. Je tedy založena pouze na existenci vztahů mezi majiteli, manažery, zaměstnanci, dodavateli a odběrateli. Efektivita firmy je následně závislá na schopnosti jednotlivých zmíněných účastníků najít rozdělení, které směřuje k minimalizaci transakčních nákladů jejich spolupráce. Transakční náklady rozlišujeme:

* Náklady informací
* Náklady rozhodovací
* Náklady vymáhací (Hirschey, 2006).

***Příklad z praxe – Transakční náklady v insolvenčním řízení***

V průběhu insolvenčního řízení dochází k řadě transakcí, a to zejména v případě, kdy bude dlužníkův úpadek řešen konkurzem, tedy prodejem dlužníkových aktiv a následným poměrným uspokojením věřitelů. Za předpokladu, že požadujeme co nejvyšší uspokojení věřitelů, je třeba dbát na to, aby náklady spojené s řízením, a tedy i s transakcemi v průběhu řízení, byly co nejnižší.

Aby mohlo docházek k transakcím, je třeba přesně definovat vlastnictví, stejně jako práva spojená s vlastnictvím aktiv, k jejichž směně při transakci dochází. Ke změně vlastnictví dochází také při řešení insolvenčního stavu podniku, kdy je v průběhu konkurzního řízení majetek dlužníka realizován na trhu. Insolvenční zákon, kterým se tyto transakce řídí, patří k poměrně mladým institucím, když vstoupil v platnost v roce 2008. I u tohoto zákona by měla být jedním z hlavních cílů snaha o nastavení takového průběhu insolvenčního řízení, kdy transakční náklady tohoto řízení budou co nejnižší. (Crhová, 2013)

## Produkce

Vztah mezi výrobním procesem firmy a vývojem nákladů firmy zkoumá **produkční analýza**. Výše nákladů firmy je ovlivněna množstvím a cenou nakupovaných výrobních faktorů potřebných k výrobě. Výsledkem užití kombinace různých výrobních faktorů ve výrobním procesu je konkrétní výstup, tzv. produkce firmy, který firma sleduje v určitých měrných jednotkách.

### Produkční analýza firmy v krátkém období

Analýza vývoje produkce firmy v krátkém období vychází z předpokladu, že firma má omezené možnosti při nákupu výrobních faktorů. Pokud uvažujeme, že ve výrobě využívá dva výrobní faktory, práci a kapitál, tak v krátkém období je kapitál považován za fixní a práce za variabilní. (Dohnalová, 2014)

Vztah mezi množstvím používaného variabilního vstupu a objemem produkce vytvořené v krátkém období vyjadřuje tzv. produkční funkce. Obecně řečeno, produkční funkce znázorňuje objem produkce vytvořený danou kombinací výrobních faktorů při dané úrovni technologie a lze ji vyjádřit vztahem

(Hořejší et al., 2010)

### Produkční analýza firmy v dlouhém období

Analýza vývoje produkce firmy v dlouhém období vychází z předpokladu, že všechny vstupy používané ve výrobním procesu jsou variabilní. Pokud firma používá ve výrobě práci a kapitál potom v dlouhém časovém období je může měnit v závislosti na objemu produkce. (Dohnalová, 2013; Hořejší et al. 2010).

Vývojem produkce firmy v dlouhém období se zabývá tzv. izoknantová analýza. Produkce firmy zkoumá v závislosti na dvou variabilních vstupech, kterými jsou práce (L) a kapitál (K). Výstup firmy znázorňuje tzv. izokvant. (Dohnalová, 2013; Hořejší et al., 2010)

Izokvanta je křivka, která představuje takové kombinace výrobních faktorů práce (L) a kapitálu (K), s jejichž pomocí je možno vyrobit stejný objem produkce. Například kombinací výrobních faktorů K1 a L1 je možno vyrobit objem produkce na úrovni Q1. Samozřejmě existuje i řada jiných kombinací práce a kapitálu, kterými lze vyrobit objem produkce Q1. (Dohnalová, 2013; Hořejší et al., 2010)

## Optimální výstup firmy

Firma musí sladit své technické možnosti s finančními. Firma maximalizující zisk se bude snažit za dané celkové náklady vyrobit maximálně možný objem produkce. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

### Linie stejných nákladů

Finanční možnosti firmy jsou v ekonomické teorii reprezentovány přímkou zvanou isokosta nebo nazývaná linie stejných nákladů. Znázorňuje všechny možné kombinace práce a kapitálu, které si firma může pořídit za dané celkové náklady. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

### Minimalizace nákladů firmy

V bodě dotyku isokosty a izokvanty firma volí takovou úroveň výstupu, který je produkován s minimálními náklady. Tento bod je označován jako nákladové optimum firmy.

(Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

Tento vztah je označován také jako pravidlo nejnižších nákladů. Pravidlo říká, že firma bude minimalizovat náklady v situaci, kdy mezní produkt z jedné koruny vynaložené na nákup každého z používaných vstupů bude stejný. (Hořejší et al, 2010)

***Příklad z praxe – outsourcing***

Manažeři u nás jsou stále přesvědčeni, že čím více toho jejich firma vlastní a přímo řídí, tím je významnější. Snad v tom hraje určitou roli přesvědčení, že když je společnost větší, konkurence před ní zbaběle prchne. Poslední dobou se ukazuje spíše pravý opak. Z podobných podniků se pomalu a jistě stávají neflexibilní kolosy, které pak stěží mohou reagovat na potřeby zákazníků a trendy na trhu. Management firem, které chtějí být leadery na trhu, si toto uvědomují, a proto volí cestu specializace a outsourcingu.

Podpůrné, zpravidla administrativní – transakční procesy mají všechny společnosti, musejí je mít. Nicméně každá firma si je dělá po svém a obvykle v nich nevyniká. Vhodným řešením je proto vyčlenění těchto činností mimo firmu a jejich svěření někomu, kdo je v tomto oboru profesionál a zvládne je udělat externě chytřeji, rychleji a levněji. Podnik tak ušetří významnou část provozních nákladů, získá vyšší kvalitu zmíněných procesů a také čas a prostor věnovat se naplno svému klíčovému byznysu, který je primárním zdrojem jeho výnosů a zisku. Není to vyčlenění vlastního rozhodování firmy, ale pouze všech administrativních činností, které jakémukoliv rozhodnutí předcházejí nebo po něm následují. To přináší významnou a měřitelnou úsporu času i peněz pro každou společnost. Dokonce i snížení počtu dodavatelů na minimum má svou logiku. Méně dodavatelů znamená jednodušší řízení, méně administrativy, větší objem služeb, větší slevy.

Přestože se tento trend, který už je dnes v zahraničí zcela běžnou praxí, v českém prostředí šíří pozvolným tempem, stále více firem začíná o outsourcingu uvažovat. Řada podniků na českém trhu již – s různou úspěšností – outsourcovala části svých administrativních činností. Někde to funguje, jinde však firmy narážejí na problémy, protože provozovatelům těchto služeb chybí profesionalita a zkušenost. Není snadné stát se spolehlivým a profesionálním poskytovatelem služeb v účetnictví, personalistice, nákupu a dalších oborech – na to je třeba mít špičkové lidi, zkušenost na trhu a umět řídit centra poskytovaných služeb jako velmi dobře fungující a profesionální podnik s měřitelnou kvalitou na prvním místě.

V době krize byly firmy obecně mnohem opatrnější i při rozhodování o tom, komu svěří administrativní procesy. Došlo také na zakládání tzv. center sdílených služeb, kde se centralizovaly procesy do jedné lokality, což je zpravidla nákladově výhodnější kvůli nižší ceně pracovní síly. Na procesech se však nic podstatného nezměnilo, zůstaly prakticky stejné, a úsporný efekt proto trval krátce.

Pokud jsou administrativní procesy prováděny interně, je samotný proces zdlouhavý, komplikovaný a časově i finančně náročný. A to zejména ze dvou hledisek: nákladovosti a odbornosti. Interní zaměstnanci pro firmu představují náklady, je nutné počítat s jejich mzdami, časem stráveným nad příslušnou činností, náklady na školení a rozvoj, náklady na údržbu počítačového systému apod. V konečném důsledku se v případném nedodržení správného procesního postupu či chybějící dokumentace může negativně obrátit proti klientovi.

Business proces outsourcing s sebou nese mnohé výhody od minimalizace nákladů, podpory růstu aktiv společnosti, osvobození od nákladů na administrativu, až po mzdy, kontrolu zaměstnanců, zajištění telefonů a kancelářského vybavení. Společnost pak může ušetřené prostředky a úsilí věnovat svým skutečným podnikatelským aktivitám.

Pro zachování určitého standardu se v současné době využívá co nejpřesnějšího stanovení rozsahu, úrovně a intenzity dodávaných služeb, ať už se jedná o popis služby, záruky, časové rozpětí, způsob měření, cenu, bonusy či případně malusy, kapacitu, způsob reportování v rámci smluvních podmínek, tzv. SLA. Účelem tohoto přesného definování není potřeba biče, který klient v případě nedodržení smluvního ujednání využije, ale naopak snaha o vytvoření partnerského vztahu mezi odběratelem a dodavatelem. Jen díky tomu se tradiční obchodní vztah může dostat na úroveň, ze které mohou těžit oba partneři. V partnerském vztahu obě strany spolupracují tak, aby rozvoj byznysu vedl k oboustranné spokojenosti.

Na základě podmínek obsažených v SLA poté dochází k pravidelnému hodnocení odvedené práce dle klíčových výkonnostních parametrů, tzv. KPI. Stejně jako v jiných oborech i v business proces outsourcingu jsou KPI základním zdrojem pro identifikaci defektů kvality. Hodnocení výkonu je pravidelně monitorováno a podle toho, jak provoz vyžaduje, jsou rovněž reportovány výsledky. Na základě analýzy jsou outsourcingové společnosti schopny identifikovat, kde dochází ve zpracovávaném procesu k chybám, což umožňuje začít s efektivní nápravou a zeštíhlováním.

Zaměstnanci pracující s citlivými daty klienta musí být řádně proškoleni v dané oblasti a součástí všech pracovních smluv je ustanovení o zachování mlčenlivosti. Bezpečnost klientských dat je pro outsourcingové společnosti absolutní prioritou. (Kolman, 2012)

***Příklad z praxe – minimalizace nákladů IaaS řešení***

Většina firem se čím dál, tím více potýká se snižováním nákladů. Finanční ředitelé se naučili nacházet možnosti jak ušetřit i tam, kde by ještě před několika lety nikdo žádné úspory nehledal. Jenže když už se všechny větší zakázky třikrát opakovaně vyhlásily, byznys je vyladěný tak, že firma nemá auta a ani člověka navíc, tak je velmi těžké najít oblast, kde lze najít nějaké úspory. Jednou z posledních věcí, která přijde na řadu, bývá IT. To zpravidla finanční ředitelé podvědomě odkládají - tato oblast je mimo jejich odbornost. Otázka IT jako určitého tabu, kterému ve firmě rozumí pouze IT oddělení je však oboustranná. Naopak málokterý IT manažer má zároveň tak hluboké znalosti o potřebách firmy a směřování jejího byznysu. Často bývá těžké odhadnout dopad na IT systémy v horizontu delším, než dva roky. Standardní životní cyklus IT infrastruktury v délce čtyř let je navíc příliš dlouhý na odhad její měnící se velikosti. Proto se v jeho průběhu běžně můžeme setkat buď s naddimenzovanou, nebo naopak poddimenzovanou IT infrastrukturou. Běžná on-premise infrastruktura je pak využívána pouze z 25 %.

Většina těchto problémů se však dá vyřešit pomocí cloudových služeb. Vybudování vlastního cloudového systému je pro malé a středně velké firmy příliš nákladné a proto je nutné se obrátit na některého z poskytovatelů těchto služeb. Z mnoha důvodů je pak pro firmy dobré volit výhradně privátní cloud, který je vhodnější pro zabezpečení důvěrných dat i pro klíčové firemní IT systémy. V případě zájmu vyvarovat se legislativní problematiky nakládání s daty uloženými v zahraničí je pak rovněž možné poohlédnout se po poskytovateli s datovými centry na území. Z různých typů služby je pak nejkomplexnějším a zároveň nejvýhodnějším tzv. infrastruktura jako služba (IaaS).

Implementací IaaS řešení lze na IT infrastruktuře ušetřit v zásadě ve třech kategoriích. První jsou přímé úspory, kam patří náklady na pořízení a údržbu hardwaru a také na záložní hardware. Druhou skupinou je minimalizace rizik vzniku dalších nákladů díky zabezpečení datových center (včetně záložních energetických zdrojů a chladicích systémů) nebo službám jako je rychlé obnovení dat ze zálohy. Konečně třetí kategorií jsou úspory potenciální jako třeba redukce spotřeby elektrické energie díky šetrným řešením „zeleného IT“, nebo nulové provozní náklady (lidské zdroje i hardware) na servery v datovém centru, která je výhradně v režii poskytovatele cloudové služby.

Výše samotných úspor samozřejmě záleží na typu firmy, nicméně jedná se o úsporu 30 až 40 % z celkových nákladů na IT ve střednědobém horizontu, tedy asi ve třech až čtyřech letech. Významné úspory v provozních nákladech nastávají zejména z hlediska personálního, kdy se jedná až o 75 %. Přičemž kromě samotných mezd je nutné brát v úvahu i školení v obsluze moderní infrastruktury. V investičních úsporách se zase nejvýznamněji projeví úspory na hardware, které dělají až 66 %.

Kromě snížení nákladů na firemní technologie přináší cloud rovněž výhodu v možnosti pružněji plánovat další investice. Většina firem, které cloud nemají, plánuje investice do IT infrastruktury v horizontu běžného životního cyklu IT infrastruktury, tj. zhruba 4 let. U uživatelů cloudu je plánování mnohem flexibilnější a dokáží reagovat a rozhodovat se v mnohem kratším horizontu. Nedávný průzkum Českých Radiokomunikací ukázal, že 40 % firem, které už mají cloud, plánuje investice na období 1 až 2 roky. (CFOworld, 2016)

***Příklad z praxe – Minimalizace nákladů Bohemia Energy***

Všichni obchodníci společnosti Bohemia Energy uzavírají nové smlouvy s koncovými odběrateli elektrické energie a plynu prostřednictvím mobilní aplikace v tabletech. Čistě elektronická cesta zpracování nových smluv pomohla zásadně zrychlit proces získávání nových zákazníků, výrazně snížila chybovost při vyplňování a přepisování údajů ve smlouvách a zcela odstranila nutnost tisku (jestliže si zákazník nevyžádá doručení smlouvy poštou) a fyzické archivace papírových smluv.

Tablet se speciálními aplikacemi, formuláři, ceníky a dalšími dokumenty je základním nástrojem každého z více než 700 obchodníků Bohemia Energy, kteří každodenně navštěvují potenciální zákazníky po celé České republice. Pro Bohemia Energy je proto zcela klíčová otázka zajištění bezproblémové funkčnosti tabletů, distribuce aktuálních verzí aplikací a zabezpečení obsahu mobilních zařízení.

Hledané řešení pro správu mobilních zařízení muselo splňovat vysoké nároky na omezení možnosti manipulace s obsahem tabletů, které jsou určeny výhradně k pracovním účelům. Bylo třeba zcela omezit možnosti instalace aplikací uživateli, výrazně omezit okruh webových stránek, které lze z tabletu otevřít a vytvořit zabezpečené úložiště pro dokumenty. Rovněž bylo nezbytné všechny tablety v maximální možné míře chránit před odcizením, ztrátou a připadnou kompromitací dat zákazníků.

Jako první alternativní dodavatel začala v roce 2006 nabízet domácnostem elektřinu a o dva roky později i plyn. V současnosti je v segmentu domácností a malých až středních firem největším alternativním dodavatelem elektřiny a plynu v České republice. Na úspěchu Bohemia Energy se značnou měrou podílí progresivní přístup k moderním technologiím, který se odráží v kompletní digitalizaci a optimalizaci procesů získávání nových zákazníků a následné zákaznické péče. Významná část investic Bohemia Energy směřovala do zákaznického informačního systému, partnerského portálu a mobilních aplikací, prostřednictvím kterých lze uzavřít smlouvu již během první návštěvy u nového zákazníka. Související procesy (kontrola údajů, telefonické ověření se zákazníkem, přenesení do zákaznického systému atd.) mají garantovanou dobu odezvy, takže se období od uzavření smlouvy po doručení uvítacího dopisu novému zákazníkovi značně zkrátilo, a to ze 14 dnů na pouhé 2 dny.

„Digitalizace procesu uzavírání smluv s využitím tabletů se nám po všech stránkách vyplatila a setkala se s kladným ohlasem jak u našich zákazníků, tak i obchodních zástupců. Tato doslovná transformace způsobu našeho podnikání by ovšem nikdy nebyla možná bez vyspělého řešení správy mobilních zařízení,“ říká Ing. Jiří Písařík, zakladatel a jednatel společnosti Bohemia Energy.

Každý z více než 700 obchodníků společnosti Bohemia Energy je vybaven tabletem s operačním systémem Android, ve kterém vždy najde nejnovější verze aplikací, smluv, číselníků a dokumentů, které potřebuje ke své práci. Obsah tabletu je automaticky aktualizován prostřednictvím mobilního připojení k internetu a stejnou cestou jsou odesílána data z vyplněných smluv. Zcela bez připojení k internetu může obchodník pracovat až tři dny. „aplikace nám poskytuje informace o stavu jednotlivých zařízení a automaticky nás upozorní na situaci, kdy je tablet delší dobu neaktivní. Okamžitě můžeme ověřit, kde se tablet nachází a zdali je vše v pořádku,“ vysvětluje projektový manažer Ing. Pavel Paták. Data prodejní mobilní aplikace jsou v paměti tabletu uložena v šifrovaném kontejneru a zároveň se v tabletu uchovávají jen údaje právě rozpracované smlouvy. Jakmile dojde k dokončení smlouvy, jsou data přenesena na server a z paměti tabletu mizí. Pro přístup k firemním dokumentům (návody, prodejní postupy, školicí materiály apod.) se používá aplikace. Kterékoli zařízení lze na dálku lokalizovat, zablokovat či smazat jeho úložiště. V případě ztráty či odcizení tabletu se jeho obsah nikdy nedostane do nepovolaných rukou.

Pro zajištění maximální možné úrovně funkčnosti tabletů jsou v rámci širokých možností konfigurace řešení zablokovány veškeré instalace dodatečných aplikací. Prostřednictvím funkce Mobile Browsing Management jsou nastaveny povolené internetové stránky, které lze otevřít v zabezpečeném webovém prohlížeči. Instalované aplikace jsou aktualizovány na pokyn IT administrátorů Bohemia Energy až po důkladném otestování nových verzí, nikoli přímo z obchodu Google Play. „Požadavkem Bohemia Energy bylo nakonfigurovat tablety jako výhradně pracovní nástroje, tedy bez možnosti instalace dalších aplikací a neomezeného procházení webových stránek.

O správu tabletů obchodníků se v Bohemia Energy starají dva administrátoři z firemního IT oddělení. Pokud má zaměstnanec firemního IT z Bohemia Energy se systémem jakýkoli technický problém, může kdykoli v pracovní dny od 8 do 17 hodin požádat pracovníka podpory o pomoc. Na dálku se mohou připojit k pracovní ploše tabletu a vyřešit případné potíže obchodníka na cestách. Denně řeší správci průměrně 10 incidentů. Za dva roky provozu řešení bylo z důvodu ztráty, zničení nebo odcizení vyřazeno přibližně 10 procent zařízení, přičemž nikdy se obsah citlivých dat nedostal do nepovolaných rukou.

Projekt Mobilní obchodník získal první místa v soutěžích Cacio IT Projekt roku a Internet Effectiveness Award. Díky digitální transformaci našeho obchodu jsme získali výrazný náskok před konkurencí a tisíce spokojených zákazníků. (Písařík, 2016)

## Příjmy firmy

**Příjmy firmy** představují sumu peněžních prostředků, které firmě plynou z realizace její produkce na trhu. Vývoj příjmů firmy je závislý na tržním prostředí, ve kterém se firma pohybuje. Příjmy firmy rozlišujeme celkové, průměrné a mezní. (Dohnalová, 2013; Hořejší et al., 2010)

**Celkový příjem firmy** (TR) je celková peněžní částka, kterou firma získá prodejem svých výrobků.

V podmínkách nedokonalé konkurence je situace složitější, protože cena není konstantní tak jak v dokonalé konkurenci. Firma působící v nedokonalé konkurenci má klesající individuální křivku poptávky. Aby mohla prodat další jednotku produkce, tak musí snížit cenu. Bude-li výstup firmy vetší než nula potom bude vždy platit, mezní příjem je menší než cena produkce.

**Průměrný příjem firmy** (AR) je příjem plynoucí firmě z jedné prodané jednotky. Vypočteme jej, když celkový příjem firmy (TR) vydělíme počtem prodaných jednotek.

Skutečnost, že průměrný příjem je roven ceně produkce platí ve všech typech konkurence. Křivka průměrného příjmu je vždy totožná s křivkou poptávky po produkci firmy. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

## Výrobní rozhodnutí firmy

Základem pro výrobní rozhodnutí firmy je její snaha o maximalizaci zisku. Rozhodující význam pro tuto situaci má porovnání mezních příjmů (MR) a mezních nákladů (MC) firmy. Víme, že mezní příjem je příjem za poslední prodanou jednotku produkce firmy a mezní náklady jsou náklady na poslední vyrobenou jednotku produkce.

V této situaci firma za prodej získá menší částku peněz, než vložila do její výroby. Další zvýšení objemu produkce o jednotku by způsobilo větší růst celkových nákladů, než celkových příjmů. Zisk by dalším zvyšováním výroby klesal, proto firma bude množství vyráběné produkce snižovat.

V této situaci firma za prodej poslední jednotky produkce získá větší částku, než vložila do její výroby. Další zvýšení objemu produkce o jednotku, způsobí větší růst celkových příjmů, než celkových nákladů. Zisk by dalším zvyšováním výroby rostl,, proto firma bude množství vyráběné produkce zvyšovat.

Nyní firma za prodej poslední jednotky produkce získá stejnou částku, jakou vložila do její výroby. Změnou objemu produkce není možno zisk zvýšit. Rozdíl mezi celkovými příjmy a celkovými náklady je největší. Firma maximalizuje zisk, říkáme, že se nachází v rovnováze.

Volba výstupu firmy na základě rovnosti mezních nákladů a mezních příjmů je označována jako zlaté pravidlo **maximalizace zisku firmy**. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

**Shrnutí**

* Firma je v pojetí klasické ekonomické teorie charakterizovaná jako ekonomický subjekt specializující se proměnu vstupů na statky výstupy.
* Důvodem existence institucionálního uspořádání firmy je existence transakčních nákladů a snaha o jejich minimalizaci.
* Firma maximalizující zisk volí takovou kombinaci vstupů i výstupu aby dosahovala maximálního ekonomického zisku.
* Celkové příjmy (TR) firmy představují sumu peněžních prostředků, které firmě plynou z realizace její produkce na trhu.
* Celkové náklady (TC) firmy lze chápat jako částku, kterou firma zaplatí za nákup vstupů potřebných k výrobě produkce.
* Účetní (explicitní) náklady jsou náklady reálně vynaložené na nákup či pronájem vstupů do výroby.
* Účetní zisk je potom roven rozdílu mezi celkovými příjmy a explicitními (účetními) náklady.
* Ekonomické náklady zahrnují kromě nákladů účetních také náklady implicitní.
* Ekonomický zisk je potom roven rozdílu mezi celkovými příjmy a explicitními (účetními) náklady a náklady obětované příležitosti.
* Transakční náklady definuje jako náklady využití trhu.
* Transakční náklady lze klasifikovat jako náklady: objektivní; subjektivní benigní; subjektivní maligní; příležitostní.
* Vztah mezi výrobním procesem firmy a vývojem nákladů firmy zkoumá produkční analýza.
* Analýza vývoje produkce firmy v krátkém období vychází z předpokladu, že firma ve výrobě využívá dva výrobní faktory, práci a kapitál, tak v krátkém období je kapitál považován za fixní a práce za variabilní.
* Analýza vývoje produkce firmy v dlouhém období vychází z předpokladu, že všechny vstupy používané ve výrobním procesu jsou variabilní.
* Vývojem produkce firmy v dlouhém období se zabývá tzv. izokvantová analýza.
* Izokvanta je křivka, která představuje takové kombinace výrobních faktorů práce (L) a kapitálu (K), s jejichž pomocí je možno vyrobit stejný objem produkce.
* Nákladové optimum firmy je v bodě dotyku isokosty a izokvanty.
* Příjmy firmy představují sumu peněžních prostředků, které firmě plynou z realizace její produkce na trhu.
* Průměrný příjem firmy (AR) je příjem plynoucí firmě z jedné prodané jednotky.
* Základem pro výrobní rozhodnutí firmy je její snaha o maximalizaci zisku.
* Volba výstupu firmy na základě rovnosti mezních nákladů a mezních příjmů je označována jako zlaté pravidlo maximalizace zisku firmy.

# Alternativní teorie firmy

## Vznik alternativních teorií firmy

Obecně je firma považována za základní prvek moderní ekonomiky, jejímž úkolem je transformace výrobních faktorů na výstupy, které jsou následně realizovány na různých trzích. Předmětem ekonomické teorie je rozhodováni a chování firmy v různých konkurenčních podmínkách. Názory na firmu a její existenci podléhají vývojovým změnám, které jsou přirozenou součástí lidského bytí.

Klasická ekonomická teorie firmu chápe jako subjekt, který na trzích finální produkce nebo na trzích výrobních faktorů sleduje jediný cíl, a tím je maximalizace zisku. V této souvislosti jsou využívány marginální veličiny, a to v podobě tzv. „zlatého pravidla maximalizace zisku“, které je založeno na porovnání mezního příjmu a mezních nákladů firmy. V reálných podmínkách je maximalizační cíl firmy obtížně dosahován. Dalším předpokladem, na kterém staví tradiční teorie chování firmy je, že vlastnictví firmy je spjato s jeho řízením za předpokladu existence dokonalé informovanosti. I tento předpoklad v reálném světě tržní ekonomiky je porušen.

Nové pohledy na firmu se začínají objevovat v padesátých letech 20-tého století jako reakce na vývoj společnosti, a to v důsledku nových společensko-ekonomických změn na trzích. Nedostatek finančních zdrojů firem vedl ke změně vlastnické struktury firmy, a také k oddělení řízení od její kontroly. Do rozhodování o chodu firmy jsou prosazovány zájmy různých subjektů, které jsou firmou nějak dotčeny. (Hořejší a kol., 2015)

Zpochybnění přístupů klasické teorie firmy a odraz nových skutečností dal prostor pro vznik tzv. alternativních teorií firmy, které různým způsobem reagují na reality spojené s fungováním firmy. I alternativní teorie zaznamenaly jistý vývoj v čase. Nejdříve vznikly tzv. manažerské teorie firmy a o málo později behavioristické teorie firmy.

### Manažerské teorie firmy

Manažerské teorie firmy jsou založeny na obecném předpokladu odděleného vlastnictví a řízení firmy. Podle těchto teorií firma řízená manažery může sledovat odlišné cíle než ziskové, to v závislosti na cílech manažerů. Stiglitz, spolu s jinými autory, se zabýval problémy vztahu manažerů a vlastníků firmy již v šedesátých letech minulého století. Zabýval se nedokonalou informovaností ve vztahu vlastník a manažer. (Schiller, 2004)

Podle něj:

* vlastníci disponují nedokonalou informací o možnostech rozhodování manažerů. Tato nedokonalost informací vyvolala nutnost delegovat zodpovědnost na manažery;
* manažeři si existenci nedokonalých informací uvědomují a mohou podniknout akce ke zvýšení asymetrie informací, čímž zesílí svoji rozhodovací autoritu;

výše uvedené problémy mohou nastat v situaci jak jednoho tak mnoha vlastníků firmy. (Schiller, 2004)

Manažerské teorie firmy odrazem daných skutečností přiznávají, že oba subjekty působící uvnitř firmy, vlastníci a manažeři, sledují své vlastní maximalizační cíle zájmů, které mohou být mnohdy konfliktní.

**Vlastníci** jsou v manažerských modelech chápáni jako podílníci, shareholders, kteří najímají vrcholové manažery, aby firmu v jejich zájmu řídili. Jejich cílem je maximalizace zisku k zajištění zhodnocení investovaného kapitálu. (Soukupová et al. 2015)

**Manažeři** jsou považováni za druhou nejdůležitější skupinu uvnitř firmy. Proti ostatním zaměstnancům se odlišují rozsahem pravomocí a odpovědností a rovněž výší platu. Mají přístup k informacím, mají právo dělat rozhodnutí o investicích, cílech a personální struktuře firmy. Uplatněním různých metod řízení ovlivňují rovnováhu uvnitř firmy a její cílové chování. Jejich postavení ve firmě jim povoluje odchýlit se od cíle maximalizace zisku k vlastnímu cíli, kterým je maximalizace užitku.

Manažerské teorie firmy mají společný základ v představě o snaze maximalizace užitku manažerů, a to i na úkor zájmu vlastníků. Diference mezi jednotlivými modely spočívají:

* v parametrech, které ovlivňují manažerskou funkci užitku;
* v nástrojích, které management využívá k dosahování svých cílů;
* v následcích, které vyvolávají změny různých parametrů.

Nejznámějšími modely manažerských teorií firmy jsou model Williama Jacka Baumola z roku 1959, dále model Olivera Eatona Wiliamsona z roku 1964, model Tibora Scitovského, jednoduchý manažerský model, Marristův model z rok 1968. Jejich výchozím předpokladem je *oddělení vlastnictví firmy od jejího řízení*. Cílové chování firmy analyzují prostřednictvím maximalizačních cílů vlastníka resp. vlastníků a manažera. Ostatními členy firmy se nezabývají. V rámci manažerských teorií bude prezentován také Wardův model zaměstnanecké firmy.

**Baumolův model** stojí na předpokladu maximalizace příjmů. Důvodů, proč firma sleduje příjmy více než svůj zisk, je celá řada. Příčiny je možné vymezit dvojím způsobem: pozitivně nebo negativně:

* pozitivní důvody se zaměřují na vztah mezi motivací manažerů a příjmy firmy. Řada odměn manažerů není vázána na zisk, ale na příjmy firmy. Z toho plyne, že manažeři budou více sledovat příjmy firmy než její zisk. Řada vlastníků se zajímá nejen o ziskovost firmy ale také o její růst. Z modelu plyne, že maximalizace tržeb znamená vyšší růst firmy než maximalizace zisku.

negativní důvody plynou z analýzy situace, kdy celkové příjmy firmy klesají nebo stagnují, zatímco příjmy ostatních firem v odvětví rostou. Pokles příjmů se může odrazit v poklesu popularity daného výrobku, což může způsobit odliv zákazníků dané firmy. Stejně tak firma s klesajícími příjmy nemusí být již zajímavá pro své současné distributory, kteří mohou přejít ke konkurenci. Příjmy firmy (resp. tržní podíl) jsou rovněž důležitým kritériem, které berou v úvahu instituce peněžního trhu při posuzování kredibility dané firmy. V případě, že příjmy firmy klesají, dochází k propouštění řady zaměstnanců, což zvyšuje napětí pracovních vztahů ve firmě. Taková situace není manažery firmy vítána. (Soukupová et al. 2015)

Statická verze Baumolova modelu předpokládá, že firma působí v prostředí nedokonalé konkurence, a že existují bariéry vstupu do odvětví. Funkce poptávky nebude dokonale elastická a cena nebude nezávislým parametrem. Obrat tudíž nemusí vždy růst s objemem výroby. Chování firmy pak může probíhat ve dvou rovinách: za prvé, bez omezení zisku pouze se sledováním maximálního obratu a za druhé, s požadovaným minimálním ziskem pro vlastníky. V prvním případě maximální obrat bude dosažen v bodě maxima funkce celkových příjmů Maxima funkce celkového příjmu je dosaženo v bodě nulového mezního příjmu firmy. Porovnáním objemu produkce daným maximalizací zisku s objemem produkce daným maximalizací obratu zjistíme, že ve druhém případě znamená výrobu většího objemu produkce a tím předpoklad zajištění vyšší tržního podílu firmy.

Pokud je ze strany vlastníků požadovaná minimální úroveň zisku při dosahování maximálního obratu pak musí nastat kompromisní řešení situace mezi manažeri a vlastníky. Dosahuje-li firma v bodě maxima obratu nižší úrovně zisku, než je požadovaný, pak je v zájmu vlastníků nucena buď snížit objem výroby, nebo zvýšit cenu. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

**Scitovského jednoduchý manažerský model** je založen na hypotéze, že chování manažerů ve firmě je analogické s chováním spotřebitelů. Cílem chování spotřebitelů v tradiční ekonomické teorii je maximalizace užitku, a proto cílem firmy řízené manažery je maximalizace užitku manažerů. V případě manažerů však nejde o optimalizaci spotřeby vzhledem k rozpočtovému omezení. Užitek je pro manažera dán jeho postavením ve firmě, jeho výhodami a vedlejšími příjmy. Dosahovaný zisk firmy je potom snížený o vedlejší příjmy a výhody manažerů, protože ve skutečnosti dochází ke zvýšení celkových nákladů firmy. (Schiller, 2004)

Příkladem manažerského modelu, který vychází z užitku manažerů, je model, podle něhož jsou proměnnými manažerské funkce užitku zisk spolu s vedlejšími výhodami a příjmy manažerů. Vedlejší příjmy a výhod manažerů pro firmu znamenají náklady. Jejich růst se projevuje snížením zisku firmy. Jaké je pak chování firmy v jednoduchém manažerském modelu? Výstup a cenu své produkce firma určuje podle pravidel maximalizace zisku. Dosažený zisk pak obsahuje dvě složky: vykazovaný zisk a vedlejší příjmy a výhody manažerů. Znamená to, že ve firmě kontrolované manažery jsou náklady zvýšeny o vedlejší příjmy a výhody manažerů, současně jejich výše snižuje vykazovaný zisk. Maximalizaci zisku firmy by odpovídala situace, kdy zisk firmy by byl roven vykazovanému zisku. V tomto případě by byly vedlejší výhody a příjmy manažerů nulové (analogií neutrálního statku). S růstem rozdílu mezi celkovými příjmy a celkovými náklady firmy se od maximalního zisku vzdaluje. Objem produkce i cena jsou v jednoduchém manažerském modelu stejné jako při maximalizaci zisku, avšak při vyšších nákladech a nižším vykazovaném zisku. Hlavní odlišností jednoduchého manažerského modelu od maximalizace zisku je větší volnost výběru kombinace vykazovaného zisku a vedlejších příjmů a výhod manažerů.

Scitovského model porovnává dvě veličiny zisk a volný čas manažera. V jeho pojetí je zisk firmy závislý na vynaloženém času a úsilí manažera. Velikost úsilí manažera je považovaná během jedné časové jednotky (1 hodina) za konstantní. Velikost úsilí manažera za jeden den, (24 hodin) je jeho maximálním denním úsilím. Z uvedených informací pak plyne, že jak příjmy, tak i náklady firmy jsou závislé na úsilí manažerů, resp. na jeho volném čase. Platí, že s poklesem volného času roste objem produkce, tedy příjmy i náklady. Rozdíl mezi příjmy a náklady je definován jako zisk firmy, který je pak také závislý na velikosti vynaloženého úsilí manažera na podnikání. Manažer volí takovou úroveň velikosti úsilí, při které dosahuje maximální úroveň zisku.

**Williamsonův model** je založený na hypotéze, že moderní firma je fakticky řízena manažery, kteří sledují své zájmy a snaží se je zabudovat do firemních rozhodovacích procesů. Jejich cílem je snaha o maximalizaci užitku. K udržení spokojenosti vlastníků však rovněž musí dosahovat jistou minimální úroveň zisku. Firemní rozhodování je ovlivňováno mnoha faktory, které vycházejí z cílů, resp. zájmů sledovaných manažery. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

Williamson formuluje **tři základní kategorie manažerských zájmů**, a to v rámci „teorie preference výdajů“, jež zvyšují plat a postavení manažerů ve firmě. Těmito kategoriemi jsou:

1. počet a úroveň podřízených;
2. platy a vedlejší výhody manažerů;

prostředky, se kterými mohou samostatně disponovat (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

Vytvořením parametrů charakterizujících jednotlivé kategorie můžeme sledovat jejich relativní důležitost v rámci firmy. Cesta pro hledání optima firmy, která maximalizuje užitek manažerů je dána hledáním maxima funkce závislé na všech třech kategoriích. Z matematické analýzy, která není předmětem zkoumání této práce, byly odvozeny závěry, že:

* výdaje na zaměstnance mají vazbu na cíl v podobě dominance. S růstem počtu podřízených roste moc, postavení ve firmě a prestiž manažera;
* existuje vazba mezi výdaji na zaměstnance a platem. Zvyšování počtu zaměstnanců představuje expanzi firmy, a to může představovat budoucí povýšení spjaté s růstem platu manažera;
* vedlejší výhody manažera mají zcela jednoznačně vazbu na jeho postavení a prestiž. Manažeři by samozřejmě preferovali odměny opět pouze peněžní, avšak vzhledem k daňovým nákladům, které jsou s těmito odměnami spjaty a s ohledem na skutečnost, že vedlejší výhody v nepeněžní podobě nejsou zdaleka tak viditelné;

velikost personálních výdajů má rovněž vliv i na objem produkce a celkové příjmy firmy. Lze předpokládat, že jejich růst bude vyvolávat růst jak objemu produkce, tak celkových příjmů firmy. (Soukupová et al. 2015)

**V Marrisovém modelu** je užitková funkce manažerů určena dvěma základními proměnnými, a to růstem firmy a jistotou. Růst firmy koreluje se základními potřebami manažerů, kterými jsou: plat a moc. Podle Marrise korelaci dokládají tři základní přístupy k motivaci: psychologické, sociologické a ekonomické teorie. Podle psychologických přístupů v sobě mají lidské bytosti zakořeněnou touhu neustále dosahovat jimi zvolených cílů. Keaton uvádí, že manažeři mají tendenci ztotožňovat se s firmou, ve které působí, což vede k závěru, že právě růst firmy jim může permanentně poskytovat příležitost k uspokojení. Sociologické přístupy zdůrazňují interakci manažerů s ostatními skupinami. Při vzájemném hodnocení manažeři často uplatňují ukazatele typu tržního podílu, růstu tržeb, vedlejších výhod, zisku atd. Všechny tyto ukazatele s růstem firmy souvisejí. Zároveň se zde do popředí dostává druhá složka užitkové funkce – jistota. V případě, že by firma rostla příliš rychle, mohlo by dojít k jejímu finančnímu krachu, což by mohlo představovat konec „členství“ v dané profesní skupině. Na druhé straně, další skupinou, se kterou jsou manažeři v interakci, jsou akcionáři firmy, které musejí svými výsledky alespoň minimálně uspokojit. V opačném případě by mohlo dojít k hromadnému prodeji akcií dané firmy, což by opět ohrozilo jejich pozici. Ekonomické přístupy zdůrazňují skutečnost, že rostoucí firma disponuje vyšším objemem peněžních prostředků pro odměňování manažerů a její růst umožňuje profesní růst v rámci firmy. Tlak na růst firmy je tak vyvíjen jak z nižších pozic managementu v rámci touhy po povýšení, tak i z pozic top managementu, kde růst firmy představuje ještě větší pocit moci a vyššího statutu. (Soukupová et al. 2015)

**Wardův model zaměstnanecké firmy** zkoumá ty formy podnikání, u nichž nelze odlišit vlastníky od zaměstnanců. Wardův model vysvětluje základní principy fungování zaměstnanecké firmy. Je založen na specifických předpokladech, že všichni zaměstnanci mají stejné schopnosti, výsledek činnosti je rozdělen mezi zaměstnance rovným dílem, firma najímá kapitál za tržní cenu, firma působí na dokonale konkurenčním trhu výrobních faktorů, firma produkuje pouze jedno zboží s použitím práce a kapitálu a má postavení nedokonalého konkurenta, který může ovlivňovat cenu. Cílem zaměstnanecké firmy je maximalizace příjmu na zaměstnance. V zaměstnaneckých firmách přebírají funkci podnikatele všichni zaměstnanci. Zisk se rovněž rozděluje mezi všechny zaměstnance. Důchod člena této firmy má tedy dvě složky, mzdu danou trhem práce a podíl na zisku. Cíl maximalizace příjmu na zaměstnance je tedy závislý na počtu zaměstnanců. (Soukupová et al. 2015)

### Behavioristické teorie firmy

**Behavioristické teorie firmy** považují strukturu firmy za mnohem složitější za mnohem složitější než teorie manažerské. Analyzují firmu jako „koalici“ různých subjektů, vzájemně si konkurujících. Cílové chování firmy je v nich chápáno jako výsledek vyjednávacích procesů a kompromisů probíhajících ve firmě. Proto firma může sledovat i více cílů než jeden. (Schiller, 2004)

Behavioristické modely jsou konstruovány v zásadě na dvou základních předpokladech, a to, že:

* firma je koalicí skupin a jednotlivců s rozdílnými zájmy;
* rozdílné zájmy skupin a jednotlivců mohou na cílové chování firmy působit v rozdílné míře, a to v závislosti na relativní moci těchto skupin uvnitř firmy.

K nejrozšířenějším behavioristickým modelům patří Simonův model z roku 1959, model R. M. Cyerta z roku 1963 a model J. G. Marche z roku 1963. K novodobějším modelům patří například Doylův model z roku 1994.

**V Simonově modelu** je výchozím **cílem firmy přežití na trhu**. Tento cíl je v chodu firmy transformován do takových řešení, která jsou přijatelná všem zájmovým skupinám v rámci firmy. Model se zaměřuje spíše na procesy, prostřednictvím nichž firma přijímá svá rozhodnutí, než na výsledky těchto rozhodovacích procesů. Podle Simona management určuje nejdříve počáteční cíle, po určité době dojde k jejich vyhodnocení. Pokud jsou stanovené cíle splněny, management může zvýšit úroveň aspirace firmy a určit nové vyšší cíle. Pokud nejsou původní cíle dosaženy, může management zvolit nižší úroveň aspirace a stanovit nižší cíle. Tak se mohou nižší a snadno dosažitelné cíle stát prvním stupněm stále vyšších úkolů. Zvyšování náročnosti úkolů tak může vést k postupnému naplnění cílů, totožných s maximalizačními cíli. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

**Doylův model**, podobně jako Simonův, předpokládá, že vnitřně složitěji strukturovaná firma by měla sledovat hned několik cílů najednou. V jeho modelu sleduje firma současně osm hlavních cílů, viz obrázek ... Různé participující subjekty ve firmě se s rozdílnými cíli ztotožňují v různé míře. Problémem může být nerovnoměrné naplňování vytýčených cílů. Může docházet k přílišnému naplňování jednoho cíle na úkor jiných cílů. Tato skutečnost může v konečném důsledku firmu destabilizovat případně i ohrozit existenci firmy.

**Modely R. M. Cyerta a J. G. Marche** zkoumají moderní velkou firmu jako organizaci a zabývají se proměnnými, které ovlivňují firemní cíle. Cíle firmy jsou chápany jako výsledky vyjednávání členů koalice.

Hlavním rozdílem mezi manažerskými a behavioristickými teoriemi firmy je, že pokud manažerské sledují maximální výši cílové funkce, tak behavioristické sledují pouze její uspokojivou výši. Oba typy alternativních přístupů teorií firmy jsou odrazem reálných procesů probíhajících v ekonomikách. Jsou jedním ze směrů, kterým se ekonomická teorie přibližuje k realitě. Vysvětluje jevy a procesy, které klasickém modelu teorie firmy vysvětlit nejdou.

## Stakeholderská koncepce firmy

Koncepce existence stakeholderů firmy v souvislosti s podnikovou praxi se začala rozvíjet v druhé polovině minulého století, jako důsledek dynamického vývoje celé společnosti. Základy koncepce se však začaly formovat již mnohem dříve. Alfred Marshall už na konci devatenáctého století shrnul v přednášce v r. 1897 úspěchy a problémy pro nastávající století. Otevřel problém vztahu vlastník a manažer v řízení korporací.

Sám Freeman spolu s Evanem v roce 1993 koncepci dále propracovali a formulovali její dva hlavní principy:

1. **princip stakeholderské oprávněnosti** - organizace by měla být řízena ve smyslu uspokojení jejích stakeholderů: zákazníků, dodavatelů, vlastníků, zaměstnanců a místních komunit.

**princip stakeholderské závislosti** – management se musí chovat v zájmu stakeholderů jako jejich agent, a to musí být v souladu se zájmy celé organizace, s cílem zajištění jejího fungování. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

### Jak uvádí Freeman v roce 1984, stakeholdeři jsou „jakákoliv skupina, která může ovlivnit nebo je ovlivňována dosažením cílů organizace.

V minulosti byla koncepce vztahů podniku se zájmovými skupinami často považována za neslučitelná s byznysem. K nejostřejším kritikům teorie zájmových skupin patří Elain Sternberg, který tvrdí, že tato teorie je nekompatibilní s byznysem a podkopává základy soukromého vlastnictví. Uplatnění teorie však vidí zejména ve dvou aspektech:

* upozornění na skupiny a jednotlivce, které musí byznys brát v úvahu,
* pochopení společenské odpovědnosti.

Sternbergovu kritiku v současnosti odmítá již řada ekonomů. Tvorba vztahů podniku se strategicky významnými zájmovými skupinami je považována za jeden ze zdrojů trvalé tvorby hodnoty podniku. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

Současné chápání společenské odpovědnosti byznysu je ovlivněno názorem nositele Nobelovy ceny za ekonomii Miltonem Friedmanem, který říká, že jediným cílem byznysu je maximalizovat zisk podílníků. Pro toto tvrzení má dva argumenty:

* podílníky jsou vlastníci firmy a zisk tudíž patří jim. Manažeři jsou zaměstnanci firmy a mají právo řídit firmu v zájmu vlastníků;
* právo podílníků na zisk vyplývá z kontraktu mezi participujícími skupinami. Výrobek nebo služba jsou výsledkem produktivního úsilí zaměstnanců, manažerů, zákazníků, dodavatelů a místní komunity. Každý z těchto skupin má smluvní vztah k firmě a je firmou odměňován. Tudíž každá strana ve výrobě a prodeji zúčastněná získává odměnu, s níž předem svobodně souhlasila.

Podle Friedmana je v teorii stakeholderů kladen důraz na jednu skupinu, a to na podílníky. Zájmy ostatních jsou jim podle něj podřizovány. Řada ekonomů však prosazuje odlišný názor od Friedmana. Teorie stakeholderského přístupu podniků je v současnosti velice módní, a to jak v akademických kruzích, tak v samotném byznysu. Skutečnost ale ukazuje, že i když pouze vlastníci mají právo měnit cíle byznysu, každý člen zájmové skupiny může svými postoji jistým způsobem ovlivňovat chování a rozhodovací procesy v podniku. (Dohnalová, 2014)

***Příklad z praxe – případová studie firmy Danone***

Danone je francouzskou potravinářskou firmou vyrábějící většinu mlékárenských výrobků. V Polsku začala působit v roce 1990. Na samém počátku firma potravinářské výrobky pouze dovážela; nicméně v souvislosti s prudkým rozvojem v roce 1992 ve Varšavě otevřela první výrobní závod. Po třech letech byl otevřen další. V roce 1998 skupina Danone zavedla systém zjišťování rizik HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point, tj. analýza rizik a kritické kontrolní body; tento systém má zajistit hygienickou čistotu potravinářských výrobků určených spotřebitelům).

Společnost Danone stanovuje pět oblastí, kde se projevuje společenská odpovědnost firmy. V rámci těchto oblastí společnost Danone realizuje programy a principy související s CSR. Těchto pět oblastí odpovědnosti zahrnuje témata: lidé, produkty, životní prostředí, místní komunita a firma jako občan.

Danone se domnívá, že každá firma je zástupcem lidí – tj. lidí, kteří jsou spotřebiteli produktů; lidí ztělesňovaných zákazníky firmy, dodavateli, obchodními partnery a samozřejmě zaměstnanci. Právě kvůli lidem společnost Danone v rámci předkládaných nabídek a řešení volí různé přístupy a komunikaci.

Podle společnosti Danone spotřebitelé tvoří základ obchodního úspěchu každé firmy. Proto byla zřízena infolinka společnosti Danone. Jde o místo prvního kontaktu spotřebitelů se společností Danone, kde mohou spotřebitelé nalézt odpovědi na své otázky.

V roce 2005 byl vytvořen klub partnerů společnosti Danone, tzv. Danone Partner Club, a byl zorganizován první kongres partnerů, kterého se zúčastnili zástupci 70 největších odběratelů. Během akce proběhlo školení v oblasti finančního řízení, finanční analýzy a segmentace trhu.

Dodavatelé firmy mohou počítat s nejrůznější pomocí, včetně profesionálního poradenství zootechniků, hodnověrného vyhodnocení surovin, atraktivní nabídky nákupu krmiva, výhodných nákupních cen, plateb v termínech a finanční pomoci.

Zaměstnanci jsou společností podporováni při rozvoji a úsilí o další vzdělávání a zlepšování. Společnost Danone rozvíjí jejich iniciativu i odborné schopnosti.

Realizace programu Danone Way zlepšila komunikaci i spolupráci s ostatními uvnitř i vně firmy. Program se stal nástrojem podpory politiky odpovědného řízení. Dále zaměstnancům společnosti Danone umožnil zhodnotit činnost firmy. Díky realizaci tohoto programu bylo možné identifikovat oblasti vyžadující zlepšení a určit opatření, která je nutno provést kvůli dosažení lepších výsledků.

Firma svou činnost podřizuje normě ISO 14001:2004 zabývající se systémem řízení životního prostředí. Díky postupům, které firmy zavedla, je 92% vyprodukovaného odpadu recyklováno a pouze 8% skončí na skládce odpadu. Výrazný tlak na tyto činnosti vyvíjí Kjótský protokol, tj. mezinárodní dohoda o snižování emisí, která vstoupila v platnost 16. února 2005. Jejím hlavním cílem je snížit emise tzv. skleníkových plynů (zejména CO2 – oxidu uhličitého) do roku 2012 o 5,2% ve srovnání se stavem v roce 1990. Firemním cílem je snížit spotřebu energie za rok o 20% a vody o 30 %.

Danone se nejvíce zaobírá společenskými problémy jako podvýživa, vyloučení ze společnosti a chudoba, a to zejména u dětí. Právě pro ně byl vytvořen program Share your meal (Poděl se o své jídlo) realizovaný společně s fondem Polast Fund a s Federací potravinových bank. Od r. 2003 do června 2006 bylo v rámci tohoto programu vydáno 2,2 milionu jídel. Každoročně jsou zaváděny nové prvky, např. granty nebo dobrovolnická práce. V září 2006 byla ve spolupráci s firmami Biedronka a Lubella realizována myšlenka Mléčný start – ovesná kaše prodávaná za výrobní náklady.

V souvislosti s komunitou a její situací mají v případě společnosti Danone nejzřejmější vliv následující faktory: transfer moderní technologie, investice do infrastruktury na místní úrovni, propagace zdravého životního stylu a popularizace společensky odpovědné firemní praxe. Kromě toho společnost Danone vytváří a udržuje nová pracovní místa, platí svým zaměstnancům a stará se o jejich profesní rozvoj. V důsledku efektu rozsahu je vliv společnosti Danone na značnou část země obrovský: v současnosti firma zaměstnává 1300 osob. Další desít¬ky se učí v rámci firemních školení na pracovišti a prostřednictvím nejrůznějších iniciativ zaměřených na žáky a studenty. (DHL, 2008)

***Příklad z praxe – případová studie Etický kodex – zapojení stakeholderů Janssen-Cilag***

Globální koncern Janssen-Cilag je základem podnikatelské činnosti společnosti Johnson & Johnson. Svou činnost staví na vědeckém výzkumu a nepřetržitém hledání inovací. Vyvíjí a nabízí na trhu vysoce kvalitní novátorské farmaceutické výrobky a služby, jejichž účelem je zlepšovat kvalitu života pacientů po celém světě. Tento cíl uskutečňuje více než 6000 zaměstnanců v celé Evropě uplatňováním kultury a organizace práce v decentralizované struktuře.

Své postupy a činnosti související se společenskou odpovědností firem (CSR) společnost Janssen zakládá na dokumentu nazvaném Naše krédo.

Dokument Naše krédo je sbírkou etických hodnot firmy. Popisuje odpovědnost firmy vůči klientům, zaměstnancům a komunitám, v nichž firma vykonává svou podnikatelskou činnost, i vůči zainteresovaným osobám společnosti (stakeholderům). Byl vypracován v roce 1943 jako jednostránkový dokument generálem Robertem Woodem Johnsonem, synem jednoho ze zakladatelů společnosti Johnson & Johnson.

Nástěnka s dokumentem Naše krédo v místní jazykové mutaci se nachází na reprezentativním místě v každém podnikovém sídle po celém světě a připomíná tak zaměstnancům firmy jejich odpovědnost při každodenní práci.

Firma sleduje dodržování zásad CSR prostřednictvím kontaktu s interními i externími klienty společnosti. Každoročně je uskutečňován průzkum formou elektronického dotazníku. Respondenty dotazníku jsou všichni zaměstnanci společnosti Janssen, kteří zodpovídají konkrétní otázky spadající do čtyř oblastí kréda: klienti, zaměstnanci, komunita a zainteresované osoby (stakeholdeři). Po vyplnění dotazníků jsou všem zaměstnancům společnosti prezentovány statistické výsledky dotazníků. Vedení všech místních provozních firem je povinováno realizovat akční plány, jež mají zavést zlepšení v oblastech, které podle názoru zaměstnanců vyžadují větší pozornost. Měřítkem pozitivního vlivu hodnot obsažených v Našem krédu vysoká úroveň spokojenosti zaměstnanců, což vede k vyšší motivaci a výkonům i lepšímu vnímání firmy ze strany klientů a komunity, jež firmu považují za vysoce odpovědnou, novátorskou a přátelskou.

Na základě Našeho kréda jsou uskutečňovány činnosti, které spadají do CSR, např. Příspěvky, tj. působení globální firmy v rámci společenské odpovědnosti ve čtyřech oblastech – přístup k lékařské péči, sociální péči, zdraví dětí a osvěta v oblasti zdraví. (Johnson, 2018)

**Shrnutí**

* Klasická ekonomická teorie firmu chápe jako subjekt, který na trzích finální produkce nebo na trzích výrobních faktorů sleduje jediný cíl, a tím je maximalizace zisku.
* Nové pohledy na firmu se začínají objevovat v padesátých letech 20-tého století jako reakce na vývoj společnosti, a to v důsledku nových společensko-ekonomických změn na trzích.
* Zpochybnění přístupů klasické teorie firmy a odraz nových skutečností dal prostor pro vznik tzv. alternativních teorií firmy, které různým způsobem reagují na reality spojené s fungováním firmy.
* Manažerské teorie firmy jsou založeny na obecném předpokladu odděleného vlastnictví a řízení firmy. Manažerské teorie firmy odrazem daných skutečností přiznávají, že oba subjekty působící uvnitř firmy, vlastníci a manažeři, sledují své vlastní maximalizační cíle zájmů, které mohou být mnohdy konfliktní.
* Nejznámějšími modely manažerských teorií firmy jsou model Williama Jacka Baumola z roku 1959, dále model Olivera Eatona Wiliamsona z roku 1964, model Tibora Scitov-ského, jednoduchý manažerský model, Marristův model z roku 1968. Jejich výchozím předpokladem je oddělení vlastnictví firmy od jejího řízení.
* Baumolův model stojí na předpokladu maximalizace příjmů.
* Scitovského jednoduchý manažerský model je založen na hypotéze, že chování manažerů ve firmě je analogické s chováním spotřebitelů.
* Scitovského model porovnává dvě veličiny zisk a volný čas manažera. V jeho pojetí je zisk firmy závislý na vynaloženém času a úsilí manažera.
* Williamsonův model je založený na hypotéze, že moderní firma je fakticky řízena manaže-ry, kteří sledují své zájmy a snaží se je zabudovat do firemních rozhodovacích procesů. Je-jich cílem je snaha o maximalizaci užitku.
* V Marrisovém modelu je užitková funkce manažerů určena dvěma základními proměn-nými, a to růstem firmy a jistotou.
* Wardův model zaměstnanecké firmy zkoumá ty formy podnikání, u nichž nelze odlišit vlastníky od zaměstnanců. Cílem zaměstnanecké firmy je maximalizace příjmu na zaměstnance.
* Behavioristické teorie firmy považují strukturu firmy za mnohem složitější za mnohem složitější než teorie manažerské. Analyzují firmu jako „koalici“ různých subjektů, vzájemně si konkurujících.
* K nejrozšířenějším behavioristickým modelům patří Simonův model z roku 1959, model R. M. Cyerta z roku 1963 a model J. G. Marche z roku 1963. K novodobějším modelům patří například Doylův model z roku 1994.
* Stakeholderské koncepce podniku v souvislosti s podnikovou praxí se začala rozvíjet v 60. letech minulého století.
* Výraz „stakeholder“ poprvé použit ve Stanford Reseach Institute 1963.
* Klasická definice stakeholderů podniku: „skupiny nebo jednotlivce, kteří mohou ovlivňovat nebo být ovlivňováni naplňováním cílů organizace“.

# Ekonomická efektivnost a Blahobyt

**Analýza dílčí rovnováhy** v mikroekonomii zkoumá modely dílčích trhů jako vzájemně nezávislé. Ceny a množství na trzích finální produkce nebo výrobních faktorů jsou závislé na nabídce a poptávce na každém z nich. Ceny ostatních trhů jsou považovány za neměnné.

**Analýza celkové rovnováhy** zkoumá vzájemnou propojenost mezi jednotlivými trhy. Každý trh je zde chápán jako součást propojeného systému. Cílem analýzy je stanovení podmínek rovnováhy na všech trzích současně.

Vzhledem k existenci velkého počtu různých trhů v ekonomice by bylo zkoumání vzájemné propojenosti všech trhů najednou značně náročné. Pro zjednodušení situace byl pro účely analýzy všeobecné rovnováhy vytvořen tzv. model jednoduché ekonomiky. Tento model bývá často označován jako model 2 x 2 x 2, a to vzhledem k počtu tržních subjektů a výrobních faktorů, které jej tvoří.

## Model jednoduché ekonomiky nebo model 2 x 2 x 2

Pro odvození všeobecné rovnováhy využívá ekonomická teorie model jednoduché ekonomiky, nazýván také model 2 x 2 x 2. Tento model vychází z předpokladů, že existují: pouze 2 spotřebitelé, spotřebitele A a B; pouze 2 statky, statek X a Y; pouze 2 výrobní faktory, práce L a kapitálu K.

Abstrakcí od mnoha skutečností reálného světa ilustruje model 2 x 2 x 2 fungování jednoduché ekonomiky. Funguje v rámci uzavřené ekonomiky bez existence zahraničního obchodu. Všechny trhy v něm jsou v něm dokonale konkurenční a tržní subjekty mají dokonalé informace. Všechny tržní subjekty na všech trzích sledují maximalizační cíle. Maximalizace užitku z pohledu spotřebitele a maximalizace zisku z pohledu výrobce. (Hořejší et al., 2015)

Dosažení situace všeobecné rovnováhy v modelu jednoduché ekonomiky znamená nastolení rovnovážného stavu ve výrobě, ve spotřebě a ve výrobě a spotřebě současně. To vyžaduje splnění tří podmínek efektivnosti:

1. efektivnost ve směně;
2. efektivnost ve výrobě;
3. výrobně- spotřební efektivnost.

Zákonitosti zkoumané v modelu jednoduché ekonomiky a formulované závěry jsou obecného charakteru a proto jsou aplikovatelné na jakýkoliv počet ekonomických subjektů, produktů a výrobních faktorů. (Hořejší et al., 2015)

Příklad z praxe – Efektivnost ve výrobě – informační systém pro efektivnější výrobu

Společnost Automotive Lighting s.r.o. je předním výrobcem nejmodernějších čelních světlometů do osobních automobilů. V ČR působí od roku 1997, původně pod firmou Bosch, od roku 2003 je součástí společnosti Magneti Marelli (koncern Fiat Chrysler Automobiles).

Situace před zavedením výrobního informačního systému

Před implementací výrobního informačního systému v předvýrobě společnosti Automotive L ighting byl sběr dat z výroby prováděn ručně. Operátor výroby zapisoval informace na papír a po směně tato data další pracovníci přepisovali do ERP SAP. Data obsahovala chyby a řídicí pracovníci je dostávali s velkým zpožděním (někdy i 12 hodin). Kvůli této analogové metodě nebylo možné efektivně plánovat výrobu na linkách, ani optimálně využívat materiál a skladové zásoby.

Proto se vedení společnosti rozhodlo pro implementaci výrobního informačního systému, od kterého si slibovalo především snížení reakčních časů na průběh výroby a snížení zmetkovitosti. Nasazení systému mělo také zlepšit informovanost o stavu výroby, zefektivnit využití pracovních sil i materiálové hospodářství, dále zvýšit využití strojů a pracovní síly a v neposlední řadě také zpřehlednit proces plánování.

Požadavky na řešení

* Okamžitá informovanost o stavu výroby
* Nástroj pro operativní řízení výroby (snížení reakčních časů na průběh výroby)
* Přehled o využití pracovníků - rozklíčování lidských ztrát
* Zvýšení využití strojů – zpřehlednění plánování
* Nahrazení papírové formy

Řešení

V roce 2006 byla implementována první část stále se rozšiřujícího systému pro monitorování výrobního procesu v předvýrobě (MFO). Dnes je systém implementován na 68 lisech, 40 předmontážních pracovištích, 4 lakovnách a 10 pokovovacích stanicích. Data z výroby zadává každý operátor online přímo od stroje prostřednictvím dotykových panelů. Tyto informace slouží v případě výskytu problému nebo nesrovnalostí k okamžité reakci zodpovědných lidí.

Výrobního informační systém sleduje online celou výrobu, a to včetně výskytu zmetkovitosti, počtu vyrobených kusů, sleduje a vyhodnocuje prostoje a další klíčové ukazatele (KPI - OEE, LL atd.). Automatický sběr dat je navíc doplněn propracovaným systémem reportingu, který byl vytvořen na základě požadavků a reakcí na interní inovace zákazníka. Nedílnou součástí systému je i vizualizace dat ve výrobě na LCD obrazovkách, kde jsou přehledně zobrazeny požadované informace (stroj – vyrábí/nevyrábí, vyráběný produkt, jméno pracovníka, počet vyrobených kusů, zmetkovitost s barevnou indikací při překročení, plnění KPI atd.).

Pro maximální přehled o výrobě je systém vybaven SMS modulem, který podle nastavených pravidel pravidelně zasílá informace zodpovědným pracovníkům přímo na jejich mobilní telefon. Ti tak mají aktuální přehled o všech důležitých ukazatelích a v případě problémů jsou schopni okamžitě reagovat. (MERZ, 2015)

Příklad z praxe – úspora nákladů s ovládacím systémem

Výrobce potravinářských ingrediencí nachází efektivnost a úsporu nákladů s ovládacím systémem

Známý výrobce potravinářských ingrediencí měl v úmyslu nahradit svoje tiskové řešení. Zažil mnoho problémů, včetně vytváření nadbytku nevyužitých předtištěných krabic nebo zbytných nákladů na neproduktivní aktivity.

Tiskové náklady firmy byly 960 Kč na tisíc krabic. Firma navíc používala etiketovač určen pro menší výrobní linky, kdy provoz stál 2 880 Kč na tisíc krabic. Úkolem bylo navrhnout řešení, které zvýší efektivnost výroby díky úspoře času a financí.

Byla navrhnuta univerzální tisková platforma, která obsahuje piezoelektrické tiskové hlavy. Aby bylo dosaženo požadavků zákazníka, byly dodány 4 ovládací systémy, pro ovládání 4 výrobních linek a 4palcové tiskové hlavy pro každou výrobní linku.

S novým řešením zvýšil výrobce potravinářských ingrediencí výrobní efektivitu a snížil náklady díky „in-line“ značení na kartón, které nepotřebuje předtištěné boxy. Dále sníženým nákladům na skladované zboží a menší práci spojenou s nesprávně zabalenými krabicemi. Nejvíce zajímavým faktem je, že systém dramaticky snížil náklady na tisk. Náklady na tisk na vlnité krabice klesly o 912 Kč na tisíc krabic a předešlé řešení etiketovačů na krabice bylo sníženo o 2 832 Kč na tisíc krabic. (PRINTING, 2017)

Příklad z praxe – Porterův diamant

V dnešním konkurenčním prostředí je těžké se prosadit a ještě obtížnější se v něm udržet. Vytváření sítového charakteru podnikání, tedy klastrů a klastrových organizací, je především pro MSP jednou z mála cest, jak být konkurenceschopné v porovnání s ostatními velkými subjekty působícími na trhu. Vytváření klastrů a klastrových organizací v rámci malých a středních podniků je tak ve světě populárním a hlavně účinným nástrojem vedoucím ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti a rozvoji inovací. Klastry dále posilují výkonnost firem, efektivní využívání zdrojů, přinášejí úspory z rozsahu a nové příležitosti. Prostřednictvím klastrů dochází k výměně informací a k synergickým efektům, které vedou k lepšímu využití potenciálu podniků. Klastry se tak v současné době stávají zajímavým hráčem na poli regionální, národní i nadnárodní ekonomiky.

Klastry mají vliv na zvyšování konkurenceschopnosti a dosahování vyšší výkonnosti prostřednictvím lepšího přístupu ke specializovaným dodavatelům, technologiím, informacím a vyššího inovačního potenciálu spolupracujících firem. Nejúspěšnější klastry mají obvykle určitou osobitou konkurenční výhodu, která je odlišuje od podobných klastrů kdekoli na světě. Rámec pro analýzu konkurenčních výhod poskytuje „Porterův diamant“ sestávající ze čtyř podmínek, jejichž míra naplnění vypovídá o míře a kvalitě konkurenční výhody. Mezi tyto podmínky či oblasti patří: podmínky vstupních faktorů, kontext strategie firem a soupeření, podmínky lokální poptávky a existence příbuzných a podporujících odvětví.

Schéma Porterova diamantu se vypracovává a vyhodnocuje ve fázi mapování klastrového potenciálu regionu v rámci přípravy klastrových iniciativ. Cílem mapování je stanovit, zda dané odvětví je, či není klastrem, zda jsou přítomny a rozvinuty všechny čtyři faktory vyjádřené jako vrcholy diamantu (Břusková a kol., 2013).

Mikroekonomické podnikatelské prostředí, které znázorňuje právě Porterův diamant výše, tak hraje klíčovou roli při tvorbě inovací a zvyšování konkurenční výhody firem.

Podmínky na straně vstupů jsou všechny hmatatelné i nehmatatelné zdroje, které mají subjekty v daném území k dispozici a které vytvářejí možnost konkurenční výhody. Jsou to přírodní zdroje, lidské zdroje, kapitálové zdroje, klima, informační, právní a administrativní systém, vědecká a technická infrastruktura. Tyto podmínky mohou být dále rozlišeny na podmínky základní a pokročilé. Základní podmínky jsou pro konkurenční výhodu nezbytné, ale ne postačující. Pokročilé neboli specializované podmínky jsou typické pro konkrétní klastr a jsou zdrojem jedinečné těžko napodobitelné, konkurenční výhody (Pavelková a kol., 2009).

Strategie firem, struktura a soupeření znamená, že si každá firma v území hledá svou cestu, jak dosáhnout konkurenceschopnosti, přičemž rivalita mezi firmami je ten motor, který je nutí tyto strategie vymýšlet a realizovat (Pavelková a kol., 2009).

Podmínky na straně poptávky, které na daném místě působí, musí zahrnovat sofistikovaného a náročného místního odběratele, jehož potřeby předbíhají potřeby jinde, a/nebo neobvyklou místní poptávku po specializovaných segmentech. Je důležitá přítomnost vyspělých a náročných místních zákazníků, kteří tlačí firmy k inovacím a jejichž potřeby naznačují vývoj těchto potřeb kdekoliv na světě (Pavelková a kol., 2009).

Příbuzná a podporující odvětví zahrnují přítomnost schopných místních subdodavatelů a konkurenceschopných místních firem v příbuzných odvětvích z hlediska technologií, pracovních sil nebo znalosti zákazníka (Pavelková a kol., 2009).

Jako doplňkové, ale určitě významné faktory jsou role vlády a veřejného sektoru, přítomnost přímých zahraničních investic a náhoda.

S přihlédnutím k faktu, že sektor služeb se v poslední době stal nejvýznamnějším ekonomickým sektorem v rámci Evropy, lze očekávat nárůst klastrů a klastrových organizací právě v tomto odvětví. Mezi nejrozšířenější odvětví klastrových organizací v oblasti služeb nyní patří informační a komunikační technologie, vzdělávání a výzkum, kreativní průmysl, finanční služby, zdravotnictví, cestovní ruch, doprava a logistika. Většina klastrů a klastrových organizací v sektoru služeb je v současnosti zakládána na regionální úrovni nebo dokonce i na místní, lokální úrovni. Klastry v sektoru služeb jsou zakládány po celém světě, lze jmenovat například státy jako Rakousko, Belgie, Švýcarsko, Francie, Itálie, Španělsko, Portugalsko, Spojené království, aj. Klastry služeb se nachází i v České republice. V České republice se do oblasti klastrů služeb řadí tyto klastry: Olomoucký klastr inovací, EKOGEN, Český telekomunikační klastr, KLACR, CREA Hydro a Energy, Český řemeslný klastr, o.s. a IQ Klastr.

### Efektivnost ve výrobě

**Efektivnost ve výrobě nastane**, když je v ekonomice fixní množství zdrojů rozděleno na výrobu statků tak, že není možné zvýšit výrobu jednoho ze statků, aniž by současně nebyla omezena výroba statku druhého. Danou situaci označujeme také za Paretovsky efektivní.

V modelu 2 x 2 x2 je nutnou podmínkou pro dosažení efektivnosti ve výrobě dvou statku X a Y pomocí fixního množství dvou výrobních faktorů práce L a kapitálu K situace, kdy mezní míra technické substituce MRTS obou výrobních faktorů L i K je pro oba vyráběné statky je stejná. (Hořejší et al., 2015)

**Edgeworthův diagram nebo krabicové schéma výroby**

Situaci výroby statků X a Y pomocí rozdělení fixního množství výrobních faktorů práce (L) a kapitálu (K) graficky znázorňuje známý Edgeworthův diagram, nebo krabicové schéma výroby. Jeho konstrukce je podobná jako v případě směny s tím rozdílem, že pro situaci výroby využijeme izokvantovou analýzu. Pro výrobu každého ze statků X i Y znázorníme izokvantovou mapu. Izokvantovou mapu jednoho ze statků, např. statku Y, vezmeme a otočíme o 180o a přiložíme ji k izokvantové mapě statku druhého, v našem případě statku X, tak aby její počáteční bod 0Y ležel v protějším úhlu k počátečnímu bodu 0X izokvantové mapy statku X. Vznikl tak Edgeworthův diagram neboli krabicové schéma výroby. (Hořejší et al., 2015)

### Hranice produkčních možností a mezní míra transformace produktu

**Hranice produkčních možností (PPF)** poskytuje stejnou informaci jako krabicové schéma výroby. Informuje nás o třech výrobních situacích: za prvé, body ležící na křivce znázorňují takové kombinace výroby statků X a Y, při kterých fixní množství zdrojů je rozděleno efektivním způsobem; za druhé, body ležící pod křivkou hranice představují dosažitelnou výrobní kombinaci, přičemž ale fixní množství zdrojů není rozděleno efektivním způsobem; za třetí, body ležící nad křivkou hranice představují nedosažitelnou výrobní kombinaci

Sklon tečny v kterémkoliv bodě hranice produkčních možností udává poměr vzájemného nahrazování výroby statku X za statek Y při zachování efektivnosti ve výrobě. Tento poměr je nazýván mezní míra transformace produktu MRPT. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

### Výrobně spotřební efektivnost

**Všeobecná rovnováha** v ekonomice nastane, pokud jsou všechny statky vyráběny v požadovaném množství efektivním způsobem a jsou efektivně rozděleny mezi spotřebitele.

V modelu 2 x2 x 2 všeobecná rovnováha nastane, pokud je mezní míra substituce ve spotřebě MRSC obou statků X i Y pro oba spotřebitele A i B rovna mezní míře transformace MRPT pro statky X i Y.

Graficky lze výrobně spotřební efektivnost v ekonomice znázornit využitím hranice produkčních možností PPF a krabicového schématu směny popsané v předchozích kapitolách.

Body ležící na hranici produkčních možností nám znázorňují kombinace výroby statků X a Y při efektivním využití fixního množství výrobních faktorů v ekonomice, práce L i kapitálu K. Krabicové schéma směny znázorňuje indiferenční mapy dvou spotřebitelů A i B při dané spotřebě statků X a Y. Smluvní křivka směny ležící uvnitř schématu je souborem bodů, kde se indiferenční křivky obou spotřebitelů dotýkají a kde MRSC statků X i Y obou spotřebitelů je stejná. Pro nalezení bodu, ve kterém platí, že MRS je rovna MRPT, spojíme oba grafy tak, aby pravý horní roh krabicového schématu směny byl jedním bodem hranice produkčních možností, bod Z na obrázku 1.4. Bod Z představuje efektivní výrobu X1 množství statku X a Y1 množství statku Y v ekonomice. Sklon tečny (g) křivky PPF vedené bodem Z vyjadřuje poměr, ve kterém jsou statky X a Y nahrazovány při zachování efektivní výroby. Tento poměr je označován jako mezní míra transformace produktu (MRPTXY). Pro splnění výrobně spotřební efektivnosti musí být mezní míra transformace produktu shodná s MRSC obou spotřebitelů.

Vyrobené množství statků X a Y na úrovni X1 a Y1 může být rozděleno mezi spotřebitele A a B v různých poměrech. Efektivní kombinaci spotřeby nalezneme pomocí rovnoběžky h vedenou s tečnou g. Rovnoběžka h jako tečna indiferentních křivek obou spotřebitelů vymezuje bod H, který je bodem znázorňujícím výrobně spotřební efektivnost v jednoduché ekonomice. V tomto bodě je splněna podmínka výrobně spotřební efektivnosti a je soulad mezi výrobou a spotřebou. Bod Z ukazuje, že v ekonomice bude celkem vyráběno X1 množství statků X a Y1 množství statku Y. Bod H ukazuje, že z tohoto množství bude spotřebitel A spotřebovávat XA jednotek statku X a YA jednotek statku Y a spotřebitel B spotřebuje XB jednotek statku X a YB jednotek statku Y.

Pro každou vyrobenou kombinaci obou statků můžeme obdobným způsobem odvodit množství, které by mělo být rozděleno mezi oba spotřebitele. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

### Všeobecná rovnováha v ekonomice

Shrneme-li závěry o chování se ekonomických subjektů v modelu jednoduché ekonomiky při dosahování rovnovážných stavů, pak můžeme formulovat tři podmínky (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010) nutné pro nastolení tzv. všeobecné rovnováhy v jednoduché ekonomice:

1. mezní míra substituce ve spotřebě MRSC jednoho statku za druhý by měla být stejná pro oba spotřebitele;
2. mezní míra technické substituce MRTS jednoho výrobního faktoru za druhý by měla být stejná pro oba vyráběné statky;
3. mezní míra transformace produktu MRPT by se měla rovnat společné mezní míře substituce ve spotřebě MRSC.

Tři výše uvedené podmínky vzhledem k jejich obecnému charakteru lze využít i pro stanovení podmínek všeobecné rovnováhy v situaci mnoha spotřebitelů a mnoha výrobních faktorů:

1. mezní míra substituce ve spotřebě MRSC všech statků by měla být stejná pro všechny spotřebitele;
2. mezní míra technické substituce MRTS všech výrobních faktorů by měla být stejná pro všechny statky;
3. společná mezní míra substituce ve spotřebě MRSC by se měla rovnat společné mezní míře transformace produktu MRPT pro všechny statky.

Protože poptávka je vždy klesající funkcí a nabídka vždy rostoucí funkcí, existuje jen jedna cena, při které je nabízené a poptávané množství stejné. Této ceně říkáme rovnovážná cena. Když je z jakýchkoliv důvodů nabízená či poptávaná cena menší nebo větší než rovnovážná, bude buď více lidí chtít věc koupit a na trhu vznikne nedostatek, nebo bude více lidí chtít výrobek nabízet a na trhu vznikne přebytek zboží. Kdyby škola stanovila školné moc nízko, bude mít přebytek studentů, které by nemohla přijmout, nevešli by se do tříd. Kdyby stanovila školné moc vysoké, přihlásí se málo studentů a třídy budou poloprázdné. Obě situace jsou nevýhodné. Nejjednodušší způsob, jak dosáhnout rovnováhy, je přizpůsobit cenu. Když se vám u stánku se zmrzlinou tvoří fronta, měli byste zdražit. Pokud o vaše ojeté auto nemá nikdo zájem, měli byste zlevnit. Na trhu existují různé metody dosahování tržní ceny. V české ekonomice obvykle přizpůsobuje cenu nabízející. Benzínová pumpa vystaví ceny, supermarket označí ceny – vždy je přizpůsobují tak, aby se nakonec srovnalo nabízené a poptávané množství. Na arabských tržištích se často o ceně smlouvá. U nás se obvykle v obchodech nesmlouvá, protože v obchodech většinou neprodává věc přímo její vlastník, ale najatý prodavač, kterému majitel nedal právo smlouvat. Tam, kde prodává věc přímo majitel, se ale smlouvá i u nás, např. při koupi ojetého auta nebo bytu. U věcí, které jsou jedinečné, a nelze porovnávat cenu s jinými obchodníky, se často dosahuje ceny aukcí. Někdy dosažení rovnováhy přizpůsobením ceny zakazuje zákon. Příkladem je zákon o minimální mzdě. Řekněme, že hledáte tři uklízečky do firmy a rovnovážná cena, která by srovnala počet uchazečů s počtem volných míst, by byla osm tisíc. Zákon vám ale nařizuje minimální mzdu devět tisíc. Při té se vám vyplatí zaměstnat jen jednu uklízečku – a místo dalších dvou pořídíte uklízecí stroj. Naopak uchazečů o práci při nabízené mzdě 9000 Kč přibude – práci od vás bude chtít pět uchazeček. Místo abyste přijali jen ty uchazeče, kteří jsou ochotní pracovat za osm tisíc, budete si muset vybrat jednu z pěti na základě nějakých jiných kritérií, než je požadovaná mzda. Stát vás minimální mzdou nutí k diskriminaci. (Mach, 2013)

### Konflikt mezi efektivností a spravedlností

Problémem dosahování efektivnosti v modelu dokonale konkurenčního cenového systému je, že efektivní situace nemusí být společensky žádoucí. Daná alokace může být označena za ekonomicky efektivní, když není možné přerozdělení, které by někomu polepšilo, aniž by poškodilo kohokoli jiného; a spravedlivou, když je spojena se spravedlivým rozdělováním příjmů a bohatství.

Pro zjištění, která alokace je pro společnost lepší vyžaduje srovnání mezi spotřebiteli. Jednotné kritérium pro takové srovnání neexistuje. Hledáním alokací, které jsou současně efektivní, i spravedlivé se zabývá teorie společenského blahobytu. Je zaměřena na nalezení těch alokací, které jsou současně efektivní i spravedlivé. Společenský blahobyt je chápán jako synonymum úrovně uspokojení či užitku členů společnosti. Funkce společenského blahobytu je výčtem faktorů, které společenský blahobyt určují. Například celkové množství produktů a služeb; způsob, kterým jsou rozdělovány statky a služby rozdělovány mezi spotřebitele; zdraví společnosti; množství volného času; stupeň znečištění prostředí; politickou stabilitu a jiné. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

## Ekonomie blahobytu

**Ekonomie blahobytu** představuje tu část ekonomické teorie, která se zabývá účinky celého ekonomického procesu a jeho částí na blahobyt jedince či skupin lidí. Předmětem jejího zkoumání je definovat blahobyt a hledání kritérií pro jeho měření. Ekonomie blahobytu bývá mnoha autory definována jako normativní část ekonomie, využívající zejména mikroekonomického aparátu. V pojetí blahobytu existuje z řad ekonomů názorová nejednotnost. Existují tři základní přístupy k ekonomii blahobytu:

1. původní ekonomie blahobytu;
2. nová ekonomie blahobytu a funkce společenského blahobytu;
3. alternativní přístupy k ekonomii blahobytu.

***Příklad z praxe:Stát blahobytu***

Co spojuje tu zdánlivě nesouvisející škálu vládních aktivit od podpor v nezaměstnanosti, v nemoci či ve stáří po specifické programy zaměřené na velmi úzké skupiny obyvatel? Společným definičním znakem je vynucené přerozdělování bohatství, které má samozřejmě závažné ekonomické i etické důsledky.

Jestliže je přerozdělování nedobrovolné, lze konstatovat, že z Paretova hlediska si jeho aktéři v součtu nepolepší. Ekonomická neefektivnost ale rozhodně nekončí tím, že jde o Pareto-neefektivní jednání. Stát blahobytu bývá obhajován jako jistá forma pojištění proti některým rizikům, která by na trhu byla nepojistitelná. V nejobecnější interpretaci je redistribuce od bohatých k chudým činností, která snižuje rozptyl příjmů a tím snižuje jedno z rizik, kterým člověk ve svém životě čelí. Trh takové pojištění nenabízí a jelikož je přesto žádané, je ergo veřejným statkem. V této souvislosti bývá zmiňován tzv. Domar-Musgravův efekt, podle něhož takové „pojištění“ umožňuje lidem věnovat se aktivitám, které jsou ziskové, a do kterých by se přesto lidé kvůli vysokému riziku nepouštěli.

Je nutno uvést, že je zavádějící dávat rovnítko mezi přerozdělování a pojištění. Víme, že na trhu jsou pojistitelná jen ta rizika, nad nimiž pojištěnec nemá kontrolu, protože opačný případ vede k morálnímu hazardu. Právě proto je například nezaměstnanost na trhu nepojistitelným rizikem. Důvodem toho, proč rizika, která „pojišťuje“ prostřednictvím přerozdělování stát, jsou na trhu nepojistitelná, není vysoká míra externalit, ale také problém morálního hazardu. (Roháč, 2005)

### Teorie společenského blahobytu

**Teorie společenského blahobytu** je zaměřena na nalezení alokací, které jsou efektivní a současně spravedlivé.

**Společenský blahobyt** **(SW)** je chápán jako synonymum úrovně uspokojení členů společnosti. Společenský blahobyt hodnotí stav ekonomiky, který vychází z určité úrovně společenského blahobytu. Hledá cesty jak dosáhnout vyšší úrovně blahobytu společnosti.

**Funkce společenského blahobytu** je výčtem faktorů, které společenský blahobyt určují.

Alternativně lze říct, že blahobyt společnosti v celku závisí na blahobytu, resp. užitku všech jednotlivých spotřebitelů, kteří společnost tvoří. Je-li užitek n-tého spotřebitele Un potom

Koncept funkce společenského blahobytu sestavil A. Bergson, který tuto funkci formuloval dvěma možnými způsoby (Bergson 1938, Vojáček 2007):

1. jako funkci blahobytu každého člena společnosti;
2. jako množství spotřebovávaných výrobků a služeb každým členem společnosti

Bergsson spojuje společenskou efektivnost s určitým rozdělením užitečnosti mezi subjekty a definuje společenskou indiferenční křivku, která není plynulá a hladká, ale má různý průběh.

Pro zjednodušení budeme uvažovat, že společnost tvoří pouze 2 spotřebitelé. Křivka společenského blahobytu W pak znázorňuje všechny kombinace užitku obou spotřebitelů, které představují stejnou úroveň společenského blahobytu. Dále lze sestrojit křivku hranice dosažitelného užitku UPF znázorňující různé kombinace užitku dvou spotřebitelů dosažitelné s fixním množstvím zboží, které bylo vyrobeno efektivní kombinací zdrojů. V každém bodě UPF jsou splněny všechny tři Paretovy podmínky efektivnosti. Společenské optimum se nachází v bodě dotyku křivky UPF a křivky W, tzv. bod blaženosti (B). V tomto bodě se společnost nachází ne nejvyšší dosažitelné indiferenční křivce. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

Pro dosažení jisté úrovně společenského blahobytu má smysl akceptovat určitou neefektivnost. Jestliže je optimální alokace nedosažitelná, může být společenským zájmem vybrat neefektivní alokaci vstupů. V takovém případě to, co je obětováno z pohledu efektivnosti, je kompenzováno (ve smyslu společenského blahobytu) zvýšením spravedlnosti.

***Příklad z praxe***

Jedním z obrovských témat je mezinárodní migrace. V řadě zemí se vede až znepokojivě mnoho politických debat o vlivu vyšší imigrace čistě na domovské obyvatelstvo a je tu snaha omezit imigraci kvůli ochraně národní kultury nebo existujících ekonomických zájmů. Zjevnou, ale příliš často podceňovanou skutečností je to, že imigrace je pro většinu přistěhovalců do nové země velkým přínosem. Michael Clemens, starší společník v Centru pro globální rozvoj ve Washingtonu, kvantifikoval v roce 2011 tyto zisky z imigrace. Clemens zjistil, že neregulovaná imigrace může vést k vytvoření ekonomické hodnoty v řádech desítek biliónů dolarů pro migranty samotné ve formě vyšších mezd v nových zemích a v přidané hodnotě těm, kteří imigranty najímají nebo konzumují jimi vytvořené produkty. Je s podivem, zvláště je-li ekonomie považována za vědu usilující o přesnost, že o těchto hodně vysokých číslech mluví překvapivě malé množství ekonomů. Opravdové otevření hranic by se sice mohlo ukázat jako špatné řešení především v zemích se státy blahobytu a mohlo by zabít slepici snášející pověstná zlatá vejce – v tomto ohledu bude nejspíše Clemensova analýza potřebovat ještě nějaké modifikace – přesto by nás mělo opravdu zajímat, jak lze zmíněné biliony proměnit v realitu. V jakémkoli případě tu máme morální problém. Představte si, že je vaší profesní povinností vypracovat analýzu, která ukáže výhodnost liberalizace imigrační politiky. Přece by vás nenapadlo udělat analýzu, která by započítávala jen bílé muže – rozhodně ne bez specifických, konkrétně sepsaných důvodů pro rozdělení dat. Tak proč analyzovat tyto výhody jen pro občany Spojených států nebo jejich obyvatele, což se často dělá při zkoumání jak mezinárodního obchodu, tak migrace? Národní stát je dobrá, praktická instituce, ale rozhodně nenabízí morální klíč, podle kterého si máme vybrat lidi, které do našich úvah zahrneme. Proto by se měli autoři komentářů zabývajících se obchodem a imigrací zaměřit na kosmopolitní perspektivu s vědomím toho, že souboj s proponenty ochrany národních států nebude lehký. Ekonomie se vyvinula jako morálnější a rovnější přístup k řešení společenských problémů, morálnější a rovnější než názory, které ji obklopovaly. Hýčkejme a snažme se navázat na tuto tradici. Skutečný přínos ekonomie k lidskému blahobytu by mohl nakonec vypadat úplně jinak, než většina lidí předpokládá. (Cowen, 2013)

### Kritéria růstu společenského blahobytu

Smithovo kritérium podle Adama Smithe. Považuje za kritérium růst produktu ekonomiky HDP. Když roste produkce, přispívá to k růstu společenského blahobytu dvěma způsoby:

1. růst produkce znamená efektivnější využití stávajících zdrojů a vytváří se tak více zdrojů pro spotřebu;
2. díky lepšímu využití zdrojů je zajištěn větší důchod a lidé si pak mohou dovolit kupovat více statků, což znamená zvýšení blahobytu.

Nedostatkem Smithova kritéria je, že ve skutečnosti důchody dostávají jedni větší a druzí menší. Roste nerovnost ve společnosti. Růst produktu rovněž nemusí vyvolat růst blahobytu ve společnosti.

**Benthamovo kritérium**. Podle Benthama společenský blahobyt roste, jestliže největší množství statků je rozděleno mezi největší počet lidí. Podle něj je společnost rozdělena na jednotlivce, kteří mají své užitky.

Nedostatky Benthamova kritéria neumí řešit, když se změní užitek jen u jednoho subjektu.

Neumí řešit, ani když se nezmění celkový užitek, ale změní se užitek mezi subjekty.

**Kardinalistické kritérium**. Vychází z klesající mezní užitečnosti. Dokazuje, že když se přidá 100,- subjektu s nižším důchodem, přinese to společnosti větší přírůstek blahobytu, než 100,- přidaná subjektu s vyšším důchodem.

**Kompenzace.** Zpravidla jsou ve společnosti přijata opatření, která zlepší situaci subjektu X, ale subjektu Y se situace zhorší. Při porovnávání se užitek vyjadřuje pomocí důchodu. Například:

* Skupina A chce prosadit opatření, které jí přinese zlepšení o 1000Kč.
* Skupině B toto opatření přinese zhoršení o 400Kč.
* A si opatření prosadí a kompenzuje B ztrátu tím, že jim těch 400Kč dají.

Zůstane čistý přírůstek 600Kč. Kladný výsledek přináší růst společenského blahobytu.

**Paretovo kritérium**. Blahobyt je podle něj maximální, když jsou splněny všechny tři podmínky Paretovského optima tj. podmínky všeobecné rovnováhy. Je kritizován za to, že ztotožňuje maximalizaci společenského blahobytu s dosažením ekonomické efektivnosti. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

**Shrnutí**

* Analýza dílčí rovnováhy v mikroekonomii zkoumá modely dílčích trhů jako vzájemně nezávislé.
* Analýza celkové rovnováhy zkoumá vzájemnou propojenost mezi jednotlivými trhy. Každý trh je zde chápán jako součást propojeného systému.
* Abstrakcí od mnoha skutečností reálného světa ilustruje model 2 x 2 x 2 fungování jednoduché ekonomiky.
* Dosažení situace všeobecné rovnováhy v modelu jednoduché ekonomiky znamená nastolení rovnovážného stavu ve výrobě, ve spotřebě a ve výrobě a spotřebě současně. To vyžaduje splnění tří podmínek efektivnosti.
* Za efektivní považována taková situace, ve které jsou zdroje, které máme k dispozici rozděleny tak, že při existenci více prospěšných činností nemůže být jedna z těchto činností zvýšena bez současného snížení činnosti jiné.
* Efektivnost ve směně nastane, když fixní množství statků je rozděleno mezi spotřebitele tak, že dalším přerozdělením nemůže být ani jednomu spotřebiteli polepšeno, aniž by současně nebyl poškozen jiný spotřebitel.
* Efektivnost ve výrobě nastane, když je v ekonomice fixní množství zdrojů rozděleno na výrobu statků tak, že není možné zvýšit výrobu jednoho ze statků, aniž by současně nebyla omezena výroba statku druhého.
* V modelu 2 x 2 x 2 všeobecná rovnováha nastane, pokud je mezní míra substituce ve spotřebě MRSC obou statků X i Y pro oba spotřebitele A i B rovna mezní míře transformace MRPT.
* Problémem dosahování efektivnosti v modelu dokonale konkurenčního cenového systému je, že efektivní situace nemusí být společensky žádoucí.
* Hledáním alokací, které jsou současně efektivní, i spravedlivé se zabývá teorie společenského blahobytu.
* Ekonomie blahobytu představuje tu část ekonomické teorie, která se zabývá účinky celého ekonomického procesu a jeho částí na blahobyt jedince či skupin lidí.
* Společenský blahobyt SW je chápán jako synonymum úrovně uspokojení členů společnosti.
* Funkce společenského blahobytu je výčtem faktorů, které společenský blahobyt určují. Zahrnuje: Q je celkové množství produktů a služeb; D je způsob, kterým jsou rozdělovány; H je zdraví společnosti; L je množství volného času; P je stupeň znečištění životního prostředí; S je politická stabilita; R je množství vodních srážek; Z jiné relevantní faktory.

# Ekonomie informací

**Asymetrické informace** jsou tržní situace, kdy ekonomické subjekty na jedné straně trhu mají více informací než subjekty na druhé straně. S takovým stavem se můžeme na trzích setkat velmi často a provází nás mnoha životními situacemi i mimo ekonomiku. V tomto postavení se nacházíme mnohdy jako zákazníci v autoservisu, pacienti u lékaře, když potřebujeme koupit nebo opravit jakýkoli složitější elektronický přístroj aj. Do obdobného postavení se dostává personalista, má-li přijímat nového zaměstnance nebo manažer usilující o to, aby jeho zaměstnanci využívali co nejlépe pracovní dobu a pracovali kvalitně. Asymetrické informace jsou vedle externalit, nedokonalé konkurence a veřejných statků jednou z příčin selhání trhu. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

## Trhy s asymetrickými informacemi

Asymetrie informací je součástí širší problematiky nejistoty, která je průvodní charakteristikou lidského života od nepaměti. V ekonomické teorii začala hrát odpovídající úlohu počínaje knihou F. H. Knighta *Riziko, nejistota a zisk* z roku 1921 a *Obecnou teorií zaměstnanosti, úroku a peněz* J. M. Keynese z roku 1936. Pojem nejistoty v ekonomii byl obvykle spojován s nejistou budoucností. Problém neznalosti a nejistoty s ohledem na informace o současném stavu trhu přinesl do ekonomie F. Von Hayek již svou kritikou centrálního plánování a zejména svým slavným článkem "*Používání znalostí ve společnosti*" (The American Economic Review, 35, September 1945) a knihou *Individualism and Economic Order* z roku 1948. Von Hayek ve svém přístupu zdůrazňuje, že informace jsou časově a místně podmíněné. Ekonomickými subjekty mohou být informace odlišně interpretovány v závislosti na jejich zkušenostech, znalostech a motivacích. I když von Hayek pojem asymetrické informace nikdy nepoužil, jeho pojetí trhu jako procesu pro asymetrické informace vytváří velmi vhodný teoretický základ.

Moderní pojem asymetrie informací klade důraz na skutečnost, že naše informace o současném stavu trhů jsou nedokonalé a zejména že se jednotlivé subjekty na trhu kvalitou svých informací významně liší, což má pro chování těchto trhů závažné důsledky.

Za důvody vzniku asymetrické informace lze považovat existenci:

1. **utajené činnosti**, které znamenají nemožnost nebo přílišnou nákladnost jejich pozorování jinými subjekty. Například nejsme svědci samotného průběhu výroby statků, které nakupujeme;
2. **utajené informace**, které znamenají, jedna strana z účastníků trhu má větší odborné znalosti než strana druhá.

Důsledkem existence asymetrických informací na trzích může být tzv. morální hazard a nepříznivý výběr. (Hořejší et al., 2015)

***Příklady z praxe***

**Morální hazard v manažerském odměňování**

„Morální hazard v manažerském odměňování bývá považován za jeden z hlavních faktorů, které přispěly k finanční a hospodářské krizi v letech 2007 až 2009,“ říká Hana Žůrková, finanční ředitelka společnosti Orgrez. „Proto je správné řízení lidského potenciálu jedním ze zásadních kritérií úspěchu podniku.“

Morální hazard lze podle Jana Urbana z Právnické fakulty UK definovat jako situace, ve kterých má subjekt chráněný před možným rizikem sklon chovat se jinak, než kdyby byl případnému riziku skutečně vystaven. A právě morálním hazardem se zabývá Hana Žůrková, konkrétně se jedná o oblast: „Možnost prevence morálního hazardu na úrovni podniku je přímo úměrná formě a způsobu vedení, nastaveným formám odměňování a především uplatňování osobní odpovědnosti za přijatá rozhodnutí a způsoby chování a to jak na úrovni vrcholového managementu, tak i na úrovni všech klíčových zaměstnanců a zaměstnanců podniku obecně.“

Podle Hany Žůrkové je důležité určit, čeho chce firma dosáhnout, aby porazila konkurenci a generovala zisk – stanovení správných cílů totiž ovlivňuje výkonnost společnosti, manažerů, ale také ostatních spolupracovníků. „Na základě těchto kritérií by si pak každá firma měla vybudovat svůj systém motivačních programů a bonusových schémat, které budou korespondovat se zvoleným systémem měření výkonnosti.“ Stanovení motivačního systému tak, aby byly finanční zájmy manažerů sladěné s dlouhodobými cíli akcionářů či majitelů podniku, je jedním z řešení vedoucích ke snížení morálního hazardu. „Snižovat morální hazard lze také začleněním prvků osobní zodpovědnosti za důsledky přílišného rizika generujícího krátkodobý profit, omezení mnohdy neadekvátní formy odměňování a navázání odstupného při ukončení smluvního vztahu na důvod ukončení pracovního poměru,“. (Popovová, 2011)

**Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku**

V  roce 2014 schválila vláda novelu zákona 159/1999 upravující podmínky podnikání cestovních kanceláří (CK). Změny se týkají také povinného pojištění CK proti úpadku. To je ve stávajícím zákoně upraveno poměrně nešťastně a nenaplňuje původní záměr, kterým je ochrana klientů CK.

Klienti nejsou v případě krachu CK vždy odškodněni v plné výši, přičemž příčinou je podpojištění CK. Na pojišťovny je přitom vyvíjen tlak, aby poskytovaly poškozeným klientům plnění nad rámec sjednaných limitů. To ony ovšem nemohou udělat. Nepovolují jim to totiž jiné zákony – zákon o pojišťovnictví a aktuálně Občanský zákoník (dříve zákon o pojistné smlouvě).

Podívejme se však na celou problematiku i z jiného úhlu a zmiňme některé, doposud opomíjené, skutečnosti. Pochybný je totiž již samotný záměr chránit právě klienty CK. Proč například neochraňovat klienty developerů před jejich krachem? Vždyť v tomto případě jsou dopady mnohem zásadnější, znamenající ztrátu prostředků třeba i v řádu miliónů korun. Navíc většinou bez možnosti na dlouhou dobu řešit uspokojivě svoji bytovou potřebu a tedy s podstatným zásahem do osobního života. Zkažená dovolená kvůli krachu CK je vedle toho v podstatě „jen“ nepříjemností. Snaha chránit klienty CK se tedy jeví poněkud nepřiměřená. Tato povinnost pro členské státy EU však vyplývá z evropské směrnice, takže otázky adekvátnosti musí jít stranou.

Stát se rozhodl naplnit požadavky směrnice formou povinného pojištění CK proti úpadku. Přitom se však snaží přenášet náklady svého závazku na soukromé společnosti bez možnosti, aby tyto subjekty měly možnost související výdaje účinně kontrolovat a řídit. Jak jinak totiž lze rozumět ustanovení novely převádějící na pojišťovny odpovědnost za výši sjednaných limitů a navíc i plnit nad jejich úroveň. Tedy v praxi povinnost vyplácet „neomezená“ pojistná plnění. To však nemá nic společného s požadavky na obezřetnost, které musí pojišťovny plnit. To by se, kromě akcionářů daných pojišťoven, určitě nelíbilo ani ČNB. O zajišťovnách nemluvě.

Prakticky ve všech medializovaných případech krachů CK jsme byli svědky stejného scénáře. V okamžiku, kdy bylo majitelům jasné, že situaci „neustojí“, totiž nadále prodávali svoje zájezdy nic netušícím klientům. A to je krajně neetické, ne-li dokonce podvodné jednání. Bylo by jistě zajímavé pokusit se zjistit, jak vysoké by byly nároky klientů zkrachovalé CK v případě, že ta by ukončila svoji činnost včas. Možná bychom v těchto případech žádné problémy s podpojištěním nemuseli vůbec řešit. V každém případě požadavek na „neomezené“ plnění je ve světle těchto praktik obrovským morálním hazardem a povede k ještě nezodpovědnějšímu jednání majitelů krachujících CK. Ti navíc mohou prostřednictvím nastrčených osob dokonce inkasovat pojistné plnění. Stačí, aby „na poslední chvíli“ objednali a zaplatili zájezdy. Budou pak mít obojí – platby za zájezdy (zaplatí je sami sobě) a navíc i plnění od pojišťovny. Takovému jednání se říká pojistný podvod. To už není jen morální hazard, ale vytváření podmínek pro páchání trestné činnosti.

Za těchto okolností je zřejmé, že pojišťovny nebudou moci pojištění proti úpadku CK poskytovat. Co však bude dál? Podle zmiňovaného zákona totiž nepojištěná CK nemůže podnikat. To by znamenalo, že by si lidé mohli kupovat zájezdy jen v zahraničí buď přímo, nebo prostřednictvím cestovních agentur. Ty totiž nemusí být ze zákona pojištěné. Takže by se nám ta „ochrana spotřebitele“, kterou se tato novela (jak jinak) zaštiťuje, mohla obránit proti těm, kterým měla původně pomoci.

Nabízí se však hned několik způsobů, jak situaci řešit lépe. Jedním z nich je garanční fond. Do něj by přispívaly přímo CK, na což by dohlížel stát. Ten má ostatně nejvíc možností ověřit správnost odváděných příspěvků a v případě nesrovnalostí zasáhnout. Pokud by stát chtěl zachovat variantu s povinným pojištěním, tak by mohl garanční fond fungovat analogicky, jako je tomu třeba u povinného ručení. Pojišťovny by do něj odváděly část pojistného a z těchto prostředků by se pak hradily nároky poškozených klientů CK, které by nebylo možné pokrýt z důvodu podpojištění. V praxi by to však znamenalo, že poctivé CK by doplácely na ty, které by k otázce dostatečného pojištění přistupovaly méně zodpovědně.

Nabízí se tak ještě jedno řešení, zatím nezmiňované. Je založené na odvození pojistných částek a tím pádem i pojistného od skutečných závazků CK. Tedy od objemu prodaných služeb, respektive plateb zaplacených klienty. Podobný princip se dnes využívá například u schopnosti splácet úvěr, kdy je pojistné zpravidla odvozeno od výše nesplacené jistiny, nebo úvěru. Jak by to celé fungovalo? CK by předávaly pravidelně pojišťovně informace o prodaných zájezdech a přijatých platbách od klientů. Od toho by pojišťovna odvozovala výši pojistného a zároveň určovala limit pojistného plnění. Platilo by přitom, že každý „předaný“ zájezd by byl automaticky pojištěn. Nebezpečí podpojištění by tak bylo prakticky zcela eliminováno, protože v každém okamžiku by pojišťovna kryla do výše skutečně zaplacených prostředků za dosud neuskutečněné, nebo neukončené zájezdy.

Bez ohledu na to, které řešení bude nakonec zvoleno, jedno je již teď jisté. Všechny změny zaplatí zákazníci CK. Je to logické. Lepší „ochrana“ také něco stojí. Akorát jim to zatím nikdo neřekl. Je bohužel pravidlem, že při proklamacích o boji za jejich práva se zamlčuje podstatná skutečnost, že si to také musí sami zaplatit.

(Lhotská, 2014)

Ekonomická teorie informací například přišla zároveň i s teoretickou koncepcí signalizace (A. M. Spence), vycházející z etologie a ukazující, že lépe informovaná strana trhu má zájem, aby zlepšila fungování trhu, a proto je ochotna se s hůře informovanou stranou trhu podělit o část svých informací. Existují i další způsoby, jimiž si může trh hledat řešení asymetrie informací. J. E. Stiglitz vytvořil obdobnou koncepci, která je založena na pečlivém zkoumání či prověřování (screening) hůře informovanou stranou. Na tomto základě může hůře informovaný subjekt zlepšit své informace a tak přestane být lépe informovaným vydán na milost a nemilost. (Hořejší et al., 2015)

### Příklady asymetrie informací na trzích

Důsledky asymetrie informací se zabýval G. Akerlof již ve svém slavném a často citovaném článku "Trh citronů" (The Market for Lemons, Quarterly Journal of Economics, 1970). "Citron" je v americké angličtině slangové označení ojetého automobilu, který má závažné problémy, jež však nejsou patrné při zběžné prohlídce a o nichž zpravidla velmi dobře ví prodávající. Na trhu ojetých automobilů tak vzniká problém, že nelze dobře a relativně levně odlišit dobrá auta od aut skrývajících vážné závady. V důsledku této asymetrie informací vzniká u kupujících nedůvěra k ojetinám a ceny ojetých automobilů jsou podstatně nižší, než by odpovídalo jejich stáří a fyzickému opotřebení. Akerlof upozorňuje, že i úplně nové auto koupené ve středu za 15 000 USD může být již ve čtvrtek na trhu s ojetými automobily prodáváno za mnohem nižší cenu, ačkoli jeho technický stav je stejný, jako ve středu. Důsledkem této situace je negativní výběr spojený s tím, že vlastníci dobrých aut, pro něž jsou takové nízké ceny nepřijatelné, auta raději provozují. Na trhu ojetých aut pak převažují auta se skrytými závadami.

Jako vhodný případ asymetrie informací spojené s morálním hazardem a negativním výběrem může posloužit teorie efektivnostních mezd. Jedná se o jednu z teoretických koncepcí nové keynesovské ekonomie. Je založena na snaze vysvětlit, proč jsou mzdy ve firmách využívajících moderní technologie relativně vysoké a příliš se nemění ani v případě, že lze na trhu práce nalézt nezaměstnané pracovníky obdobné kvalifikace. Podle původní neoklasické ekonomie by za těchto okolností měla firma sledující maximalizaci zisku usilovat o snížení mzdových sazeb (buď tak že stávajícím zaměstnancům pohrozí propuštěním, pokud snížení neakceptují, nebo je propustí a při nižších mzdových sazbách najme nezaměstnané). Podle teorie efektivnostních mezd je příčinou relativně vysokých nepružných mezd a platů opět asymetrie informací spojená s obtížnou kontrolou kvalifikovaných pracovníků při výkonu pracovních činností využívajících nejmodernější technologie.

Důsledky asymetrie informací v podobě morálního hazardu a negativního výběru lze rovněž velmi dobře vyložit na problému zastupování (problem of agency), s nímž se můžeme sekat v různých pojetích a modelových případech v nové institucionální ekonomii. Vztah zastupování vzniká, když jeden subjekt (vlastník) deleguje svá práva na jiný subjekt, který ho zastupuje a je vázán formální nebo neformální smlouvou k tomu, aby v určité oblasti jeho zájmy zabezpečoval či prosazoval. Jako kompenzaci za to mu zastupovaný subjekt poskytuje sjednané platby či požitky. V hospodářském životě existuje velké množství vztahů zastupování. Může se jednat o vztah akcionářů a manažerů v akciové společnosti, vztah pozemkového vlastníka a nájemců jeho půdy, vztah pracovníků a manažerů ve firmě apod. Tento vztah vzniká na všech úrovních hierarchických organizací, protože k dělbě vlastnických práv dochází ve všech vztazích nadřízenosti a podřízenosti. Tyto situace se obvykle vyznačují asymetrickými informacemi, protože zástupce je mnohem lépe obeznámen se skutečným stavem věcí v oblasti, v níž zastupovaného zastupuje. Proto také může své informační převahy mnohdy zneužívat a zastupovaného ve svůj prospěch poškozovat. Vzhledem k tomu, že máme často co do činění s prohibitivními náklady, jež by zastupovaný musel vynaložit, aby byl o činnosti zástupce odpovídajícím způsobem informován, vzniká zde značný prostor pro morální hazard. (Dohnalová, 2014; Hořejší et al., 2010)

## Asymetrické informace

Koncepce asymetrických informací sama o sobě neimplikuje zdůvodnění státních zásahů do ekonomiky. Sama o sobě včetně s ní spojených koncepcí morálního hazardu a negativního výběru má vedle regulace a státních zásahů do ekonomiky i tržní řešení a je možno ji spojit s liberalismem.

S výraznou asymetrií informací se můžeme setkat například ve školství nebo zdravotnictví. V obou případech máme co do činění s aktivitami, které nemají povahu čistých soukromých statků, nejsou však ani čistými veřejnými statky.

Vysokoškolské vzdělání. Zvyšování kvality formálního vzdělání ve společnosti je spojeno s výraznými pozitivními externalitami. V podmínkách přechodu od industriální k postindustriální společnosti se význam kvality vzdělání podstatně zvyšuje, na jejím základě lze kultivovat nové komparativní výhody a zvyšovat potenciální produkt ekonomiky. Je tedy zájmem společnosti pečovat o kvalitu vzdělávacích institucí a hledat nástroje ke zvyšování kvality vysokoškolských institucí.

Je zřejmé, že z pohledu uchazečů o vysokoškolské vzdělání a jejich rodičů máme co dočinění s výrazným prvkem asymetrických informací. O skutečné kvalitě poskytovaného vzdělání v konkrétní vysoké škole se nejsou uchazeči schopni v době, kdy vstupují do přijímacího řízení, přesvědčit. Tu mohou již lépe ocenit s dostatečným odstupem po absolvování. V případě, že se jim dostalo velmi neadekvátního vzdělání, není náprava jednoduchá. I kdyby byly všechny vysokoškolské instituce soukromé a působily na vzdělávacím trhu podle zásad WTO, nepovede automaticky tržní proces k likvidaci nekvalitních škol. V průběhu delšího časového období sice bude diferenciace a selekce probíhat, mohou však vznikat nové a v sektoru bude neustále v důsledku asymetrických informací hrozit morální hazard. Kvalitní instituce mohou reagovat zavedením vnitřní evaluace a zveřejňováním informací, čímž volbu uchazečům usnadní, avšak morální hazard touto cestou nelze plně odstranit.

***Příklad z praxe: Asymetrické informace a jejich vliv na trh a kvalitu dalšího vzdělávání***

Vliv subvencí plynoucí do dalšího vzdělávání má za následek růst množství poskytnutých služeb, zároveň však vede k snižování ceny dalšího vzdělávání a snižování jeho kvality.

Obecně je tento jev připisován subvencím a povinnosti realizace veřejných výběrového řízení, kde je hodnocena jen cena dalšího vzdělávání nebo je významnou součástí hodnocení.

Dochází k selhání trhu vlivem asymetrických informací, respektive se trh chová jako při „nepříznivém výběru.“ (Soukupová, Hořejší, Macáková, Soukup, 1998.)

V rámci Velké Británii existují studie, které hodnotí vliv dalšího vzdělávání na MSP a jeho efekt na rozvoj firem v této kategorii. (Storej a Westhead, 1997) Kvalitní další vzdělávání podporuje růst MSP, přičemž je rychlejší než u firem, které nevzdělávají.

Existují rovněž studie, které hodnotí efekt konvergenční politiky na makroekonomické úrovni v podporovaných regionech a vliv na jejich růst HDP. (Beckera, Eggerb, Ehrlich, 2010). Tyto přístupy lze aplikovat i v ČR, přesněji při porovnání vývoje v rámci NUTS 2 a NUTS.

Podíl osob ve věku 25-64 let, kteří se účastnili nějakého typu celoživotního vzdělávání klesl z 10 % v roce 2013 na 9.6 % v roce 2014 až na 8.5% v roce 2015. Ve srovnání s EU je ČR pod průměrem členských zemí, kde se číslo pohybuje na 10.7 % v roce 2013 a 2015 (10.6 % v roce 2014). (Statistická ročenka České republiky 2016) Ukazuje to, že peníze z ESF mají v ČR vliv na intenzitu dalšího (respektive celoživotního) vzdělávání. (ESF 2014 a ESF 2015)

Poskytovatelé dotací jako např. MPSV nebo jim řízený ÚP ČR nemá opravdové nástroje pro evaluaci a měření dalšího vzdělávání, které je jimi podporováno. Snaha je ze strany projektu „Koncept“, který doporučuje systém pro měření kvality dalšího vzdělávání (Bezděková, 2012). Ten má vazby na zákon 179/2006 Sb., ale tyto doporučení nemají zatím praktického využití.

Kvalita je tak opomíjena a dostává se do popředí množství absolvovaného / poskytnutého dalšího vzdělávání, přičemž množství je závislé na intenzitě a výši subvencí.

Kritické hlasy, které zpochybňují oprávněnost a účelnost těchto subvencí s ohledem na růst výkonnosti firem a ekonomiky. Problém je však v zhroucení / selhání trhu a tržního prostředí, kdy dochází k nepříznivému výběru služeb v oblasti dalšího vzdělávání.

Morální hazard - Rozhodování probíhá v kontextu nejistoty. Existuje zde asymetrická informace a s ní problém morálního hazardu. Zmocněnec má tendence jednat pouze vlastním zájmu, což mu umožňuje existence utajené činnosti nebo informace. (…) V omezeném množství případů je možné přinutit zmocněnce působit co možná nejvíc v zájmu nájemce prostřednictvím pozorování jeho činnost, ale toto může být docíleno pouze dodatečnými náklady. (Soukupová, Hořejší, Macáková, Soukup, 1998; Harris, 2003).

Současné globální trendy ve vyhodnocování dalšího vzdělávání ve firmách jsou založeny na rostoucích nákladech na měření a evaluaci. Průměrně tvoří 3-5 % rozpočtu na rozvoj lidských zdrojů. Firmy se odklánějí od měření reakce na vzdělávací kurz a více se soustřeďují na měření toho, jak jsou znalosti a dovednosti uplatňovány – jaký jsou dopady – měřeno ROI. Tento trend se projevuje i při plánování a použití metod v rámci tréninkových programů. (Phillips a Phillips, 2016)

V reakci na to lze vidět i posun v manažerském myšlení. Např. Mann (1996) před 20 lety zpět konstatoval, že firmy nesbírají informace o účinnosti jejich vlastních vzdělávacích programů a nejčastěji se používá měření reakcí účastníků dalšího vzdělávání.

Pokud je chápáno další vzdělávání jako investice, je nutné se k němu chovat k jako jakékoliv jiné investici firmy. Musí pak demonstrovat rozhodování podmíněné ziskovostí. Výstupy vzdělávání musí být viditelné. Evaluace je zde pak klíčový nástroj. (Pindea, 2010) Pokud chce firma kontrolovat kvalitu dalšího vzdělávání a tedy poskytnuté služby.

Kvalita dalšího vzdělávání by měla mít přednost před kvantitou. Firmy ale v důsledku pravidel pro výběrová řízení nemají možnost efektivně si ověřovat výběr na základě kvality (zejména tam, kde je významný podíl ceny jako kritérium výběru). Vybírají bez dostatečných informací o nabízejících službách a firmách.

Možné signalizační chování, které by vedlo k překonání nepříznivého výběru (Soukupová, Hořejší, Macáková, Soukup, 1998).

Seznam použité literatury

1. Ballè, M., Règnier, A., (2007), "Lean as a learning systém in a hospital ward", Leadership in Health Services, Vol. 20 No. 1
2. Beckera, S. O., Eggerb, P. H. a Ehrlich, M. (2010). Going NUTS: The effect of EU Structural Funds on regional performance. Journal of Public Economics, vol. 94, no 9-10 (Octorber 2010)
3. Begg, D., Fisher, S., Dornbush, R. (1991) Economics. Thrird edition, McGraw.Hill Book Company, London
4. Bezděková, K. (2012). Kvalita dalšího vzdělávání - koncepční část. NUOV. Načteno z: http://www.nuov.cz/uploads/koncept/k\_diskusi/Kvalita\_DV\_Analyticko\_koncepcni\_studie.pdf.
5. Bliss, D., (2009), "Lean in Healthcare-Wow", Frontiers of Health Services Management, Vol. 26 No. 1
6. Blundell, R., Dearden, L., Meghir, C. a Sianesi, B. (1999). Human Capital Investment: The Returns from Education and Training to the Individual, the Firm and the Economy. Fiscal Studies, vol. 20, no. 1 (March 1999)
7. Bolton, P. a Dewatripont, M. Contract theory. (2005). Cambridge, Mass.: MIT Press.
8. Bowen, D.E., Youngdahl, W.E., (1998), " "Lean" service: in defense of a production-line approach", International Journal of Service, Vol. 9 No. 3
9. Břusková, P., Hudečková, E., Poledník, J., Šarlej, M., & Ochodek, T. (2013). Podstata A Fungování Klastrových Iniciativ. Retrieved from <http://partnerstvi-energetiky.msek.cz/wp-content/uploads/2013/01/06-Podstata-a-fungovani-klastrovych-iniciativ.pdf>
10. Buchert, V. (2014). VILIAM BUCHERT: S poplatky ve zdravotnictví je amen. Systém se bude dál potácet v problémech. Načteno z REFLEX: (4) http://www.reflex.cz/clanek/komentare/54355/viliam-buchert-s-poplatky-ve-zdravotnictvi-je-amen-system-se-bude-dal-potacet-v-problemech.html
11. Burgess, N., Radnor, Z., (2013), "Evaluating Lean in healthcare", International Journal of Health Care, Vol. 26 No. 3
12. Campbell, R.J., (2009), "Thinking Lean in Healthcare", Journal of AHIMA, Vol. 80 No. 6
13. CFOworld. (2016). Firemní data v cloudu – úspora, bezpečí i spolehlivost. Načteno z CFOworld: https://cfoworld.cz/ostatni/firemni-data-v-cloudu-uspora-bezpeci-i-spolehlivost-3987
14. Cowen, T. (2013). Profese v zásadě rovnostářská. Laissez Faire. Načteno z <http://www.nechtenasbyt.cz/profese-v-zasade-rovnostarska/>
15. Crhová, Z. (2013) Determinace faktorů ovlivňujících transakční náklady českých ekonomických subjektů s ohledem na jejich minimalizaci v rámci insolvenčního řízení. UTB ve Zlíně.
16. Česká správa sociálního zabezpečení (2013), Starobní důchody, online, dostupné z <http://www.cssz.cz/cz/duchodove-pojisteni/davky/starobni-duchody.htm>
17. Český statistický úřad (2012), Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů za rok 2012, online, dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/3002-13>
18. Dellmuth, L. M. a Stoffel, M. F. (2012). Distributive politics and intergovernmental transfers: The local allocation of European Union structural funds. European Union Politis, vol. 13, no. 3 (September 2012)
19. DHL. (2008). Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním.
20. Dobeš, K., Dohnalová, Z. (2010). Cvičebnice Mikroekonomie. UTB ve Zlíně.
21. Dohnalová, Z. (2002) *Mikroekonomie pro bakalářské studium.*  Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
22. Dohnalová, Z. (2014) Mikroekonomie. GEORG Žilina
23. Dvořáková, Š. (2007) Proč se soustředit na seniory? E15. Strategie, online, dostupné z: <http://strategie.e15.cz/prilohy/marketing-magazin/proc-se-soustredit-na-seniory>.
24. ESF (2014). Výroční zpráva o provádění operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost za rok 2014. online text (http://www.esfcr.cz/file/9113/).
25. ESF (2015). Operační program zaměstnanost 2014-2020. online text (http://www.esfcr.cz/file/9079/).
26. EUROSTAT (2011) Active ageing and solidarity between generations, Lucembursko: Publication Office of the European Union.
27. Frank, R. H. (1995) *Mikroekonomie a chování*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995.
28. Frank, R. H. (2006) Microekonomics and behaviour. Sixth Edition, McGraw-Hill Irwin, 2006.
29. Gallo, J., Dall´Erba, S. a Guillan, R. (2011). The Local versus Global Dilemma of the Effects of Structural Funds. Growth and Change, vol. 42, no 4 (December 2011)
30. Gravelle, H., Ress, R. (1984) Microeconomics. Third impression, Longman, London and New York
31. Harris, L. (2003). Trading and Exchanges: Market Microstructure for Practitioners. New York, Oxford University Press
32. Chaplowe, S. G. a Cousins, J. B. (2015). Monitoring and Evaluation Training: A Systematic Approach. Los Angeles, SAGE Publications, Inc.
33. Johnson, J. &. (2018). Our Credo. Načteno z Johnson & Johnson Services: www.jnj.com/our\_company/our\_credo/index.htm
34. Klang, M. (2013). Ústavní soud zrušil nadstandardy i další části reformy zdravotnictví. Načteno z iDNES.cz: https://zpravy.idnes.cz/ustavni-soud-o-zdravotnickych-nadstandardech-f4p-/domaci.aspx?c=A130702\_140903\_domaci\_klm
35. Kolman, T. (2012). Nebojme se outsourcingu. Pomáhá firmám uvolnit ruce. Načteno z CFOworld: https://cfoworld.cz/trendy/nebojme-se-outsourcingu-pomaha-firmam-uvolnit-ruce-1855
36. Kooperativa. (2015). Řešení škod u zákonného pojištění zaměstnavatele. Načteno z Kooperativa: http://www.koop.cz/reseni-skod/jak-spravne-resit-skodu/zakonne-pojisteni-zamestnavatele/
37. Koutsoyiannis, A. (1989) Modern Microekonomics. Second edition, Higher and Further Education Division Macmillan Publishers Ltd, London,
38. Kraft, J. a kol. (1996) Úvod do ekonomie v teorii a příkladech. Liberec: Technická univerzita
39. Kunc, J. (2013). Časoprostorové modely nákupnícho chování české populace, Muni press.
40. Lhotská, K. (2014). Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku – další nepovedený pokus. Načteno z CFOworld: https://cfoworld.cz/analyzy/pojisteni-cestovnich-kancelari-proti-upadku-dalsi-nepovedeny-pokus-3089
41. Liberatore, M. J., (2013), "Six Sigma in healthcare delivery", International Journal of Health Care, Vol. 26 No. 7
42. Lynch, L. M. (1994). Training and the private sector: international comparisons. Chicago: University of Chicago Press, c1994, NBER Comparative labor markets series.
43. Macáková, L. a kol.(1997) Mikroekonomie. Praha: Melandrium,
44. Macáková, L. et al. (2008). Mikroekonomie II. Melandrium.
45. Mach, P. (2013). Základy ekonomie (4): Zákon poptávky. Laissez Faire. Načteno z http://www.nechtenasbyt.cz/zaklady-ekonomie-4-zakon-poptavky/
46. Mach, P. (2013). Základy ekonomie (5): Zákon nabídky. Laissez Faire. Načteno z http://www.nechtenasbyt.cz/zaklady-ekonomie-5-zakon-nabidky/
47. Mach, P. (2013). Základy ekonomie(6): Tržní rovnováha. Laissez Faire. Načteno z <http://www.nechtenasbyt.cz/zaklady-ekonomie-6-trzni-rovnovaha/>
48. Malíková, , E. (2011) Péče o seniory v pobytových sociálních zařízení. Havlíčkův Brod: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3148-3.
49. Mankiw, G., N. (2004) Essentials of Economics. Third edition,
50. Mann, S. (1996). What should training evaluations evaluate? Journal of European Industrial Training, Vol. 20 Iss: 9,
51. Mckenzie, B., R, Lee R., D. (2010) Microeconomics for MBAs. The economic way of thinking for managers. Second Edition, Cambridge University Press, New York
52. MERZ. (2015). Případová studie Automotive Lighting. Načteno z MERZ: http://www.merz.cz/reference/reference-detail/r/pripadova-studie-automotive-lighting
53. Ministerstvo práce a sociálních věcí (2014), Důchodové pojištění, online, dostupné z <http://www.mpsv.cz/cs/3>.
54. Mohla, P. a Hagenc, T. (2010). Do EU structural funds promote regional growth? New evidence from various panel data approaches. Regional Science and Urban Economics, vol. 40, no. 5 (September 2010)
55. Mrkvička, P. (2012). Náklady a ztráty vyplývající z pracovních úrazů a nemocí z povolání za rok 2011. Načteno z Oborový portál pro BOZP: https://www.bozpinfo.cz/naklady-ztraty-vyplyvajici-z-pracovnich-urazu-nemoci-z-povolani-za-rok-2011
56. Murshed, S. M. (1994). Adverse Selection and Moral Hazard in Government Grant Giving. Northern Ireland Economic Research Centre.
57. Němečková, M. (2013) Projekce obyvatelstva České republiky (Projekce 2013), online, dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/4020-13>.
58. Nicolson, A. (2010). Vocational education and training – an engine for economic growth and a vehicle for social inclusion?. International Journal of Training and Development, vol. 14, no. 4 (December, 2010).
59. Paličková, I. (2012). Cvičebnice Mikroekonomie. Bizbooks.
60. Pavelková, D., Dohnalová, Z. (2000) *Mikroekonomie cvičebnice.* Zlín: Vysoké učení technické v Brně.
61. Pavelková, D., Friedel, L., Jirčíková, E., Knápková, A., Skokan, K., & Škodáková, P. (2009). Klastry a jejich vliv na výkonnost firem (1st ed.). Praha: Grada Publishing, a.s.
62. Phillips, P. P. a Phillips, J. (2011). Handbook of Training Evaluation and Measurement Methods (Improving Human Performance). New York, Routledge.
63. Phillips, P. P. a Phillips, J. (2016). Real World Training Evaluation. New York, Association for Talent Development.
64. Pindea, P. (2010). Evaluation of training in organisations: a proposal for an integrated model. Journal of European Industrial Training, Vol. 34, Iss 7, pp. 673-693.
65. Písařík, J. (2016). Obchodníci firmy Bohemia Energy uzavírají smlouvy na zabezpečených tabletech. Načteno z CIO: https://businessworld.cz/case-studies/obchodnici-firmy-bohemia-energy-uzaviraji-smlouvy-na-zabezpecenych-tabletech-13121
66. Pokorný, F. (2010), Ovlivňování spotřebitelského chování při nákupu automobilů MU v Brně, provozně ekonomická fakulta
67. Popovová, A. (2011). Morální hazard v manažerském odměňování. Načteno z CFOworld: https://cfoworld.cz/ostatni/moralni-hazard-v-manazerskem-odmenovani-1117
68. PRINTING, B. (2017). Výrobce potravinářských ingrediencí nachází efektivnost a úsporu nákladů s ovládacím systémem MPERIA a VIAjet T-Series. Načteno z Bottling Printing: https://old.bprinting.eu/odborne-informace/pripadove-a-referencni-studie/vyrobce-potravinarskych-ingredienci-nachazi-efektivnost-a-usporu-nakladu-s-ovladacim-systemem-mperia-a-viajet-t-series
69. Radnor, Z. J., Holweg, M., Waring, J., (2011), "Lean in healthcare: The unfilled promise? ", Social Science & Medicine, Vol. 74, str. 364-371.
70. Roháč, D. (2005). Daňová konkurence a demontáž státu blahobytu. Laissez Faire. Načteno z <http://www.nechtenasbyt.cz/danova-konkurence-a-demontaz-statu-blahobytu/>
71. Rubinfeld, D. L., & Pindyck, R. S. (2013). Microeconomics. 8., ed., international ed. Upper Saddle River, N. J: Pearson Prentice Hall, ISBN 0133041700.
72. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. *Ekonomie.* Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. ISBN 80-205-0494-X
73. Schiller, R. B. (2004) Mikroekonomie. První vydání, Computer Press, Brno, 2004. ISBN 80 -251-0119-6
74. Sirůček, P., Nečadová , M. (1995) *Mikroekonomie I*. Praha: Vysoká škola ekonomická Praha, 1995.
75. Smith, P., Begg, D. (1991*) Economics Workbook.* London: McGRAW-HILL Book Company, 1991.
76. Solomon, M et al (2006) Consumer Behaviour: A European perspective, New Jersey: Prentice Hall.
77. Soukupová, J. a kol. (1996) Mikroekonomie*.* Praha: Management Press,
78. Soukupová, J., Hořejší, B. (2009) Mikroekonomie, Praha: Management Press,
79. Soukupová, J., Hořejší, B., Macáková, I., Soukup, J. (2006) Mikroekonomie. 4. rozšířené vydání, Management Press, Praha
80. Soukupová, J., Hořejší, B., Macáková, I., Soukup, J. (2015) Mikroekonomie. 5. rozšířené vydání, Management Press, Praha
81. Statistická ročenka České republiky 2016. Statistical yearbook of the Czech Republic 2016. (2016), Praha, Český statistický úřad.
82. Storej, J. D. a Westhead, P. (1997). Management training in small firms – a case of market failure?. Human Resources Management Journal, vol. 7, no. 2 (April 1997), pp. 61-71.
83. Storey, J., Buchanan, D., (2008), "Healthcare governance and organizational barriers to learning from mistakes", Journal of Health Organization and Management, Vol. 22 No. 6,
84. Taner, M. T., Sezen, B., Antony, J., (2007), "An overview of six sigma applications in healthcare industry", International Journal of Health Care, Vol. 20 No. 4, str. 329-340.
85. Tokárová, M. Protimonopolná politika. Bratislava: SPRINT vfra, 2002.
86. Válková, H. (2013). Loni ve zdravotnictví chybělo sedm miliard, ukazují předběžná čísla. Načteno z iDNES.cz: http://zpravy.idnes.cz/zdravotnictvi-chybelo-sedm-miliard-korun-fga-/domaci.aspx?c=A130612\_155914\_domaci\_hv
87. Válková, H. (2013). Zdravotnictví 2014: Nemocnice bez poplatku a pěstování konopí pro stát. Načteno z iDNES.cz: https://zpravy.idnes.cz/zmeny-ve-zdravotnictvi-rok-2014-dko-/domaci.aspx?c=A131221\_132654\_domaci\_hv
88. Varian, H. R. (1995) *Mikroekonomie*. Praha: Victoria Publishing.
89. Varian, R.,H. (1993) Mikroekonomie. Moderní přístup. 1. vydání, Victoria Publishing, a.s.,
90. Weinstock, D., (2008), "Lean Healthcare", The Journal of medical Practice Management: MPM, Vol. 23 No. 6
91. Williams, E. W. (2006). Občanská ekonomie. Laisses Faire. Načteno z <http://www.nechtenasbyt.cz/obcanska-ekonomie/>
92. Wood, N., (2004), "Lean Thinking", Management Services, Vol. 48 No.2.

Seznam použitých symbolů a zkratek

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Q |  | Množství |
| P |  | Cena |
| T |  | Celkové veličiny |
| TC  TR  M  A  AR  U  TU  MU  MRSC  MRSE  C  H  L  K  MPL  MPK  MC  MR  MRTS  PPF  MRPT  SW  UPF  B |  | Total Costs  Total Revenue  Marginal (dodatečné, přírůstkové, marginální)  Average  Average Revenue (průměrný příjem)  Užitek  Celkový užitek  Mezní užitek  Mezní míra substituce ve spotřebě  Mezní míra substituce ve směně  Spotřeba  Volný čas  Práce  Kapitál  Mezní produkt práce  Mezní produkt kapitálu  Mezní náklady  Mezní příjmy  Mezní míra technické substituce  Hranice produkčních možností  Mezní míra transformace produktu  Společenský blahobyt  Hranice dosažitelného užitku  Bod blaženosti |

Seznam obrázků

[Obrázek 1: Ztráty způsobené pracovníkům (Kooperativa, 2015) 35](#_Toc523744750)

[Obrázek 2: Ztráty způsobené zaměstnavatelům (Mrkvička, 2012) 36](#_Toc523744751)

Seznam příloh

[P 1: Sbírka řešených příkladů a úkolů i](#_Toc523744752)

Příloha P 1: Sbírka řešených příkladů a úkolů

Tato část obsahuje řešené příklady, úkoly a testové otázky (Dohnalová, 2014; Dobeš, 2010; Paličková, 2012; Macáková et al. 2008)

## ****Řešený příklad:****

1. **Ceteris paribus znamená:**
2. Za jinak různých okolností
3. Za jinak stejných podmínek
4. Pravidlo všeobecné rovnováhy
5. **Ekonomie jako vědní disciplína se vyvíjí na základě:**
6. Nových objevů v matematice
7. Zvyšujícího se množství peněz v ekonomice
8. Omylů, kterých se dopustili ekonomové v minulosti
9. **Subjektivnost v ekonomii značí:**
10. Každý subjekt se na trhu chová jinak
11. Každý ekonom může mít na určité ekonomické jevy různé řešení a vysvětlení
12. Souvislost subjektu s trhem

Řešení: **1b, 2c, 3b**

Úkoly: pravda/nepravda

1. Nejvýznamnější prací anglického ekonoma J. M. Keynese je „Obecná teorie zaměstnanosti, úroku a peněz“, poprvé vydaná roku 1936.
2. Makroekonomie sleduje rozhodovací procesy a celou ekonomiku pouze „očima“ jednoho dílčího ekonomického subjektu např. domácnosti nebo firmy.
3. Ekonomie je věda přírodní, a proto musí vždy v co nejširší míře využívat matematický aparát.
4. Mikroekonomie si klade různé otázky, například kolik má jednotlivá firma nakoupit zdrojů a kolik kusů finální produkce má vyrobit za časovou jednotku.
5. Tvrzení, že ekonomická svoboda a nezávislost je myslitelná jen v tržní ekonomice, je příkladem výroku pozitivního, neboť řada ekonomů s tímto výrokem bezvýhradně souhlasí.
6. Každá ekonomická škola vychází z určité filosofie – určitých předpokladů, na nichž buduje svůj teoretický aparát a na jeho základě formuluje doporučení pro hospodářskou politiku.

Řešení: a) A; b) N; c) N; d) A; e) N; f) A

## ****Řešený příklad:****

Který z následujících výrobků je pozitivní a který normativní?

1. Cena ropy Brent se od začátku roku 2011 pohybuje v pásmu 100 až 120 USD za barel.
2. Kdyby byli všichni zaměstnanci v ČR v roce 2012 ohodnoceni stejně potom by jejich mzda činila 25 112Kč.
3. Domácí reálný HDP se v roce 2012 snížil o 1,2 %, přičemž pokles se v jednotlivých čtvrtletích meziročně prohluboval.
4. Nezaměstnanost absolventů škol v zemích EU od roku 2008 roste, proto by EU měla přijmout opatření k jejímu snížení.

Řešení:

1. *Pozitivní*
2. *První část věty je normativní a druhá část je pozitivní*
3. *Pozitivní*
4. *První část věty je pozitivní a druhá část je normativní*

## ****Řešený příklad:****

Kterou z následujících situací se zabývá mikroekonomie a kterou makroekonomie?

1. Ekonomická aktivita ve vyspělých světových ekonomikách v roce 2012 stagnovala.
2. Firma investuje do nákupu kapitálových statků v případě vysoké návratnosti vložených prostředků.
3. Výdaje domácností v ČR na spotřebu se od roku 2008 snižují.
4. Rozhodnutí domácnosti kolik bude spořit je závislé na velikosti jejího disponibilního příjmu.

Řešení:

1. *Makroekonomie*
2. *Mikroekonomie*
3. *Makroekonomie*
4. *Mikroekonomie*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Nejvýznamnější prací anglického ekonoma J. M. Keynese je „Obecná teorie zaměstnanosti, úroku a peněz“, poprvé vydaná roku 1936.
2. Makroekonomie sleduje rozhodovací procesy v ekonomiku prostřednictvím chování domácnosti nebo firmy.
3. Ekonomie je věda exaktní věda, a proto musí vždy v co nejširší míře využívat matematické nástroje k objasnění všech ekonomických jevů.
4. Mikroekonomie hledá odpovědi na otázky typu kolik má firma nakoupit zdrojů pro výrobu daného objemu produkce za určitou časovou jednotku.
5. Tvrzení, že ekonomická svoboda a nezávislost je závislá na výši kapitálu, kterým jednotlivec disponuje je příkladem výroku pozitivního, protože řada ekonomů s tímto výrokem souhlasí.
6. Každá ekonomická škola vychází z určité filosofie – určitých předpokladů, na nichž buduje svůj teoretický aparát a na jeho základě formuluje doporučení pro hospodářskou politiku.

***Řešení:*** *a)**P; b) N; c) N; d) P; e) N; f) P*

## ****Řešený příklad:****

Znázorněte pomocí bodů A, B a C na křivce produkčních možností produkci dvou druhů zboží – státního a soukromého sektoru (body A, B a C představují tři ekonomiky, ve kterých vláda hraje více nebo méně aktivní roli):

1. Ekonomika, ve které vláda intervenuje co nejméně.
2. Ekonomika, ve které vláda zdaňuje obyvatelstvo vysokými sazbami a poskytuje velké množství sociálních služeb.
3. Ekonomika, která přiměřeně ponechává dostatek prostoru soukromému sektoru, ale zároveň poskytuje přiměřené množství státních služeb.

***Řešení:***



Úkoly: pravda/nepravda

1. Pod pojmem „neviditelná ruka“ chápeme vliv a interakci skrytých zájmových skupin (lobby).
2. Zvětšení zásoby kapitálových statků vyžaduje dočasné snížení současné spotřeby.
3. Za vzácný statek považujeme ten, který se vyskytuje v omezeném množství.
4. Půda je primárním výrobním faktorem, protože je historicky prvním používaným výrobním faktorem.
5. Pitnou vodu ve městech můžeme označit jako ekonomický statek, který býval dříve statkem volným.
6. Z hlediska užití můžeme ekonomické statky rozdělit na kapitálové statky (meziprodukty a dlouhodobé kapitálové statky) a na statky spotřební..

***Řešení:*** *a) N; b) P; c) P; d) N; e) P; f) P*

## ****Řešený příklad:****

Na obrázku došlo k posunu poptávkové křivky po městské hromadné dopravě z D0 na D1. Která z následujících události mohla způsobit tento posun?

1. zlevnění benzínu
2. zvýšení ceny osobních automobilů
3. pokles mezd pracovníků hromadné dopravy
4. reklamní kampaň pro využívání služeb hromadní dopravy

P

S

D0

D1

Q

***Řešení:***  *b) + d)*

## ****Řešený příklad:****

Jak se následující skutečnosti projeví na trhu aut?

1. Zvýšení tržní ceny automobilů;
2. Zvýšení konkurence na trhu automobilů;
3. Zvýšení nákladů na výrobu automobilů.

***Řešení:***

1. posun po křivce nabídky – růst nabízeného množství
2. posun křivky nabídky doprava - růst nabídky
3. posun křivky nabídky doleva – pokles nabídky

Úkoly: pravda/nepravda

1. Trh je místem, kde zájmy kupujících a prodávajících jsou koordinovány automaticky prostřednictvím působení tržních sil.
2. Pokud vláda sníží cla na dovoz jablek, stoupne cena domácí produkce.
3. Pro všechny typy statků platí, že s růstem důchodu spotřebitelů roste i poptávka.
4. Růst ceny benzínu způsobí zvýšení poptávky po potravinách.
5. Důchodový efekt cenové změny znamená změnu poptávaného množství vyvolanou tím, že změna ceny statku způsobí změnu reálného důchodu spotřebitele a ten ovlivní nakupované množství.
6. Poptávková funkce udává vztah mezi cenou statku a kupovaným množstvím.
7. Změna ceny daného statků vyvolá změnu tržní rovnováhy a je nastolen nový rovnovážný bod.
8. Neúroda brambor v daném roce sníží ceny chleba a rohlíků.

Řešení: a) P; b) N; c) N; d) N; e) P; f) P; g) N; h) N

## ****Řešený příklad:****

Spotřebitel má k dispozici 50 Kč týdně, které utratí buď na nákupy komodity X (cena je 5 Kč) nebo komodity Y (cen je 4 Kč). Pro každý z následujících případů určete, zda spotřebitel je či není „v rovnováze“ (dosahuje maximálního uspokojení – tj. nachází se ve svém optimu).

Pokud máte nedostatek vhodných informací, vysvětlete proč. Jestliže víte, že spotřebitel není v rovnováze, nastiňte požadovaný směr pohybu: tj. nakupovat více X a méně Y, méně X a více Y, více obou komodit apod.

***Řešení:*** *Nelze určit, zda je spotřebitel v rovnováze, protože nejsou dány mezní užitky. Spotřebitel by měl nakupovat více X a méně Y. Spotřebitel dosahuje rovnováhy a utrácí celý důchod. Spotřebitel by měl nakupovat více obou komodit (poměr MU k ceně je sice pro X i Y stejný, ale není utracen celý důchod).*

## ****Řešený příklad:****

1. Spotřebitel právě nakupuje 2 jednotky X a 10 jednotek Y. Celkový užitek ze spotřeby komodity X je na této úrovni spotřeby 500 jednotek užitku. Celkový užitek ze spotřeby komodity Y je 400 jednotek užitku.
2. Spotřebitel nyní nakupuje 6 jednotek X a 5 jednotek Y. Celkový užitek ze spotřeby komodity X je 400 jednotek užitku a MUX = 60; celkový užitek ze spotřeby komodity Y je 800 jednotek užitku a MUY = 30.
3. Spotřebitel nyní nakupuje 6 jednotek X a 5 jednotek Y. MUX se na této úrovni spotřeby rovná 25 jednotkám užitku, MUY 20 jednotkám užitku.
4. Spotřebitel nyní nakupuje 6 jednotek X a 4 jednotky Y. MUX se na této úrovni spotřeby rovná 25 jednotkám užitku, MUY 20 jednotkám užitku.

***Řešení:***

*a) nelze určit, zda je spotřebitel v rovnováze, protože nejsou dány mezní užitky.*

1. *Spotřebitel by měl nakupovat více X a méně Y*
2. *spotřebitel dosahuje rovnováhy a utrácí celý důchod*
3. *spotřebitel by měl nakupovat více obou komodit (poměr MU k ceně je sice pro X i Y stejný, ale není utracen celý důchod).*

## ****Řešený příklad:****

Rovnici funkce vývoje celkového užitku při spotřebě rohlíků lze vyjádřit ve tvaru: TU = 10Q – Q2 , kde Q je množství spotřebovaných rohlíků za den.

1. Stanovte rovnici mezního užitku.
2. Při jaké úrovni spotřeby začne celkový užitek klesat?

***Řešení:***

1. MU = d TU/ d Q = 10 – 2Q
2. TU je maximální když MU = 0, potom 10 – 2Q = 0 → Q = 10

## ****Řešený příklad:****

Na níže uvedeném obrázku je znázorněna indiferenční křivka a rozpočtová přímka. Víme, že PX = 20 Kč. Určete:

1. důchod
2. cenu statku Y (PY)
3. rovnici rozpočtové přímky



***Řešení:***

1. I = PX . QX = 20 . 50 = 1000Kč
2. PY = I / QY = 1000 / 40 = 25
3. I = PX . X + PY . Y → 1000 = 20 QX + 25 QY

## ****Řešený příklad:****

Poptávka po pizze je popsána rovnicí: Q = 1 600 – 14P. Určete:

1. Jak velké jsou celkové výdaje spotřebitelů (resp. příjmy prodejce), pokud spotřebitelé nakoupí 200 ks této pizzy?
2. Jaká je cenová elasticita poptávky po pizze na úrovni 200 prodaných kusů?
3. Jak může prodejce pizzy zvýšit své celkové příjmy?

***Řešení:***

1. TR = P . Q; víme, že Q = 200 → 200 = 1600 – 14P → P = 1400:14 → P = 100; TR = 100 . 200 = 20 000
2. EDP = 1/ směrnice . P/Q; potom EDP = 14 . 100/200 = 7
3. snížením ceny

Úkoly: pravda/nepravda

1. Je-li poptávka po určitém zboží cenově elastická, pak celkový příjem z prodeje tohoto zboží při poklesu jeho ceny vzroste.
2. Zákon klesajícího užitku znamená, že s růstem příjmů potřeba všeho klesá.
3. Cokoliv, co zvýší celkový užitek – za předpokladu ceteris paribus – má tendenci zvýšit i mezní užitek.
4. Mezní míra substituce statku Y za statek X vyjadřuje směrnici indiferenční křivky.
5. Vzácnější zboží má větší relativní hodnotu substituce
6. Když je domácnost v rovnováze, pak MU jednoho zboží se musí rovnat MU zboží ostatních.
7. Snížení všech absolutních cen na polovinu bude mít za následek (za jinak stejných podmínek) zdvojnásobení reálného příjmu.
8. Indiferenční křivky jednoho racionálně se chovajícího spotřebitele se mohou protínat.
9. Křivku poptávky lze chápat jako množinu bodů rovnováhy spotřebitele při změnách ceny statku X, neměnném důchodu a cenách ostatních statků.

***Řešení:*** *a) P; b) N; c) N; d) P; e) P; f) N; g) P; h) N; i) P;*

## ****Řešený příklad:****

Firma má možnost volby mezi následujícími kombinacemi práce (L) a kapitálu (K). Zná poměry mezních fyzických produktů pro jednotlivé technologické kombinace A až E:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kombinace | A | B | C | D | E |
| MPPL/MPPK | 4 | 3,5 | 3 | 2,5 | 2 |

Cena práce je 5 Kč a cena kapitálu jsou 2 Kč. Určete:

1. Při jaké kombinaci vstupů firma maximalizuje zisk?
2. Co se stane s optimální kombinací, pokud cena práce klesne na 4 Kč?
3. Zakreslete přímku stejných nákladů pro původní ceny a TC=100 Kč. Dále napište rovnici této přímky.

***Řešení:***

1. MPPL / MPPK = PL / PK → D
2. Změna kombinace na E
3. Rovnice přímky: 100 = 5L + 2K

## ****Řešený příklad:****

Mzda dělníka je 60 Kč/h, náklady na provoz stroje jsou 200 Kč/h. Mezní fyzický produkt práce je 180 kusů výrobků za hodinu. Jaký je mezní fyzický produkt stroje, pokud tato firma maximalizuje zisk?

***Řešení:*** *MPPS = 600 ks*

## ****Řešený příklad:****

Máme zadanou krátkodobou produkční funkci ve tvaru:

Q = 150L + 40L2 – 3L3

1. Napište rovnici mezního produktu práce.
2. Napište rovnici průměrného produktu práce.
3. Určete hodnotu mezního produktu práce pro použitých 6 jednotek práce.

***Řešení:***  *a) MPPL = 150 + 80L – 9L2; b) APPL = 150 + 40L – 3L2; c) MPP6 = 306*

## ****Řešený příklad:****

Produkční funkce chleba se slunečnicovými semínky vyráběno v malé pekárně je popsána funkcí:

Q = 2L1/2 \* K1/2

kde Q je množství vyprodukovaných bochníčků týdne, L je týdenní množství odpracovaných hodin a K pak počet strojových hodin týdně (tj. aktivního využití strojů týdně).

1. Pekárna běžně spotřebuje pro svou týdenní produkci 150 bochníčků 100 odpracovaných hodin a 100 strojových hodin. Jak byste ohodnotili práci managementu, jestliže byste byli majiteli pekárny?
2. Najděte pět kombinací vstupů, které jsou vhodné pro produkci 200 bochníčků chleba týdně.

***Řešení:*** *a) Z rovnice produkční funkce vyplývá, že při použití uvedeného množství „práce“ a „kapitálu“ by měl být výstup 200 bochníčků týdně. Management tedy neřídí pekárnu efektivně, pokud vyrábí pouze 150 bochníčků.*

*b) Dosazujeme do rovnice: 200 = 2L1/2 x K1/2; zvolíme jednu z proměnných a druhou dopočítáme. Např. kombinace L = 25, K = 400*

## ****Řešený příklad:****

Znáte krátkodobou nákladovou funkci malého dřevařského závodu:

TC = 3 000 + 30Q – 12Q2 + 2Q3

Určete:

1. fixní náklady (FC)
2. průměrné fixní náklady (AFC) na 1 000 jednotek výstupu
3. mezní náklady (MC) na pátou jednotku výstupu
4. variabilní náklady (VC) na 5 jednotek výstupu
5. rovnici průměrných nákladů

***Řešení:*** *a)FC = 3 000 Kč; b) AFC1 000 = 3 Kč; c) MC5 = 60 Kč; d)VC5 = 100 Kč; e)AC = (3 000/Q) + 30 – 12Q + 2Q2*

## ****Řešený příklad:****

Firma prodá za rok 10 000 výrobků. Cena jednoho výrobku je 50 Kč. Jaký bude průměrný příjem (AR) firmy?

1. AR = 500 Kč
2. AR = 50 Kč
3. AR = 5000 Kč
4. AR = 50 000 Kč
5. nelze přesně určit

***Řešení:*** *b)*

## ****Řešený příklad:****

Produkce soukromého zemědělce je definována produkční funkcí podle níže uvedené tabulky. Hlavními výrobními faktory jsou práce vyjádřená v počtech zaměstnanců a půda v hektarech. Produkce je uváděna v tunách zemědělské produkce.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Práce | Půda (v hektarech) | | | |
| 10 | 15 | 20 | 40 |
| 1 | 20 | 20,67 | 21,00 | ⎯ |
| 2 | 38 | 39,33 | 40,00 | ⎯ |
| 3 | 54 | 57,00 | 58,50 | ⎯ |
| 4 | 68 | 72,67 | 76,00 | ⎯ |
| 5 | 80 | 87,33 | 92,50 | ⎯ |
| 6 | 90 | 102,00 | 108,00 | X |

1. Jaký je mezní fyzický produkt půdy (za předpokladu, že je konstantní) při růstu množství půdy z 10 na 15 hektarů při využití šesti jednotek práce?
2. Jaký je mezní fyzický produkt čtvrté jednotky práce při použití 20 hektarů půdy?
3. Jaké výnosy z rozsahu vykazuje půda?
4. Jaké výnosy z rozsahu vykazuje práce?
5. Jaké výnosy z rozsahu vykazuje výroba jako celek?
6. Jaký musí být celkový fyzický produkt (TPP) odpovídající šesti jednotkám práce a čtyřiceti jednotkám půdy (viz. tabulka), aby byly zachovány konstantní výnosy z rozsahu?

***Řešení:*** *a) MPPP = 2,4; b) MPPL = 17,5; c) půda vykazuje klesající výnosy; d) práce vykazuje klesající výnosy; e) produkce vykazuje konstantní výnosy z rozsahu; f) TPP = 117*

## ****Řešený příklad:****

Předpokládejte, že firma vyrábí 200 jednotek zboží (Q), které je produkováno pomocí vstupů: práce, půda a kapitál. Další údaje jsou v níže uvedené tabulce.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Vstup | půda | práce | kapitál |
| Použitá množství vstupu | 10 | 30 | 20 |
| Cena 1 jednotky vstupu | 2 | 1 | 3 |
| MPP vstupu | 2 | 3 | 1 |

1. Určete celkové výdaje na použité faktory (TC).
2. Je splněno pravidlo minimalizace nákladů? Proč?

Dále ponechejte stranou půdu a srovnávejte pouze práci a kapitál (použité množství půdy považujte za fixní)

1. O kolik se zvýší celkový fyzický produkt, jestliže přidáme 1 jednotku práce?
2. O kolik se zvýší produkce zboží, když přidáme 1 jednotku kapitálu?
3. Kolik stojí každá z dodatečně získaných jednotek produkce, pokud přidáme   
   1 jednotku práce?
4. Kolik bude stát dodatečně získaná jednotka produkce, pokud přidáme jednotku kapitálu?
5. Jaká by byla změna výstupu v případě snížení využití kapitálu o 3 jednotky a zvýšení využití práce o 1 jednotku? (Předpokládejme, že MPPK i MPPL jsou konstantní)
6. Jak by se v případě g) změnili celkové náklady (TC)?
7. Jaký postup byste firmě doporučili pro dosažení minimalizace nákladů?

***Řešení:*** *a) TC = 110 Kč; b) Pravidlo minimalizace nákladů není splněno; c) změna Q = 3; d) změna Q = 1; e) 0,33 Kč; f) 3 Kč; g) změna Q = 0; h) změna TC = – 8 Kč; i)* ↑L ⇒ ↓MPPL a zároveň ↓K ⇒ ↑MPPK

Úkoly: pravda/nepravda

1. Velikost implicitních nákladů je daná hodnotou nejhorší možné nerealizované alternativy.
2. Jestliže firma dosahuje pouze normálního zisku, neuhrazuje veškeré náklady spojené s výrobou.
3. Pokud srovnáme výrobu jogurtů a ledniček, minimum AC bude blíže počátku u výroby jogurtů.
4. Průměrný příjem je roven ceně produkce pouze v případě dokonalé konkurence.
5. Pro křivku průměrných fixních nákladů je typický tvar „U“.
6. Křivky TC, AC apod. v ekonomické teorii představují celkové ekonomické náklady (tedy včetně nákladů implicitních).
7. Jestliže výstup roste rychlejším tempem, než jakým rostou proporcionálně všechny vstupy, pak dlouhodobá produkční funkce vykazuje rostoucí výnosy z rozsahu.
8. Zákon klesajících výnosů platí vždy v dlouhém období.
9. V krátkém období jsou všechny vstupy variabilní.
10. Při pohybu po izokvantě směrem dolů absolutní hodnota MRTS klesá, v důsledku čehož se izokvanta stává stále plošší (má tedy konvexní tvar).
11. Pravidlo minimalizace nákladů slouží firmě jako kritérium pro volbu rovnovážné (zisk maximalizující) úrovně výstupu.
12. Produkční funkce je technický název pro vztah mezi minimálním množstvím výstupu a požadovanými vstupy.
13. Pokud technologie vykazuje pro všechny vstupy klesající výnosy z variabilního inputu, pak v dlouhém období nemůže nastat případ rostoucích výnosů z rozsahu.
14. Pro tvar a výši nákladů jsou rozhodující vlastnosti produkční funkce a ceny vstupů.
15. Křivka MC protíná křivku AFC vždy v jejím minimu.
16. Celkové náklady (TC, VC, FC) a jednotkové (průměrné) náklady (AC, AVC, AFC, MC) nelze kreslit do jednoho grafu, neboť jsou měřeny v jiných jednotkách.
17. Jestliže firma dosahuje pouze normálního zisku, neuhrazuje veškeré náklady spojené s výrobou.
18. Celkový zisk představuje rozdílovou položku mezi TR a TC.

***Řešení:*** *a) N; b) N; c) P; d) N; e) N; f) N; g) P; h) N; i) N; j) P; k) N; l) N; m) N; n) P; o) N; p) P; q) N; r) P*

## ****Řešený příklad:****

Na následujícím obrázku jsou zakresleny nákladového křivky krátkého období dokonale konkurenční firmy. Určete:

1. Která cena představuje hranici pro ukončení činnosti firmy?
2. Při které ceně firma dosáhne pouze normálního zisku?
3. Jaké jsou průměrné fixní náklady při této ceně (AFCD)??
4. V jakém cenovém rozpětí je firma ochotna v krátkém období vyrábět i se ztrátou?
5. Která křivka představuje nabídkovou křivku firmy v krátkém období?
6. Ve kterém cenovém rozpětí je firma schopna dosahovat mimořádných zisků?



***Řešení:***

*a) B; b) D; c)Mezi R a P, takže AFCD = D – C; d) Firma je ochotna vyrábět se ztrátou v rozpětí cen B až D; e) Křivka MC od bodu K výše; f) Od ceny D výše*

## ****Řešený příklad:****

Firma se pohybuje na dokonale konkurenčním trhu v krátkém období. Vyrábí při průměrných fixních nákladech 40 Kč a průměrných variabilních nákladech 70 Kč. Svůj výrobek firma prodává za 100 Kč. Tato firma:

1. bude vyrábět, protože její zisk činí 30 Kč z výrobku
2. nebude vyrábět, protože průměrné fixní náklady jsou nižší než cena
3. nebude vyrábět, protože má ztrátu ve výši 10 Kč na jeden výrobek
4. bude vyrábět se ztrátou, protože cena je vyšší než průměrné variabilní náklady
5. žádná z odpovědí není správná.

***Řešení:*** *d)*

## ****Řešený příklad:****

Funkce celkových nákladů dokonale konkurenční firmy v odvětví výroby nábytku může být popsána rovnicí:

TC = 2 000 + 2Q + 0,1Q2 + 0,005Q3

Každá firma v odvětví maximalizuje zisk a vyrábí 100 ks nábytku měsíčně. Jaká je tržní cena nábytku vyráběného firmami?

***Řešení:*** *P = 172 Kč*

## ****Řešený příklad:****

Náklady u sledované firmy jsou následující:

AC ve dlouhém období = 30 Kč/ks

AFC = 12 Kč/ks

AVC = 21 Kč/ks

V níže uvedené tabulce zaškrtněte vhodné rozhodnutí firmy v krátkém a dlouhém období při jednotlivých cenách produkce.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Cena | Rozhodnutí v krátkém období | | | Rozhodnutí v dlouhém období | | |
| Výroba se ziskem | Výroba se ztrátou | Ukončení výroby | Výroba se ziskem | Výroba se ztrátou | Ukončení výroby |
| 35 |  |  |  |  |  |  |
| 10 |  |  |  |  |  |  |
| 20 |  |  |  |  |  |  |
| 31 |  |  |  |  |  |  |
| 28 |  |  |  |  |  |  |

***Řešení:***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Cena* | *Rozhodnutí v krátkém období* | | | *Rozhodnutí v dlouhém období* | | |
| *Výroba se ziskem* | *Výroba se ztrátou* | *Ukončení výroby* | *Výroba se ziskem* | *Výroba se ztrátou* | *Ukončení výroby* |
| *35* | *X* |  |  | *X* |  |  |
| *10* |  |  | *X* |  |  | *X* |
| *20* |  |  | *X* |  |  | *X* |
| *31* |  | *X* |  | *X* |  |  |
| *28* |  | *X* |  |  |  | *X* |

## ****Řešený příklad:****

Cena produktu, který vyrábí dokonale konkurenční firma je 90 Kč. Fixní náklady firmou jsou 40 Kč a variabilní náklady jsou v případě výroby jednoho výrobku 40 Kč, dvou výrobků 110 Kč, tří výrobků 160 Kč, čtyř výrobků 230 Kč, pěti výrobků 320 Kč, šesti výrobků 420 Kč. Jaký je optimální objem produkce?

***Řešení:*** *Q = 5*

## ****Řešený příklad:****

Předpokládejte, že právě zvažujete těžbu a prodej palivového dříví v určitém časovém horizontu. Pohybujete se na dokonale konkurenčním trhu. Běžná cena palivového dříví je 70 Kč za sáh, krátkodobé TC jsou popsány funkcí:

TC = 800 + 16q + q2 (kde q značí množství sáhů za měsíc.)

1. Při jakém výstupu dochází k maximalizaci zisku?
2. Vypočtěte krátkodobé zisky (nebo ztráty).
3. Splňuje tato firma pravidlo vyrábět jen tehdy, když uhrazuje VC? Měla by tedy vyrábět?

***Řešení:*** *11 a) MC = MR = P = 70; q = 27; b) Firma v bodě svého optima dosahuje ztráty ve velikosti 71 Kč.; c) Ano, firma by v krátkém období měla minimalizovat ztrátu pokračováním ve výrobě (P > AVC).*

## ****Řešený příklad:****

Čtyři firmy spolu vytvářejí dokonale konkurenční odvětví. Jejich individuální nabídky jsou určeny následujícími rovnicemi:

Q1 = P/4 – 2; Q2 = P/5 – 3; Q3 = P/4 – 4; Q4 = P/10 – 5

Určete rovnici tržní nabídky.

***Řešení:*** *Křivka tržní nabídky je horizontálním součtem individuálních nabídek (sčítáme tedy množství, která jsou všechny firmy ochotny nabízet při určité ceně): Q = 4P/5 – 14. Postup je obdobný jako v případě konstrukce tržní poptávkové křivky. Zde se jedná o krátkodobou tržní nabídku za předpokladu neměnnosti cen vstupů. Kdyby se ceny vstupů měnily (zvýšená poptávka zvyšuje výrobu a poptávku po vstupech, což s sebou nese zvýšení jejich cen) nebo kdybychom uvažovali poptávku v dlouhém období (nastávající změny počtu firem na trhu ) – tržní nabídku by nebylo možné konstruovat prostým horizontálním součtem individuálních nabídkových křivek.*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Pokud firmy dosahují pouze normálního zisku, znamená to, že čistý ekonomický zisk je nulový?
2. Jestliže variabilní náklady jsou trvale vyšší než celkové příjmy, firma by měla ukončit činnost v daném odvětví.
3. Firma v dokonalé konkurenci by měla vyrábět na úrovni minimálních mezních nákladů.
4. Asymetrické informace jsou nezbytnou podmínkou modelu dokonalé konkurence.
5. V dokonale konkurenčním odvětví nelze za žádných podmínek dosahovat kladného čistého ekonomického zisku.
6. Dokonalou konkurenci chápe ekonomická teorie jako tržní situaci bez zásahu státu.
7. Při růstu poptávky cena roste nejvíce ve velmi krátkém období.
8. Dokonale konkurenční firma vždy usiluje o výrobu v bodě odpovídajícím minimu křivky AC.
9. Jestliže VC jsou trvale vyšší než TR, firma by měla ukončit činnost v daném odvětví.
10. Firmy operující pod bodem vyrovnání mohou krátkodobě pokračovat v činnosti s nadějí, že nejprve ostatní firmy opustí odvětví a v důsledku toho vzroste cena.
11. Dokonale konkurenční firmy vyrábějí zcela identické výrobky (homogenní produkt).
12. V dlouhém období musí dokonale konkurenční firmy realizovat pouze čistý ekonomický zisk.
13. Předpoklad dokonalé informovanosti všech subjektů je nezbytnou podmínkou modelu dokonalé konkurence.
14. Jestliže cena, za kterou se prodávají výrobky dokonale konkurenčního odvětví je vyšší než dlouhodobé minimum AC, potom budou do odvětví vstupovat nové firmy.
15. Spotřebitelský přebytek všech spotřebitelů z poslední nakupované jednotky musí být v rovnováze roven nule.
16. MU > MC signalizuje, že určitého statku je vyrobeno a spotřebováno málo. Efektivnost lze tedy zvýšit přesunem zdrojů do výroby tohoto statku.
17. Teorém (model) pavučiny je jednoduchý dynamický model rovnováhy trhu předpokládající zpoždění na straně nabídky.

***Řešení:*** *a) P; b) P; c) N; d) N; e) N; f) N; g) P; h) N; i) P; j) P; k) P; l) N; m) P; n) P; o) P;p) P; q) P;*

## ****Řešený příklad:****

Poptávková křivka po měsíční produkci monopolního výrobce je dána následující rovnicí: Q = 10 000-10 P. Jestliže MC výroby jsou konstantní a rovny 10 Kč. Určete:

1. jak velikou produkci (Q) vyrobí tento výrobce maximalizující zisk za měsíc a za jakou cenu (P) bude jednu jednotku prodávat?
2. jaká by byla produkce a cena za předpokladu dokonale konkurenčního trhu?

***Řešení:***

1. MC =MR → Q → P z rovnice poptávky po výrobcích monopolu;
2. MC = MR = P

## ****Řešený příklad:****

Křivka tržní poptávky je dána vztahem: P = 80 – 2Q, část tržní poptávky, která připadá dominantní firmě, lze vyjádřit jako: p = 40 – q. Pro výši nákladů dominantní firmy platí, že: AVC = MC = 10 Kč (za předpokladu lineárních VC) a FC = 25 Kč. Všechny firmy v odvětví maximalizují celkový zisk. Vypočtěte:

1. objem a cenu produkce dominantní firmy
2. objem a cenu produkce malých firem tzv. konkurenčního lemu.

***Řešení:***

1. MC =MR dominantní firmy → PDF = 25Kč, QDF = 15
2. PDF dosadíme do rovnice křivky tržní poptávky a zjistíme QT = 27,5 → QKL = 12,5

## ****Řešený příklad:****

Individuální poptávková křivka po výstupu firmy vyrábějící v podmínkách monopolistické konkurence je dána rovnicí: P = 140 - 5Q. Nákladová funkce je vyjádřena rovnicí: TC = 50 Q + 50. Vypočítejte:

1. množství a cenu produkce této firmy za předpokladu, že firma maximalizuje zisk;
2. velikost celkového zisku této firmy za daných podmínek.

***Řešení:*** *a)*MC = MR → Q = 11a P = 85; b) π = TR – TC = 335

## ****Řešený příklad:****

Monopolní výrobce má MC = AVC = 9 Kč (za předpokladu, že VC jsou lineární). Křivka tržní poptávky je dána vztahem: Q = 81 - P. Fixní náklady výrobce jsou 108. Vypočtěte:

1. objem produkce a cenu, při níž monopol maximalizuje celkový čistý ekonomický zisk,
2. přebytek spotřebitele v případě monopolní situace,
3. monopolní nadzisk,
4. cenovou elasticitu poptávky v bodě maximalizace zisku
5. úlohu řešte i graficky.

***Řešení:*** *a) MC = 1000, MR = 3000 – 0,02Q; b) QM = 100 000, PM = 2 000; c) 99 800 tis.*

## ****Řešený příklad:****

Firma na výrobu počítačů má fixní výrobní náklady 200 000 Kč, přičemž každá jednotka stojí 600 Kč práce a 400 Kč materiálu a paliva. Za cenu 3000 Kč by spotřebitelé nekupovali žádné počítače, avšak při každém snížení ceny o 10 Kč by se prodej počítačů zvýšil o 1000 jednotek. Vypočtěte:

1. mezní náklady a mezní příjem firmy,
2. určete její monopolní cenu a množství,
3. monopolní nadzisk firmy,
4. cenovou elasticitu poptávky v bodě maximalizace zisku

***Řešení:*** *a) MC = 1000, MR = 3000 – 0,02Q; b) QM = 100 000, PM = 2 000; c) 99 800 tis.*

## ****Řešený příklad:****

Monopolně konkurenční firma sleduje maximalizaci zisku. Celkové náklady firmy vyjadřuje rovnice TC=3q2 + 2q+4 a průměrný příjem AR = 98 - 5q.

1. Vypočítejte, jaká bude rovnovážná cena a rovnovážné množství firmy za daných podmínek?
2. Určete velikost maximálního zisku při výše uvedených podmínkách.
3. Lze určit fixní náklady této firmy? (Pokud ano, vypočtěte jejich velikost).
4. Vypočítejte cenovou elasticitu poptávky v bodě maximalizace zisku

***Řešení:*** *a) QM = 6, PM = 68; b) z = 284; c) ano, FC = 4*

## ****Řešený příklad:****

Uvažujeme situaci nedokonalé konkurence – oligopol s dominantní firmou. Tržní poptávka je daná vztahem Q = 600 – P/2. Fixní náklady dominantní firmy jsou 10 000 Kč a pro výrobu každého kusu výrobku X musí firma použít suroviny v hodnotě 100 Kč a práci v hodnotě 200 Kč. Pro tuto firmu také platí, že za cenu 900 Kč by její výrobky již nikdo nekupoval a při každém snížení ceny o 30 Kč by se prodej výrobku zvýšil o 20 kusů. Vypočtěte:

1. cenu výrobku a množství, za kterou bude na tomto trhu prodávat dominantní firma, která maximalizuje svůj zisk;
2. cenu a množství daného výrobku připadajícího na konkurenční lem;
3. velikost zisku dominantní firmy;
4. přebytek spotřebitele;
5. cenovou elasticitu tržní poptávky;

***Řešení:*** *a) qDF = 200, pDF = 600 Kč; b) pLEMU = 600 Kč, qLEMU = 100; c) π = 50 000 Kč; d) PS = 90 000 Kč; e) EDP = 1*

## ****Řešený příklad:****

Individuální poptávková křivka po výstupu firmy vyrábějící v podmínkách monopolistické konkurence je dána vztahem P = 140 - 5Q a nákladová funkce je dána vztahem TC = 50 Q + 50.

1. množství a cenu produkce této firmy za předpokladu, že firma maximalizuje zisk,
2. velikost celkového zisku této firmy za daných podmínek.

***Řešení:*** *a) Q = 9 P = 95; b) z = 354,6*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Poptávková křivka monopolu je zároveň tržní poptávkovou křivkou.
2. Cena produkce monopolu je vždy nižší než mezní příjmy monopolu.
3. Monopol při tvorbě ceny své produkce nerespektuje tržní poptávku po daném výrobku.
4. K určení optimální výše výstupu monopolista vždy potřebuje znát velikost mezních nákladů.
5. Monopolní sílu lze vyjádřit Lernerovým indexem.
6. Přirozený monopol předpokládá rostoucí výnosy z rozsahu při výrobě daného statku.

***Řešení:*** *a) P; b) N; c) N; d) P; e)P; f) P;*

1. V oligopolním odvětví vyrábějí všechny firmy heterogenní produkt.
2. Má-li trh podobu oligopolu s dominantní firmou, potom při poklesu ceny dodává dominantní firma na trh větší množství produkce, než dodávala před změnou ceny.
3. Firmy v oligopolu se vždy chovají jako monopoly.
4. Dohoda mezi firmami v oligopolu se nazývá kartel.
5. Pro firmy fungující v podmínkách oligopolu při rozhodování o maximalizaci zisku neplatí tzv.:“ zlaté pravidlo“.
6. Konkurenční lem je skupina firem, která ovlivňuje množství a cenu produkce dominantní firmy v podmínkách oligopolu s dominantní firmou.

***Řešení:*** *a) N; b)P; c)N; d) N; e) N; f) N; g) N;*

1. Typickým znakem monopolistické konkurence je homogenní produkt.
2. V monopolistické konkurenci existují silné bariery vstupu do odvětví.
3. Každá firma v podmínkách monopolistické konkurence prodává své výrobky za ceny vyšší, než jsou mezní náklady.
4. Tržní situace v podmínkách monopolistické konkurence vede ke značnému využívání reklamy a značek firem.
5. Cílem využívání reklamy firem v monopolistické konkurenci je využití iracionality spotřebitele a omezení konkurence.

***Řešení:*** *a) N; b) N; c) P; d) P; e) P;*

## ****Řešený příklad:****

Pokud platí, že MFCL < MRPL, pak:

1. firma bude nakupovat příslušného faktoru méně;
2. firma bude nakupovat příslušného faktoru více;
3. firma zákonitě vytlačí všechny konkurenty z odvětví;
4. nelze jednoznačně rozhodnout, protože neznáme typ konkurence.

***Řešení:*** *b)*

## ****Řešený příklad:****

Mezní fyzické produkty vstupů K, L a A jsou 12, 10 a 4. Ceny uvedených vstupů K, L a A jsou 6 Kč, 5 Kč, 2 Kč. Firma na dané úrovni výstupu maximalizuje zisk. MR z prodeje poslední jednotky musí být:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 8 Kč | 6 Kč | 2 Kč | 1 Kč | 0,5 Kč |

***Řešení:*** *MPPL = 2*

## ****Řešený příklad:****

Uvažujeme situaci dokonale konkurenční firmy na trhu výrobních faktorů i na trhu statků a služeb. Trh statků a služeb je charakterizován křivkou tržní poptávky

P = 20 – 2QD a křivkou tržní nabídky QS = 2P – 10. Trh výrobního faktoru A je charakterizován křivkou tržní poptávky po tomto výrobním faktoru PA = 4000 – 2A a křivkou tržní nabídky tohoto výrobního faktoru PA = 500 + 1,5A. produkční funkce firmy je daná rovnicí Q = 144A + 2A2 .Nalezne rovnováhu firmy při nájmu výrobního faktoru A?

***Řešení:*** *PE = 10 Kč, PA = 2 000 Kč, firma najme 14 jednotek výrobního faktoru A*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Změní-li se poptávka po výrobcích firmy, změní se také poptávka této firmy po výrobních faktorech.
2. Klesá-li MP výrobního faktoru, klesá rovněž i MRP.
3. Poptávka po výrobním faktoru je odvozena od ceny tohoto výrobního faktoru.
4. Cena zaplacená za každý výrobní faktor se mění, aby zjistila rovnováhu nabídky tohoto faktoru a poptávky po něm.
5. Je li MRP větší než MFC daného výrobního faktoru potom firma má tendenci najímat tohoto výrobního faktoru méně.
6. Mezní náklady na faktor jsou rovny ceně tohoto faktoru.
7. S růstem množství vstupů se produkční funkce zplošťuje.
8. Hodnotu mezního produktu vstupu získáme jeho vynásobením cenou výrobního faktoru.
9. Nabídková křivka vstupu pro firmu v dokonale konkurenci je dokonale elastická.

***Řešení:*** *P; b) P; c) N; d) P; e) N; f) N; g) P; h) P; i) P*

## ****Řešený příklad:****

Určete optimum zaměstnanosti u dokonale konkurenční firmy, pokud víme, že její krátkodobá produkční funkce e dána rovnici: Q = 100L – 0,375 L2 . Jednotka produkce firmy je prodávaná za cenu (P) 4 Kč a mzdová sazba (w) je 103 Kč.

***Řešení:***

*Z produkční funkce pomocí první derivace vypočteme MPP → MPP = 100 – 0,75L. Dále*

*MPP vynásobíme cenou produkce (P) a získáme MRPL → MRPL = 4 x (100 – 0,75L)*

*Počet pracovníků pro optimum zaměstnanosti ve firmě je dán vztahem MRPL = w → 4 x (100 – 0,75L) = 103 → L*

Úkoly: pravda/nepravda

1. V situaci monopsonu platí, že mezní náklady na výrobní faktor jsou menší než mzdová sazba.
2. Aby byly odborové svazy úspěšné při vyjednávání o mzdách, musí mít kontrolu nad poptávkou po práci.
3. Poptávka po práci je závislá na úspěšností prodeje statků, který je danou pracovní sílou výráběn.
4. Ekonomická renta je část mzdy, která přesahuje transferový výdělek.
5. Skutečnost zaručené minimální mzdy může vést k podněcování ilegální zaměstnanosti.
6. Usilují li odbory o růst mezd, za jinak stejných podmínek, lze očekávat pokles zaměstnanosti.
7. K omezování nabídky práce mohou odbory využívat například prosazování různých administrativních kroků, které zjednodušují podmínky vstupu do oboru.
8. Podpora růstu produktivity práce ze strany odborů způsobí růst mezd, aniž by došlo k poklesu zaměstnanosti.
9. Kolektivní vyjednávání představuje vyjednávání o pracovních podmínkách mezi odborovými svazy a zaměstnanci.

***Řešení:*** *a) N; b) N; c) P; d) P; e) P; f) P; g) N; h) P; i) N*

## ****Řešený příklad:****

1. Vypočtěte dnešní hodnotu budoucích příjmů, pokud znáte výnosy: N0 = - 80 000
2. a N1 = 120 000. Uvažujte běžnou úrokovou míru 10%. Jedná se v tomto případě o investici? Svoje tvrzení zdůvodněte.
3. Uvažujte hodnotu 1 Kč splatné za 10 let ode dneška. Přepokládejme úrokovou míru 5%.
4. Firma zjistí, že její případná kapitálová investice ve výši 100 000 Kč by mohla nést roční celkový výnos 20 000 Kč. Firma dále kalkuluje, že roční celkové provozní náklady nepřesáhnou 10 000 Kč. Za jakých podmínek si tato firma bude ochotna na předpokládanou investici vzít bankovní úvěr?
5. Určete prodejní cenu garáže a roční výnosnost tohoto kapitálu, pokud je pronajímána za 850 Kč měsíčně, roční náklady spojené s údržbou činí 5 000, Kč, úroková míra na roční vklad je 9%. Kupní cena garáže byla 40 000 Kč.
6. Spočítejte cenu nemovitostí, víte-li, že: V domě jsou dva byty s měsíčním nájmem po 1 500 Kč, jeden nebytový prostor, který je pronajímán za 10 000 Kč měsíčně. Náklady spojené a provozem domu činí 50 000 Kč ročně. V domě bydlí sám majitel s rodinou v bytě jako zbývající dva. Vycházejte z roční úrokové míry ve výši 10 %.
7. Koupíte výrobní zařízení za 40 000 Kč a pronajmete ho. Během 10 let vám přinese
8. 50 000Kč nájemného ročně. Roční náklady na provoz jsou 30 000Kč. Jaká je míra výnosu z tohoto kapitálového aktiva?
9. Uložená částka k 1.10 prvního roku je 60 000 Kč na vkladní knížku bez výpovědní lhůty s úrokovou sazbou 2 % p. a. a úrokovacím obdobím 1 rok. Vklad bude vybrán na konci druhého roku. Kolik peněz bude na konci období na vkladní knížce?

***Řešení:***

*1.PV = 109 000, NPV = 29 000; 2. PV = 0,613913; 3. míra výnosu = 10%; 4. prodejní cena garáže by byla 57 778 Kč a roční výnosnost kapitálu 13%; 5. cena nemovitosti by mohla být 1 240 000 Kč; 6. míra výnosu = 50%; 7. na vkladní knížce bude 61 506 Kč*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Když je úroková míra větší než míra výnosu z kapitálu, budou na trhu kapitálu úspory větší než investice.
2. Když roste úroková míra, budou ti kdo spoří, za jinak nezměněných okolností, snižovat objem svých úspor.
3. Nominální úroková míra se od reálné úrokové míry odlišuje o očekávanou míru inflace.
4. Velikost nabídky kapitálu na jednotlivých kapitálových trzích nezávisí na velikosti úrokové míry.
5. Poptávka na trhu kapitálu závisí na reálné úrokové míře.
6. Nabídka na trhu kapitálu je funkcí úspor a v krátkém období je dokonale elastická.
7. Když roste úroková míra budoucí hodnota aktiv, za jinak nezměněných okolností, se roste.

***Řešení:*** *a) P; b) N; c) P; d) N; e) P; f) N; g) P;*

## ****Řešený příklad:****

Předpokládejme, že zlato a stříbro jsou navzájem substituovatelné. Dále předpokládejme, že v krátkém období je nabídka obou fixní v rozsahu QZ = 50 a QS 150. Poptávka po obou je dána rovnicemi: PZ = 700 - QZ + 0,5 PS a PS = 450 – QS + 0,2 PZ.

1. Jaká je rovnovážná cena zlata a stříbra?
2. Dále víme, že nové naleziště zlata zvýší jeho nabízené množství o 85 jednotek. Jak tato skutečnost ovlivní ceny obou komodit?

***Řešení:*** *a) PS = 477,77; PZ = 888,89; b) PS = 466,67; PZ = 833,34*

## ****Řešený příklad:****

Kolik trhů obsahuje model 2x2x2?

1. 2
2. 3
3. 4
4. 5
5. 6

***Řešení:*** *e)*

Pro dosažení všeobecné rovnováhy je nutná:

1. efektivnost ve výrobě
2. efektivnost ve směně
3. efektivnost dílčího trhu
4. současná efektivnost ve výrobě, směně a produkt mixu

***Řešení:*** *d)*

Teorie dílčí ekonomické rovnováhy zkoumá:

1. tržní systém jako celek
2. zpětnou vazbu mezi trhy
3. podmínky rovnováhy na všech trzích současně
4. všechny odpovědi a) b) c) jsou správné
5. žádná z odpovědí není správná

***Řešení****: e)*

Bod všeobecné rovnováhy:

1. musí ležet na PPF nebo na smluvní křivce
2. musí ležet na PPF nikoliv na smluvní křivce
3. nemusí ležet na PPF, ale musí ležet na smluvní křivce
4. nemusí ležet na PPF, a nemusí ležet na smluvní křivce
5. musí ležet v průsečíku PPF a smluvní křivky

***Řešení:*** *a)*

Úkoly: pravda/nepravda

1. Pro dosažení celkové rovnováhy je nutná rovnost společné MRS a MRPT.
2. Na smluvní křivce směny jsou shodné sklony indiferenčních křivek obou spotřebitelů.
3. Předpoklad dokonalé konkurence na trhu práce není nezbytný pro model 2x2x2.
4. Alokace je efektivní tehdy, pokud není možné zvýšit užitek jednoho subjektu, aniž by se současně snížil užitek druhého subjektu.
5. MRPT vyjadřuje, o kolik se musí zvýšit výroba jednoho statku, aby se mohla vyrobit dodatečná jednotka statku druhého.
6. Fixní množství zdrojů je v ekonomice rozděleno neefektivně tehdy, jestliže není možné vyrobit více jednoho statku, aniž by byla omezená výroba statku druhého.
7. Analýzu dílčí rovnováhy je možné provést tehdy, pokud se změny cen na jednom trhu neodrážejí na změnách cen na jiných trzích.
8. Výrobně spotřební efektivnost je dosažená tehdy, pokud se rovná MRS pro oba statky poměru MC pro tyto statky.
9. Smluvní křivka výroby představuje všechny efektivní alokace práce a kapitálu.

***Řešení:*** *a) P; b) P; c) N; d) P; e) N; f) N; g) P; h) P; i) P;*

Úkoly: pravda/nepravda:

1. Účinky spotřeby nebo výroby, které dopadají na subjekty, které nejsou s danou činnosti přímo spojeny, se nazývají externality.
2. V případě kladné externality trh produkuje příliš málo zboží.
3. V případě záporné externality trh produkuje příliš hodně zboží.
4. Zboží je nezmenšitelné v případě, jestliže není možné vyloučit někoho ze spotřeby, i když za něj neplatí.
5. V podmínkách nedokonalé konkurence ceny statků a služeb signalizují efektivní tržní vztahy.
6. Asymetrická informace je nerovnoměrná informace mezi účastníky trhu.
7. Problém černého pasažéra patří do problému asymetrických informací.
8. Nepříznivý výběr na trhu může vytěsňovat nekvalitní zboží z trhu.
9. Vztah pacient a lékař patří do situace morálního hazardu.
10. Důsledkem tržních selhání je produkce jiného než optimálního množství produkce.

***Řešení:*** *a) P; b) P; c) P; d) N; e) N; f) P; g) N; h) N; i) P; j)P*