

1. Otázka

Racionální chování, úskalí rozhodovacích procesů. Náklady obětované příležitosti

Racionální chování

- Základní předpoklad, z něhož ekonomie vychází
- Znamená, že člověk volí ty cesty, po kterých dojde ke svým cílům co nejlépe (efektivně – s minimálními náklady)
- Spotřebitel snaží dosáhnout maximálního celkového užítu, tedy maximální míry uspokojení svých potřeb.
- jedná se tedy o subjektivní kategorii a nelze říci, že konkrétní jednání je racionální, zatímco jiné iracionální. Např. Pro někoho může být racionální koupit drahý obraz, pro někoho jiného je ale racionální koupit rodinný dům. Tzn. Není jedno racionální rozhodnutí

Člověk ekonomický (racionální):

- maximalizuje své výnosy (užitky),
- minimalizuje své náklady.

Úskalí rozhodovacích procesů

Člověk mnohdy při svém rozhodování dělá chyby, protože:

- opomíjí **náklady obětované příležitosti** – to, čeho se vzdáváme za účelem získání něčeho nového.
- bere v úvahu tzv. **utopené náklady** – náklady, které byly vynaložené v minulosti a neměly by ovlivňovat naše současné rozhodování. Nebo, náklady, které nemůžeme ušetřit, ať už se rozhodneme pro jakoukoliv variantu. Např. Auto – utopené náklady jsou minulé opravy auta.
- nerozlišuje rozdíl mezi průměrnými a mezními hodnotami

Náklady obětované příležitosti

- to, čeho se vzdáváme za účelem získání něčeho nového
- Náklady obětované příležitosti představují hodnotu nejhodnotnějšího statku, činnosti, alternativy, která musí být obětována ve prospěch zvoleného statku, činnosti, alternativy.
- **Náklady obětované příležitosti** patří mezi **implicitní náklady**. Spolu s **explicitními náklady** (skutečně vynaložené peníze, práce, materiál, kapitál apod.) tvoří **ekonomické náklady**.

2. otázka

Užitek a jeho měření. Kardinalistická verze měření užítu. Rovnováha spotřebitele. Odvození křivky poptávky.

Užitek a jeho měření

- Užitek je efekt plynoucí (nejen) ze spotřeby určité kombinace statků či služeb
- **Popis očekávaného potěšení, nebo uspokojení získaného ze zboží nebo služeb.**
- Jde o subjektivní pocit míry uspokojení dané potřeby

Axiomy – logická pravidla, na nich staví teorie

- Axiom úplného srovnání (2 statky, $A > B$, $A < B$, $A = B$)
- Axiom tranzitivity (3 statky, schopnost výměny)
- Axiom nepřesycení (Čím více statků mám, tím lépe, ale jen do určité míry)

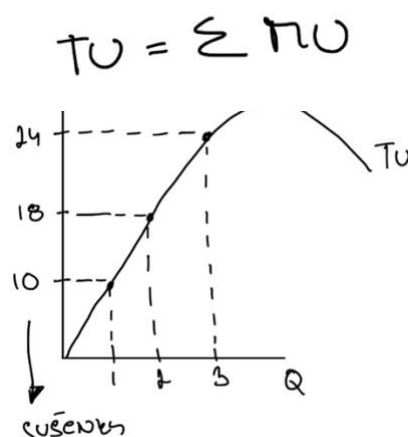
Kardinalistická verze měření užítu

- Kardinalisté pracují s pojmem **mezní užitek**.
- **Předpoklad je, že užitek je přímo měřitelný**, nabývá konkrétní hodnoty (v korunách)

Jana by za kilo jahod zaplatila 100 Kč, ale za 2 kila už jen 150 Kč, za 3 kila nanejvýš 180 Kč.

Celkový užitek (Total utility, TU)

– množství uspokojení získané z celé spotřeby produktu. Je závislý na objemu spotřebovaného zboží, či služby, vlastnostech a kvalitě zboží, míře, s jakou je schopno potřeby uspokojovat.



Mezní užitek (Marginal Utility, MU)

– vyjadřuje o kolik vzroste celkový užitek, jestli se množství spotřebovávaného zboží zvýší o jednotku. Změna celkového užitku vyvolané změnou spotřebovávaného statku o jednotku.

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} \quad \text{— o kolik se změnilo množství}$$

$$MU_2 = \frac{+8 \text{ (z 10 na 18)}}{+1} = 8$$

na druhou jednotku

Zákon klesajícího mezního užitku – mezní užitek s rostoucí spotřebou klesá.

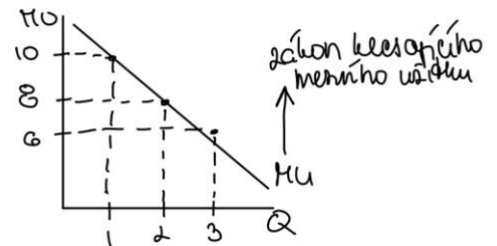
Např. Druhá pizza už nebude chutnat stejně, jako ta první, užitek bude menší.

Platí pro krátká časová období. – a tudíž bude později klesat i TU.

Rozdíl mezi TU a MU

Sušenk	MU	TU	Užitek v korunách
1	10	10	
2	8	18	
3	6	24	

Užitek z každé dodatečné jednotky = MU



Rovnováha spotřebitele

- Optimální množství spotřebitel nakoupí, pokud se mezní užitek rovná ceně.
- $MU = P$ (PRO 1. STATEK)
- $MU > P$ efekt ze spotřeby další jednotky je vyšší, než cena zboží
- $MU < P$ spotřebitel bude omezovat nákup tohoto statku
- Spotřebitel vstupuje na trh se záměrem nakoupit statky sloužící k uspokojení potřeb. Jeho cílem je **maximalizovat užitek**.

Přijdu do obchodu, koupím 1 sušenku za 14 Kč, ale užitek mám 20 Kč. (výhodné pro mě). Koupím 4 ks, 5 kus už nekoupím, protože bych byla ve ztrátě.

PRO 2 A VÍCE STATKŮ

$$\frac{MU \text{ zboží 1}}{P \text{ zboží 1}} = \frac{MU \text{ zboží 2}}{P \text{ zboží 2}} = \frac{MU \text{ zboží 3}}{P \text{ zboží 3}}$$

Sušenk	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
MU (Kč)	20	18	16	14	12
P (Kč)	14	14	14	14	14
	6 Kč	4 Kč	2 Kč	0 Kč	-2 Kč

Prebytek spotřebitele z 1. kusu

Odvození křivky poptávky

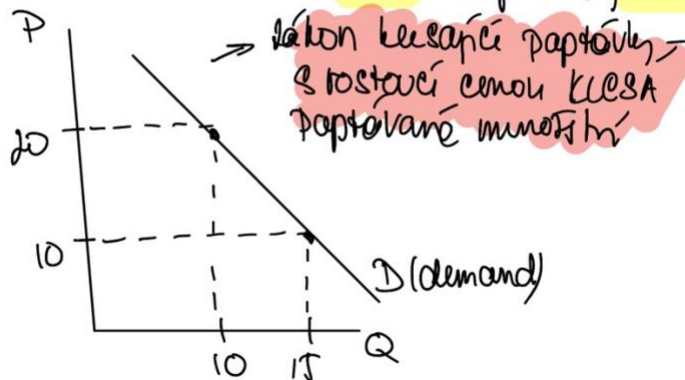
- Křivka poptávky je totožná s křivkou mezního užitku
- Je stejně jako křivka MU klesající, protože při stoupající ceně klesá poptávané zboží
- Snížení ceny statku dojde ke zvýšení množství, které si koupím a naopak.



Křivka poptávky je totožná s křivkou mezního užitku

- Chce-li spotřebitel udržovat svoji rovnováhu musí **na zvýšení ceny reagovat snížením poptávaného množství**.
- Chce-li spotřebitel udržovat svoji rovnováhu musí **na snížení ceny reagovat zvýšením poptávaného množství**.

1 den: sušenky stojí 20 Kč – koupím 10 ks
 (podle ceny se rozhodnu, kolik koupím munitky)
 2 den: sušenky nyní stojí 10 Kč – koupím tedy 15 ks.



3. Otázka

Užitek a jeho měření. Ordinalistická verze měření užítu. Indiferenční analýza. Linie rozpočtu. Optimum spotřebitele. Odvození křivky poptávky

Užitek a jeho měření

- Užitek je efekt plynoucí (nejen) ze spotřeby určité kombinace statků či služeb
- **Popis očekávaného potěšení, nebo uspokojení získaného ze zboží nebo služeb.**
- Jde o subjektivní pocit míry uspokojení dané potřeby

Axiomy – logická pravidla, na nich staví teorie

- Axiom úplného srovnání (2 statky, $A > B$, $A < B$, $A = B$)
- Axiom tranzitivity (3 statky, schopnost výměny)
- Axiom nepřesycení (Čím více statku mám, tím lépe, ale jen do určité míry)
-

Ordinalistická verze měření užítu

- **užitek není přímo měřitelný.**
- spotřebitel není schopen dávat svému uspokojení rozměr, pouze pořadí,
- Dokáže říci, že je pro něho jedna kombinace dvou statků uspokojivější, než jiná, ale nedokáže říci, o kolik uspokojivější. Dokáže přiřadit různým spotřebním variantám pouze pořadová
- Vyjádření uspokojení pomocí indiferenčních křivek

Statky

- Nezbytné – reagují na změnu ceny více, než luxusní, protože je nutně potřebujeme
- Luxusní
- Podřadné – se změnou důchodu se stávají podřadné – např. levný salám

Vzájemně jsou k sobě:

- Nezávislé
- Substituty statky navzájem zaměnitelné (pepsi a kola)
- Komplementy – statky navzájem doplňující (Káva a cukr)

Z pohledu preferencí :

- Lhostejný
- Nežádoucí – snižuje užitek spotřebitele (oříšky pro alergiky)

Indiferenční analýza

Indiferenční body

– kombinace statků, které přinášejí spotřebiteli stejné uspokojení

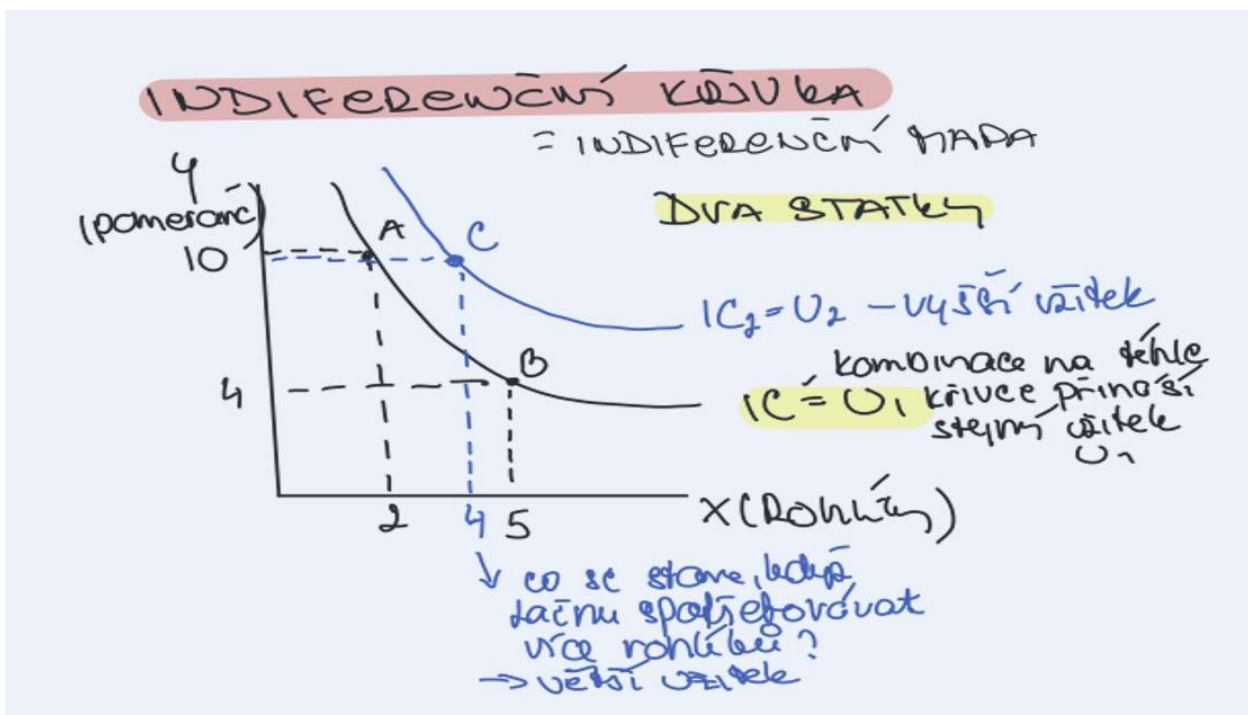
Indiferenční křivky IC

- jsou spojnice těchto bodů
- Poskytují základ pro konstrukci křivky poptávky
- ukazují, jak je spotřeba ovlivněna cenou, chutěmi a důchodem a hlavně, možností výběru – rozhodnutí o zakoupení jednoho zboží a nezakoupení druhého zboží. Jsou klesající
- čím více vzdálené od počátku, tím je vyšší užitek
- neprotínají se

Směrnice Křivky – MRSc – mezní míra substituce ve spotřebě – vypočítání směru křivky

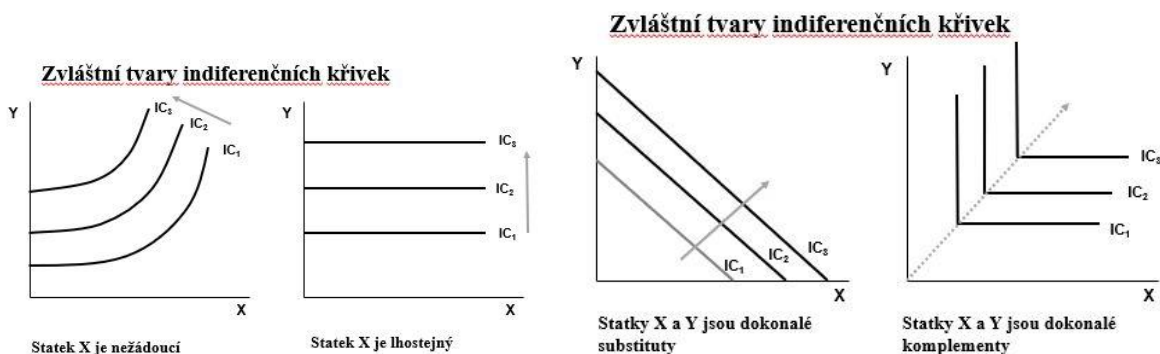
$$MRSc = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

- Je to množina kombinací statků X a Y se stejnou velikostí celkového užtku.
- Hledám kombinaci zboží, které přináší stejné uspokojení.



Zvláštní tvary:

- Dokonalé substituty (coca cola a pepsi)
- Dokonalé komplementy (Lampa a žárovka)
- Nežádoucí statky (co nemáme rádi a druhý statek, co máme rádi)
- Lhostejný statek (krabice a boty)



Linie rozpočtu (Budget line)

- Předpoklad, že spotřebitel na nákup statku X a Y vynaloží celý svůj důchod
- Linie rozpočtu zobrazuje všechny maximálně dostupné kombinace statků X a Y
- **Spotřebitel je ve svém rozhodování omezen:**
 - Rozpočtovým omezením
 - Cenami statků X a Y
 - Důchodem spotřebitele

$$I = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y$$

Tímhle vzorcem vypočítám koncové body budget line

Mám 10kč, statek X stojí 5 kč, statek Y stojí 2 kč.

$$10 = 5 \cdot X \text{ (tudíž koncový bod na ose X bude 2)} + 2 \cdot y \text{ (koncový bod na ose y bude 5)}$$

Tak např. Nechci utratit více jak 40 kč. Chci si dát žampiony I rajčata. Žampiony jsou 20 kč za 100 g, rajčata take. Abych si mohla koupit alespoň 10 g rajčat, musím obětovat 10 g žampionu atd. Jsem tedy omezena cenou statků a svým budgetem.

MRSe – mezní míra substituce ve směně

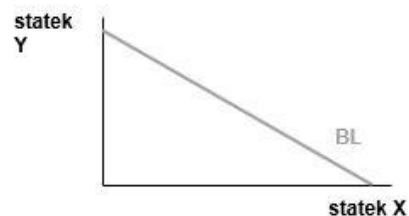
$$MRSe = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{P_X}{P_Y}$$

I = částka, kterou chce spotřebitel vydat na nákup obou statků

P = ceny těchto statků

Q(XY) = jejich množství

Linie rozpočtu



Soubor tržních příležitostí

- všechny kombinace statků X a Y, které jsou spotřebiteli dostupné za ceny P_X a P_Y .
- plocha pod BL.

Optimum spotřebitele

Bod dotyku indifferenční křivky a linie rozpočtu.

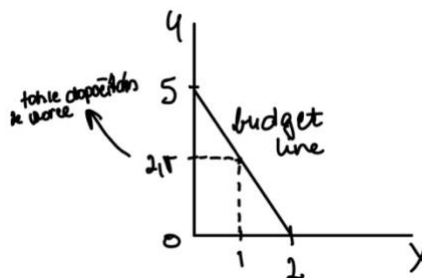
$$MRSc = MRSe$$

$$\frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}$$

$$I = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y$$

↑ důchod ↑ cena ↑ množství

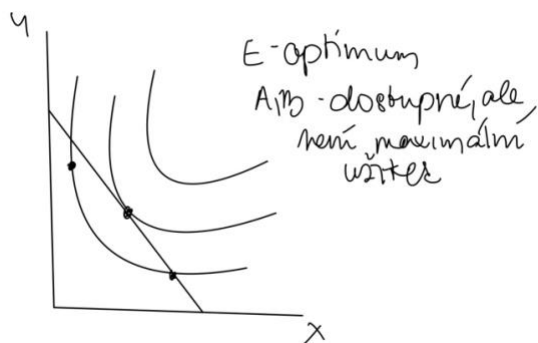
$$10 = 5 \cdot X + 2 \cdot Y$$



MRSe = mezní míra substituce ve směně

$$MRSe = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{P_X}{P_Y}$$

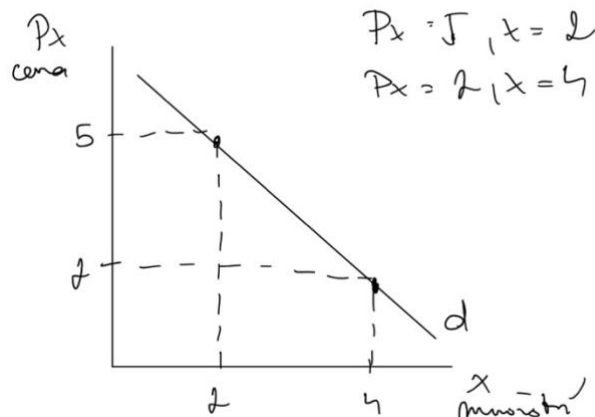
$$\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{4}{1} = 4$$



- Cílem je dosáhnout nejvyšší indifferenční křivky, které je slučitelná s naším rozpočtovým omezením. – maximalizace užitku
- Bod dotyku je optimální kombinací statků X a Y .
- Poměr, v němž je spotřebitel ochoten nahrazovat jedno zboží druhým, aniž by se změnil jeho užitek, se rovná poměru, v němž spotřebitel může směnit statky X a Y na trhu

4. Otázka

Poptávka a její funkce, substituční a důchodový efekt, vliv změny důchodu spotřebitele na poptávku. Vliv změny ceny na poptávku. Elasticita poptávky. Důchodová elasticita. Tržní poptávka



Poptávka a její funkce (značí se D od angl. demand)

- Zamýšlená koupě
- je **funkce**, která ukazuje závislost poptávaného množství statku na ceně (tato závislost je znázorňována pomocí křivky **poptávky**).

Individuální poptávka – poptávka 1. člověka

Tržní poptávka – např. trh mléka, všichni, kdo poptávají mléko na trhu

Agregátní poptávka – poptávka všech lidí po všem, co se vyrábí, zabývá se jí makroekonomie

Efektivní koupěschopná poptávka – můžu si něco dovolit koupit

Křivka poptávky

- spotřebitel se nejdříve podívá na cenu, než si něco koupí
- když jde cena statku nahoru, koupím statku méně

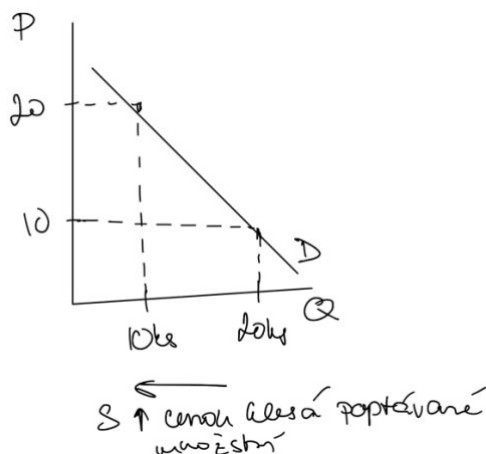
$$Q = f(P_x)$$

Q – poptávané množství

P – cena statku

Zákon klesající poptávky

- S rostoucí cenou klesá poptávané množství



Změny poptávky ovlivňuje :

Cena se nemění, ale důchod ano – zvýšení důchodu vytvoří novou důchodovou křivku, protože si koupím více poptávaného zboží

Vliv na poptávku má :

- Cena

- Důchod (Cena se nemění, ale důchod ano – zvýšení důchodu vytvoří novou důchodovou křivku, protože si koupím více poptávaného zboží)
- Cena jiných statků
- Komplementy a substituty (pepsi a kola, káva a kapsle)
- Množství kupujících (když je něco na insta trend)

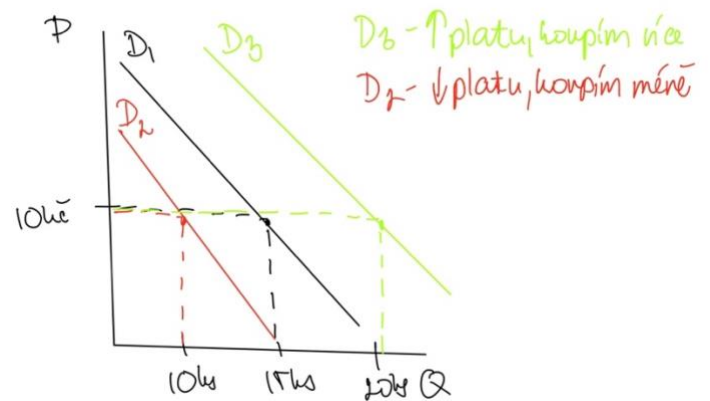
Změny poptávky

- Posun po křivce (změna ceny zboží posun od bodu A do bodu B a naopak)
- Posun křivky (změna důchodu)

Celkový efekt (substituční + důchodový)

$$TE = SE + DE$$

Celkový efekt rozlišujeme na:



Substituční efekt (nahrazení) – SE

- Změna poptávaného množství v důsledku substituce statku relativně dražšího statkem relativně levnějším

$$\downarrow P_X = \uparrow Q_X = \downarrow Q_Y$$

X = pizza, Y = hranolky. Cena pizzy klesne, nakoupím více pizzy, ale musím koupit méně hranolek

Důchodový efekt IE

$$\downarrow P_X = I \frac{I}{\downarrow P_X} = \uparrow Q_X, \uparrow Q_Y$$

- pokud si chci koupit původní množství při snížení ceny, tak mi zbydou peníze.

Změna poptávaného množství v důsledku změny reálného důchodu.

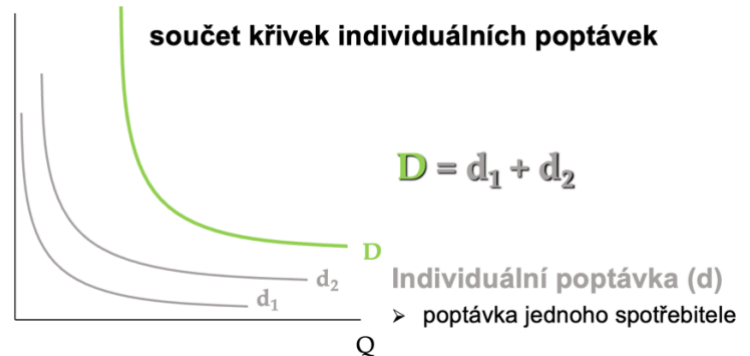
Mám 100 Kč. Pizza stojí 50 Kč. Mám dvě pizzy. Cena pizzy klesne na 25 Kč, koupím 2 pizzy, zbyde mi 50 Kč, takže můžu koupit víc pizzy, nebo víc hranolek.

Elasticita poptávky

- měří citlivost reakce spotřebitelů na změny cen jednotlivých druhů zboží a reakce na změny důchodu
 - Když se změní cena, jak na to reaguje množství
- Rozlišujeme tři typy elasticit:

- cenová elasticita poptávky

Tržní poptávka (D)



- důchodová elasticita poptávky
- křížová elasticita poptávky

Cenová Elasticita

- vyjadřuje citlivost reakce spotřebitele na změnu ceny

$$EDP = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Cena chleba je 10 Kč - koupím si 1 ks. Cena chleba klesne na 8 Kč, koupím si 1,5 chleba. Cena se snížila o 20%, množství se změnilo o 50%.

$$EDP = \frac{50\%}{-20\%} = -2,5 / = 2,5$$

Tzn - když cena klesne o 1%, tak se množství zvýší o 2,5%

Čím vyšší je číslo, tím více je to elastické.

Podle e_{DP} rozlišujeme poptávku:

- **nepružnou** (popř. dokonale nepružnou, když zboží na změnu ceny nereaguje) $e_{DP} < 1$, poptávka je neelastická, změna ceny vyvolá menší procentní změnu množství,
- **pružnou** (popř. dokonale pružnou, neexistuje v praxi), $e_{DP} > 1$, poptávka je elastická, cena se mění o menší procento než množství
- **jednotkově pružnou**, $e_{DP} = 1$, pak je poptávka jednotkově elastická, tzn. cena i množství se mění o stejné procento

Faktory ovlivňující elasticitu

- druh statku (luxusní předměty)
- substituty

Důchodová elasticita poptávky

- vyjadřuje závislost změn poptávaného množství na změnách důchodu spotřebitele
- když se změní důchod, jak se změní poptávané množství

$$EDI = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I}$$

$EDI > 0$ - normální statek

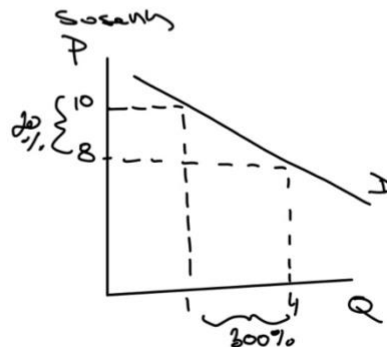
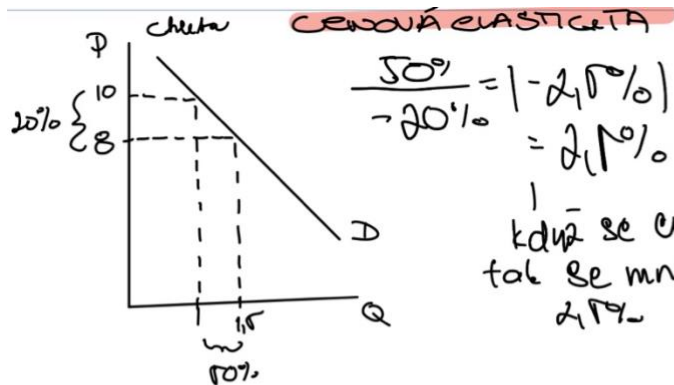
$EDI < 0$ - méněcenný statek (levný salám) - s rostoucím důchodem se bude kupovat méně

$EDI = 0$ - nezávislý statek

Křížová elasticita poptávky

- když se změní cena jiných druhů zboží, jak se změní Q poptávaného množství

$$Ec = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y}$$



$$\frac{50\%}{-20\%} = -2,5\% = 2,5\%$$

Below the calculation, it says: "když se cena snížila o 1%, tak se množství změnilo o 2,5%".

snížení ceny o 20% vyvolalo snížení množství o 50%.

$E_c > 0$ – substituty

$E_c < 0$ – komplementy

5. Otázka

Chování a rozhodování výrobce. Předpoklady teorie firmy. Výroba a náklady. Produkční analýza a náklady v krátkém období. Produkční analýza a náklady v dlouhém období. Příjmy firmy. Celkový, průměrný a mezní příjem. Zisk. Ekonomické náklady a ekonomický zisk

Firma

- je obecné označení pro ekonomicko-právní subjekt specializující se na výrobu, tj. na přeměnu zdrojů ve statky a služby,
- nakupuje výrobní faktory (VF),
- organizuje přeměnu VF ve výstup,
- prodává svůj výstup

Cíle firmy

- maximalizovat zisk.

Zisk = příjmy - náklady

Co ovlivňuje chování firmy?

- cena výrobních faktorů,
- volba technologie,
- konkurenční prostředí,
- cena vyrobeného statku,
- specifické vlivy,
- **délka období.**

Délka období

- velmi krátké období - nelze měnit vstupy
- krátké období - firma může měnit pouze jeden ze vstupů – L - pracovníky
- dlouhé období - všechny vstupy jsou proměnlivé – i L i K
- velmi dlouhé období - vliv technického pokroku

Náklady

Explicitní - nákup materiálů a podobně, skutečně vynaložené, jsou zanesené do účetnictví. Např. mzdy zaměstnancům.

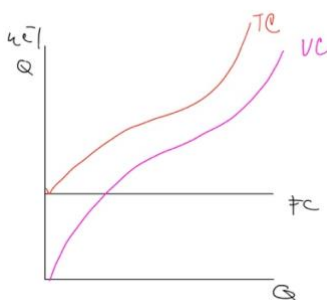
Implicitní - reálně se neplatí, např. ušlý příjem. Jsou to **náklady obětované příležitosti** – nejsou v účetnictví

Celkové náklady (Total Costs – TC) – mají dvě složky:

$TC = VC + FC$ pro krátké období

$TC = VC$ pro dlouhé období, protože v dlouhém období jsou všechny náklady variabilní

Při dlouhém období jsou všechny náklady variabilní a tudíž TC bude vycházet z počátku. (viz graf)



- **Variabilní náklady** (Variable Costs – VC) – náklady, které s růstem objemu výroby rostou. Pokud výroba roste, rostou i VC a naopak.
- **Fixní náklady** (Fixed Costs – FC) – náklady, které se s objemem výroby nemění. Firma je musí hradit, i když je objem výroby nulový (nájemné,..).

Průměrné náklady (Average costs - AC)

– náklady na jednotku produkce

$$AC = AFC + AVC$$

$$\frac{TC}{Q} = \frac{FC}{Q} + \frac{VC}{Q}$$

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

Mezní náklady (Marginal Costs – MC)

– náklady potřebné k rozšíření objemu výroby o jednotku. nejdříve klesají a od určitého množství produkce rostou

- Když vyrobím o 1 ks navíc, o kolik se mi změní náklady
-

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

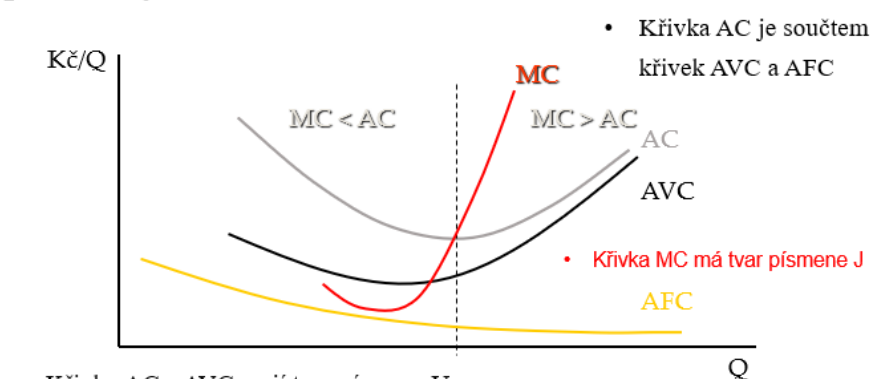
- MC začínají růst dříve než AC. To proto, že MC nejsou ovlivněny fixními náklady. MC jsou nulové, protože fixní náklady se s objemem výroby nemění. MC se proto vždy rovnají mezním variabilním nákladům.

Příklad se známkami. Dostala jsem 3,3,2 – mezní je 2, průměrná 2,66

- Dokud jsou mezní náklady nižší, než průměrné, pak průměrné náklady klesají a naopak.

Grafické vyjádření

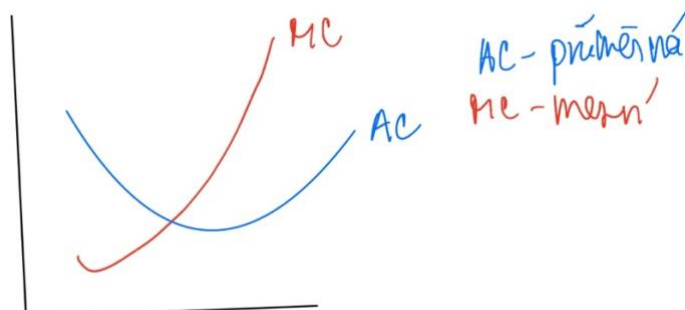
průměrných a mezních nákladů v krátkém období



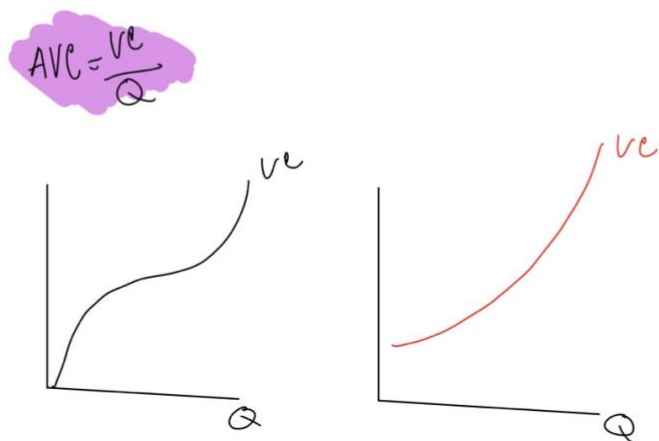
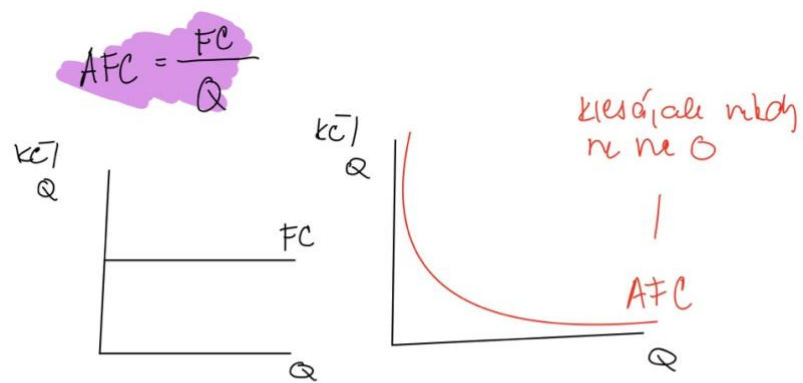
- Křivky AC a AVC mají tvar písmene U

➤ platí zákon klesajících výnosů

- Z grafu můžeme pozorovat, že křivka MC protíná křivku AC v jejím minimu.
- Je-li $MC < AC$ vyžaduje každá další jednotka produkce náklady nižší než jednotky předcházející.
- Je-li $MC > AC$ je další jednotku produkce možno vyrobit pouze s náklady vyššími než jednotky předcházející.



- Pouze $MC = AC$ jsou průměrné náklady minimální.

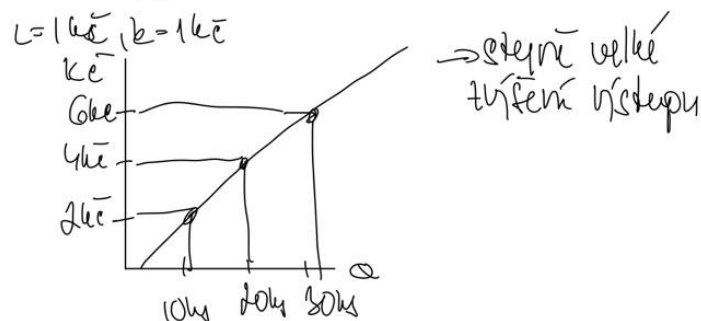


Náklady v dlouhém období

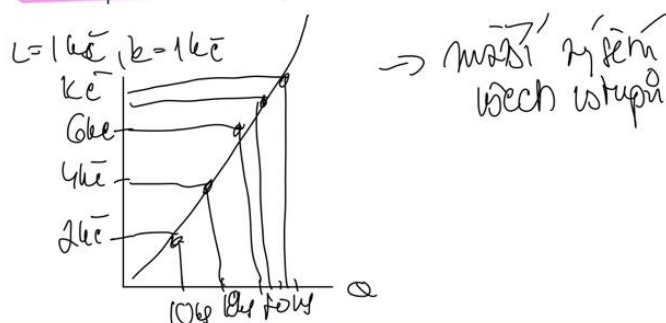
Výnosy z rozsahu
- reakce celkového produktu na ↑ vstupů

Konstantní výnosy z rozsahu

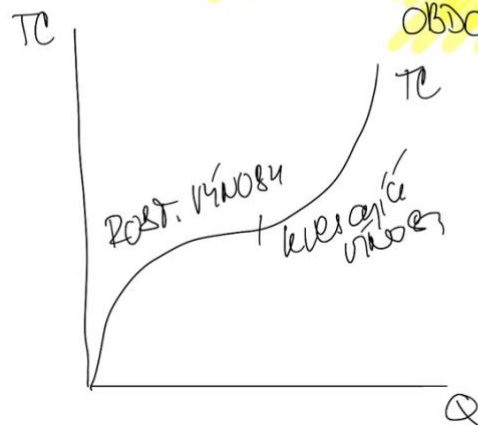
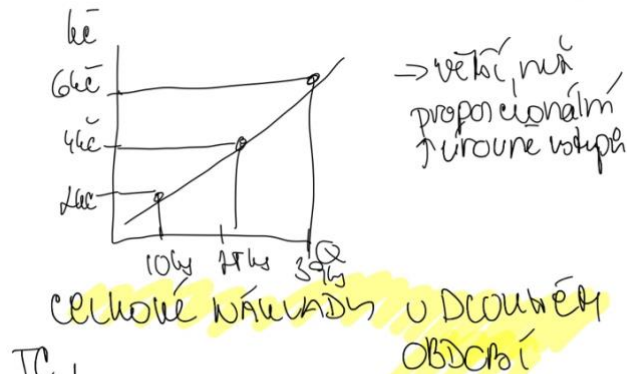
L, K $1L \} 10K$ $2L \} 20K$ $3L \} 30K$



Klesající výnosy z rozsahu



Rostoucí výnosy z rozsahu



Produkční analýza

Krátké období – $Q=f(K, L)$ – můžu měnit jen vstup L , K se nemění, výnosy pouze z jednoho variabilního VF

Dlouhé období – $Q=f(K, L)$ – můžu měnit oba vstupy, substituce vstupů výnosy z rozsahu vstupů

- udává jaký maximální objem produkce může firma, při dané technologii a při daných VF vyrobit v určitém období,
- můžeme ji charakterizovat jako vztah mezi množstvím vstupů, které byly použity ve výrobě v daném období a maximálním objemem výstupu, který vstupy svým fungováním v daném období vytvořily.

$$Q = f(F_1, F_2, \dots, F_n)$$

PRODUKČNÍ ANALÝZA

Produkční analýza v krátkém období

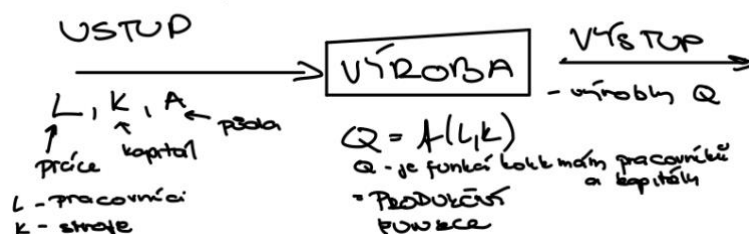
$$Q = f(K, L)$$

K – kapitál se nesmí měnit, můžu měnit jen L – pracovníky

Na grafu mezní produkt klesá.

- V krátkém období budeme uvažovat změny pouze jednoho výrobního faktoru – v našem případě se bude jednat o výrobní faktor práce. Ostatní výrobní faktory budou fixní. Pokud bude firma chtít krátkodobě zvýšit (snížit) objem své produkce, může najmout (propustit) pracovníky, resp. změnit počet dodatečných hodin práce.

Celkový, průměrný a mezní produkt



- **Celkový produkt (Total Product – TP)** vyjadřuje celkový objem produkce vyrobený určitým množstvím inputu (vstupu), který měříme ve fyzických jednotkách.

$$TP = Q = \sum MP$$

1) **Celkový produkt**

$$TP = Q = \sum MP$$

$$\frac{L}{0} \quad \frac{TP}{0}$$

když nemám žádného pracovníka

- **Průměrný produkt (Average Product – AP)** vyjadřuje objem produkce připadající na jednotku.

$$AP = \frac{TP}{L}$$

3) **PRŮMĚRNÝ PRODUKT** – kolik mi v průměru každý z pracovníků vyrobí

L	TP
0	0
1	10
2	25
3	35

$$AP_L = \frac{TP}{L}$$

$$AP_{L1} = \frac{10}{1} = 10$$

$$AP_{L2} = \frac{25}{2} = 12,5$$

- **Mezní produkt (Marginal Product – MP)** vyjadřuje změnu objemu vyrobené produkce vyvolanou změnou množství vstupu o jednotku.

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

2) **MEZNÍ PRODUKT** – kolik mi ten dodatečný pracovník vyrobí produktu

$$MP_L = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

– kolik příjmu dodatečného pracovníka, jak se změní celkový produkt

$$MP_{L1} = \frac{\Delta TP}{\Delta L} = \frac{10}{1} = 10 \text{ – o kolik se změnil výrobek}$$

↑
kolik příjmu 1 pracovníka

Produkční analýza v dlouhém období

$$Q = f(K, L)$$

V dlouhém období se mohou měnit oba vstupy, kapitál i práce

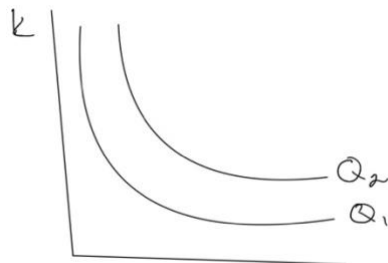
Izokvanta

- Křivka, která vyjadřuje takové kombinace dvou vstupů, které odpovídají stejnému objemu produkce.
- Izokosty vzdálenější od počátku odpovídají vyššímu množství produkce
- Neprotínají se

MRTs – poměr, v němž je možné nahrazovat vzájemně L a K, aniž by se změnil objem produkce – zákon klesajícího mezního produktu

$$MRTs = \frac{\Delta K}{\Delta L} = \frac{MP_L}{MP_K}$$

1 stroj a 8 pracovníků
8 strojů a 1 pracovník



Izokosta

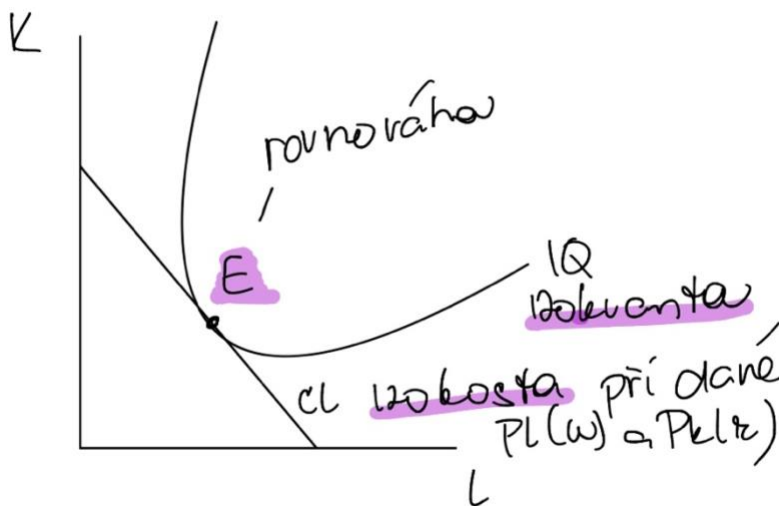
- Pomocí izokosty vyjadřujeme náklady
- Všechny kombinace 2 vstupů, které může firma nakoupit při daných cenách
- $TC = \text{náklady na práci} + \text{náklady na kapitál}$
- $TC = w \cdot L + r \cdot K$
- W – náklad na jednoho pracovníka

$$TC = w \cdot L + r \cdot K$$

↑ ↑ ↑
náklad na počet pracov. množství
T. pracovníka kapitálu
náklad na kapitál

Mám 10 Kč – 1 pracovník stojí 5 Kč. Stroj stojí 2 Kč. Můžu si dovolit 2 pracovníky a 0 kapitálu (stroje), nebo taky 5 strojů a 0 pracovníků. Mám takovou kombinaci, která vždy stojí 10 Kč.

Bod optima >>>>



Příjem firmy

Celkový příjem (Total Revenue) TR

- veškeré peněžní příjmy, které firma získá za prodané zboží (tržby)

$$TR = P \cdot Q$$

TR je závislý na:

- objemu realizované produkce,
- její ceně,
- cenové elasticitě poptávky.

Mezní příjem (Marginal Revenue) MR

- přírůstek celkového příjmu vyvolaný zvýšením výroby o jednotku

$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

Průměrný příjem (Average Revenue) AR

- suma peněžních prostředků připadajících na jednu jednotku produkce

$$AR = \frac{TR}{Q} \quad AR = P - \text{za podmínek dokonalé konkurence bude AR konstantní na úrovni ceny}$$

Zisk firmy π

- rozdíl mezi celkovými příjmy a celkovými náklady

$$\pi = TR - TC$$

když $ZR < TC$ – firma je ve ztrátě

- **čistý ekonomický zisk** – TR minus explicitní náklady minus implicitní náklady, nebo účetní zisk – implicitní náklady
- **účetní zisk** – TR – explicitní náklady
- Ekonomické náklady zahrnují jak náklady explicitní, tak náklady implicitní.
- Ekonomický zisk je rozdíl mezi celkovým příjmem a ekonomickými náklady. Výrobce odchází do jiné příležitosti, jakmile je jeho ekonomický zisk záporný.

Explicitní a implicitní náklady příležitosti

- **Explicitní náklady platí výrobce za používání cizích výrobních faktorů** – platí vlastníkům těchto faktorů jejich obětované příležitosti (jsou zachyceny v účetních dokladech).
- **Implicitní náklady odrážejí obětované příležitosti výrobcových vlastních výrobních faktorů** – to co by za ně dostal v druhé nejlepší příležitosti.

Ekonomické pojetí nákladů firem

Explicitní náklady

- veškeré reálně vynaložené náklady,
- zanesené v účetních knihách.

Implicitní náklady

- náklady obětované příležitosti, firma je reálně neplatí, jde o ušlé výnosy z užití omezených zdrojů právě určitým a nikoli jiným způsobem.

Otázka 6

Nabídka a její funkce. Vliv změn nákladů a ostatních faktorů na nabídku. Elasticita nabídky. Tržní nabídka. Výnosy z variabilního vstupu. Výnosy z rozsahu. Průměrné a mezní veličiny.

Nabídka a její funkce

- Jsou to zamýšlené prodeje.
- Nabízené množství produktu je množství, které výrobci plánují prodat v daném časovém období.

Rozlišujeme:

- Individuální nabídka – jedna firma
- Tržní nabídka – souhrn množství nabízených při daných cenách všemi firmami na trhu.
- Agregátní nabídka – nabídka všeho od všech výrobců

Křivka nabídky

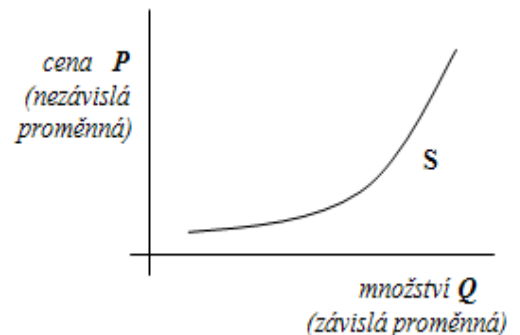
-výrobce nejdříve zjistí, kolik jsou lidé ochotni zaplatit, a dle toho vyrobí počet kusů. Pak zjistí, že lidé jsou ochotni zaplatit více, a tak vyrobí více kusů
- ldyž jde cena nahoru, tak se vyrobí více kusů
- a to je **zákon rostoucí nabídky**

$P \rightarrow Q$

Pokud cena určitého zboží stoupne (za jinak stejných podmínek = ceteris paribus), mají nabízející tendenci produkovat větší množství tohoto zboží a naopak.

Příklad: Zákon nabídky souvisí do jisté míry s klesajícími výnosy, aby mohlo být vyrobeno více bílého vína, musí být pěstováno např. na vzdálenějších místech, v horších podmínkách apod. – tzn. s vyššími náklady. Výrobci proto budou ochotni vyrábět a nabízet toto větší množství vína pouze za vyšší cenu.

Vysoká cena vína také může motivovat vlastníky půdy k rozšíření vinic na úkor jiných plodin, jejichž ceny jsou nízké a přinášejí malý zisk. Naopak klesající cena může vést k rušení vinic a pěstování jiných plodin.

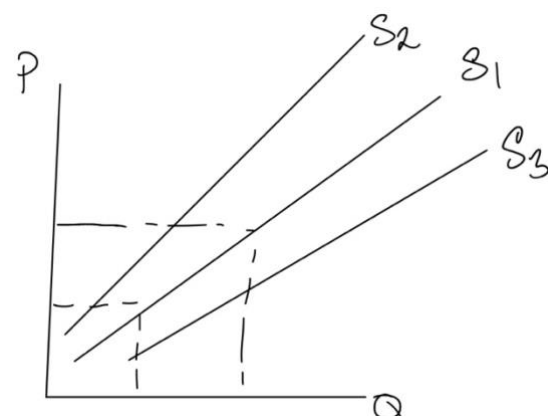
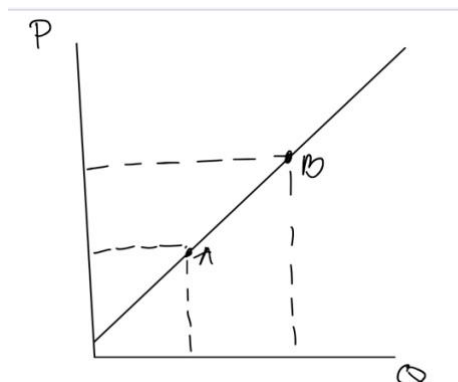


Změny křivky nabídky

- Při změně **ceny** je posun po křivce
- Při změně **nákladů** je posun křivky

S2- Zvýšení mezd – musím produkt prodávat dražší – posun křivky

S3 – Snížení mezd – můžu produkt prodávat levněji – posun křivky



Faktory ovlivňující nabídku

Tak jako u poptávky i zákon nabídky platí „za neměnných okolností“. Existují okolnosti (faktory), které nám mohou nabídku (vztah různých cen a nabízených množství) měnit.

Zvýšení nabídky znamená, že nabízející je ochoten při každé ceně nabízet větší množství.

- **Náklady na výrobu** - ceny výrobních faktorů, které výrobce používá, představují náklady výroby. Lze konstatovat, že růst cen výrobních faktorů (práce, přírodní zdroje, kapitál) vede ke snížení nabídky produktu a naopak pokles cen výrobních faktorů vede ke zvýšení nabídky produktu.
- **Technologie** - zde je situace podobná jako u cen výrobních faktorů. Použití nové technologie, která vede ke snížení nákladů výroby, nám nabídku zvyšuje.
- **Organizace trhu** - například větší zahraniční trh, vedl ke změně nabídky a právě to vedlo ke zvýšení nabídky, došlo ke zvýšení nabízeného množství při jednotlivých cenách. Nabídková křivka se posunula doprava.
- **Platí tedy skutečnost, že zvýšení počtu prodávajících zvyšuje tržní nabídku a naopak.**
- **Ceny výrobních substitutů** - **Výrobní substituty** jsou výrobky, které se vyrábí podobným způsobem, zpravidla na stejném zařízení. Výrobním substitutem bílého vína může být víno červené. Platí, že **zvýšení ceny výrobního substitutu snižuje nabídku daného produktu a naopak.**
- **Ceny výrobních komplementů** - **výrobním komplementem** másla je podmáslo (situace, kdy při výrobě vzniká více produktů – výrobních komplementů). Můžeme konstatovat, že **zvýšení ceny daného produktu vede ke zvýšení nabídky výrobního komplementu.**
- **Ostatní faktory** - mezi další faktory ovlivňující nabídku může patřit počasí (zemědělské produkty), politické souvislosti, války apod.

Elasticita nabídky

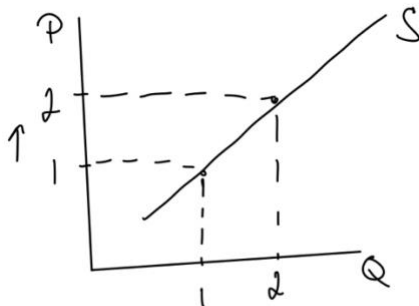
- vyjadřuje citlivost nabízeného množství určitého statku na jeho cenu..
- určuje, o kolik se změní nabízené množství, když se cena změní o 1%

$$= \frac{\% \text{ změna množství}}{\% \text{ změna ceny}}$$

Cenová elasticita nabídky

$$\frac{\% \text{ změna } Q}{\% \text{ změna } P}$$

- když se změní cena,
o kolik se změní
množství?



$$\text{Cen. el. nab.} = \frac{100\%}{100\%}$$

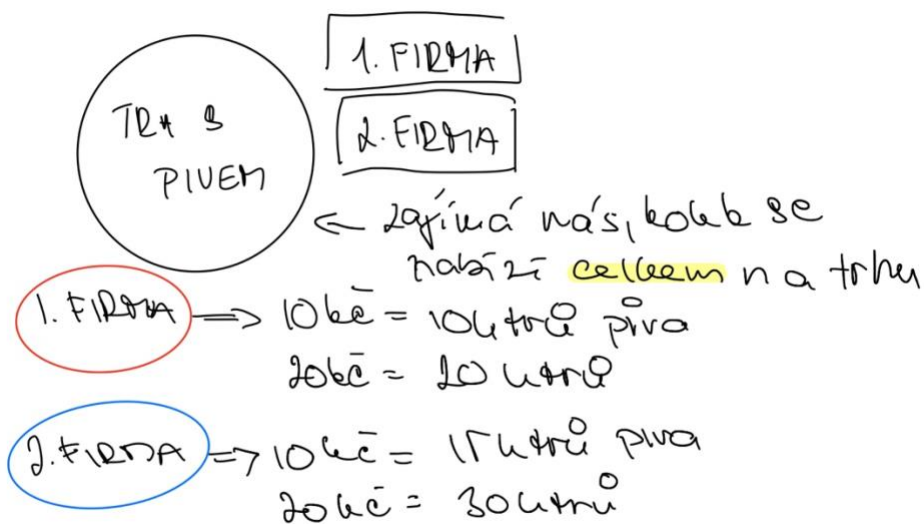
$$= 1$$

= jednotkově
elastické
nabídka

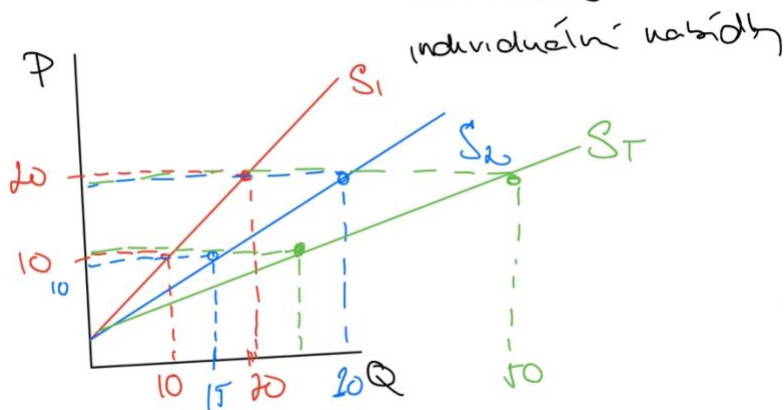
- **Neelastická nabídka** - změna ceny vyvolá menší procentní změnu nabízeného množství, $ES < 1$.
- **Jednotkově elastická nabídka** - změna ceny vyvolá stejnou procentní změnu nabízeného množství, $ES = 1$.
- **Elastická nabídka** - změna ceny vyvolá větší procentní změnu nabízeného množství, $ES > 1$.
- **Dokonale neelastická nabídka** – $ES=0$
- **Dokonale elastická nabídka** – ES je nekonečno – v praxi neexistuje

Tržní nabídka

- Součet individuálních nabídek



→ potřebujeme zjistit, kolik se při určité ceně nabízí celkově



celkem

Výnosy z rozsahu

- odrážejí proporciální reakci celkového produktu na zvýšení všech vstupů.

Rozlišujeme tři případy

1) Konstantní výnosy z rozsahu

změna všech vstupů vede ke stejnému velkému zvýšení výstupu.

2) Klesající výnosy z rozsahu

když proporciální zvýšení všech vstupů vede k nižšímu než proporciálnímu zvýšení celkového výstupu.

3) Rostoucí výnosy z rozsahu

zvýšení všech vstupů vede k více než proporciálnímu zvýšení úrovně výstupu.

Klesající **výnosy z variabilního vstupu** jsou způsobeny tím, že některé faktory se zvětšují, zatímco jiné zůstávají fixní tím klesá vybavenost variabilního faktoru fixním faktorem a s poklesem vybavenosti klesá i jeho produktivita, což znamená že klesá i jeho schopnost zvyšovat produkci (zákon klesajících výnosů z variabilního vstupu)

Individuální nabídka - nabídka jednoho výrobce

Mezní veličiny

- **Celkový produkt** je celkový objem produkce ve fyzickém vyjádření

$$TP = Q = \sum MP$$

- **Průměrný produkt** je celkový produkt děleno počtem použitých jednotek výrobního faktoru.
- **Mezní produkt** je změna celkového produktu vyvolaná zapojením další dodatečné jednotky výrobního faktoru.

$$MPL = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

ZÁKON KLESAJÍCÍHO MEZNÍHO PRODUKTU:

Zvyšujeme-li jeden vstup (při neměnné úrovni ostatních vstupů) mezní produkt tohoto vstupu klesá.

Průměrné náklady (AC) jsou celkové náklady dělené objemem produkce (TC / Q)

Mezní náklady (MC) jsou rovny změně TC vyvolané změnou produkce o jednotku

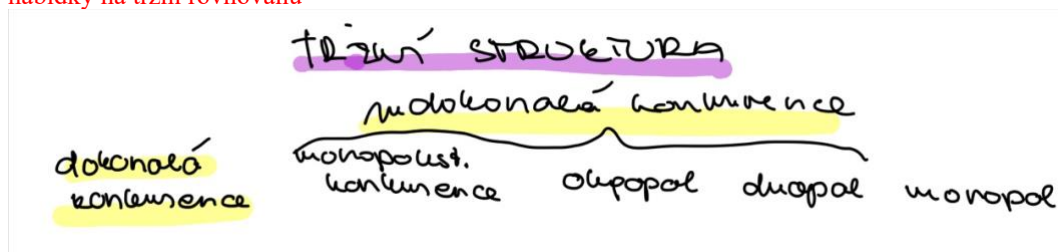
Variabilní náklady: Pokud se pohybujeme v krátkém období, pak celkové náklady firmy (**TC**) jsou součtem fixních nákladů (**FC**) a variabilních nákladů (**VC**).

FC – jsou konstantní, jejich výše je stejná při jakémkoli objemu produkce ; firma je platí i když je objem výroby (**Q**) nulový ; př. nájem , mzda vrátného ap.

VC – závisí na výši produkce (př. spotřebované suroviny) ; při nulové produkci ($Q = 0$) jsou nulové a pochopitelně s růstem výroby rostou.

7. Otázka

Rovnováha na dokonale konkurenčním trhu. Tržní rovnováha. Efektivnost trhu dokonalé konkurence. Vliv změn poptávky a nabídky na tržní rovnováhu



Dokonalá konkurence

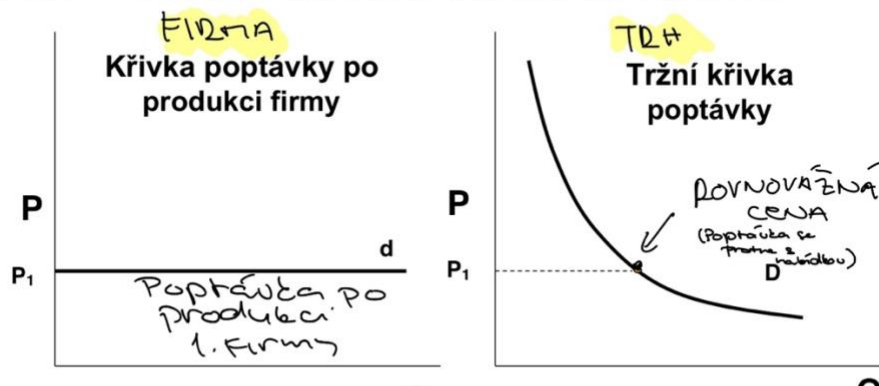
- **Dokonalá konkurence v praxi neexistuje**
- **Velké množství firem dodává jedno zboží**
- Koncept etický a nejvíce efektivní
- Když chci zvýšit zisk, můžu snížit náklady, nebo zvýšit příjmy. V dokonalé konkurenci nemůžu zvýšit příjmy
- Trh je výrobně neefektivní čím více se zдалuje od dokonalé konkurence

Předpoklady:

- Volný vstup do odvětví – najdu si půdu a pěstuji pšenici
- Stejně informace – mám stejné informace o pšenici jako sousední zemědělec
- Mnoho výrobců – velký počet prodávajících a taky kupujících
- Všichni vytvářejí homogenní produkt – mám stejnou pšenici jako sousední zemědělec
- Jedna firma nemůže ovlivnit tržní cenu – cena je daná a firmy ji musí přijmout, Budu prodávat za tu cenu, která je na trhu.
- Neexistence bariéry vstupů (např. vzdělání) a výstupů (např. certifikace výrobků) – každou bariérou se sníží počet účastníků na trhu – je relativně jednoduché dostat se do oboru

Rovnováha dokonale konkurenční firmy

Nejdůležitějším rysem dokonalé konkurence je nezávislost ceny na objemu produkce firmy a tedy **dokonale elastická poptávka po jejích výrobcích**.



- kdyby ta firma měla cenu vyšší, tak to od ní nikdo nebude kupovat.

FIRMA: cenový příjemce

I firma převezme cenu za pšenici z celého trhu. Kdyby si firma stanovila cenu vyšší, tak od ní tu pšenici nikdo nebude kupovat. Firma je cenový příjemce.

V grafu je poptávka po množství 1 firmy. Ta nejdříve cenu přejímá a až pak se rozhodne, jaké vyrobí množství.

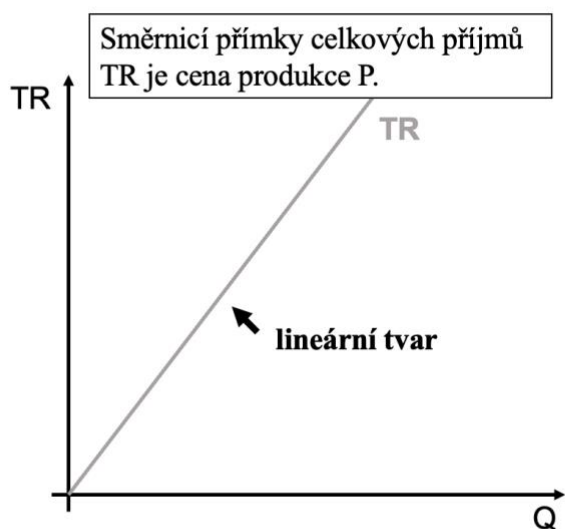
Rozhodnutí 1 firmy neovlivní tržní cenu.

Celková (všeobecná) rovnováha

Firmy usilují o maximalizaci zisku a spotřebitelé o maximalizaci užitku

- znamená nalézt rovnovážné podmínky na všech trzích,
- je rovnovážný stav celého ekonomického systému.

Vývoj celkových příjmů (TR) u firmy v dokonalé konkurenci



V dokonalé konkurenci platí: **$P = MR = AR = d$**

$$TR = P \cdot Q = AR \cdot Q$$

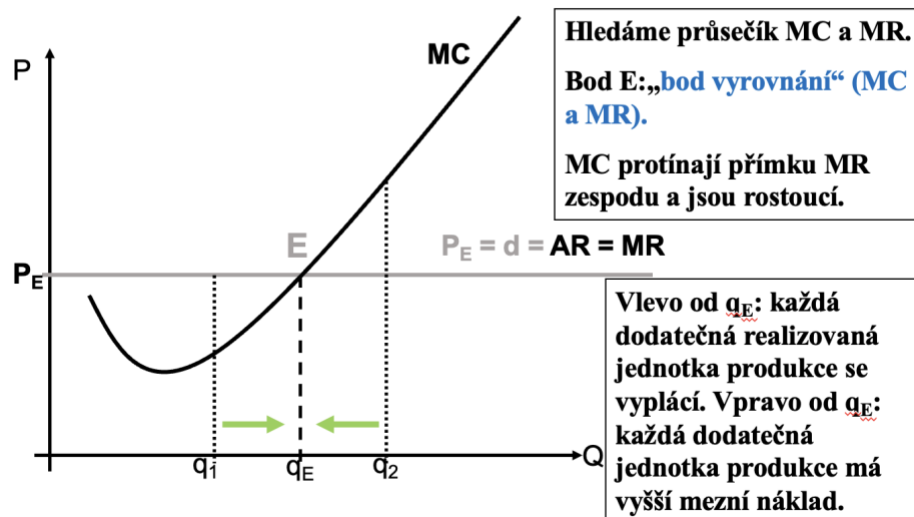
TR: příjmy z realizované produkce.

Poptávka po produkci firmy je dokonale elastická, firma je cenovým příjemcem.

V podmínkách **DK** je **cena produkce konstantní** celkový příjem TR roste lineárně

- Celkový příjem = cena x množství
- Cílem firmy není maximalizovat příjmy, ale zisky
- Zisk – příjem - náklady

Určení optimálního množství produkce (q_E) firmy v dokonale konkurenčním prostředí



Komparace MR A MC

CÍL – maximalizace zisku

MR > MC – celkové příjmy rostou rychleji než celkové náklady → zvyšovat objem výroby

MR < MC – celkové příjmy rostou pomaleji než celkové náklady → snižovat objem výroby

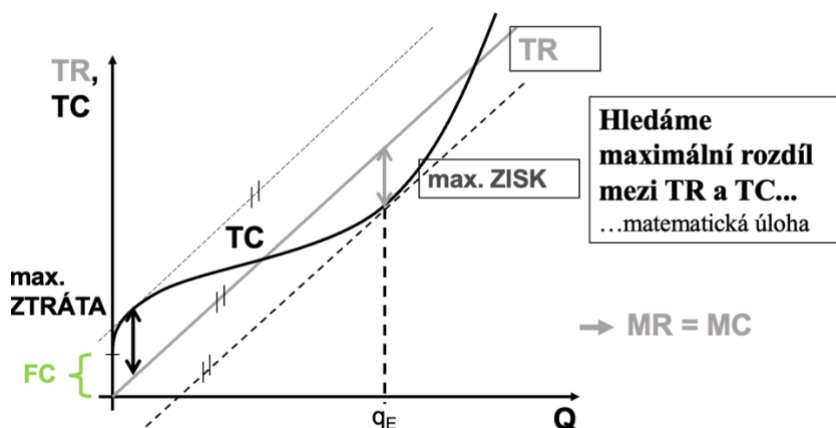
MR = MC – zisk je maximální

ZLATÉ PRAVIDLO MAXIMALIZACE ZISKU

$$MR = MC$$

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \quad MC = Q \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Vývoj TR společně s TC, určení maximálního zisku firmy



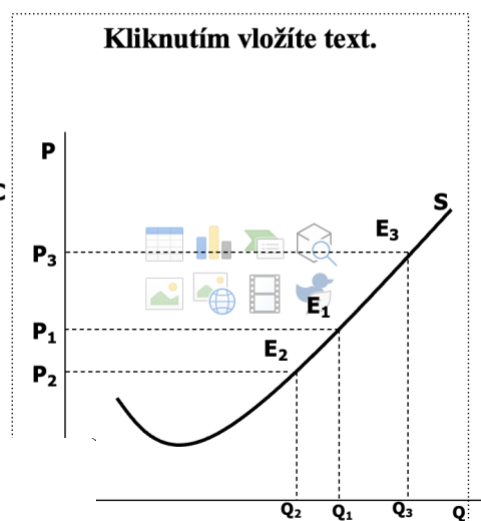
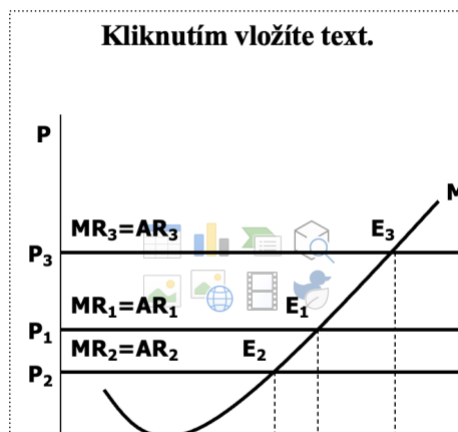
Zisk je rozdíl mezi celkovými příjmy a celkovými náklady.

Pravidlo pro maximalizaci zisku

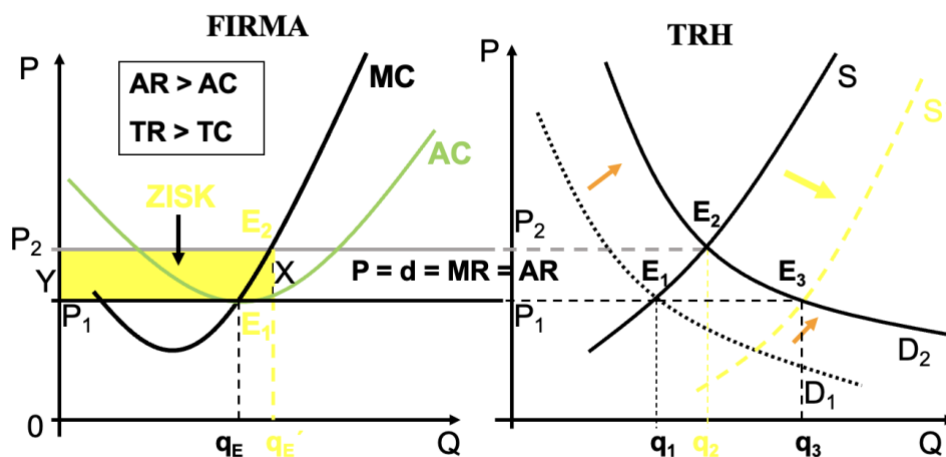
- Nikdy nevyrábět jednotku produkce, jež stojí více, než vynese.
- **Mezní příjem = cena**
- U dokonale konkurenční firmy se cena rovná meznímu příjmu

Křivka nabídky

Odvození křivky nabídky firmy



Firma na DK trhu dosahující zisku



Posun po křivce nabídky způsobuje změna ceny nabízeného množství

Posun křivky nabídky ovlivňuje:

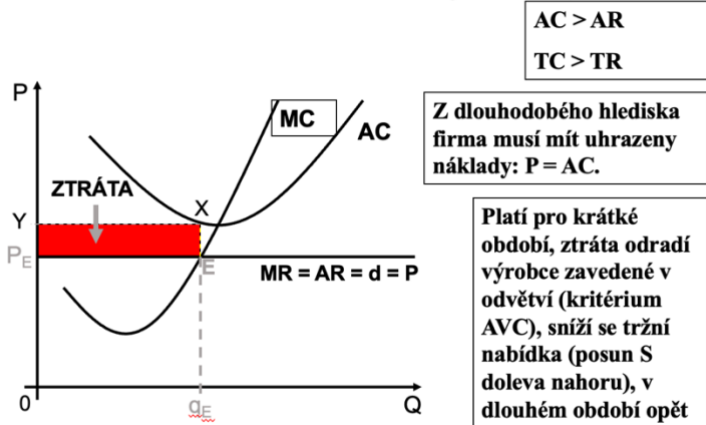
- změna nákladů,
- změna cen ostatních zboží,
- další faktory (očekávání výrobce, počasí, zavedení cel, atd.)

Rovnováha firmy v DK z dlouhodobého hlediska a situace na trhu

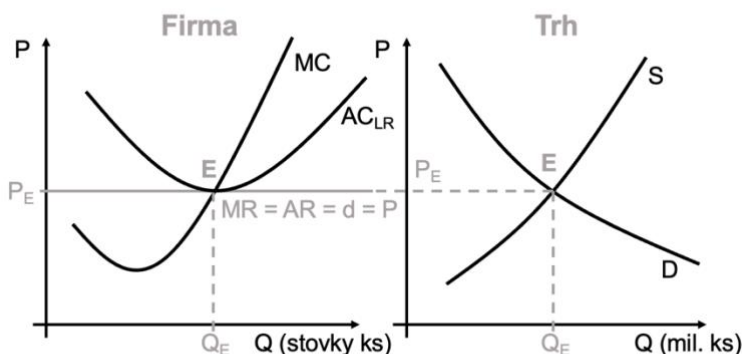
- v dlouhém období platí pro firmu: $P_E = d = MR = AR$,
- bod E se označuje jako: „breakeven point“ = bod zvratu, vyrovnání nákladů s výnosy firmy,
- podmínka optima firmy v dlouhém období je:
 $MC = MR = AC = AR$ neboli $P = MC = AC$
- v dlouhém období firma realizuje nulový ekonomický zisk, tzn. $AR = AC$,

$$TR = TC.$$

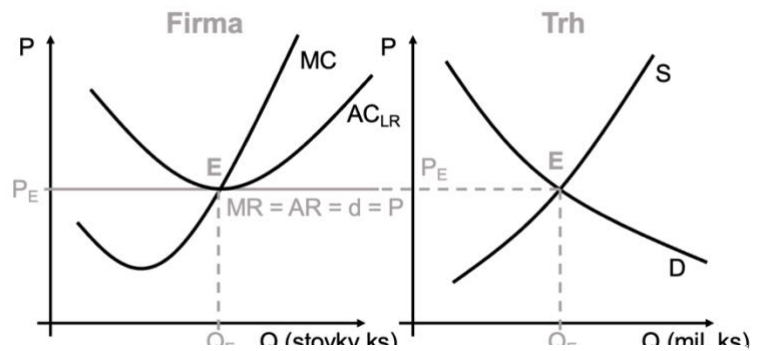
Firma na DK trhu dosahující ztráty



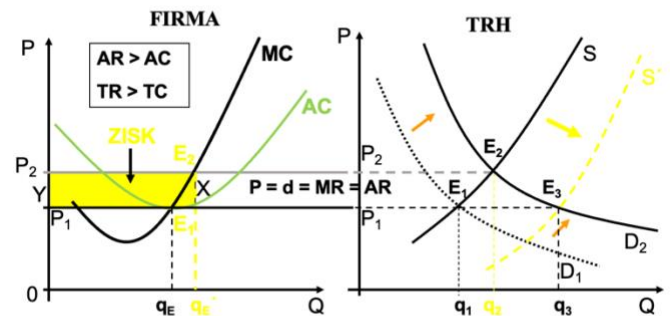
Rovnováha firmy v DK z dlouhodobého hlediska a situace na trhu



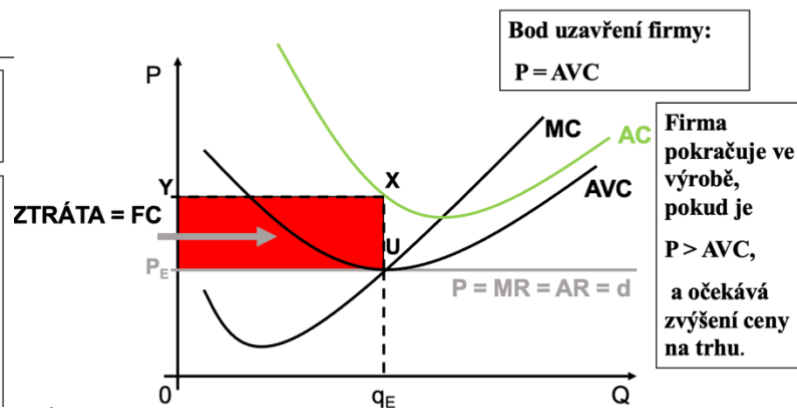
Rovnováha firmy v DK z dlouhodobého hlediska a situace na trhu



Firma na DK trhu dosahující zisku



Bod ukončení činnosti firmy (bod U)



Rovnováha firmy v DK z dlouhodobého hlediska a situace na trhu

- v dlouhém období platí pro firmu: $P_E = d = MR = AR$,
- bod E se označuje jako: „breakeven point“ = bod zvratu, vyrovnání nákladů s výnosy firmy,
- podmínka optima firmy v dlouhém období je:
 $MC = MR = AC = AR$ neboli $P = MC = AC$
- v dlouhém období firma realizuje nulový ekonomický zisk, tzn. $AR = AC$,

$$TR = TC.$$

Efektivnost trhu dokonalé konkurence

- **výrobní efektivnost** – efektivnost ze strany firem
Tato efektivnost je dosažena tehdy, když firmy působící na trhu vyrábějí daný objem výstupu s minimálními náklady.

$$P = MC = \underline{Ac}_{\min}$$

- **alokační efektivnost** – efektivnost z pohledu spotřebitele

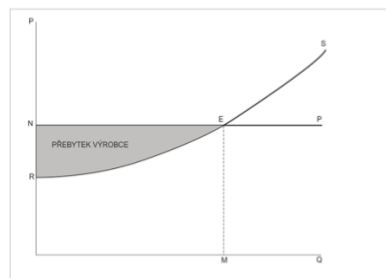
Je jí dosaženo tehdy, když objem výstupu firem působících v dokonalém odvětví, odpovídá ochotě spotřebitelů při daných cenách tento objem poptávat.

$$P = MC = MU$$

Rovnováha z hlediska různých období

Podmínky rovnováhy se v jednotlivých časových obdobích liší

- **Velmi krátké období** – nabídka je zcela neelastická, růst poptávky vyvolá pouze růst ceny.
- **Krátké období** – elasticita nabídky je vyšší, růst ceny je nižší než ve velmi krátkém období.
- **Dlouhé období** – je elasticita nabídky opět vyšší než v předcházejících případech, pohyb ceny je ještě nižší.
- **Velmi dlouhé období** – růst poptávky vede ke zvýšení objemu prodávaného zboží.



- **Přebytek výrobce** vzniká jako rozdíl mezi cenou a mezními náklady.
- Rovnováha = $MC = P$
MC předcházejících jednotek vyrobené produkce jsou však nižší než cena, za kterou jsou prodány.

Teorém pavučiny

- Zatím jsme předpokládali, že nabídka a poptávka reagují na změnu ceny okamžitě. **Ve skutečnosti tomu tak není.** Lidé potřebují určitý čas, aby přizpůsobili objem svých nákupů změněným cenám. Také výrobci jsou schopni přizpůsobit objem nabídky až po určité době. Větší **časové zpoždění** mají výrobci. Na změnu cenu bude nejdříve reagovat poptávka a teprve po určité době nabídka.
- Zda se trh bude automaticky vracet do stavu rovnováhy závisí na sklonu křivky poptávky a nabídky, tedy **na cenové elasticitě poptávky a nabídky**

Přehled jednotlivých tržních struktur

kritérium	Dokonalá konkurence	Nedokonalá konkurence		
		monopol	oligopol	monopolistická konkurence
počet firem v odvětví	velmi mnoho	jedna	málo	mnoho
produkt	homogenní	diferencovaný	diferencovaný	diferencovaný
bariery vstupu	žádné	velké	určité	žádné
možnosti firmy ovlivnit cenu	žádné	výrazná	značná	omezená
podmínka rovnovážného objemu produkce	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$
vztah ceny a MC	$P = MC$	$P > MC$	$P > MC$	$P > MC$

8. Otázka

Charakteristika nedokonalé konkurence. Hlavní příčiny vzniku nedokonalé konkurence.

Charakteristika nedokonalé konkurence

- **Diferencovaný výrobek**
- existence aspoň jednoho prodávajícího, který může ovlivňovat cenu - **price maker** (dle typu konkurence),
- **existence bariér** vstupu do odvětví,
- klesající křivka poptávky po produkci firmy,
- nedokonalé informace – info dostane jen ten, který si je zjistí
- lživé a špatné informace – viz klamavá reklama na dotace na zasazení stromu
- prodej

Formy nedokonalé konkurence

- monopol (čistý monopol, přirozený monopol, monopson),
- oligopol (smluvní oligopol, oligopol s dominantní firmou),
- monopolistická konkurence.

Hlavní příčiny vzniku nedokonalé konkurence

- **nákladové podmínky** (rostoucí výnosy z rozsahu)

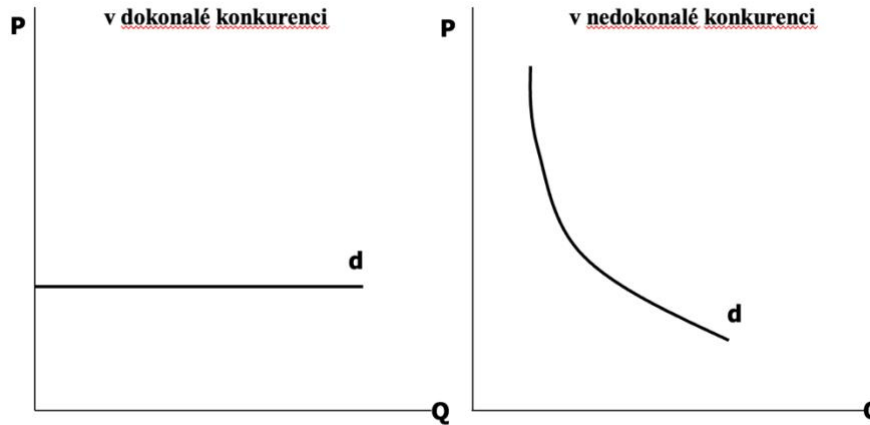
- firma jejíž MC a AC neustále klesají. S růstem objemu produkce AC klesají, realizují se tedy úspory z rozsahu (čím více toho vyrábím, tak AC musí být menší a menší, to znamená, že místo 1 ks vyrobím 100 ks). Vyplatí se objem zvyšovat, až do průsečíku s křivkou poptávky odvětví celou poptávku zabezpečuje **monopolista**,

Mám tisíc firem, jedna z nich zjistí, že může vyrábět s nižšími náklady a tím může snížit cenu výrobku, Těch zbylých 999 firem si to nemůže dovolit a zkrachují.--> **MONOPOL**

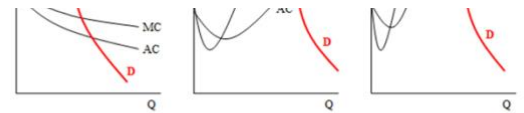
Graf individuální poptávky

- úspory z rozsahu byly vyčerpány a růst objemu produkce představuje růst AC. Křivka poptávky neposkytuje dostatečně velký trh pro existenci velkého počtu firem, ale pouze pro několik málo firem – poptávku zabezpečuje **oligopolní konkurence**,

- jednotkové náklady firmy rostou brzy. Křivka tržní poptávky je velice vzdálená od efektivní výroby jednoho producenta, je zde prostor pro velký počet firem – **dokonalá konkurence**



- **výlučné vlastnictví výrobních faktorů** - výroba statku je vázána na přírodní podmínky, jejichž výskyt je omezený,
- **patentová ochrana, licence ochranná známka** - mají charakter bariér vstupu na trh, např. pepsi
- **nedokonalé informace**



Optimum firmy v nedokonalé konkurenci

MR = MC mezní příjmy se rovnají mezním nákladům

9. Otázka

Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci. Monopol.

Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci

- firma je tedy v rovnováze, vyrábí-li objem produkce, při němž maximalizuje svůj zisk rovnovážný objem produkce tedy odvozuje ze vztahu $MR = MC$,
- náklady jsou ovlivněny výrobou a charakter konkurence je neovlivňuje,
- charakter příjmů je avšak charakterem konkurence ovlivněn zásadně, výrobci mohou ovlivnit ceny a víme, že s růstem objemu produkce tuto cenu snižují, pokles ceny bude tedy mít vliv na příjmy firmy.

Optimum – $MR=MC$

Celkový příjem v nedokonalé konkurenci TR

- celkový objem produkce získáme ze vztahu $TR = P \cdot Q$,
- celkové příjmy mohou *růst* nebo *klesat* (závisí to na elasticitě poptávky po produkci firmy),
 - poptávka je elastická - procentní růst objemu prodané produkce je větší než procentní pokles ceny, takže přestože cena klesá, celkový příjem roste.
 - poptávka je neelastická - procentní růst objemu prodané produkce je menší než procentní pokles ceny, takže snižuje-li firma cenu, její celkový příjem klesá.

Mezní příjem v nedokonalé konkurenci MR

- V případě nedokonalé konkurence poptávková křivka klesá, mezní příjem (MR) klesá s růstem výroby a musí být nižší než cena, za kterou se prodává poslední jednotka ($MR < P$).
- MR je podobně jako TR ovlivněn elasticitou poptávky:
 - $MR > 0$ - když je poptávka elastická,

- $MR = 0$ - když je poptávka jednotkově elastická,
- $MR < 0$ - když je poptávka neelastická.

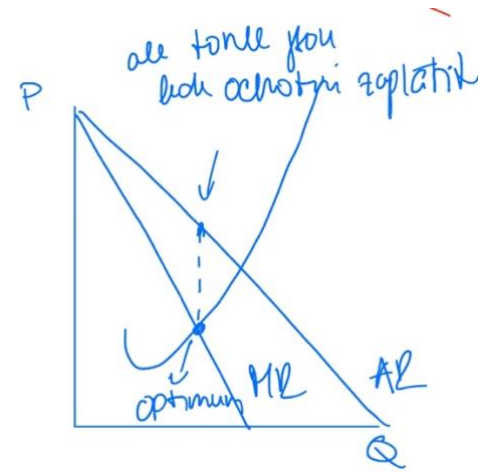
Mezní a průměrný příjem v nedokonalé konkurenci

- Definice jednotkových příjmů:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

$$AR = TR / Q = P$$

- Základní odlišnosti od konkurence dokonalé :
 - křivky AR a MR mají *zápornou směrnici*, což je důsledek záporné směrnice individuální poptávkové křivky,
 - křivka MR *není totožná* s křivkou AR, ale klesá rychleji.



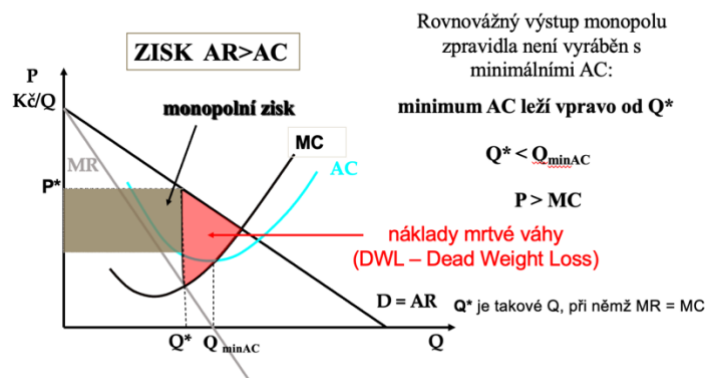
Monopol

- monopol je jednou z forem konkurence, protipól dokonalé konkurence,
- je to taková tržní situace, kdy trh daného produktu dodává jediná firma
- není vystavená konkurenci jiných firem, které by dodávaly stejný, nebo podobný produkt
- je vystaven konkurenci substitutů daného statku
- nepřekonatelné bariéry vstupu do odvětví,
- monopolní firma je tzv. „price maker“, může si stanovit cenu sám, ale musí brát v úvahu, za kolik jsou lidé ochotni produkt koupit
- individuální poptávková = tržní poptávkovou křivkou,
- protože je monopol jediný výrobce daného zboží jeho produkce je produkce celého odvětví,
- existence monopolu je úzce spojena s geografickým vymezením daného trhu.
- **Křivku nabídky monopolu NELZE NAKRESLIT!!**

Příčiny vzniku monopolu

- **Přirozený (sít'ový) monopol** (rozvodné sítě vody, elektřiny, plynu, železnic, dálnic atd.) –
- **Zásah státu** (stát udělí výsadní právo vyrábět daný produkt určité firmě). Uměle vytvořený monopol (ČNB, Česká pošta)
- **Právní restrikce** – patenty a copyrights. Uměle vytvořený monopol (práva filmových společností apod.)

Rovnováha monopolu



Určení ceny monopoem

Cena produkce monopolu

- závisí na ochotě spotřebitelů ji zaplatit, tedy na tržní poptávce,
- je určena nad úrovní MC ($P > MC$)

Rozdíl mezi cenou a mezními náklady

- je ovlivněn cenovou elasticitou poptávky,
- se vzrůstající elasticitou poptávky klesá.

Křivka nabídky monopolu

- v podmínkách monopolu ji nelze sestavit,
- nemůže být ztotožněna s křivkou MC monopolu.
- monopol stanovuje cenu vyšší než MC → křivka MC nevyjadřuje vztah mezi nabízeným množstvím a cenou

Sklon AR je ostrý, protože je tam jen 1 firma, která diktuje cenu.

MR=MC ROVNOVÁHA

Neefektivnost monopolu

- monopol je ve srovnání s DK neefektivní tržní struktura

Výrobní (ne)efektivnost - monopol nevyrábí s minimálními AC (ani v dlouhém období).

Alokační (ne)efektivnost - není vyráběn takový výstup, jaký si spotřebitelé nejvíc přejí – je vyráběn menší výstup a za vyšší cenu než v DK – vzniká DWL.

DWL – objem produkce, jež měl být vyprodukován, ale není.

- Monopson – opak monopolu, trh, na němž je jen jeden kupující, schopen ovlivnit cenu. Např. stát kupuje vojenskou produkci.

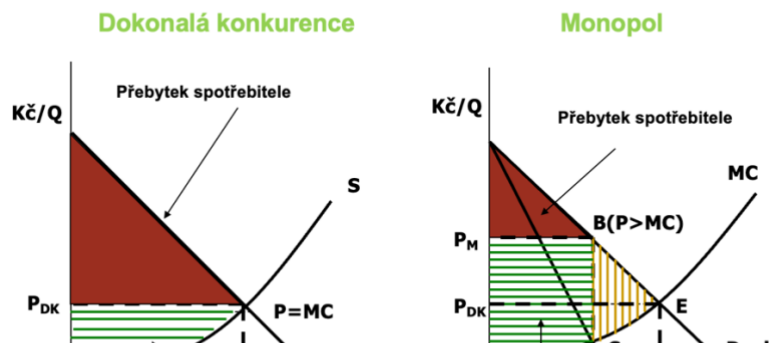
10. Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci. Oligopol. Smluvní oligopol. Oligopol s dominantní firmou. Typy firem. Chování velké firmy

Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci

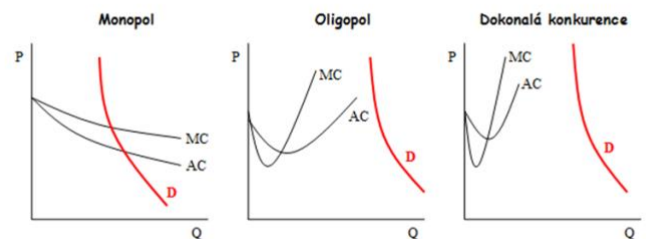
- firma je tedy v rovnováze, vyrábí-li objem produkce, při němž maximalizuje svůj zisk rovnovážný objem produkce tedy odvozuje ze vztahu $MR = MC$,
- náklady jsou ovlivněny výrobou a charakter konkurence je neovlivňuje,
- charakter příjmů je avšak charakterem konkurence ovlivněn zásadně, výrobci mohou ovlivnit ceny a víme, že s růstem objemu produkce tuto cenu snižují, pokles ceny bude tedy mít vliv na příjmy firmy.

Optimum – $MR = MC$

Srovnání efektivity trhů dokonalé konkurence a monopolu



Nákladové podmínky



Celkový příjem v nedokonalé konkurenci TR

- celkový objem produkce získáme ze vztahu $TR = P \cdot Q$,
- celkové příjmy mohou *růst* nebo *klesat* (závisí to na elasticitě poptávky po produkci firmy),
 - poptávka je elastická - procentní růst objemu prodané produkce je větší než procentní pokles ceny, takže přestože cena klesá, celkový příjem roste.
 - poptávka je neelastická - procentní růst objemu prodané produkce je menší než procentní pokles ceny, takže snižuje-li firma cenu, její celkový příjem klesá.

Mezní příjem v nedokonalé konkurenci MR

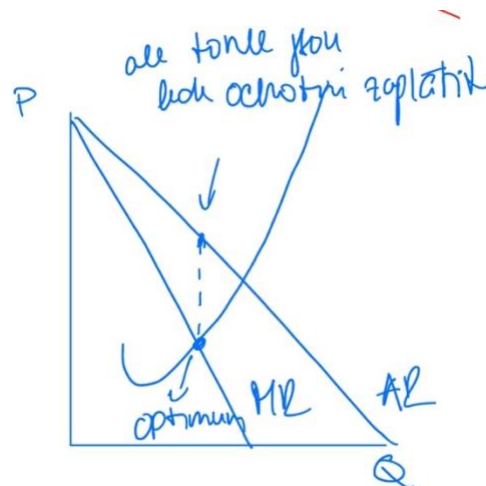
- V případě nedokonalé konkurence poptávková křivka klesá, mezní příjem (MR) klesá s růstem výroby a musí být nižší než cena, za kterou se prodává poslední jednotka ($MR < P$).
- MR je podobně jako TR ovlivněn elasticitou poptávky:
 - $MR > 0$ - když je poptávka elastická,
 - $MR = 0$ - když je poptávka jednotkově elastická,
 - $MR < 0$ - když je poptávka neelastická.

Mezní a průměrný příjem v nedokonalé konkurenci

- Definice jednotkových příjmů:
 $MR = \Delta TC / \Delta Q$

$AR = TR / Q = P$

- Základní odlišnosti od konkurence dokonalé :
 - křivky AR a MR mají *zápornou směrnici*, což je důsledek záporné směrnice individuální poptávkové křivky,
 - křivka MR *není totožná* s křivkou AR, ale klesá rychleji.



Oligopol

- existuje několik firem – 2 a více (např. mobilní operátoři) oligo - několik
- 2 firmy – duopol
- Diferencovaný produkt – produkt je podobný, nebo identický
- Bariéry vstupu
- Strategické rozhodování (3 firmy se navzájem hlídají, snaží se předvídat tah, co udělá ta firma)
- Tato forma v praxi převažuje
- Každá firma je natolik silná, že může ovlivnit cenu

Typy	Podle toho, na které straně trhu vyvíjí svou činnost	Podle počtu firem a jejich podílu na trhu
Podle typu nabízeného produktu		
- čistý oligopol, - diferencovaný oligopol.	- nabídkový oligopol, - poptávkový oligopol – oligopson.	- duopol, - smluvní oligopol, - oligopol s dominantní firmou.

Smluvní oligopol

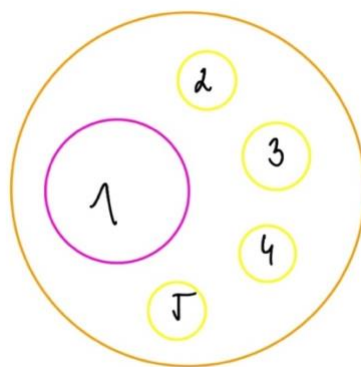
- situace, kdy firmy, které prodávají stejné nebo podobné výrobky vytvoří vzájemnou dohodu o rozsahu výroby a ceně – koluze (smluvní oligopol).

Kartel – skupina firem na trhu, které jednají ve shodě (OPEC)

- Výhodnější pro ně je zvyšovat společný zisk zvyšováním cen na trhu nebo rozdělením trhu.
- Uzavřou tajnou dohodu a stanoví monopolní ceny pro jednotlivé firmy, případně výrobní kvóty – každá firma v oligopolu se pak chová jako monopol.

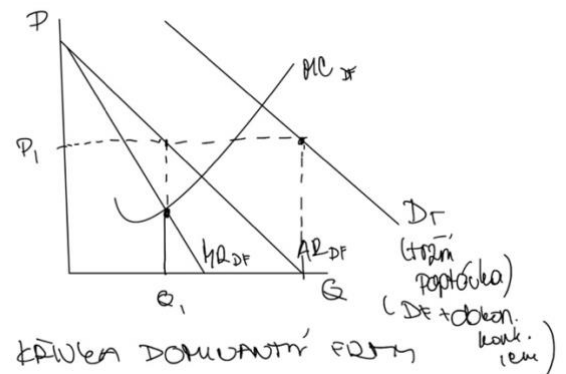
Oligopol s dominantní firmou

Tržní situace, kdy na trhu působí jedna silná (dominantní) firma, tzv. cenový vůdce a několik slabších, menších firem (konkurenční lem), které nejsou schopny zásadně ovlivnit trh.



1. Dominantní firma
 2, 3, 4, 5, 6 dokonale konkurenční lem (převážnou cenu od 1.)

- každá firma vyrábí natolik diferencovaný produkt, že je cenovým tvůrcem – stanovuje si vlastní cenu, to znamená, že se v rámcích svého produktu chová jako monopol,
- poptávka po produkci firmy je poměrně pružná a monopolní síla firmy je malá,
- rozhodování o výstupu: pravidlo maximalizace zisku: $MC = MR$, v **krátkém období** může firma dosahovat zisku, ztráty či nulového ekonomického zisku, + kritérium AVC, je-li ve ztrátě,
- rovnováha firmy v **dlouhém období**: $P = AC$, tendence k nulovému ekonomickému zisku ($AR = AC$, $TR = TC$), stejný mechanismus jako v dokonalé konkurenci.



Přehled jednotlivých tržních struktur

kritérium	Dokonalá konkurence	Nedokonalá konkurence		
		monopol	oligopol	monopolistická konkurence
počet firem v odvětví	velmi mnoho	jedna	málo	mnoho
produkt	homogenní	diferencovaný	diferencovaný	diferencovaný
bariery vstupu	žádné	velké	určité	žádné
možnosti firmy ovlivnit cenu	žádné	výrazná	značná	omezená
podmínka rovnovážného objemu produkce	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$
vztah ceny a MC	$P = MC$	$P > MC$	$P > MC$	$P > MC$

Typy firem

- **Státní a municipální firmy**
vlastníkem firmy je stát nebo obec. Institucionální vlastník může být též vlastníkem většinového podílu akcií. Např. Česká pošta
- **Firmy v individuálním vlastnictví**
podnikatel hospodář sám na vlastní účet, ručí celým svým majetkem za své závazky. Výhodou je pružnost, nevýhodou je omezenost zdrojů na rozvoj (závisí na kapitálu majitele a úvěru)
- **Obchodní společnosti (partnerství)**
jde o sdružení kapitálu dvou i více osob. Výhodou je větší dostupnost kapitálu, nevýhodou větší právní složitosti vzniku firmy
- **Akciová společnost**
větší možnosti získání kapitálu vydáním akcií (akcie - CP přináší majiteli právo spolurozhodovat, právo na dividendu, právo na likvidační zůstatek). Zisk a.s. se tedy dělí na nerozdělený zisk určený na rozvoj firmy a na zisk rozdělený mezi akcionáře v podobě dividend. Problémem u akciových společností je střed zájmů akcionářů s managementem (akcionáři chtějí dividendu z investování, atd.)

Rovnováha firmy v nedokonalé konkurenci

- každá firma vyrábí natolik diferencovaný produkt, že je **cenovým tvůrcem** – stanovuje si vlastní cenu, to znamená, že se v rámci svého produktu chová jako **monopol**,
- poptávka po produkci firmy je poměrně pružná a **monopolní síla** firmy je **malá**,
- rozhodování o výstupu: pravidlo maximalizace zisku: **MC = MR**, v krátkém období může firma dosahovat zisku, ztráty či nulového ekonomického zisku, + kritérium AVC, je-li ve ztrátě,
- rovnováha firmy v dlouhém období: $P = AC$, tendence k nulovému ekonomickému zisku ($AR = AC$, $TR = TC$), stejný mechanismus jako v dokonalé konkurenci.
- optimální výstup firmy = výstup kdy má firma **nulový ekonomický zisk**,
- ziskové odvětví přiláká nové firmy – vstup nových firem způsobí pokles individuální poptávky (sníží se tržní podíl každé z firem),
- ztrátové odvětví způsobí odliv firem z odvětví – vzrůst individuální poptávky (zvýší se tržní podíl „přeživších“ firem),
- dlouhodobá rovnováha: $LAC = AR = P$.

Monopolistická konkurence

- malých firem, vzájemně se ovlivňují zanedbatelně diferencovaný produkt (podobný, ale ne identický)
- tvůrci cen
- volný vstup do odvětví a odchod z odvětví $\Rightarrow$ počet firem na trhu se přizpůsobuje, dokud není ekonomický zisk nulový
- Příklady: knihy, hudba, filmy, časopisy, oblečení, boty, potraviny, balená voda, restaurace, kluby

Efektivnost monopolistické konkurence

- Výrobní efektivnost
– *firma nevyrábí ani v LR s minimem AC $\rightarrow$ výrobně neefektivní odvětví.*

Firma je výrobně efektivní, jestliže v dlouhém období produkuje produkt při minimálních průměrných nákladech., firmy využívají maximálně své výrobní faktory

- Alokační efektivnost
– *i zde vznikají náklady mrtvé váhy, ovšem daleko menší než u monopolu či oligopolu.*

Firma je alokačně efektivní, jestliže platí následující rovnost: $MU = MC$. Stejným způsobem zjišťujeme, jestli je trh alokačně efektivní.

X Alokační neefektivnost – struktura odvětví je natolik monopol nebo oligopol, že nevyrábí natolik, kolik by se chtělo spotřebovat

12. Alternativní cíle firmy. Alternativní teorie. Manažerské teorie firmy. Behavioristické modely firmy. Model zaměstnanecké firmy. Neziskové firmy.

Maximalizace zisku je cílem firmy pouze v dokonalé konkurenci, v podmínkách nedokonalé konkurenci má firma větší možnosti volby mezi různými strategiemi.

Nejčastější alternativní cíle firmy

- maximalizace obrátu,
- zvýšení tržního podílu,
- dosažení uspokojivé výše zisku,
- přežití na trhu,
- růst a expanze,
- zajištění platební schopnosti,
- zvyšování samostatnosti,
- dosažení určité úrovně hospodářské moci

Alternativní teorie

Manažerská teorie firmy

- **Jednoduchý manažerský model**

- zdůrazňují oddělení vlastnictví a řízení,
- zaměřují se na chování velkých firem, které jsou řízeny profesionálními manažery (cíle manažerů mohou být různé od cílů vlastníků).

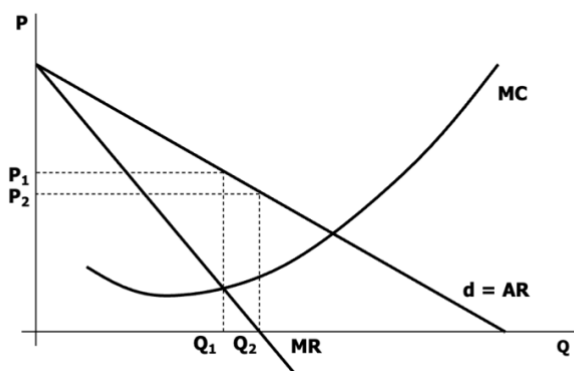
Cíl – maximalizace užitku manažerů

- základní manažerský model, uplatňovaný v akciových společnostech, a v s. r. o.
- užitek je pro manažera dán postavením ve firmě,
- př. model, kdy funkce užitku je zisk a vedlejší výhody a příjmy manažerů.
- **Snaha manažerů** zvýšit své vlastní platy, zvýšit počet zaměstnanců, nové rozvojové investice, snaha o získání dodatečných výhod (pojištění, služební auto atd)

- **Baumolův model**

- předpoklad - nedokonalé konkurence, existence bariér vstupu do odvětví.
- cílem manažerů je maximalizace obrátu firmy **TR = P · Q**
- firma maximalizující obrát vždy vyrábí větší objem za nižší cenu než firma maximalizující zisk a **MR < MC**.
- Model firmy maximalizující obrát – vysvětluje chování firmy v nedokonalé konkurenci, které je podmíněno funkcí manažerů v podobě maximalizace celkových příjmů.

Baumolův model firmy maximalizující obrát



Behavioristická teorie firmy

- cíl firmy je výsledkem střetávání zájmů a cílů jednotlivců a skupin ve firmě,
- firma je chápána jako koalice jednotlivých zájmových skupin, přičemž cíl firmy se může měnit se změnami cílů jednotlivých skupin a se změnami jejich moci uvnitř firmy,
- cílové funkce není maximalizace určité proměnné (zisk, obrát), ale dosažení její „uspokojivé“ výše, teda dosažení přijatelného výsledku pro všechny skupiny.

Rozhodování firmy je podřízená cílům v těchto oblastech:

- **výroba** – její plynulost nebo dosažení určité výše,
- **zásoby** – jejich absolutní úroveň nebo uspokojivé rozmezí (musí být dostatečná pro provoz a zároveň nesmí vázat zbytečně mnoho prostředků),
- **prodej** – formulován v jednotkách výrobku nebo dosažení požadovaných příjmů,
- **podíl na trhu** – alternativa předcházejícího jako ukazatel uskutečněných prodejů,
- **zisk** – ukazatel kompetentnosti manažerů, může být definován i jako poměr zisku k nákladům nebo investicím a podobně.

Model zaměstnanecké firmy

- Situace kdy nelze rozlišit vlastníky a zaměstnance = firma je v rukou zaměstnanců.
- cílem je maximalizace důchodu připadajícího na zaměstnance,
- důchod zaměstnance takovéto firmy má složky:
 - **mzda** – je určena trhem práce (na firmě nezávislá),
 - **podíl na trhu** - závislý na počtu zaměstnanců a na výši zisku firmy.

Neziskové firmy

- skupina firem, jejichž cílem není maximalizace zisku,
- vstupují na trh, ale jejich cílem není dosáhnout zisku, ale zabezpečení určitých potřeb pro společnost,
- obvykle jsou financovány státem (státní rozpočet),

- existují i netržní subjekty, které přispívají k uspokojování potřeb společnosti jako celku – školy, nemocnice, církve,
- některé mohou fungovat i na komerční bázi (soukromé školy, ...).

13. otázka

Výrobní faktory. Formování cen na trzích výrobních faktorů. Poptávka po výrobních faktorech. Nabídka výrobních faktorů. Trh výrobního faktoru. Cena výrobního faktoru

Výrobní faktory

Práce

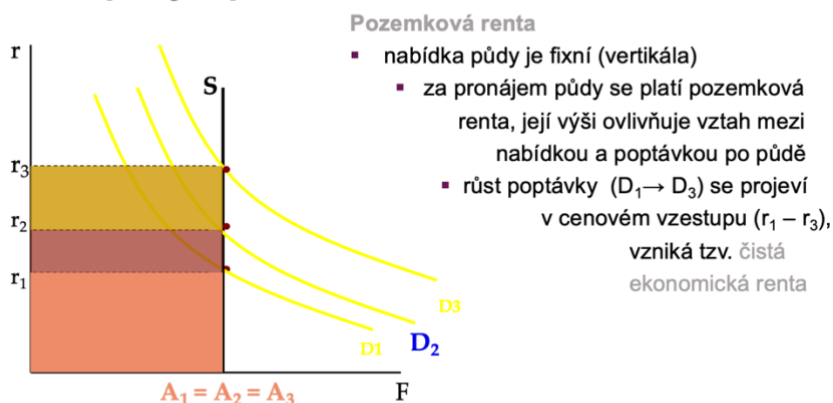
- pracovník v továrně – výsledkem je produkce. Nositel práce je člověk. Musí mít fyzické a duševní schopnosti, vzdělání (kvalifikace).
- Práce je limitovaná mikroekonomicky: množstvím (fyzické a duševní vlastnosti, počet lidí ochotných pracovat, neochotou stěhování za prací) a kvalitou (fyzické a duševní vlastnosti)
- **VÝNOS – MZDOVÁ SAZBA** (za její službu se platí **mzda – důchod**)

Půda

- pozemek – pěstují mrkev – produkce.
- Omezená, není neomezené množství půdy na světě. Nemůžou ji všichni vlastnit.
- **VÝNOS - pozemková renta (R)** – cena za pronájem. Pozemková renta může vznikat při pěstování určité plodiny, těžbě surovin, stavební pozemek)
Kvalita půdy – Úrodnost (na kvalitní půdě vypěstují více, než na nekvalitní)
Poloha (půda jako stavební pozemek)

Pozemková renta

Trh půdy a pozemková renta

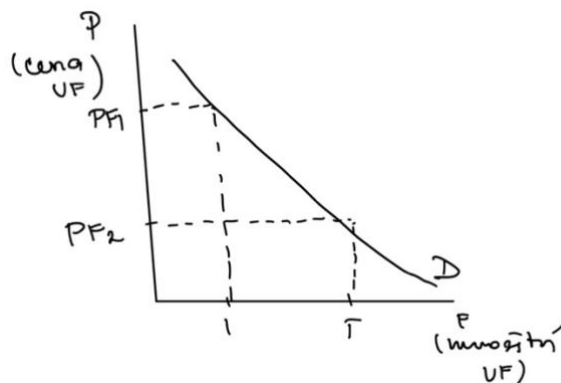


Kapitál

- Sekundární výrobní faktor – statky, které byly vyrobeny k výrobě jiných faktorů
- stroj, který něco vyrábí – produkce.
- Kapitál je hmotný a nehmotný
- **VÝNOS – zisk, nebo úrok (cenné papíry)**
- Firmy se snaží nakoupit tu kombinaci vstupů co nejlevněji

Poptávka po výrobních faktorech

- poptávka je závislá – odvozená od poptávky po zboží, na jehož výrobu se daný faktor používá,
- firmy je poptávají jen z toho důvodu, že s nimi chtějí vyrobit zboží,
- poptávku po VF vytvářejí podnikatelé, kteří organizují jejich produktivní spotřebu a vyrobenou produkci se snaží co nejvýhodněji prodat, cílem podnikatelů je maximalizace zisku.
- Čím je VF levnější, tím ho budou firmy poptávat více – poptávka je klesající
- rozhodování firmy je určováno cílem firmy maximalizovat zisk = vyrábět s co nejvyššími výnosy a současně s co nejnižšími náklady,

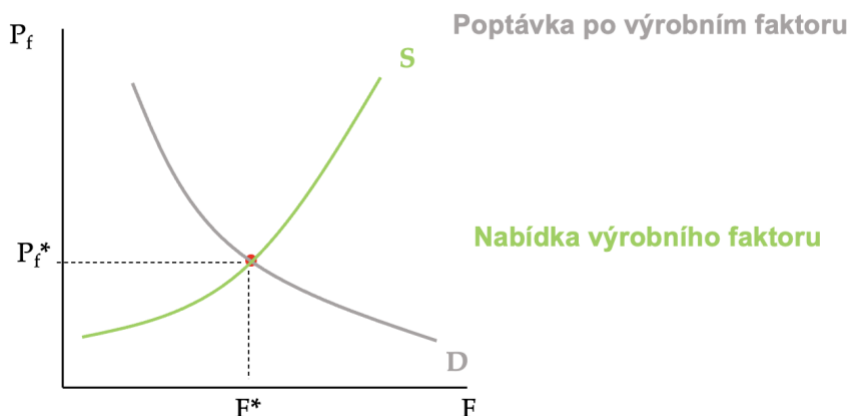


- Poptávka firmy po výrobních faktorech závisí na tom, jaký je *výnos z výrobního faktoru* (produktivita výrobního faktoru a cena produktu tímto faktorem vytvořená) – *MRP*,
- jak vysoký je *náklad na daný faktor* – *MFC*.

Nabídka výrobních faktorů

- Nabídku práce vytvářejí domácnosti
- Domácnosti chtějí maximalizovat užitek
- je třeba rozlišovat nabídku výrobních faktorů celé ekonomice a nabídku faktorů jednotlivé firmě,
- vlastníci VF se o jejich nabídce rozhodují na základě MC,
- nabídková křivka je rostoucí- čím je cena VF vyšší, tím se nabízí VF více
- když se mzda zvýší, tak to přiláká více lidí, kteří budou chtít pracovat – motivuje je vyšší mzda

Trh výrobního faktoru



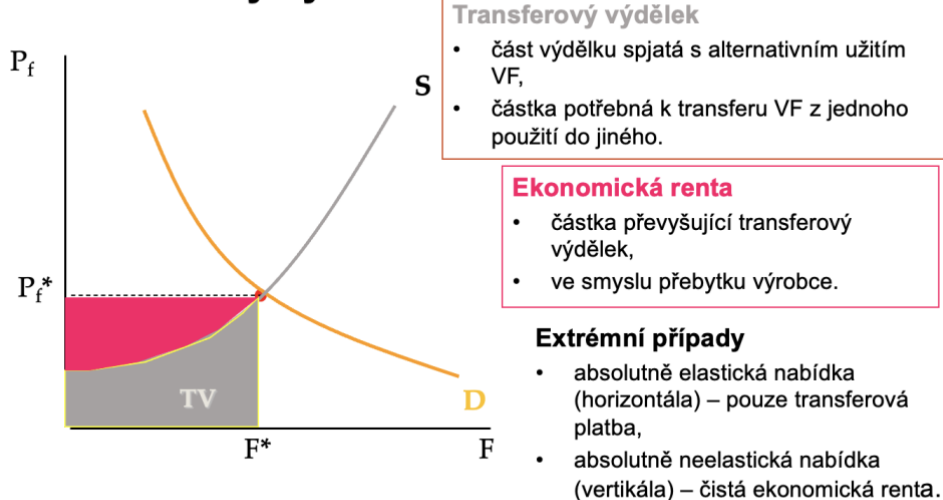
PF1 – jednotka výrobního faktoru

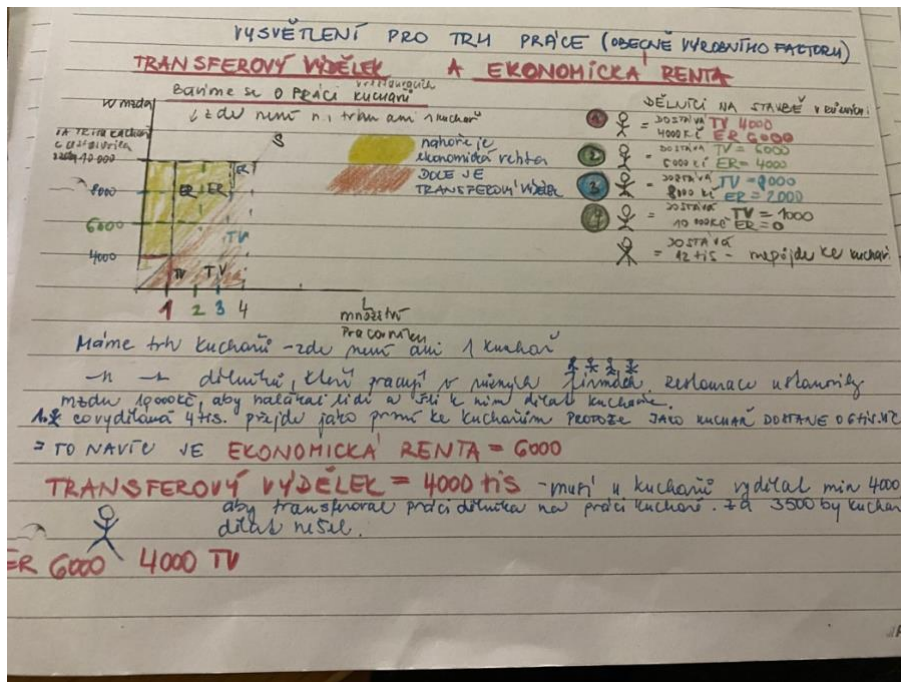
Na trzích VF ovlivňuje zásadním způsobem vývoj rovnováhy časový horizont (délka období) a podmínky konkurence (dokonalá, nedokonalá)

Transferový výdělek a ekonomická renta

- **Transferový výdělek** – minimální částka, která stačí k převedení VF z jednoho použití do druhého. Je to tedy částka, kterou musí získat, aby přemístil svou službu do daného způsobu použití
- **Ekonomická renta** – část výdělku daného vstupu, která převyšuje transferový výdělek. (Přebytek nad transferovým výdělkem)
- **Čistá ekonomická renta** – je ekonomická renta, která vzniká v případě vstupu s dokonalé neelastickou nabídkou (výjimečné schopnosti, talent, pozemková renta).

Transferový výdělek a ekonomická renta





Transferový výdělek – částka, která kompenzuje ušlý výnos. Např. dělník, který pobírá 4000 Kč, nabídnou mu 10 000 Kč jako kuchař, jeho TV je 4 000 Kč, a Ekonomická renta je 6 000 Kč.

Absolutně neelastická nabídka

Netalenti, afričani

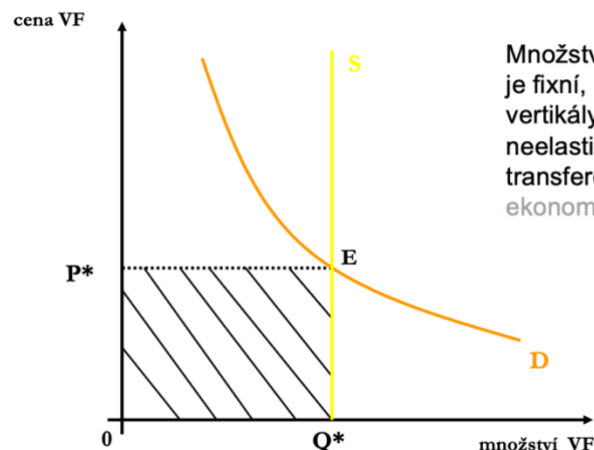
Např. půda, nebo talenti, Jágr, Gott

Cena výrobního faktoru

Cena výrobního faktoru se vztahuje k pronájmu, kdežto tržní cena VF se vztahuje k prodeji – když chci VF někomu prodat

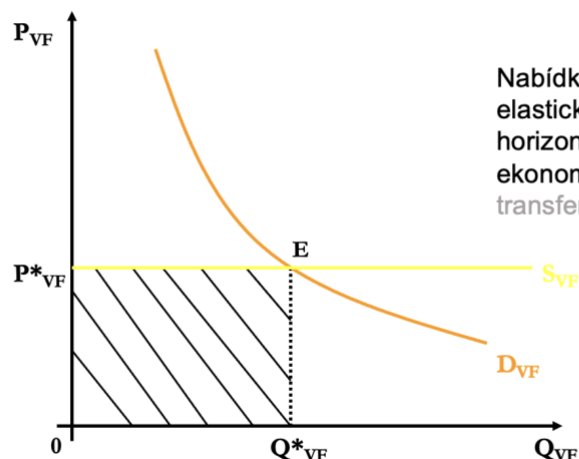
- Práce** – za její službu se platí **mzda** a cenou této služby je **mzdová sazba**.
- Půda** – za tuto službu se platí **pachtovné** a cenou je **sazba pozemkové renty**.
- Kapitál** – za tuto službu se platí **úrok** a cenou je **úroková míra**.

Na trzích výrobních faktorů ovlivňuje zásadním způsobem vývoj rovnováhy časový horizont (délka období) a podmínky konkurence (dokonalá, nedokonalá).



Množství výrobního faktoru je fixní, nabídka má tvar vertikály, je absolutně neelastická, neexistuje transferový výdělek, pouze ekonomická renta.

Absolutně elastická nabídka



Nabídka VF je absolutně elastická, má tvar horizontály. Neexistuje ekonomická renta, pouze transferový výdělek.

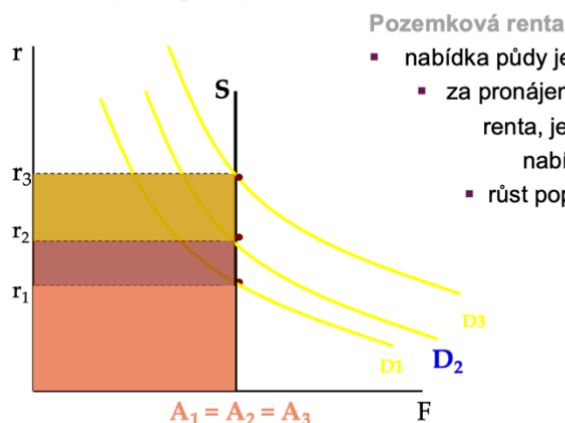
	cena VF - vztahuje se k pronájmu - cena za kterou VF pronajíme, vlastník psem stále je	X Tržní cena VF vztahuje se k prodeji - když chce VF někomu prodat
	CENA VF	CO SE UPLATÍ CELKEM
PRÁCE	MZDOVÁ SAZBA (kolik dostanu za hodinu)	PLÁTA ($10 \times 10h = 100$)
KAPITÁL	ÚROKOVÁ SAZBA (v %)	ÚROK (v korunách)
PŮDA	Sazba pozemkové renty (zemi, 1m ² stojí 1000)	FACTOVÉ (máme 10m ² $\times$ 100 = 1000)

- firma se na trhu výrobních faktorů rozhoduje, jaké vstupy a v jakém množství poptávat,
- rozhodování firmy je určováno cílem firmy maximalizovat zisk = vyrábět s co nejvyššími výnosy a současně s co nejnižšími náklady,

Poptávka firmy po výrobních faktorech závisí na tom :

- jaký je výnos z výrobního faktoru (produktivita výrobního faktoru a cena produktu tímto faktorem vytvořená) – **MRP**,
- jak vysoký je náklad na daný faktor – **MFC**.

Trh půdy a pozemková renta



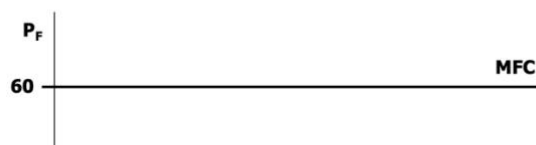
Příjem z mezního produktu (MRP)

- **příjem, který firma získává prodejem produktu, vytvořeného zapojením dodatečné jednotky vstupu do výroby, přičemž ostatní vstupy zůstávají konstantní.**
- Každá dodatečná jednotka vstupu přináší firmě dodatečný příjem.
- Výši tohoto příjmu určuje:
 - Přírůstek produktu, který dodatečná jednotka vytvoří.
 - Přírůstek příjmu, který firma získá z prodeje tohoto produktu.
- V podmínkách dokonalé konkurence na trhu výrobků a služeb se tento přírůstek příjmu, tedy mezní příjem shoduje s cenou.

Mezní náklady na faktor

- Množství výrobního faktoru, které firma najímá, závisí nejen na výnosech, ale také na nákladech.
- **Mezní náklady na výrobní faktor** (Marginal Factor Costs – MFC) – jsou dodatečné náklady, které firmě vznikají při najmutí dodatečné jednotky výrobního faktoru.
- Jde o změnu v celkových nákladech firmy v důsledku zaměstnání dodatečné jednotky výrobního faktoru.

Mezní náklady na výrobní faktor



Rovnováha dokonale konkurenční firmy

- Firma maximalizující zisk bude najímat dodatečné množství vstupu, dokud jí bude přinášet vyšší dodatečné příjmy než náklady ($MRP > MFC$).
- Firma je v rovnováze, pokud se příjem z mezního produktu faktoru shoduje s mezními náklady na výrobní faktor.

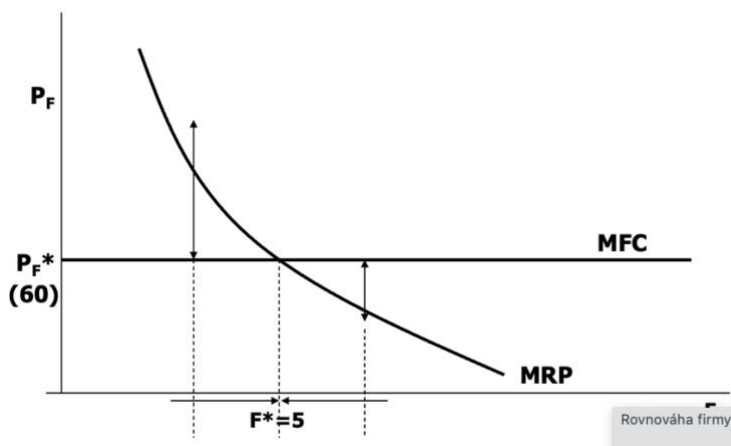
$$MRP = MFC$$

- V podmínkách DK platí, že zvýšení množství vstupu nevede k růstu jeho ceny, tedy že MFC na faktor se rovnají jeho ceně, pro rovnovážný stav platí :

$$MRP = MFC = P_F$$

- Firma zvyšuje množství najímaného výrobního faktoru dokud se MRP tohoto výrobního faktoru nevyrovná s úrovní ceny výrobního faktoru.
- Pro jednotlivé výrobní faktory to znamená, že v rovnováze :
 - MRP půdy = sazba pozemkové renty,
 - MRP práce = mzdová sazba,
 - MRP kapitálu = úroková míra.

Rovnováha firmy



14. otázka

Trh práce v podmínkách dokonalé konkurence. Poptávka po práci. Nabídka práce. Individuální nabídka práce, tržní nabídka práce

Trh práce v dokonalé konkurenci

- Firma poptává pracovníky
- Firem je hodně
- Firma najímá jednotlivé pracovníky – každému dá stejnou mzdu
- na trhu je mnoho poptávajících i nabízejících práci,
- žádná firma nemůže ovlivnit cenu práce, tj. mzdu,
- dokonalá mobilita, dokonalá informovanost,
- práce je homogenní,
- mezní náklady na faktor práce se rovnají mzdové sazbě **MFCL = w**,
- průměrné náklady na faktor práce se rovnají mzdové sazbě **AFCL = w**,
- křivka individuální nabídky práce (nabídky práce jedné firmě) je horizontální na úrovni mzdové sazby.

w- mzdová sazba

MFCL – mezní náklady na faktor práce

$MFC = \frac{\Delta TC}{\Delta L}$ – když zaměstnám dodatečného pracovníka, kolik mě budou stát náklady

pracovníci L	náklady TC
0	0
1	10
2	20
3	30

AFCL – průměrné náklady na faktor práce

$$AFCL = \frac{TL}{L}$$

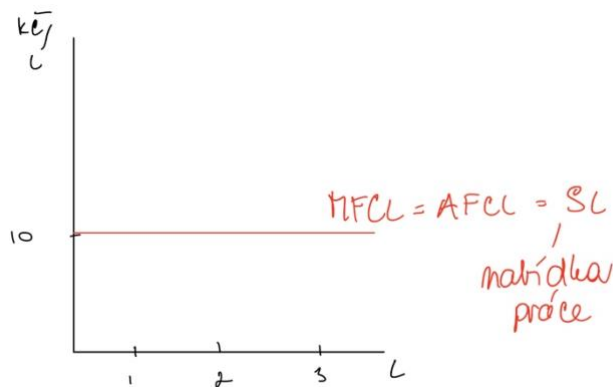
V dokonalé konkurenci platí $MFCL = AFCL = SL$

z

MRPL - Příjem z mezního produktu práce

$MFC = \frac{\Delta TC}{\Delta L}$ - když zaměstnám dodatečného pracovníka,

kolik mi to do firmy přinese (vydělá)



Poptávka po práci

- poptávka po práci je určena množstvím práce, které firma najímá při různých úrovních ceny práce.
- firma maximalizující zisk najímá takové množství práce, při němž se vyrovnává mezní příjem z produktu práce s mezními náklady na práci, resp. mzdou.

Produktivitu práce ovlivňuje:

- kvalifikace práce,
- produktivita ostatních výrobních faktorů,
- řídicí a technologické metody firmy.

Optimum firmy

- kolik má firma najmout pracovníků

$MRPL = MFCL$

Příjem z mezního produktu práce = meznímu nákladu na faktor práce

Nabídka práce

- v DK nabídka práce jedné firmě, nabídka práce jednoho člověka
- každý má k dispozici 24h denně a volný čas
- musím se rozhodnout, kolik hodin budu pracovat a kolik budu mít volna
- Je závislá na výši mzdové sazby a je určena újmou spojenou s obětováním volného času.

Předpoklady:

- počet hodin za den nebo rok je fixní,
- spotřebitel se musí rozhodnout, jak svůj čas rozloží na různé činnosti (spánek, práce)
- sledováním volby rozložení času je možné zjistit, proč se jedinec rozhodl pracovat právě určitý počet hodin.

Práci nabízejí **domácnosti**. Ty porovnávají užitek z volného času s užitek, který plyne z výrobků a služeb, které nakoupí za mzdu, když obětují volný čas a nabízí více práce.

Pro určení tržní nabídky předpokládáme pouze dvě možnosti využití času :

- práci – za kterou je získána mzda,
- volný čas.

Cílem spotřebitele je **maximalizace užitku** = jak maximalizovat užitek rozdělením času mezi práci ve firmě a volný čas.

Podmínka rovnováhy

- člověk bude chtít zvyšovat počet odpracovaných hodin, dokud se mezní užitek plynoucí ze zboží získaného díky poslední hodině práce nevyrovná s mezním užitek z poslední hodiny volného času.
- maximálního užítku je dosaženo tehdy, když mezní užitek dodatečné jednotky času je v obou alternativách využití času shodný.

Změna mzdové sazby má na rozhodování mezi prací a volným časem dvojí účinek :

Substituční efekt

- že vyšší mzda povzbuzuje pracovníky k nahrazování volného času prací,
- jestliže se volný čas stává dražší, snižuje se jeho spotřeba,
- **dojde ke zvýšení mzdy – více pracuji – snížení volného času**

Důchodový efekt

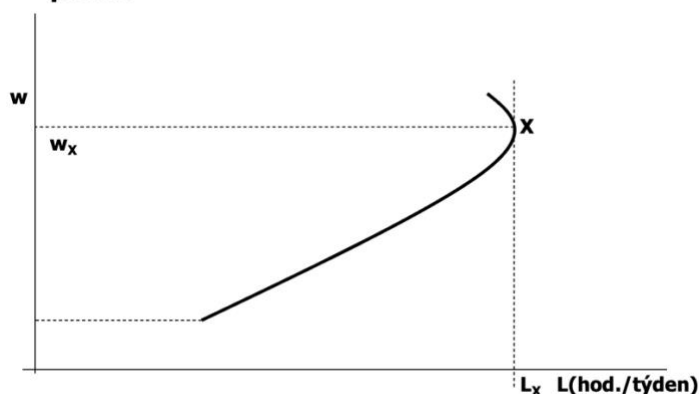
- že vyšší mzda podporuje růst pracovníkova reálného důchodu,
- s vyšším důchodem může jedinec nakupovat větší množství statků, tedy i volného času,
- Důchodový efekt – vyšší mzda zvyšuje reálný příjem (za předpokladu, že ceny výrobků a služeb se nemění) a vede tak k tendenci mít více volného času (vede k snižování nabízeného množství práce).
- **Snížení množství práce vede ke zvýšení množství volného času**

Substituční a důchodový efekt působí protichůdně.

Dopad na změny mzdy na nabízené množství práce závisí na tom, který z nich převažuje :

- substituční > důchodový = s růstem mzdy nabízené množství práce roste,
- substituční < důchodový = s růstem mzdy nabízené množství práce klesá.
- Tvar křivky individuální nabídky práce závisí na tom, který z efektů změny mzdy převládá:
- při **nižší mzdové sazbě** převládá **substituční efekt** a množství nabízené práce roste : křivka individuální nabídky práce má pozitivní směrnici.
- při **vyšší mzdové sazbě** převládá **důchodový efekt** a množství nabízené práce klesá : křivka individuální nabídky práce má zápornou směrnici.

Zpět zakřivená individuální křivka nabídky práce



Determinanty nabídky práce

- demografický vývoj,
- institucionální pravidla lidské produkce,
- sociálně-ekonomická situace,
- záliby
- důchod a majetek,
- očekávání (důchodu nebo spotřeby),
- ceny spotřebitelského zboží,
- daně

Rovnováha na trhu práce

- Rovnováha na trhu práce vzniká při vyrovnání nabídky s poptávkou => rovnovážná mzda.
- Tržní křivka poptávky je horizontálním součtem individuálních křivek poptávky všech firem na trhu.
- Tržní křivka nabídky je taktéž horizontálním součtem individuálních křivek nabídky práce, ale přesto **není zpět zakřivená**.

Důvody proč není zpětně zakřivená tržní nabídka práce :

- různí lidé mají rozdílné alternativní náklady a různý vztah k práci,

- rostoucí mzda přitahuje na trh nové pracovníky s vyššími transferovými výdělky.

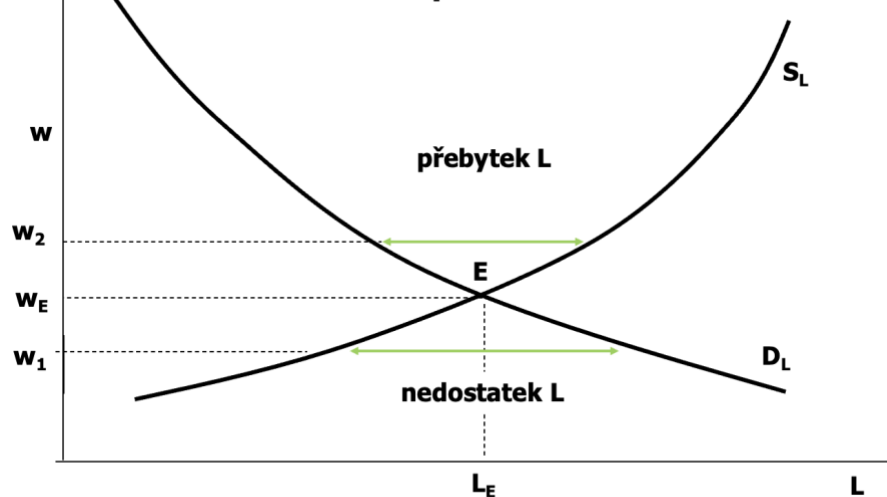
Při vychýlení mzdy (mzdové sazby) z rovnovážné úrovně vzniká na trhu nedostatek nebo přebytek práce.

*Firmu poptávají při mzdě w_3 5 pracovníků, ale chtělo by pracovat 18 pracovníků při mzdě w_3 , 13 lidí práci nedostane – **přebytek práce***

*Když se sníží mzda na w_1 , tak bude chtít pracovat jen 5 lidí, firma potřebuje 18, 13 lidí bude chybět – **nedostatek práce**.*

*Firmy chtějí 10 pracovníků a 10 lidí tu práci nabízí – **ROVNOVÁHA***

Rovnováha na trhu práce



15. Trh práce v podmínkách nedokonalé konkurence. Monopson. Odborové svazy na trhu práce. Bilaterální monopol.

Příznaky a projevy nedokonalé konkurence na trhu práce

- mzdová strnulost – pomalá reakce mezd na změny na trzích práce,
- klasifikační systémy – podle nich jsou zaměstnanci odměňováni (mzdové tarify firem),
- kolektivní smlouva,
- pracovně právní zákonodárství.

Formy nedokonalé konkurence

- monopson – trh s monopolní silou na straně „kupujícího“ na trhu práce,
- odbory – existence monopolní síly na straně „prodávajícího“ na trhu práce.

Monopson

- trh, na němž existuje pouze jeden kupující
- existuje jediná dominantní firma, která zaměstnává pracovníky, kteří mají speciální vzdělání (např. jaderné fyziky), tzn. jediný kupující určitého vstupu (jediný zaměstnavatel práce určité kvalifikace nebo jediný zaměstnavatel práce v určité oblasti).
- jeden subjekt na straně poptávky a zpravidla více subjektů na straně nabídky.
- Firma má monopsonní sílu ve všech případech, kdy se setkává s rostoucí křivkou nabídky práce.
- Monopson může ovlivnit mzdy svých zaměstnanců.
- Mzdová sazba tedy není monopsonistovi dána trhem.

Odborové svazy na trhu práce

- Máme firmu a proti ní stojí odbory
- Firma má 3 zaměstnance, a kdyby každý ten zaměstnanec jednal za sebe, neměl by sílu. Proto se ti zaměstnanci sdružují v odbory

- Odborové svazy – sdružení pracujících, které ovlivňuje určitým způsobem nabídku práce a v určité míře mohou ovlivnit i poptávku po práci.

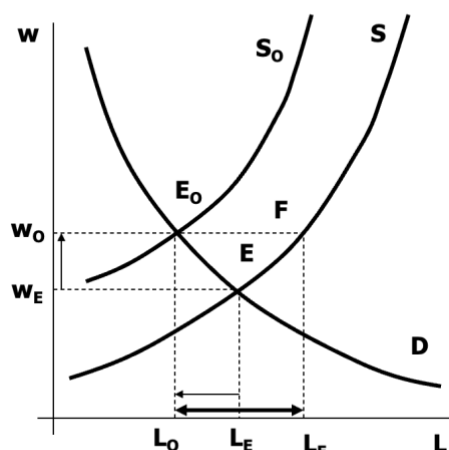
Odbory vznášejí řady požadavků:

- vyšší mzdy,
- zachování zaměstnanosti,
- větší bezpečnost práce,
- lepší pracovní podmínky,
- více pracovních příležitostí,
- odchodné,
- délku dovolené.

Možnosti dosažení vyšších mzdových sazeb

- vyjednání vyšší mzdy (která je vyšší než rovnovážná mzda),
- snížením nabídky práce
- zvýšením poptávky po práci.

Snížení nabídky práce odbory



Tento postup zvýšení mzdy vyžaduje dva předpoklady :

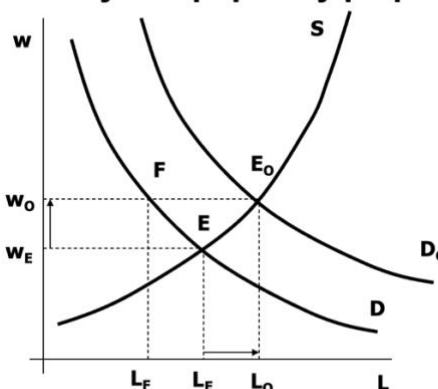
- odbory musí být schopné snížit počet těch, kteří nabízejí práci určitého typu,
- odbory musí donutit zaměstnavatele zaměstnat pouze členy odborů.

Bilaterální monopol

- na trhu práce se střídají odbory a monopson
- bilaterální (dvoustranný) monopol – vzniká, když existuje monopolní síla jak na straně nabídky práce, tak i na straně poptávky po práci,
- zájmy obou stran jsou protichůdné (monopson – co nejnižší mzda, odborové svazy – co nejvyšší mzda),
- výška skutečné mzdové sazby závisí na vzájemném poměru monopolní síly odborů a monopsonu,
- mzda bývá výsledkem kolektivní smlouvy mezi oběma stranami

16. Trh práce v podmínkách nedokonalé konkurence. Monopson. Odborové svazy na trhu práce. Bilaterální monopol.

Zvýšení poptávky po práci



Třetí cesta ke zvýšení mzdové sazby je zvýšení poptávky po práci.

- snaha přimět spotřebitele ke zvýšení poptávky po jimi vyráběném zboží.
- snaha omezit prodej konkurenčního zboží.

Příznaky a projevy nedokonalé konkurence na trhu práce

- mzdová strnulost – pomalá reakce mezd na změny na trzích práce,
- klasifikační systémy – podle nich jsou zaměstnanci odměňováni (mzdové tarify firem),
- kolektivní smlouva,
- pracovně právní zákonodárství.

Formy nedokonalé konkurence

- monopson – trh s monopolní silou na straně „kupujícího“ na trhu práce,
- odbory – existence monopolní síly na straně „prodávajícího“ na trhu práce.

Monopson

- trh, na němž existuje pouze jeden kupující
- existuje jediná dominantní firma, která zaměstnává pracovníky, kteří mají speciální vzdělání (např. jaderné fyziky), tzn. jediný kupující určitého vstupu (jediný zaměstnavatel práce určité kvalifikace nebo jediný zaměstnavatel práce v určité oblasti).
- jeden subjekt na straně poptávky a zpravidla více subjektů na straně nabídky.
- Firma má monopsonní sílu ve všech případech, kdy se setkává s rostoucí křivkou nabídky práce.
- Monopson může ovlivnit mzdy svých zaměstnanců.
- Mzdová sazba tedy není monopsonistovi dána trhem.

Odborové svazy na trhu práce

- Máme firmu a proti ní stojí odbory

- Firma má 3 zaměstnance, a kdyby každý ten zaměstnanec jednal za sebe, neměl by sílu. Proto se ti zaměstnanci sdružují v odbory
- Odborové svazy – sdružení pracujících, které ovlivňuje určitým způsobem nabídku práce a v určité míře mohou ovlivnit i poptávku po práci.

Odbory vznášejí řady požadavků:

- vyšší mzdy,
- zachování zaměstnanosti,
- větší bezpečnost práce,
- lepší pracovní podmínky,
- více pracovních příležitostí,
- odchodné,
- délku dovolené.

Možnosti dosažení vyšších mzdových sazeb

- vyjednání vyšší mzdy (která je vyšší než rovnovážná mzda),
- snížením nabídky práce
- zvýšením poptávky po práci.

Bilaterální monopol

- **na trhu práce se střídají odbory a monopson**
- bilaterální (dvoustranný) monopol – vzniká, když existuje monopolní síla jak na straně nabídky práce, tak i na straně poptávky po práci,
- zájmy obou stran jsou protichůdné (monopson – co nejnižší mzda, odborové svazy – co nejvyšší mzda),
- výška skutečné mzdové sazby závisí na vzájemném poměru monopolní síly odborů a monopsonu,
- mzda bývá výsledkem kolektivní smlouvy mezi oběma stranami

16. Otázka

Trh kapitálu. Poptávka na trhu kapitálu. Nabídka na trhu kapitálu.

Podoby kapitálu

- **kapitálové statky**, např. stavby, výrobní zařízení, dopravní prostředky, zásoby, nejsou primárním výrobním faktorem, jsou současně vstupem i výstupem,
- **finanční kapitál** - kapitál jako suma úvěrových prostředků, uspořené volné finanční prostředky od domácností, různá finanční aktiva
- **lidský kapitál** – vzdělání, kvalifikace, vědomosti, dovednosti, zkušenosti, zdravotní stav.

amortizace = znehodnocení kapitálových statků

- fyzické znehodnocení (formou odpisů – součást nákladů firem),
 - morální znehodnocení (vlivem technologického pokroku – na základě rozvoje vědy a techniky).
- Každý stroj se opotřebovává, v účetnictví se odepisuje určitá částka každý rok

centralizace kapitálu – spojování dříve samostatných jednotek kapitálu v jediný kapitál (centralizaci kapitálu lze vytvořit např. akciovou společností) nebo pohlcování slabšího kapitálu (slabší firmy) silnějším kapitálem v rámci konkurenčního boje (např. fúze, ztráta samostatnosti slabšího kapitálu, → negativní proces pro konkurenční prostředí – fúze kontroluje ÚOHS)

koncentrace kapitálu – růst objemu kapitálu na základě akumulace kapitálu

(míra koncentrace odvětví = % podíl produkce nejsilnějších firem v odvětví na celkové produkci všech firem v odvětví)

akumulace kapitálu – investování zisku (investování do rozšíření výroby – do tvorby kapitálových statků, investice do V&V, do inovací, do nových technologií, do efektivnějších procesů)

Kapitál je stav, investice je tok, který doplňuje, zvětšuje stav kapitálu

Investice

- Kapitál se opotřebovává a je potřeba novými investicemi obnovovat
- vznik kapitálu vyžaduje investici – místo spotřebních statků se budou vyrábět kapitálové statky
- **reálné investice** = tvorba dodatečných kapitálových statků
- **obnovovací (restituční) investice**
- **čisté investice**
- **hrubé (brutto) investice** = **čisté (netto) investice** + **obnovovací (restituční) investice**
 $I_B = I_N + I_R$
- *hrubé investice jsou veškeré investice, z části se použijí na obnovu opotřebovaného kapitálu a z části na zvětšení kapitálu. Ta část investic, která zvětšuje část kapitálu, nazýváme čisté investice.*

Trh kapitálu

- trh kapitálu – místo, kde se střetává nabídka kapitálu s poptávkou po kapitálu
- nabídku kapitálu tvoří úspory ekonomických subjektů, na trhu kapitálu dostávají úspory (především od domácností) podobu kapitálu nabízeného firmám
- poptávka po kapitálu je daná potřebou financovat především nákup investičních statků, firmy získávají prostředky z vlastních či cizích zdrojů

Nabídka na trhu kapitálu

- úspory domácností mají podobu dočasně volných finančních prostředků
- za odložení přítomné spotřeby domácnosti požadují náhradu – výnos z uspořené částky
- nominální úroková míra x reálná úroková míra

nominální úroková míra = reálná úroková míra + očekávaná míra inflace

Půjčím si 10 000 Kč, za rok vrátím 11 500 Kč, protože 15% úroková míra – 10% reálná úroková míra + očekávaná míra inflace

Krátké období (SR – short run)

- Ač se změní úroková míra, tak to krátké období je tak krátké, že se nezmění množství peněz

Dlouhé období (LR – long run)

Když se zvýší úroková míra, tak se v bance objeví více peněz, lidi tam dají více peněz, přiláká to lidi, kteří do banky doposud nic nedávali

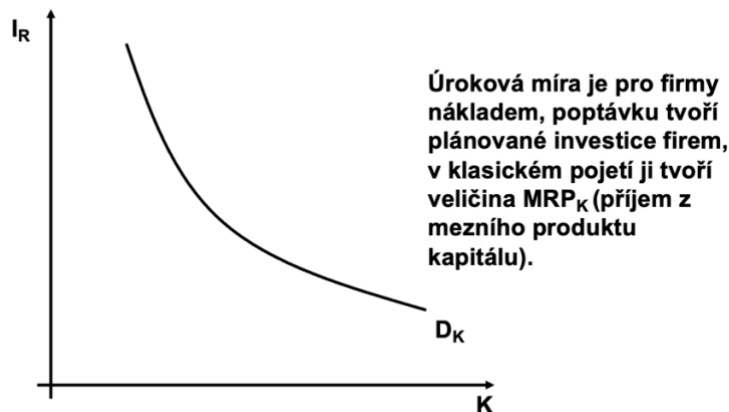
Poptávka na trhu kapitálu

- Firmy poptávají peníze po bance
- *Firma porovnává náklady na půjčku a výnosy – firma si půjčí 100 Kč, za 100 Kč vyrobí stroj a ten stroj ji něco vyrobí – firma to prodá a z toho má výnos a firma to porovnává, jestli se jí to vůbec vyplatí. Ale půjčí si a banka chce úrok – ten úrok je ten náklad*
- I_R – úroková míra
-

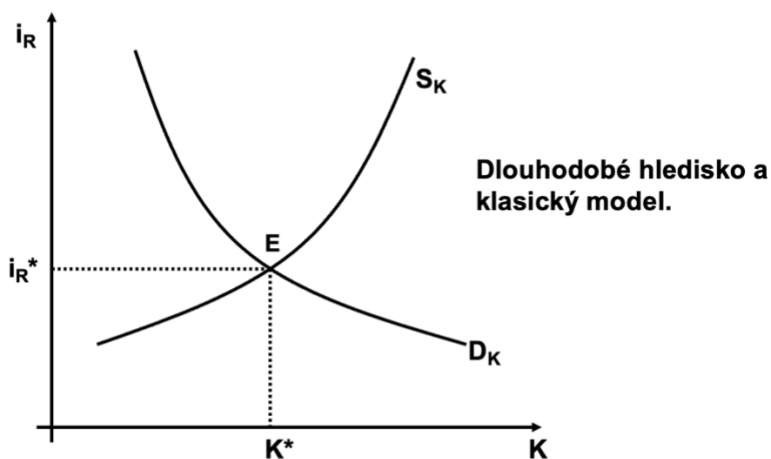
Nabídka na trhu kapitálu (SR)



Poptávka na trhu kapitálu



Rovnováha na trhu kapitálu (LR)



17. Otázka

Tržní selhání – příčiny. Monopolní síla. Externality, vymezení externalit. Externality a efektivnost. Externality a vlastnické práva. Řešení externalit.

Celková rovnováha

- znamená nalézt rovnovážné podmínky na všech trzích,
- je rovnovážný stav celého ekonomického systému.
- rovnováha ve výrobě je rovnováha ve spotřebě, resp. ve směně, a soulad mezi výrobou a spotřebou.

Efektivnost

existuje-li více činností, je situace efektivní tehdy, když jedna z těchto činností nemůže být zvýšena bez současného snížení jiné činnosti.

CELKOVÁ EFEKTIVNOST

- efektivnost ve výrobě
- efektivnost ve směně

Efektivnost ve výrobě

stav, v němž není možno přerozdělit fixní množství spol. zdrojů bez toho, aby růst produkce u jedné firmy neomezil produkci u firem ostatních.

Předpoklad efektivnosti ve výrobě vyjádřen pomocí **mezní míry technické substituce MRTS**:

$$MRTS_x = MRTS_y$$

Podmínka efektivnosti může být vyjádřena **hranicí výrobních možností**.

Hranice výrobních možností

- základní ekonomická souvislost užívání výrobních zdrojů,
- hranice mezi dosažitelnými a nedosažitelnými výrobami,

- znázorňuje se pomocí Hranice produkčních možností

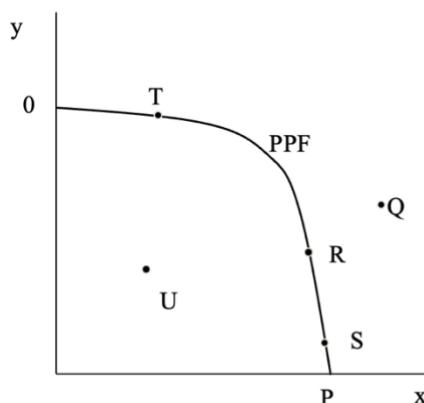
Hranice výrobních možností

Předpoklady:

- konstantní množství všech výrobních faktorů,
- výroba dvou statků,
- VF jsou specializované.

znázorňuje alternativní kombinace dvou výrobků, které mohou být efektivně vyrobeny s určitým rozsahem výrobních faktorů.

Křivka hranice výrobních možností má zápornou směrnici.



- bod **P** – všechny zdroje byly použity na výrobu statku X
- bod **O** – všechny zdroje byly použity na výrobu statku Y
- bod **S** – vyrábí se více statku X
- bod **T** – vyrábí se více statku Y
- vně křivky:
 - bod **Q** – lze dosáhnout pouze při větším množství zdrojů (leží za hranicí výrobních možností)
 - bod **U** – lze vyrábět toto množství, ale výroba je neefektivní

Efektivnost směny

stav, v němž není možno přerozdělit fixní množství statků (služeb) bez toho, aby zvýšení užitečnosti u jednoho spotřebitele nesnížilo užitečnost u ostatních spotřebitelů.

- nezbytná podmínka je : **mezní míra substitute MRS** (marginal rate of substitution) mezi všemi dvojicemi statků musí být pro všechny spotřebitele stejná.

$$MRSA = MRSE$$

Celková efektivnost

- cíl ekonomického systému - uspokojení lidské potřeby,
- pro dosažení celkové efektivnosti musí být současně splněny podmínky pro dosažení:
 - efektivnosti ve výrobě i
 - efektivnosti ve směně,

$$MRS = MRPT$$

Podmínky celkové rovnováhy

- $MRTS_X = MRTS_Y$
- $MRS_A = MRS_E$
- $MRS = MRPT$
- mezní míra technické substitute každého výrobního faktoru za každý jiný výrobní faktor by měla být stejná pro všechna zboží,
- mezní míra substitute každého zboží za každé jiné zboží by měla být stejná pro všechny spotřebitele,
- společná mezní míra substitute by se měla rovnat společné mezní míře transformace pro všechny páry zboží.

Cenový systém

- Složitou ekonomiku (za předpokladu dokonalé konkurence) vede do bodu všeobecné rovnováhy cenový systém..
- Stejně jako rovnováhy na dílčích trzích, také všeobecné rovnováhy je dosahováno prostřednictvím cenového systému a to přesto, že se firmy pouze snaží maximalizovat své zisky a spotřebitelé maximalizují svůj užitek vzhledem ke svému příjmu.
- V podmínkách dokonalé konkurence se práce přemísťuje mezi odvětvími dokud nedosáhneme stejné mzdové sazby ve všech odvětvích
- Všeobecná rovnováha nastává v okamžiku, kdy se spotřebitelé i výrobci setkávají se stejnými cenami a přijímají je. Firmy vyrovnávají relativní ceny s poměrem mezních produktů a spotřebitelé vyrovnávají relativní ceny s relativním mezním užitekem obou produktů. V rovnovážném bodě tedy platí :

$$MRPT = P_X / P_Y = MRS$$

Tržní selhání

- projev neefektivního fungování trhů

- Lze rozeznat několik typů tržního selhání podle různých příčin:

- **nedokonalá konkurence** - tržní selhání jako *morální problém* – nejde o chybu systému, ale o selhání v lidském jednání (např. monopol)
- **zanedbání externalit**, tj. nákladů, které neoprávněně vznikají jiným například poškozením životního prostředí,
- **problém veřejných statků**
- **asymetrické informace** - Jedna strana trhu ví více než druhá, kupující nebo prodávající je lépe informován a těží z toho co ví, tj. z toho vyplývá, že druhá strana je znevýhodněna.

Externality

- výroba nebo spotřeba jednoho subjektu způsobuje nezamýšlené náklady nebo přínosy jiným subjektům, aniž by ti, kteří způsobili náklady či získali příjmy, za ně platili.
- Externality mohou existovat mezi spotřebiteli, mezi výrobcí či mezi spotřebiteli a výrobcí – vždy je o vztah, který není postižen systémem cen.
- Externality ovlivňují ekonomický život společnosti velkou mírou a v mnoha oblastech. Největší problém přináší externality do oblasti ekologie (automobilismus, jaderné elektrárny, ekonomicky správné určení ceny energií).

Řešení externalit:

- zákaz výroby, která přináší záporné externality,
- zavedení norem,
- jejich nedodržení sankcionovat,
- vymezení vlastnických práv a nízké náklady jejich prosazování,
- zdanění záporných externalit,
- zavedení dotace u kladných externalit.

Kladné externality

- jsou situace, kdy činnost jednoho subjektu přináší prospěch jinému subjektu a ten náklady s ním spojené nemusí hradit.
Př. vlastník domu si ve vilové čtvrti pořídí hlídání psa, který odradí případné zloděje i od domů sousedů.

$$SMC = MC + EMC$$

- **Kladné externality ve výrobě**
- jestliže určitá činnost produkuje externí užitek jiným subjektům, $SMU > MU$, SMU je v tomto případě dán součtem **soukromého mezního užítku (D)** a **externího mezního užítku (EMU)**.
$$SMU = D + EMU$$
- **Kladné externality ve spotřebě**
- určitá činnost produkuje externí užitek jiným subjektům, za který spotřebitel nemusí platit, společenský mezní užitek
$$SMU = MU + EMU$$

Záporné externality

- jsou naopak takové situace, kdy činnost jednoho subjektu přináší náklady jinému subjektu, které mu nejsou hrazeny a přitom z nich současně nezískává žádnou výhodu.
Př. vypouštění chemických odpadů do potoka přitékajícího do rybníka s chovem ryb, který poskytuje obživu rybářům.

- **Záporné externality ve výrobě**
- Jestliže výroba statku sebou přináší záporný vnější efekt, potom společenské mezní náklady (SMC) zahrnují kromě vlastních (soukromých) mezních nákladů výroby (MC) také náklady externí.
- Označíme-li externí mezní náklady EMC, potom platí :
$$SMC = MC + EMC$$

- **Záporné externality ve spotřebě**
- Výsledkem činnosti je také nezamýšlený záporný efekt. V takové případě soukromý užitek převyšuje užitek společenský ($MU > SMU$).

- V Evropě si jezdíme auty – vysoký soukromý užitek a zároveň bráníme chudým státům v Amazonii, aby nekáceli stromy a měli nižší společenský výstup. Chceme žít na úkor jejich spotřeby, aniž by jsme byli ochotni snížit vlastní spotřebu CO₂.

18. otázka

Veřejné statky, vymezení veřejných statků. Veřejná volba. Asymetrické informace. Morální hazard a nepříznivý výběr. Vliv rizika a nejistoty na chování ekonomických subjektů. Působení státu na mikroekonomické subjekty. Tržní selhání a stát. Selhání státu.

Veřejné statky

Jsou to statky nebo služby, pro které jsou typické dvě vlastnosti :

- **nerivalitní spotřeba–nezmenšitelnost** – když ten statek někdo využívá, tak v té spotřebě neomezují druhého
- **nevyloučitelnost** - buď není vůbec možné nebo je extrémně nákladné neplatící spotřebitele ze spotřeby tohoto statku vyloučit.

Typickými veřejnými statky je např. národní obrana, policie, dálnice, veřejné osvětlení, ale také třeba povinné očkování proti infekčním nemocem apod.

Soukromý statek bude tedy Rivalitní a vyloučitelný

Veřejný statek – Semafor

Řidič užívá semafor, ale to že ho využije nebude omezovat ve využívání druhých aut

Soukromý statek – chleba

Já spotřebuju bochník chleba a druhý člověk ho spotřebovat nemůže

statky smíšené - statky mající vlastnosti jak soukromých tak veřejných statků (nezmenšitelné, ale vyloučitelné nebo statky nevyloučitelné, avšak zmenšitelné).

Např. most – když na něj postavím značku zákaz vjezdu nákladňákům stane se vyloučitelným.)

Např. vzduch (v malém prostoru – vydýchatelný – rivalitní,ale nevyloučitelný)

Veřejná volba

- vláda rozhodne postavit novou dálnici. Dá stavebním firmám zakázku na několik miliard korun a ty se pustí do stavby. Svě dělníky a stavební stroje, které dříve firmy zaměstnávaly na stavbách rodinných domů, přemístí na stavbu dálnice. Stavba dálnice tedy znamená, že se postaví méně domů.

Asymetrické informace

- situace na trhu, kdy jedna strana ví více než druhá – informace je asymetrická,
- touto nevyrovnaností je jedna strana znevýhodněna, např. prodávající vědí více o kvalitě produktu než kupující, když ví více o tržních podmínkách svých rivalů než oni sami, manažeři vědí o firmě víc než její vlastníci.
- Asymetrická informace vzniká v důsledku :
 - utajené činnosti – nemohou být přesně a bez dodatečných nákladů pozorovatelné (nemůžu pozorovat někoho, co dělá, jsem jinde, nemám čas)
 - utajené informace – jedna strana trhu má více odborných znalostí (trh aut, prodejce má informace, kupující ne)

Morální hazard

Vznikají na základě asymetričnosti informací.

např. já a lékař – já přenáším pravomoci na lékaře v problematice rozhodování užívání léků. Lékař mi předepíše léky, ve kterých se já nevyznám, ale mlže zapomenout, že já na ně mám alergii.

Nepříznivý výběr

- vede k vytěsňování kvalitnějšího zboží z trhu zbožím méně kvalitním.
- Trh aut, prodejce má informace, kupující ne – pak kvalitní auta mizí z trhu a zůstávají nekvalitní
- 1 strana má větší info než druhá strana

Řešení: Dání záruky

Působení státu na mikroekonomické subjekty

Mikroekonomická politika státu

- spočívá v eliminaci tržních selhání,
- součást hospodářské politiky,
- obsahuje nástroje a opatření, jimiž stát zasahuje do tržního mechanismu a ovlivňuje ekonomické subjekty,
- zásadně přispívá k tvorbě tržního prostředí.

Regulace nedokonalé konkurence

- udržovat nízké bariéry konkurence,
- tolerovat velké firmy, pokud vznikly přirozeně a jsou technologicky výhodné,
- postihovat antikonkurenční a nekalé praktiky,
- podporovat výzkum a rozvoj malých firem.
- Problematika monopolní síly – česká pošta – má monopol na dopisy

Eliminace externalit

- zákaz výroby, která přináší záporné externality,
- zavedení norem, jejich nedodržení sankcionovat,
- vymezení vlastnických práv a nízké náklady jejich prosazování,
- zdanění záporných externalit,
- zavedení dotace u kladných externalit.

Distribuce veřejných statků

- Problém černého pasažéra
- povinnost platit daně,
- vybírání poplatků,
- vyloučení neplatiče z okruhu uživatelů.

Potlačení asymetrie v informacích

- podporovat volné šíření informací,
- poskytovat (produkovat) informace o trhu.

Tržní selhání vs selhání státu

Tržní selhání vs. selhání státu Kromě tržního selhání objektivního charakteru existuje i selhání státu (resp. politiky vlády), který se svými zásahy a opatřeními snaží jednotlivá tržní selhání řešit. Jakákoli činnost v ekonomice, tedy i činnost státu je spojena s určitými náklady. A ty je zapotřebí porovnávat se vzniklým užitekem. „Často je třeba zvažovat, jaký přístup k řešení konkrétního problému má vlastně horší dopad na společnost, respektive na některé skupiny obyvatel ve společnosti, zda předvídatelná tržní selhání nebo selhání státu.“ Hlavními faktory, které mají vliv na případné selhání státu, jsou: kvalita a úplnost informací ze strany státu, délka a složitost vlastního rozhodovacího procesu vlády a jejích orgánů a následný přizpůsobovací proces dotčených ekonomických subjektů. „Paradoxně tak snaha po eliminaci tržních selhání může vést k jinému typu selhání, a to selhání vlády.“