

Teorie národního hospodářství

Studenti PF UK

Vypracované otázky ke zkoušce

2011

Tento text vznikl jako příprava na ústní zkoušku z předmětu Teorie národního hospodářství, vyučovaného na právnické fakultě UK. Text vytvořili sami studenti druhého ročníku, nemusí tedy být i přes veškeré korektury zcela správný a autoři nepřebírají žádnou odpovědnost za výsledek zkoušky. Texty byly vytvořeny na wiki studentů PF UK <http://ius.tulacek.eu/>.

Soubor vygenerován: 16.12.2011, 03:49

Obsah

A	Předmět a metody národohospodářské teorie	1
A.71	Předmět národohospodářské teorie a její základní kategorie	1
	Předmět	1
	Základní ekonomický problém	1
	Definice národohospodářské teorie = ekonomie:	1
	Ekonomie x ekonomika	1
	Kategorie národohospodářské teorie	2
A.30	Hlavní historické a současné směry ekonomického myšlení	2
	Merkantilismus	2
	Fyziokraté	3
	Klasická politická ekonomie	3
	Marxismus	4
	Německá historická (ekonomická) škola	4
	"Marginální revoluce" → Neoklasická ekonomická škola	4
	Neoklasická ekonomická škola	4
	Keynesiánství	5
	Chicagská škola	6
	Monetarismus	6
	Institucionalismus	6
	Hlavní názorové proudy soudobé ekonomie	6
B	Základní ekonomické pojmy a principy	8
B.98	Základní ekonomické principy a modely, metodické chyby ekonomického uvažování	8
	Základní ekonomické principy	8
	Přínosy a náklady	8
	Porovnání na základě peněžních hodnot	8
	Racionalita a vlastní zájem	9
	Náklady alternativ a utopené náklady	9
	Uvažování v mezních (marginálních) veličinách	9
	Ekonomická efektivnost	9
	Ekonomická rovnost	9
	Ekonomické modely	9
	Metodické chyby ekonomického uvažování	10
B.54	Náklady alternativ a utopené náklady, ilustруйте na příkladech	10
	Náklady alternativ	10
	Utopené náklady	11
B.97	Základní ekonomické otázky, typy a odlišnosti ekonomických systémů	11
	Základní ekonomické otázky	11
	Typy a odlišnosti ekonomických systémů	12
B.17	Ekonomická efektivnost, Paterovo a Kaldor-Hicksovo kritérium efektivnosti	13
	Ekonomická efektivnost	13
	Paretova a Kaldor-Hicksova efektivnost	14
	Ukazatelé ekonomické efektivnosti	15
	Efektivita a rovnost	15
B.85	Trhy výrobních faktorů, jejich úloha, specifika a regulace	15
	(Nájemní) trhy výrobních faktorů	15
	Výrobní faktory	16
	Národní důchod	17
B.89	Typy ekonomických subjektů, jejich postavení a úloha v národním hospodářství	17
B.49	Model ekonomického koloběhu	17
	Rovnováha v modelu ekonomického koloběhu	19
	Zahrnutí cen do modelu ekonomického koloběhu	20
	Ekonomická nerovnováha	20
B.55	Národohospodářské agregáty a jejich význam	21
	HDP	21
	Inflace	21

Nezaměstnanost	21
Platební bilance	21
B.46 Metody měření HDP	22
Metoda výrobní	22
Metoda důchodová	22
Metoda výdajová	22
C Tržní systém a státní ekonomická regulace	23
C.82 Trh a tržní systém, typy trhů	23
Trh v užším pojetí	23
Trh v širším pojetí	24
Tržní systém	24
C.87 Tržní cena a její funkce	25
Cena	25
Tržní rovnováha	25
Funkce ceny	27
C.7 Cenová a necenová konkurence, principy marketingu	29
Marketing a jeho cíle	29
Konkurence a její typy	29
Marketing a jeho definice	30
C.31 Hospodářská politika, její cíle, druhy a účinnost, magický čtyřúhelník	32
Hospodářská politika	32
Základní hospodářské cíle	32
Hospodářskopolitické nástroje	32
Druhy hospodářské politiky	32
Účinnost hospodářské politiky	33
C.88 Tržní selhání, jeho druhy a příčiny, ilustруйте na příkladech	33
Nedokonalá konkurence	33
Externality	33
Veřejné statky a neúplné trhy	34
Asymetrické informace	34
C.90 Veřejná a soukromá řešení tržních selhání	34
Veřejná řešení tržních selhání	35
Soukromá řešení tržních selhání	35
C.75 Státní regulace trhů, ceny ve smíšené ekonomice	36
Regulace trhů	36
Ceny ve smíšené ekonomice	37
C.73 Selhání vlády a jeho příčiny	38
Důvody vládního selhání	38
D Poptávka, nabídka a tržní cena	40
D.10 Zákon poptávky, zákon nabídky, zákon poptávky a nabídky, zákon jedné ceny	40
Zákon poptávky	40
Zákon nabídky	42
Zákon poptávky a nabídky	43
Zákon jedné ceny	43
D.8 Cenová, důchodová a křížová elasticita poptávky	44
Pružnost poptávky	44
Cenová elasticita poptávky	44
Pružnost poptávky a celkové spotřebitelské výdaje	44
Poptávka v krátkém a dlouhém období	45
Poptávka na jednotlivém trhu a poptávka po zboží jednoho prodávajícího	45
Křížová pružnost poptávky	45
Důchodová pružnost poptávky	45
D.70 Přebytek výrobce a spotřebitele, efektivita tržní rovnováhy	45
Přebytek spotřebitele	45
Přebytek výrobce	46
Celkový přebytek	47
Tržní rovnováha	47
Efektivita tržní rovnováhy	48
D.77 Státní zásahy do cen, jejich příčiny, důsledky a efektivita	48
Přímé státní regulace	48
Nepřímé státní regulace	48
Příčiny	48
Důsledky	48
Efektivita	49

E	Rozhodování, ekonomika a správa firem	50
E.9	Cíle, náklady, příjmy a zisk firmy	50
	Cíle	50
	Náklady	50
	Zisk	51
	Příjmy	52
E.35	Implicitní a explicitní náklady firmy, ekonomický a účetní zisk	52
	Implicitní a explicitní náklady firmy	52
	Ekonomický a účetní zisk	52
E.61	Normální zisk firmy, ekonomická renta a její dobývání	53
	Firma	53
	Explicitní náklady a implicitní náklady	53
	Ekonomický a účetní zisk	53
	Normální zisk	53
	Ekonomická renta	54
E.53	Náklady a nákladové křivky firmy, analýza firemních nákladů	54
	Celkové náklady dělíme na	55
	Průměrné celkové náklady	55
	Mezní náklady firmy	55
	Produkční funkce firmy	55
	Mezní produkt práce/mezní produkt kapitálu	55
	Průběh nákladových křivek	56
E.44	Marginální náklady a jejich význam	58
	Stav firemní rovnováhy	58
	Význam marginálních nákladů	58
	Rozhodování o zastavení činnosti	59
	Uzavření vs. ukončení činnosti	59
E.99	Zákon klesajícího mezního produktu, princip úspor z rozsahu	59
	Princip úspor z rozsahu	59
E.25	Financování firmy, finanční ukazatele a jejich funkce při řízení firmy	60
	Finanční zdroje firmy	60
	Cíle financování	60
	Krátkodobé a dlouhodobé financování	60
	Základní principy finančního řízení firmy	61
	Finanční ukazatele	61
E.96	Význam a struktura rozvahy firmy	62
	Struktura rozvahy	63
	Majetková struktura podniku - aktiva	63
	Kapitálová struktura podniku - pasiva	63
E.21	Ekonomický pohled na vybrané právní formy podniků, jejich výhody a nevýhody	65
	Specifické firmy	67
E.18	Ekonomické aspekty správy korporací	68
	Správa korporace	68
	Corporate governance	69
	Vnitřní a vnější model corporate governance	69
	Vnější model	69
	Vnitřní model	70
	Problém pán a správce	70
F	Struktura trhu, typy konkurence a konkurenční politika	71
F.78	Struktura trhu a tržní síla, relevantní trh	71
	Struktury trhu	71
	Tržní síla	72
	Relevantní trh	72
F.15	Efektivnost dokonalé konkurence	72
F.83	Trh dokonalé konkurence a postavení firmy na tomto trhu	73
	Efektivnost dokonalé konkurence	74
	Dokonalá konkurence a reálné trhy	74
	Reálně existující případ dokonalé konkurence	74
F.58	Nedokonalá konkurence, příčiny vzniku a hlavní typy, ztráta blahobytu v podmínkách nedokonalé konkurence	74
	Konkurence	74
	Omezení konkurence	75
	Dokonalá konkurence	75
	Nedokonalá konkurence	75
	Důsledky nedokonalé konkurence	75
	Typy nedokonalé konkurence	76
	Konkurenční, prokonkurenční či protitrustová politika	78
F.33	Chování firem v podmínkách dokonalé a monopolistické konkurence	79

Konkurence	79
Dokonalá konkurence (na nabídkové straně trhu)	79
Nedokonalá konkurence	79
Monopolistická konkurence	79
F.34 Chování firem v podmínkách oligopolu a monopolu	80
Oligopol	80
Monopol	81
F.42 Konkurenční politika, antimonopolní zákonodárství, regulace přirozených monopolů	82
Konkurenční politika	82
Protimonopolní zákonodárství	83
Regulace přirozených monopolů	83
Ochrana hospodářské soutěže v EU a ČR	84
G Kapitál a kapitálové trhy	86
G.40 Kapitál, jeho vznik, formy a funkce	86
Co je to kapitál	86
Vznik kapitálu	86
Formy kapitálu	86
Kapitálový trh	87
G.37 InSTITUTE kapitálového trhu a jejich význam	87
Institute kapitálového trhu	87
Institute spojené s trhy cenných papírů	88
Institute finančního zprostředkování	88
Stádní chování investorů	89
G.52 Nabídka, poptávka a rovnováha na trhu kapitálu	89
Nabídka na kapitálovém trhu	89
G.3 Aktiva, jejich druhy a vlastnosti, stanovení ceny aktiv	91
Aktiva	91
Druhy a vlastnosti	91
Výnosy, ceny, rizika aktiv	91
Míra výnosu aktiva	92
P/E (Price/Earnings ratio)	92
Tržní cena aktiv	92
Neriziková aktiva	92
Investiční riziko	92
Postupy investování	92
G.39 Investování a spekulace, vznik a důsledky "investičních bublin"	93
Některé relevantní pojmy	93
Investování prostředků na kapitálových trzích	93
Investiční bublina	94
G.79 Subjekty kapitálového trhu	95
G.67 Primární a sekundární kapitálové trhy a jejich význam	96
Vznik kapitálu	96
Trh kapitálu	97
Primární a sekundární trh	97
Primární kapitálový trh	98
Sekundární kapitálový trh	98
H Trh práce, zaměstnanost a rozdělení příjmů	99
H.65 Poptávka a nabídka na trhu práce, vliv substitučního a důchodového efektu na nabídku práce	99
Nabídka práce	99
Poptávka práce	100
Trh práce	100
H.84 Trh práce (poptávka, nabídka a rovnováha)	102
Poptávka po práci a nabídka práce	102
Rovnováha na trhu práce	102
Grafy	103
H.86 Tržní a netržní faktory determinace mezd, mzdová strnulost, jej příčiny a důsledky	103
Specifické faktory determinace mezd	103
Mzdová strnulost	104
H.59 Nezaměstnanost, příčiny, druhy a měření, vztah nezaměstnanosti a inflace	105
Dělení nezaměstnanosti	105
H.72 Rozdělení důchodů, nerovnosti v důchodech, přerozdělovací procesy a jejich nástroje	106
Rozdělení mezd a příjmů	106
Sledování mzdové (příjmové) nerovnosti	107
Přerozdělování příjmů a jeho nástroje	107

I	Peníze a měnová politika	109
I.63	Peníze, jejich funkce a formy, úloha zlata v dějinách	109
	Peníze	109
	Funkce peněz	109
	Formy peněz	110
	Úloha zlata v dějinách	110
I.94	Vymezení peněz, peněžní zásoba a peněžní agregáty	110
	Vymezení peněz	110
	Peněžní zásoba a peněžní agregáty	110
I.41	Komoditní peníze, zlatý standard, peníze s nuceným oběhem	111
	Komoditní peníze	111
	Zlatý standard	111
	Nucený oběh	111
I.51	Nabídka a poptávka na trhu peněz, cena peněz, výnosová křivka	112
	Nabídka po penězích	112
	Poptávka po penězích	112
	Faktory ovlivňující poptávku po penězích	112
	Poptávka po penězích a úroková míra	112
I.5	Bankovní systém, tvorba peněz a peněžní multiplikátor	113
	Peněžní multiplikátor	114
I.50	Monetární politika a její nástroje	114
	Cíle MP	115
	Cílování inflace	115
	Nástroje MP	115
	Omezení regulace peněžní zásoby	116
	Nezávislost centrální banky	116
	Funkce bankovního systému	116
I.56	Nástroje expanzivní fiskální a monetární politiky, jejich význam a účinnost	116
	Expanzivní monetární politika	116
	Expanzivní nástroje monetární politiky	117
	Expanzivní fiskální politika	117
I.57	Nástroje restriktivní měnové a rozpočtové politiky, jejich význam a účinnost	118
	Restriktivní monetární politika	118
	Restriktivní nástroje monetární politiky	118
	Restriktivní fiskální politika	119
I.6	Bezprostřední a konečné cíle měnové politiky, cílování inflace	119
	Bezprostřední cíle měnové politiky	119
	Konečné cíle měnové politiky	119
	Cílování inflace	120
I.43	Kvantitativní teorie peněz a cen, Fisherova rovnost	120
	Fisherova rovnost	120
	Z historie	120
I.62	Omezení měnové a fiskální politiky	121
	Měnová politika	121
	Rozpočtová politika	122
I.45	Měnová báze a tvorba peněz, peníze jako dluh	123
	Měnová báze	123
	Tvorba peněz	123
	Peníze jako dluh	124
I.14	Diskontní, lombardní a repo sazba jako měnové nástroje	125
	Úrokové sazby České národní banky	125
I.29	Funkce a nástroje centrální banky	126
	Centrální banka	126
	Funkce centrální banky	126
	Nástroje centrální banky	127
	Nezávislost	128
	Česká národní banka	129
I.60	Nezávislost a odpovědnost centrální banky	129
	Nezávislost centrální banky	129
	Odpovědnost centrální banky	130
I.36	Inflace a její měření, druhy, příčiny a důsledky inflace, inflační daň	130
	Metody výpočtu	130
	Využití ukazatelů inflace	131
	Závažnost inflace	131
	Příčiny inflace	131
	Dopady inflace	132
	Protiinflační politika	132

I.12	Inflační daň	132
	Deflace, její příčiny a důsledky, past likvidity a kvantitativní uvolňování	133
	Deflace	133
	Past likvidity	133
	Kvantitativní uvolňování	133
J	Hospodářský růst	134
J.80	Teorie hospodářského růstu	134
	Hospodářský růst a jeho zdroje	134
	Příčiny hospodářského růstu	134
	Produktivita a její faktory	135
	Růstová politika	136
	Politika nabídkové stránky ekonomiky	136
	Výhody a nevýhody hospodářského růstu	137
J.69	Produktivita práce a kapitálu a jejich faktory, politika nabídkové strany	137
	Produktivita	137
	Produktivita práce	137
	Produktivita kapitálu	138
	Politika nabídkové stránky ekonomiky	139
J.22	Ekonomický růst a rozvoj, zdroje a typy růstu, růstová politika	139
	Zdroje (typy) ekonomického růstu	140
	Růstová politika	140
	Důsledky hospodářského růstu	141
K	Hospodářský cyklus a stabilizační politika	142
K.32	Hospodářský cyklus, jeho příčiny a fáze	142
	Fáze	142
	Typy hospodářských cyklů podle délky	143
	Příčiny hospodářského cyklu	143
	Pojmy	143
K.66	Poptávkové a nabídkové šoky, jejich vliv na recesi	144
	Model souhrnné poptávky a nabídky	144
	Model souhrnné poptávky	144
	Průběh souhrnné nabídky	146
K.38	Investiční akcelerátor a multiplikátor a jejich význam pro průběh hospodářského cyklu	149
	Vývoj spotřebních a investičních výdajů	149
	Investiční akcelerátor a multiplikátor	149
K.26	Finanční a měnová krize, možné příčiny a důsledky	150
	Druhy finanční krize	150
	Finanční krize	150
	Bankovní panika	151
	Měnová krize	152
K.10	Cíle, principy a nástroje stabilizační politiky	153
	Ovlivňování agregátní poptávky	153
	Koordinace monetární a fiskální politiky	155
	Problémy fiskální politiky	155
	Problémy monetární politiky	156
K.2	Agregátní poptávka a nabídka, potenciální a reálný produkt	156
	Agregátní poptávka	156
	Agregátní nabídka	157
	Potenciální HDP	157
	Reálný HDP	157
	Ekonomická rovnováha a ekonomické výkyvy	158
K.4	Automatické stabilizátory a jejich funkce, vysvětlete na příkladu	158
	Jednorázová záměrná opatření (diskrétní) a vestavěné (automatické) stabilizátory	159
	Vztah požadavku na vyrovnaný státní rozpočet a automatických stabilizátorů	159
K.27	Fiskální multiplikátory, efekt vytěsňování	159
	Expanzivní fiskální politika	159
	Fiskální multiplikátor	160
	Efekt vytěsňování	160
	Celkový účinek fiskální expanze	160
K.20	Ekonomické multiplikátory a jejich význam (Keynesův multiplikátor, peněžní multiplikátor, fiskální multiplikátor)	161
	Příklady multiplikátoru	161
	Keynesův multiplikátor	161
	Peněžní multiplikátor	161
	Fiskální multiplikátor	162

K.28 Fiskální politika, její cíle a nástroje	162
Fiskální politika	162
L Státní rozpočet a daňový systém	164
L.93 Veřejné finance, jejich funkce a složky, státní rozpočet a jeho deficity	164
Veřejné finance	164
Rozpočtová soustava	164
L.76 Státní rozpočet, základní struktura jeho příjmové a výdajové stránky	165
Příjmy státního rozpočtu	166
Výdaje státního rozpočtu	166
Typy rozpočtu	166
L.11 Daně, jejich druhy a ekonomické vlastnosti, daňová politika	168
Principy daňového systému	170
L.16 Efektivnost zdanění, daňové břemeno a „náklady mrtvé váhy“, Lafferova křivka	170
Efektivnost zdanění	170
Dopad daní	171
Náklady mrtvé váhy	171
Lafferova křivka	172
L.23 Euro a Maastrichtská kritéria, Pakt stability a růstu	172
Euro - bleskový úvod	172
Historie eura	173
Maastrichtská kritéria	173
Pakt stability a růstu	173
Aktuality o euru	174
M Mezinárodní ekonomické vztahy	175
M.1 Absolutní a komparativní výhody v mezinárodním obchodě, vysvětlete na příkladu	175
Příčiny	175
Absolutní výhoda	175
Komparativní výhoda	175
M.48 Mezinárodní měnové vztahy, devizové trhy, optimální měnové zóny	176
Devizové trhy a měnové kurzy	176
Mezinárodní měnový fond a brettonwoodský systém	179
Optimální měnové zóny	180
Mezinárodní obchod	180
M.64 Platební a obchodní bilance, jejich struktura a význam	182
Platební bilance	182
Obchodní bilance	183
M.13 Devizové režimy a jejich národohospodářské důsledky	185
Fixní (pevný) směnný kurz	186
Flexibilní (plovoucí) kurzy	186
Brettonwoodský měnový systém	186
Kurz dvoustranný a vícestranný, nominální a reálný	187
Devizové režimy a hospodářská politika	188
M.47 Mezinárodní ekonomická integrace a její formy, globalizace ekonomiky	189
Hlavní cíle mezinárodní ekonomické integrace:	189
Stupně integrace	189
Mezinárodní organizace	190
Ekonomická globalizace	190
M.95 Vývoj evropské ekonomické integrace, jednotný vnitřní trh, hospodářská a měnová unie EU	190
Evropské společenství uhlí a oceli (ESUO)	190
Evropské společenství pro atomovou energii a Evropské hospodářské společenství	190
Evropská společenství	191
EU a nové členské státy	191
Jednotný vnitřní trh	191
Hospodářská a měnová unie (HMU)	192
Konvergenční kritéria, Pakt stability a růstu, Euroskupina	192
N Základy ekonomie veřejného sektoru	194
N.24 Externalita, jejich příčiny, důsledky a řešení	194
Negativní externalita	194
Pozitivní externalita	195
Řešení	195
N.81 Transakční náklady a Coaseův teorém	198
Ronald Harry Coase	198
Transakční náklady	198

Coaseho teorém	199
N.92 Veřejné a částečně veřejné statky, společné zdroje	200
Statky čisté a částečně veřejné	201
Společné zdroje a veřejně poskytované soukromé statky	202
Veřejné a soukromé poskytování statků	203
N.74 Soukromé a veřejné statky, veřejné poskytování statků	203
Soukromé statky	203
Veřejné statky	203
Statky částečně veřejné	204
Společné zdroje	204
Veřejně poskytované soukromé statky	204
N.68 Principy ekonomické teorie veřejné volby	205
Problémy veřejné volby	206
Racionální neznalost	206
Zájmové skupiny	206
N.91 Veřejná produkce statků, její příčiny a důsledky	206
Příčiny veřejné produkce	207
Problémy veřejné produkce	207
Soukromá výroba veřejných statků	207
N.19 Ekonomické chování byrokracie	207
Ekonomické charakteristiky úřadu	208
Motivace byrokracie	208
Příčiny růstu úřadů	208
1 Seznam otázek	209

Okruh C

Tržní systém a státní ekonomická regulace

C.82. Trh a tržní systém, typy trhů

- UPOZORNĚNÍ: tato otázka je poměrně obecná a ani v učebnici není přesně poznat rozsah. Dost se překrývá s ostatními tématy → uvedeno je zde hlavně schéma, které není jinde zpracované, od toho jsou pak v závorkách odkazy na otázky, které se věnují naznačeným tématům samostatně a podrobněji!
- Termín TRH je v Teorii národního hospodářství používán ve dvou hlavních smyslech
 - Trh v užším pojetí
 - Trh v širším pojetí

Trh v užším pojetí

64

- **místo a nástroj organizované směny statků** (zboží a služeb včetně služeb výrobních faktorů) probíhající mezi kupujícími a prodávajícími
- kupující, kteří chtějí na trhu určité zboží nebo služby získat, tvoří **poptávkovou stranu trhu**, prodávající, kteří toto zboží a služby nabízejí, tvoří **nabídkovou stranu trhu**.
- ke směně mezi nakupujícími a prodávajícími dochází dobrovolně, za cenu, na které se dohodli a kterou považují za oboustranně výhodnou → obě strany zvyšují svůj blahobyť
- **Rozdělení trhu** - v ekonomice existuje mnoho dělení trhů, základní je na

1. trh zboží (statků) a služeb

- firmy tvoří nabídku a zákazníci poptávku
- V podstatě se jedná o každodenní obchod
- ten lze dále dělit podle druhu statků, se kterými obchoduje, např.: trh potravin, trh právních služeb
- zvláštní kategorií jsou komoditní trhy, na kterých se ve velkém obchoduje se surovinami, zemědělskými produkty...

2. trh výrobních faktorů

- poptávku na tomto trhu tvoří firmy, shánějící pracovní sílu a nabídku lidé, tj. ta pracovní síla
- trh práce (→H.84) + trh kapitálu + trh přírodních zdrojů

3. finanční trh

- (pojem finanční trh někdy používán v užším významu jako trh s cennými papíry)
- trh finančního kapitálu (→G.52) + peněžní trh (→I.51) + devizový trh (obchod s peněžními prostředky v zahr. měnách)
- instituce kapitálového trhu (→G.37 a →G.67) = finanční instituce, jejichž prostřednictvím jsou finanční prostředky subjektů tvořících úspory převáděny k subjektům, které tyto úspory využívají. K institucím kapitálového trhu patří banky, pojišťovny, investiční společnosti, penzijní a další fondy, burzy cenných papírů atd.

• Jiné dělení

- může reflektovat například, do jaké míry jsou jednotlivé trhy organizované či neorganizované

- * **Organizované** → pravidla vztahující se k obchodování mohou například určovat, kdo na ně smí vstoupit, jaké informace musejí prodávající ke svému zboží a službám poskytovat, jak musí informovat kupující o cenách. Např.: burzy cenných papírů.

- **Další dělení**

- podle počtu kupujících a prodávajících na trhu
- podle podmínek pro vstup na trh a výstupu z něj
- podle velikosti trhu (tržní síly)
- podle míry konkurence panující na trhu (dokonalá či nedokonalá soutěž)
- s ohledem na národní hranice (domácí, mezinárodní, světový...)

Trh v širším pojetí

65

- **jako nástroj alokace zdrojů opírající se o působení cen**
- rozhodování co, kde, jak a pro koho vyrábět
- částečně splývá s pojmem tržní systém!

Tržní systém

66

- X centrálně plánovaná ekonomika
- tržní systém souvisí s širším pojetím trhu (viz výše)
- **většinu rozhodnutí o alokaci zdrojů podnikají v tržním systému domácnosti a firmy** (s ohledem na svůj zájem a tržní ceny, které jejich vzájemnou činnost koordinují) → někdy označován jako systém cenový
- vzhledem k tomu, že na něm ceny i vznikají, **se trh řídí (reguluje) sám**
- **Základní předpoklady tržního systému**
 - **soukromé vlastnictví kapitálových statků**
 - * motivace vlastníků k efektivnímu využívání, udržování a rozvoji majetku (x veřejné statky v podstatě nemají pravého vlastníka → nižší zisk, přezaměstnanost, stát je dotuje i když by některé zkrachovali)
 - * vlastník má vlastnická práva, ale podnik nemusí vést sám → najímá manažery, ti jsou pod tlakem a to je nutí pracovat efektivně.
 - **volný pohyb cen**
 - * volné přizpůsobení cen, jinak dochází k deformaci cen (stát vytvoří cenové stropy nebo prahy a to může vést ke snížené kvalitě výrobků nebo omezené nabídce)
 - * alternativní distribuční mechanismy: statek nedostanou ti, kteří jsou schopni nejvíce zaplatit, ale ti, kteří mají známé...
 - **volná konkurence**
 - * na trhu panuje soutěž, protože statky jsou omezené
 - * → mezi prodávajícími - soupeří o spotřebitele - snižují ceny a náklady a zvyšují kvalitu
 - * → mezi kupujícími - zvyšuje ceny
 - * → napříč trhem - soutěž o celkovou hodnotu přebytku spotřebitele a výrobce
 - * podle toho, kdo je v lepší pozici se rozlišuje:
 1. trh kupujících (hodně prodávajících a málo kupujících)
 2. trh prodávajících (méně prodávajících a více kupujících)
 - * podniky se snaží omezit konkurenci, aby zvýšili své postavení → negativně působí na národní hospodářství, ale někdy je omezení konkurence způsobeno samotným státem (reguluje ceny, zakazuje, vyžaduje určité licence a zamezuje volnému vstupu na trh - snaží se hájit zájmy spotřebitelů, ale zároveň zvýhodňuje jen některé subjekty)
- **Mohl by se (asi) ptát i na**
 - Trh a státní ekonomická regulace (→C.75 a →B.17)
 - Tržní selhání (→C.88 a →C.90)
 - Cena (→C.87 a →D.77)

URBAN, J. *Teorie Národního hospodářství. 3.vydání. 80-86, 44-46; přednášky*

C.87. Tržní cena a její funkce

Cena

67

- směnná hodnota statku, tj. hodnota potřebná pro získání zboží nebo služby, vyjádřená obvykle určitou peněžní částkou
- odrážejí jak hodnotu, kterou spotřebitelé v daném statku vidí, tj. jeho užitečnost, tak i náklady, kt. je třeba vynaložit, aby určitý statek mohl být vyroben, tj. jeho relativní vzácnost
- **dvojitá povaha cen** - na jednu stranu jde o náklad, který musí vynaložit kupující, na druhé straně jde o příjem, který má prodávající; poptávková cena odpovídá maximální ceně, kterou jsou za daný statek kupující ochotni zaplatit X naproti tomu nabídková cena je nejnižší cenou, za niž jsou prodávající ochotni statek nabídnout → pokud se obě ceny (poptávková a nabídková) vzájemně rovnají, dochází na trhu ke směně → jde o **cenovou rovnováhu neboli tržní**

Tržní cena

68

- = rovnovážná cena
- je tedy cenou, která vyrovnává nabídku a poptávku
- množství statku, které mají spotřebitelé zájem koupit a výrobci prodat, je při této ceně stejné
- na trhu tak při rovnovážné ceně nevzniká nedostatek ani přebytek zboží - označována proto jako cena, která čistí trh
 - nedostatek - někteří kupující zůstanou neuspokojeni, lze očekávat, že část z nich bude ochotna zaplatit vyšší cenu odpovídající ceně nabídkové
 - přebytek - prodejci špatně odhadli zájem kupujících a budou nuceni si vyrobené zboží buď ponechat v naději, že zájem spotřebitelů o ně vzroste, nebo je prodat (s případnou ztrátou) za nižší cenu odpovídající ceně poptávkové
 - cena hraje v obou případech klíčovou roli při vyrovnávání nabídky a poptávky
- **rovnovážné množství** = poptávané a nabízené množství odpovídající rovnovážné ceně

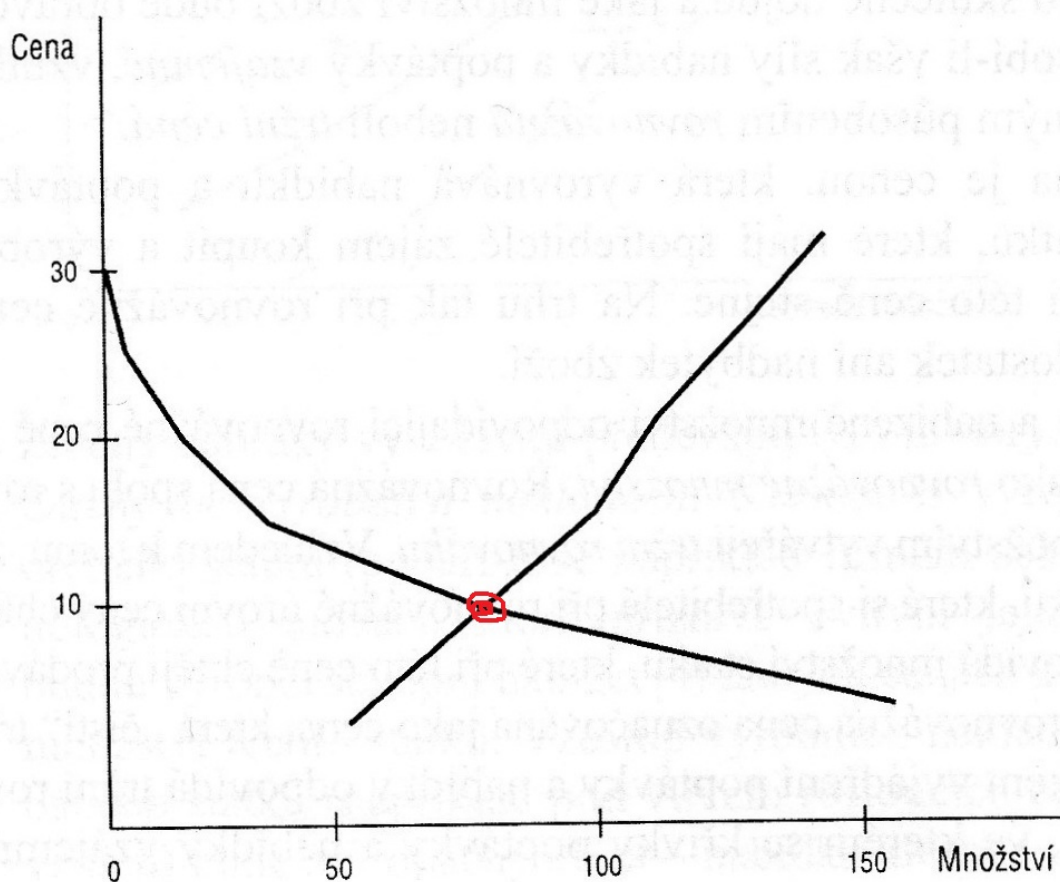
Tržní rovnováha

69

- tvořena rovnovážnou cenou spolu s rovnovážným množstvím
- v graf. vyjádření odpovídá bodu, kde se křivky nabídky a poptávky protínají

Tabulka 3.3 Nabídka a poptávka po zmrzlině

Cena (Kč)	5	10	15	20	25	30
Počet osob majících při dané ceně zájem o koupi	155	72	36	15	2	0
Počet porcí, jež jsou prodávající při dané ceně ochotni nabídnout	55	72	102	110	131	146

Obrázek 3.9 Průsečík křivek nabídky a poptávky – bod tržní rovnováhy

Stabilita tržní rovnováhy

70

- rovnovážná cena, při kt. se nabízené množství rovná jeho množství poptávaného, je jen jedna
- všechny ostatní ceny na daném trhu jsou **nerovnovážné** = doprovázeny buď nedostatkem (poptávané množství převyšuje množství nabízené), nebo nadbytkem (nabídka převyšuje poptávku)
- nedostatek vzniká, je-li cena na trhu nižší, než je cena rovnovážná
- nadbytek vzniká, je-li cena skutečná vyšší, než je cena rovnovážná
- příklad - viz tabulka 3.3
 - např. cena zmrzliny by v jeden den byla 5 Kč. Počet osob, kt. by o zmrzlinu měly v tomto případě zájem, by byl tedy 155. Možnost dosáhnout při této ceně zisku by však prodávající vedla k tomu, aby nabídli pouze 55 zmrzlin. Po nákupu uvedeného množství (55) by zbývající poptávka zůstala neuspokojena. Situace: převaha poptávky nad nabídkou
 - Pravděpodobně by někteří poptávající, jejichž potřeba nebyla při dané ceně uspokojena, byli ochotni zaplatit více. Na to by prodávající zareagovali zvýšením ceny a vyšší cena by na trh přivedla i další nabízející, kteří by se o tomto trhu dověděli. Cena zmrzliny i její prodávané množství by se zvyšovaly až do bodu, kdy by poptávané množství odpovídalo nabízenému.
 - obecně: **převaha poptávky nad nabídkou vede k růstu ceny, který trvá tak dlouho, dokud se nabízené a poptávané množství vzájemně nevyrovná**
 - naopak: původní cena zmrzliny 15 Kč → vzhledem k nižšímu zájmu spotřebitelů by se prodalo jen 36 porcí. Proávající však byli připraveni prodat 102 ks, takže jim část zmrzliny zbyla ve formě neprodejných zásob. Situace: převaha nabídky nad poptávkou
 - Proávající by proto pravděpodobně začali svou zmrzlinu prodávat za nižší cenu...prodávalo by se jí stále více...tento proces by pokračoval tak dlouho, dokud by se nabízené množství nevyrovnalo poptávanému.
 - obecně: **převaha nabídky nad poptávkou vede ke snížení ceny, které trvá tak dlouho, dokud se nabízené a poptávané množství vzájemně nevyrovná**

Zákon nabídky a poptávky, zákon jedné ceny

71

- chování kupujících a prodávajících vede k tomu, že trhy samy se posouvají směrem k rovnováze
- rovnovážná cena a jí odpovídající rovnovážné množství statků jsou tak jedinou stabilní tržní situací
- Viz →D.100

Změny tržní rovnováhy

72

- = změny rovnovážné ceny, rovnovážného množství
- tržní cena je ovlivňována změnami (posuny) nabídky a poptávky
- **u změny poptávky se cena i množství mění stejným směrem**
 - zvýší-li se poptávka, vznikne na trhu nová, *vyšší* rovnovážná cena, které odpovídá i *vyšší* rovnovážné množství
 - klesne-li poptávka, ustálí se na trhu *nižší* rovnovážná cena i *nižší* rovnovážné množství
- **u změny nabídky se cena a množství mění opačným směrem**
 - zvýší-li se nabídka, rovnováha vzniká při *nižší* rovnovážné ceně a *větším* rovnovážném množství
 - klesne-li nabídka, nová rovnováha vzniká při *vyšší* rovnovážné ceně a *nižším* rovnovážném množství
- příčiny změny rovnováhy na trhu
 - změna (růst) na straně poptávky - vyvolána - růstem ceny + růstem prodaného množství
 - změna (pokles) na straně nabídky - vyvolána - vzetupem cen + poklesem prodaného množství
 - např. změny cen zemědělských či potravinářských statků: je-li změna cen pečiva doprovázena růstem jeho prodaného množství, je tato změna vyvolána zvýšenou poptávkou spotřebitelů X je-li naopak provázena poklesem jeho prodaného množství, jsou na vině zemědělci nebo potravinářské firmy, jejich nabídka se snížila (např. v důsledku růstu jejich nákladů)
 - posun obou křivek, nabídky i poptávky

Funkce ceny

73

- ceny mají v tržním systému čtyři základní funkce

Informační funkce

74

- příklad (jen pro pochopení, učit se to samozřejmě nemusíte):
 - // **Úbytek cedrových lesů** - Truhlář vyrábí nábytek z cedrového dřeva. Vyrábí jej převážně v masivním stylu, který mají zákazníci v oblibě (a který také vyžaduje nemalou spotřebu dřeva). Intenzivní těžba cedru však vede k rychlému úbytku těchto stromů. Vědci a odborníci

v lesním hospodářství o tom napíše řadu odborných článků a studií. Také doporučí, aby se snížila spotřeba cedru, jinak hrozí těmto lesům ještě rychlejší úbytek či dokonce zánik. Ale dostanou se jejich doporučení k uším truhlářů a k uším spotřebitelů? Budou tyto rady lesních odborníků vyslyšeny? Truhlář si pravděpodobně články lesních expertů vůbec nepřečte, protože má spoustu své práce. Ale dejme tomu, že by si je přečetl. Informace o příčinách úbytku cedrových lesů mu k ničemu nejsou. Rady, aby snížil spotřebu cedrového dřeva, mu také k ničemu nejsou. „To tak, přestanu vyrábět cedrový nábytek a zákazníci přijdou ke konkurenci“, řekne si. Ale i kdyby náš truhlář chtěl omezit spotřebu cedrového dřeva, neví, o kolik má snížit výrobu cedrového nábytku, nakolik má šetřit dřevem a zmenšovat tloušťku stěn nábytku. Z vědeckých článků se to nedozví. Nejsou pro něho žádnou užitečnou informací. Stejně jako nejsou žádnou užitečnou informací pro spotřebitele, který kupuje nábytek. Naštěstí truhláři ani spotřebitelé nemusí vyhledávat články lesních odborníků. Informace, které potřebují, dostanou z trhů. Když začne ubývat cedrových lesů, objeví se na trhu méně cedrového dřeva a jeho cena vzroste. Truhlář je nucen přenést zdražení cedru do zvýšení cen svého nábytku. Zdražení cedrového nábytku je informačním signálem pro spotřebitele. Protože lidé neradi kupují drahé zboží, přiměje je zdražení cedrového nábytku k tomu, aby jej kupovali méně a preferovali raději nábytek např. z ořechu nebo višně. Někteří si zas řeknou, že nemusí nutně mít cedrový nábytek tak masivní, jaký byl dosud v módě. Vzroste poptávka po nábytku z jiných druhů dřeva. To je důležitá informace pro truhláře - teď už ví, co má dělat. Bude vyrábět méně cedrového nábytku a začne vyrábět a nabízet více nábytku z ořechu a višně. V důsledku toho bude nakupovat méně cedrového dřeva. Stejně se budou chovat i ostatní truhláři. To nakonec povede ke snížení těžby cedrů. Konečným výsledkem těchto procesů je změna struktury těžby a spotřeby dřeva: relativně se sníží těžba cedrů a relativně vzroste těžba jiných stromů.//

- Když se například některý výrobní zdroj stane vzácnějším, musí být o tom výrobcí a spotřebitelé *informováni*. A skutečně - **zvětšení vzácnosti se na trzích projeví ve zvýšení ceny. Cena přenáší tuto informaci k výrobcům a spotřebitelům.** Je informačním signálem, který se šíří ekonomikou „jako kruhy na vodě, tak jako se v našem příkladě šířilo zvýšení ceny cedrů od majitelů cedrových lesů k truhlářům a nakonec ke spotřebitelům, od nichž se „odrazem“ šířilo zas nazpět k truhlářům a k majitelům lesů.

Motivační funkce

75

- Aby však výrobci a spotřebitelé na tuto informaci *reagovali*, musí být k tomu *motivováni*. Truhlář, jakmile se k němu dostaly informace o zdražení cedrového dřeva, *chtěl* měnit svůj sortiment nábytku, *chtěl* spotřebovat méně cedrového dřeva. Proč *chtěl*? Protože na tom *vydělal* - ušetřil drahé dřevo a nahradil jej levnějším. *Perspektiva většího výdělku je jeho motivací*. Podobně snaha ušetřit motivuje spotřebitele, aby snížil spotřebu vzácného (a tedy drahého) dřeva a nahrazoval ji spotřebou méně vzácných (a tedy levnějších) druhů dřeva. Cenová informace tedy vlastně lidem říká: „můžeš vydělat na tom, když mne využiješ a když správně zareaguješ“. To je motivační funkce ceny. Co by se stalo, kdyby dejme tomu stát kompenzoval truhlářům každé zvýšení ceny cedrového dřeva státní dotací, aby je uchránil před ztrátami? Truhláři by ztratili motivaci jakkoli reagovat na změnu cen - motivační funkce cen by byla potlačena.

Alokační funkce

76

- Konečným výsledkem šíření cenových informací a reakcí na tyto informace je *realokace* (přemístění) výrobních zdrojů - práce a kapitálu. V našem příkladě došlo ke snížení těžby cedrů a ke zvýšení těžby jiných druhů dřeva. Část práce a kapitálu, dříve zaměstnaných těžbou cedrů, byla převedena na těžbu jiných druhů dřeva. To je alokační funkce cen. Ceny alokují (rozmísťují) ekonomické zdroje mezi různá užití tak, aby byly tyto zdroje využívány efektivně.

Distribuční funkce

77

- Spočívá v distribuování (rozdělování) zboží a služeb v závislosti na jejich ceně. Čím je určitý statek vzácnější (výroba nákladnější), tím vyšší má cenu a tím méně lidí si jej koupí. Koupí si jej proto jen ti lidé, kterým jeho užívání přinese největší užitek.

→ cenový mechanismus je nepostradatelný pro fungování ekonomiky. Je to mechanismus velmi jemný - tak jemný, že není možné nahradit jej sebedokonalejším plánem. Ani největší génius by nebyl schopen přenést informaci o relativním úbytku cedrů ke všem výrobcům a spotřebitelům tak, aby všichni reagovali správným způsobem a aby došlo k efektivní alokaci výrobních zdrojů.

Urban - *Teorie národního hospodářství, 2., doplněné a rozšířené vydání (srovnávala jsem to i s novějším vydáním)*, str.69-71, 127-133; Robert Holman - *Ekonomie, 3. aktualizované vydání, část otázky o funkci ceny*

C.7. Cenová a necenová konkurence, principy marketingu

- Firma na konkurenčním trhu přežije jen tehdy, produkuje-li statky, o které mají kupující zájem a jsou schopni je kupovat. To samozřejmě vede k celé řadě konsekvencí, které jsou obsahem této otázky. 8-o

Marketing a jeho cíle

78

- marketing je soubor činností, jejichž cílem je sledovat zájem spotřebitelů o firemní výrobky, podporovat jej a zlepšovat podmínky prodeje firemního zboží na trhu (omezování konkurence, zvyšování podílu na trhu)
- ekonomicky řečeno, cílem je zvyšovat poptávku po produkci firmy (posunovat poptávku po této produkci směrem doprava) a omezovat cenovou pružnost této poptávky = snižovat citlivost prodáváného množství vůči zvýšení ceny
- cílem marketingu je nikoliv prodávat vyrobené, ale vyrábět prodejné (čili takové zboží či služby, o který mají zákazníci zájem, nikoliv do skladu)
- **finální cíl je zvýšení finanční rentability firemního podnikání, tj. zisku**

Činnosti spadající do marketingu

79

- průzkum trhu a spotřebních preferencí
- ověřování zájmu kupujících o nové výrobky
- určení cílového zákaznického segmentu
- určení potřeb zákaznického segmentu
- přizpůsobování firemní produkce potřebám a preferencím zákazníků
- stanovení cen
- reklama
- vytváření nových potřeb kupujících a ovlivňování jejich rozhodování
- plánování a vytváření nových výrobků a služeb
- podpora prodeje
- služby zákazníkům
- získání nových zákazníků
- volba způsobu prodeje a sledování prodeje
- vyřazování výrobků z prodeje na základě sledování
- komunikace se zákazníky
- budování loajality zákazníků
- budování dobrého jména a vlastní značky
- Tyto aktivity jsou zaměřeny na tzv. **cílový trh = zákaznický segment = segment trhu**, což je skupina zákazníků, která je vybrána na základě daných kritérií (př. věk, pohlaví), a promítají se v ceně produktu, jeho vlastnostech, reklamě apod.

Konkurence a její typy

80

- ve vztahu k ceně rozeznáváme 2 typy konkurence

1) Cenová konkurence

81

- snaha prodávajících získat větší podíl na trhu a větší příjmy z prodeje snižováním cen zboží, aniž by to bylo vlivem převahy nabídky nad poptávkou
- pohnutkou je přesvědčení, že konkurence se nižší ceně nepřizpůsobí
- u firem prodávajících více výrobků se vychází nejen z izolované ziskovosti jednoho výrobku, ale i z maximalizace celkového zisku, např. záměrně se cena jednoho statku zvýší a druhého sníží (často se jedná o komplementy, např. levné mobily prodávané operátory - nízká cena se zaplatí v cenách za služby nebo nízké ceny tiskáren a vysoké ceny tonerů do nich)
- pro spotřebitele výhodnější než necenová
- extrémem je tzv. **cenová válka mezi prodávajícími** - je výhodná pro spotřebitele, nevýhodná pro výrobce (může vést až k zániku firmy)

Dumping

82

- zvláštní případ cenové konkurence

- **situace, kdy výrobce** (většinou firma s velkým kapitálem schopná vydržet krátkodobou ztrátu) **prodává v rámci cenové konkurence své zboží za nižší ceny, než jsou jeho náklady**
- cílem je např. zničit konkurenci, donutit ji odejít z trhu, a získat tak dominantní (či monopolní) postavení - ceny se pak samozřejmě zvednou pro získání monopolního zisku
- účinný je tedy jen na trhu s překážkami vstupu (jinak vždy může vstoupit další firma s dumpingovými cenami a snaha předchozí firmy přijde vniveč)
- na druhou stranu je velmi často předmětem jednání Úřadu na ochranu hospodářské soutěže - není možné využívat dumpingové ceny a tím záměrně likvidovat slabší konkurenty, např.: České dráhy zlevnily jízdné na tratích, kde operuje Student Agency; jízdné pod náklady autobusy Student Agency na trati Praha - Karlovy Vary
- těžké odlišit, co dumping vlastně je: např. při výprodeji skladových zásob se lze též dostat na ceny nižší než náklady, dumping se používá při vstupu na trh
- často je obvinění z dumpingu jen lobby domácích výrobců pro zavedení cel ;-)

2) Necenová konkurence

83

- principem je získání a udržení kupujících jiným způsobem než snižováním cen
- pro kupující méně výhodná než cenová
- např. růst kvality produkce, reklama, balení, prodej na úvěr, služby v souvislosti s prodejem, poskytování (zdánlivých) slev, zákaznické a věrnostní programy atd.
- pozitivní dopad na kvalitu a technické vlastnosti výrobků
- pozitivní efekt z pohledu výrobce je růst poptávky, který vede ke zvýšení objemu výroby bez poklesu cen, případně zvýšení ceny bez snížení objemu prodaného zboží
- negativní dopady: neefektivně vynaložené prostředky na propagaci, reklamu, obalová média apod.
- **výsledkem úspěšné necenové konkurence je růst zisku**

Marketing a jeho definice

84

- též **marketingová strategie** či **marketingový mix**
- jedná se o souhrn základních nástrojů, kterými výrobce působí na rozhodování svých spotřebitelů, podporuje prodej a určuje cenu své produkce
- **existují 4 základní principy (označovány jako 4P):**

1. **Product** (volba produktu)
2. **Price** (cena)
3. **Place** (místo a způsob prodeje)
4. **Promotion** (propagace, reklama a podpora prodeje)

1. Product

85

- **představuje nejzákladnější rozhodnutí podniku, tj. co a pro koho vyrábět**
- **cílen na určitý segment trhu** = zákaznický segment, tzn. komu daný výrobek nabízím (viz výše) - zpravidla se určí na základě průzkumu trhu: použije se vzorek spotřebitelů, který reprezentuje daný zákaznický segment
- v případě vysoce nasyceného trhu je nutné vůbec vytvořit zájem o daný produkt

2. Price

86

- opírá se o náklady výrobků (fixní i predikované variabilní), ceny konkurence (většinou je cena velmi podobná té konkurenční), určení zákaznického segmentu a ocenění výrobku z jeho strany (tzv. **tržní umístění produktu**)
- náklady slouží k určení tzv. **bodu zvratu (break-even point)**, který udává hranici výroby, po jejímž dosažení je produkce už zisková
- vyjadřuje tzv. **cenovou strategii firmy**
- rozlišujeme konkurenci cenovou a necenovou (pro výrobce výhodnější necenová, pro kupujícího cenová - viz výše)
- dumping (extrémní případ cenové konkurence - viz výše)

3. Place

87

- tj. problém jak a kde prodávat
- **jde především o dostupnost pro kupující** (vhodná volba prodejní sítě, rozsah služeb, snadné dodání apod.)

4. Promotion

88

- tj. propagace výrobku, otázka, jak přilákat kupujícího
- **z ekonomického pohledu není takový problém vyrobit jako spíš prodat a vzbudit zájem o daný výrobek**
- jde tedy o to, zda firma získá dostatečně velký zákaznický segment - k tomu je nutný určitý podíl na trhu označovaný jako bod zvratu (break-even point - viz výše)
- cílem je získat kupující a udržovat poptávku na stále či ideálně na stoupající úrovni
- zajímavost: problém značek a značkových prodejen (viz níže)
- **nejčastěji v podobě reklamy, reklama je součást marketingu, ne jeho synonymum!**

Reklama

89

- **nejdůležitější součástí podpory prodeje**
- v průmyslových zemích s nasycenými trhy patří mezi největší ekonomická odvětví
- lze ji dělit z mnoha hledisek: klamavá, podprahová apod.
- **smysl má jen tehdy, když podle ní lze statky a zboží diferencovat!** (tj. např. reklama na kečup dané značky, ne reklama na jablka či zelí jako celek za komunistů)
- z výše uvedeného plyne nutnost právní regulace
- obecně chápána jako pozitivní z hlediska výrobce, negativní z hlediska kupujícího
- **má pozitivní i negativní dopady (často sporná problematika)**
- model propagace AIDA:

1. Attention - pozornost potencionálního zákazníka

1. Interest - vzbuzení zájmu o produkt
2. Desire - vytvoření touhy vlastnit produkt
3. Action - výzva zákazníka, aby si produkt koupil

- **pozitivní dopady**

1. podporuje směnu a agregátní poptávku, stimuluje NH
2. informuje o výrobcích, jejich vlastnostech, zlepšeních a cenách
3. může vést k nižším cenám tím, že vytváří masové trhy (výrobci snižují výrobní náklady, což se projeví v nižší ceně)
4. podporuje konkurenci v daném odvětví (tlak na ostatní výrobce, aby nabízeli cenově i kvalitativně srovnatelné zboží)
5. váží se na ni média: platí většinu nákladů komerčních novin a časopisů, komerčního rozhlasu a televize i internetu (značně navázána na všechna elektronická média)

- **negativní dopady**

1. informace v reklamě jsou často neobjektivní, nepřesné a zavádějící
2. nese s sebou velké náklady, které zvyšují ceny zboží
3. nutí kupovat nepotřebné zboží a může vyvolávat zadlužování (v extrému až krize)
4. média jejím vlivem nejsou zcela nezávislá a mohou podléhat tlaku inzerentů

Problém značek

90

- Je zajímavé zamyslet se nad problémem značkových výrobků. Značka sama o sobě nevyovídá nic o tom, zda reprezentuje kvalitnější či lepší zboží. Jde o to, že novou značku si může vytvořit kdokoli. Pokud se ale značka stane léty prověřenou, vypovídá o tom, že za daným zbožím stojí určitá investice a zázemí, které už objektivně mohou znamenat kvalitu. Nutno podotknout, že značkové zboží je často mnohem dražší než srovnatelné neznačkové, tzv. placení za značku (důsledek reklamy, marketingu a necenové konkurence). Značky navíc přesahují hranice NH - stávají se atributem společenského a sociálního postavení člověka.
- Další úvaha vede ke značkovým prodejnám. Co je jejich cílem? Bezpochyby vzbudit zdání exkluzivity a zabránit tak srovnání s alternativami. (Toto jsou dva základní principy, na kterých fungují značky.) 8-)

NH - národní hospodářství

přednáška TNH z 21. dubna 2011 - doc. Urban; URBAN, Jan: Teorie národního hospodářství. 3. doplněné a rozšířené vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2011, s. 202-207

C.31. Hospodářská politika, její cíle, druhy a účinnost, magický čtyřúhelník

Hospodářská politika

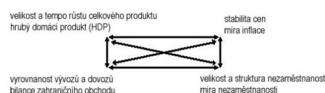
91

- = makroekonomická politika
- soubor cílů, nástrojů a opatření vlády zaměřených na regulaci či ovlivňování celkového (makroekonomického) vývoje národního hospodářství (stabilizace)
- souhrn hospodářsky ekonomických opatření, ekonomických nástrojů a procesů, prostřednictvím kterých je možno působit na makroekonomickou a mikroekonomickou oblast národního hospodářství
- může ekonomický cyklus poznamenat ve směru vzestupu i poklesu ekonomiky
- 2 základní proudy: keynesiánství a monetarismus

Základní hospodářské cíle

92

- krátkodobé / dlouhodobé - zpravidla souvisí s délkou volebního období vlády
1. ekonomický růst - zvyšování HDP vedoucí k růstu životní úrovně
 2. vysoká, resp. plná zaměstnanost - možnost získání pracovního místa pro každého, kdo chce a je schopen pracovat
 3. cenová stabilita - relativní stálost cenové hladiny - nepřítomnost inflace
 4. finanční stabilita země ve vztahu k zahraničí - vyrovnanost platební bilance národního hospodářství
 5. vyrovnanost státního rozpočtu
- **Další cíle**
 - zvýšení ekonomické svobody
 - posílení ekonomické rovnosti
 - zvýšení národohospodářské efektivnosti
 - zvýšení mezinárodní ekonomické konkurenceschopnosti země
 - dosahování těchto cílů často komplikuje konfliktní vztah jednotlivých cílů (nižší inflace x nižší nezaměstnanost)
 - cíle jsou charakterizovány určitými **makroekonomickými ukazateli** (indikátory): míra nezaměstnanosti, míra inflace, saldo platební bilance, tempo reálného ekonomického růstu země
 - hodnoty těchto základních ukazatelů hospodářského vývoje = **magický čtyřúhelník**



Hospodářskopolitické nástroje

93

- Finanční politika, tj.
 - **měnová politika** (povinné minimální rezervy, úrokové sazby, operace na volném trhu)
 - **fiskální - rozpočtová politika**, zahrnující daňovou a výdajovou politiku státu (např. změny zdanění osobních příjmů, příspěvků na sociální pojištění, výše podpor v nezaměstnanosti)
 - + právní úprava fungování trhu
 - * viz Nástroje makroekonomické politiky
 - * →K.28
 - * →I.50
 - * →I.56
 - * →I.57

Druhy hospodářské politiky

94

- dělení dle učebnice (http://www.ceed.cz/makroekonomie/07_typy_HP.htm)
 - **expanzivní** - sklon státu k utrácení - pokud stát chce podpořit růst ekonomiky a rozvoj podnikání (nástroje: nižší daně, nižší úroky z úvěrů, podpora exportu)

- **restriktivní** - pokud stát chce bránit zvyšování rozpočtových deficitů, brzdit inflaci a přehřátí ekonomiky (nástroje: vyšší daně, vyšší úroky, mzdová a cenová regulace)
- další dělení (vypracované otázky <http://www.vakobobri.cz/download.php?view.1481>)
 - **Systémová** - zaměřena na výstavbu legislativního rámce pro fungování ekonomiky; společnost má za úkol zabezpečit v ekonomické oblasti ochranu soukromého vlastnictví, smluv, volný přístup na trhy apod.
 - **regulativní**- vyplývá z nedokonalostí trhů; důvody pro regulaci patří zejména přirozené veřejné potřeby (obrana), ochrana životního prostředí, zdravotnictví, odpovědnost státu za rozdělování a přerozdělování; negativní vedlejší dopady regulačních opatření: omezení svobody volby, nepotřebné výdaje, destimulace ekonomické aktivity, konzervování nevyhovující odvětvové struktury apod.
- další možné dělení
 - **keynesiánský typ** - vychází z představy, že tržní ekonomika je nestabilní systém, není schopna plně využívat ek. zdroje → vyžaduje zásahy vlády, zdůrazňuje úlohu rozpočtové politiky
 - **neoklasický typ** (neokonzervativní) - tržní mechanismus vytváří dostatečné předpoklady pro efektivní využívání ek. zdrojů, za hlavní zdroj nerovnováhy považuje zásahy státu

Účinnost hospodářské politiky

95

- spjata s dosažením příslušných cílů
- ilustruje s na magickém čtyřúhelníku (příp. pěti či X-úhelníku), v němž velikost plochy vymezené jednotlivými cíli hospodářské politiky odpovídá míře jejich úspěšnosti
- na základě provedeného srovnání současného tvaru (plochy) čtyřúhelníka s tvarem (plochou) získaným za minulá období lze zjistit, zda a v jakém směru se ekonomický vývoj projevil a jak (ne)úspěšná byla i prováděná hospodářská politika.

Urban, Jan: *Teorie národního hospodářství*, 2011: str. 96-97, 397; *Vypracované otázky 2010-2011*; Sojka: *Malá encyklopedie moderní ekonomie*: str. 92-94; http://cs.wikipedia.org/wiki/Hospod%C3%A11%C5%99sk%C3%A11_politika; <http://www.phil.muni.cz/fil/ucitelstvi/predmety/ekonomie-5.pdf>

C.88. Tržní selhání, jeho druhy a příčiny, ilustруйте na příkladech

- Státní zásahy do ekonomiky (přímé či nepřímé regulace) mají především zvýšit efektivitu trhu, tedy podpořit a chránit fungování trhu a řešit problémy, které trh sám neřeší úspěšně. O takovýchto situacích hovoříme jako o **selhání trhu**.
- **Tržní selhání** - nedokonalost cenového systému, znemožňující efektivní rozmístění zdrojů.
- **Hlavní případy:**
 1. Nedokonalá konkurence
 2. Externality
 3. Veřejné statky a neúplné trhy
 4. Asymetrické informace

Nedokonalá konkurence

96

- Prodávající je na trhu nucen nabízet produkty za co nejnižší ceny
- Při nedokonalé konkurenci je cenu schopen určit jeden nebo omezený počet prodávajících a kupujících se nemůže se svou poptávkou obrátit k jinému podniku → problém tržní síly
- Udržování vyšších cen vede ke snižování životní úrovně
- Problém se pokouší řešit antimonopolní zákonodárství - brání vzniku firem, které by v důsledku své kontroly nad trhem mohly samy stanovit cenu
- Viz → F.58

Externality

97

- Jde o vedlejší důsledky soukromých ekonomických činností, kdy jejich náklady či výnosy dopadají na jiné subjekty, než jsou ty, které danou činnost provádějí
- Aktivity, které přinesou užitek či újmu ostatním a to bez toho, že by za ni dané subjekty platily nebo byly za újmu kompenzovány

- Vznikají v situacích, kdy se soukromé náklady a přínosy nerovnají společenským nákladům a přínosům.
 - **Druhy externalit**
1. Kladné - statek není produkován v dostatečném množství, protože výrobce si nemůže přisvojit veškeré **výnosy**, kvůli čemuž ztrácí motivaci, př. firma při vybudování svého sídla zvelebí okolí
 2. Záporné - určitého statku se vyrábí či spotřebovává příliš, protože nejsou respektovány jeho úplné **náklady**, př. znečišťování ovzduší
- Úlohou státu je omezovat negativní a posilovat pozitivní externality
 - Omezovat negativní externality lze přímým zákazem nebo uvalením ekonomické sankce
 - Podporovat pozitivní externality lze například subwencemi
 - Viz →N.24

Veřejné statky a neúplné trhy

98

- **Veřejné statky** - zboží a služby, které tržní systém nedokáže nabídnout, ale jsou důležité pro fungování společnosti a trhu, zajistí stát - např. veřejná dopravní infrastruktura, národní obrana, veřejná správa
 - Dva důvody, proč tyto statky/služby nejsou poskytovány trhem
1. za užívání nelze vymáhat poplatky, zároveň nelze nikoho z užívání těchto statků účinně vyloučit
 2. vysoké investice, vysoká rizikovitost či dlouhodobá nenávratnost
- Stát poskytuje i služby, jejichž soukromé poskytování by nebylo efektivní, nebo pokud má na nich politický zájem (udržování národních parků, zdravotní péče hrazená z povinného pojištění atd.)
 - Viz →N.92
 - Viz →N.74
 - **Neúplný trh** - situace, kdy trh nenabízí určité statky, ačkoli spotřebitelé jsou za něj ochotni zaplatit producentovi více, než kolik představují náklady na jeho výrobu
 - Souvisí např. s vysokou rizikovitostí podnikání

Asymetrické informace

99

- Vzniká, když jedna ze stran procesu směny nemá k dispozici dostatek informací, týkajících se vlastností kupovaného zboží, nabídky trhu, jeho cen apod.
- Nejisté či asymetrické informace vedou k ekonomickým ztrátám, protože rozhodování za těchto neúplných informací již nemusí odpovídat předpokladům racionálního rozhodování (tzv. omezená racionalita rozhodování)
- Stát může tento problém omezit určitými **předpisy** (např. povinné označení vlastností či složení výrobku) nebo **podporou dostupnosti** tržních informací
- Za jistých okolností může asymetrie informací vyústit do degenerace trhu spojené s:
 - **Morálním hazardem** - informovaný subjekt maximalizuje svůj užitek snižováním užitku ostatních (neinformovaných); př. asymetrie informací mezi zastupovaným a zastupujícím (akcionář-manažer, volič-politik)
 - **Nepříznivým výběrem** - vede k vytěsňování kvalitnějšího zboží z trhu zbožím méně kvalitním; př. na trhu pojištění se zhoršuje struktura pojištěnců, protože například u životních pojištění doplácí nekuřáci na kuřáky, pojistné se jim jeví příliš vysoké a o pojištění ztrácejí zájem

Teorie národního hospodářství: Jan Urban (100-107, 505), 3. vydání; Ekonomie: Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus

C.90. Veřejná a soukromá řešení tržních selhání

- Viz →88. Tržní selhání, jeho druhy a příčiny, ilustруйте na příkladech
- Mezi ekonomy existují 2 základní doktríny na řešení selhání trhů:
 1. Stát by měl zásáhnout do trhu - **intervencionistické proudy** ekonomického myšlení (př. Keynes)
 2. Nechat volně působit trh v duchu doktríny „laissez - faire“ - Rakouské ekonomické školy (př. Mises, Hayek, atd.)

Veřejná řešení tržních selhání

100

- Hlavní funkce státu při řešení tržních selhání:
 1. Vytváření právního rámce tržní ekonomiky - činnost legislativní
 2. Stanovení makroekonomické stabilizační politiky - činnost regulační
 3. Ovlivňování alokace zdrojů s cílem zvýšit ekonomickou efektivnost - činnost alokační
 4. Zavádění programů, které ovlivňují rozdělování důchodu - činnost redistribuční
- Zásahy vlády do ekonomického systému nejsou také dokonalé, dochází k vládnímu selhání:
 1. Důsledky mnoha státních zásahů jsou komplikované a obtížně předvídatelné, navíc zde existuje problém časového zpoždění zásahu státu (př. větší pracovněprávní ochrana může vést k nezaměstnanosti)
 2. Vláda má pouze omezenou moc tyto důsledky kontrolovat (špatná předvídatelnost důsledků vládní politiky)
 3. Ti, kteří vytvářejí právní rámec státních zásahů, mají pouze omezenou kontrolu nad její realizací v praxi (omezená kontrola byrokracie, zákony se dají aplikovat různě)
 4. Ne všichni zvolení zástupci sledují čistě veřejně prospěšné cíle (př. působení nátlakových skupin, korupce)

Nedokonalá konkurence

101

- Viz →42. Konkurenční politika, antimonopolní zákonodárství, regulace přirozených monopolů
- Stát pomocí antimonopolního zákonodárství zabraňuje zneužívání dominantního postavení na trhu

Externality

102

- Viz →24. Externality, jejich příčiny, důsledky a řešení
- **Pigouovy daně** - nejčastěji spotřební a ekologická daň
- **Povolenky na znečištění** - obchodovatelné na trhu
- **Subvencování cen** - tzv. negativní Pigouovy daně
- **Přímé dotace, daňové úlevy, daňové prázdny**
- **Vzdělávání**

Veřejné statky

103

- Viz →74. Soukromé a veřejné statky, veřejné poskytování statků
- Stát poskytuje některé statky, které není schopen trh poskytnout

Soukromá řešení tržních selhání

104

- Odpovědnost za škodu za předpokladu jasně definovaných vlastnických práv.

Coaseho teorém

105

- Viz →81. Transakční náklady a Coaseův teorém
- Říká, že každou externalitu lze odbourat bez ohledu na to, kdo bude nakonec odškodňován
- Ukazuje, že dobrovolné vyjednávání stran vede někdy k efektivnímu výsledku
- Př. Jsem zemědělec. Hnojiva z mých polí stékají do řek a jsou záhubou ryb ve vašem rybníku. Předpokládejme, že mě kvůli rybám nemůžete žalovat. Pokud jsou vaši kapříci dostatečně ziskoví, můžete se pokusit přimět mě k omezení hnojení, i když mě nemůžete dát k soudu → pokud reorganizace našich společných činností vede k čistému zisku, máme společnou motivaci se spojit a dohodnout se na efektivní úrovni hnojení. To bude existovat i bez vládního podporu proti znečišťování.

Teorie národního hospodářství: Jan Urban (100-107, 111-112, 505-507), 3. vydání; Ekonomie: Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus; <http://www.miras.cz/seminarky/mikroekonomie-n13-trzni-selhani.php>; <http://lsolum.typepad.com/legtheory-6.html>

C.75. Státní regulace trhů, ceny ve smíšené ekonomice

Regulace trhů

106

- stát svými regulacemi zasahuje do chování ekonomiky a role tržního systému je omezená - jedná se tedy o smíšenou ekonomiku, ve které stát rozhodování firem v soukromém i veřejném vlastnictví ovlivňuje pomocí regulací (většina ekonomik moderních vyspělých států)
- reálně není žádný trh čistě tržní, všude na světě dochází k větším či menším regulacím.
- tato snaha vlád pomocí zákonů a exekutivních rozhodnutí ovlivňovat chování firem je označována jako ekonomická (někdy i sociální) regulace

Státní ekonomická regulace může být

- **přímá (administrativní):** např. udělování licencí v odvětví, stanovení cenových stropů či minimálních cen
- **nepřímá (ekonomická):** např. zdanění, subvence
- na roli státu v regulaci ekonomiky různé názory (liberální teorie - stát zajišťuje základní právní podm. pro fungování trhu x názor, že stát svými zásahy ekonomiku zefektivní)
- nutností zůstává zajištění právního řádu státem: vymahatelnost vlastnických práv, smluvních ujednání, uplatňování zákonných sankcí apod.

Ve kterých případech stát zasahuje?

Tržní selhání

Problém tržní síly

107

- jediný prodávající/kupující ovládá celý/velkou část trhu – určuje ceny → nedostatečná či neexistující konkurence
- kde je možná konkurence, slouží k její ochraně **antitrustové zákony** - omezují vznik firem, které by měly kontrolu nad trhem a určovaly by cenu na trhu
- **přirozené monopoly** – není možné/efektivní zabránit vzniku – regulace přirozených monopolů: cenová/kvalitativní

Problém externalit

- selhání prospěšnosti řízení se vlastním zájmem – náklady/výnosy nese i jiný subjekt, než ten, který provádí rozhodnutí
- **negativní externality:** 3. subjekt nese náklady, typ. ekologické škodliviny ⇒ přímá (administrativní) regulace, zdanění, pokuty
- **pozitivní externality:** 3. subjekt nese výnosy, menší motivace dělat ⇒ administrativní (příkaz), subvence
- posilování pozitivních a tlumení negativních externalit patří k základním ekonomickým úlohám státu

Veřejné statky

- soukromé firmy nejsou motivovány k jejich zajišťování → není to pro ně výhodné (viz problém černého pasažera, vysokých investic a jejich dlouhodobé návratnosti, rizikovosti)
- zabezpečuje je stát
- **problém černého pasažera** – firmy nemají k dispozici nástroj, kterým by přiměli jednotlivce k placení za statek a zároveň jej nemohou ani vyloučit z užívání statku
- př. infrastruktura - vysoké investice – návratnost v dlouhém časovém období, není možné aby to SF ustála
- př. parky - statek není národohospodářsky efektivní (finančně náročná údržba), ale v politickém zájmu, aby tam mohli všichni
- podobný veřejným statkům je **neúplný trh:** ačkoli výhodné poskytovat statek, soukromé subjekty tak nečiní - důvody: riskantnost, nedostatečně rozvinutý trh...

Nedokonalé informace

- jedna ze stran nemá dost (jistých) informací k směně
- často asymetrické → povinnosti podat, podpora dostupnosti

Morální hazard

- situace, kdy se ekonomické subjekty chovají rizikově, méně obezřetně... případné negativní důsledky chování přeneseny na někoho jiného
- reakce vlád: posílení regulace odvětví se zvýšeným výskytem morálního hazardu (např. ve finančním sektoru)

Sociální politika státu

108

- snaha o vyrovnání sociálně-ekonomických nerovností
- přímá podpora: zejména sociální dávky
- opatření snažící se odstranit příčiny chudoby a ekonomického znevýhodnění → podpora kvalifikace, možnosti získat pracovní míst

Stabilizační politika státu

109

- vlády mohou přispět k vyrovnání vzestupných a sestupných výkyvů ekonomiky a k podpoře ekonomické aktivity
- stabilizační opatření usilují zejména o posílení ekonomického růstu, stabilitu cen, stabilitu měnových vztahů národní ekonomiky vůči zahraničí
- jedním z projevů vyšších státních zásahů do ekonomiky je korupce

Makroekonomická politika a její cíle

110

- problém – konfliktnost, vedlejší účinky jejich dosahování
- **základní cíle** - růst ekonomiky, vysoká zaměstnanost, cenová stabilita, vyrovnaná platební bilance, vyrovnaný státní rozpočet
- jiné - růst ekonomické svobody, rovnosti, efektivnosti, konkurence schopnosti země

Soukromý a veřejný sektor ekonomiky

111

- smíšená ekonomika zahrnuje tyto dva základní sektory: sektor domácností a soukromých podniků (sektor soukromý) a sektor vládních institucí
- **soukromý sektor** rozhoduje o alokaci zdrojů dobrovolně na základě vlastních zájmů
- rozhodnutí **veřejného sektoru** jsou pro ekonomiku závazná a teoreticky se opírají o zájem veřejnosti - k odlišení soukromých a veřejných organizací používá ekonomie **dvě základní kritéria**:
 - způsob jmenování vedoucích pracovníků těchto organizací
 - jejich vybavení určitými vynucovacími pravomocemi

Ceny ve smíšené ekonomice

112

- na ceny ve smíšené ekonomice působí i jiné faktory, než jen nabídka a poptávka, tyto faktory ale většinou působí prostřednictvím zákonů nabídky a poptávky, v některých případech však lze do cen zasáhnout i mimo tyto zákony
- do cen zasahují veřejné subjekty (stát), stejně jako soukromé, mají-li k tomu sílu

Státní zásahy do cen**Přímé státní regulace**

113

- K přímé regulaci dochází, když jsou cenové limity (horní či dolní) stanovené státem. Horní limit bývá též označován jako cenový strop, dolní limit jako minimální cena.
- Stanovením cenového stropu (minimální mzdy, regulace nájmu) znamená, že prodávající nesmí ze zákona požadovat vyšší cenu, než je administrativně stanovený cenový strop
- Cenové stropy pod úrovní tržních cen sledují sociálně politické cíle administrativy, oprávněné zejména jako obrana proti monopolnímu zisku, vede k nevyrovnaní poptávky a nabídky, protože statky spotřebovávají i ti, kteří by si je za vyšší cenu nekoupili, při nedostatku zboží vznikají vedlejší mechanismy rozdělení statků mezi kupující (kdo dřív přijde, lístkový systém, úplatky)
- Stanovením minimální ceny musí naopak kupující prodávajícímu zaplatit alespoň cenu stanovenou odpovídajícím předpisem. Výsledkem trvalá nerovnováha - přebytek nabídky nad poptávkou.
- Vznik motivace zákonem stanovenou cenu obcházet.

Nepřímé cenové intervence státu

- tvoří zásahy, které se odehrávají prostřednictvím změn poptávky a nabídky. Mezi nejstarší formy nepřímých státních zásahů do cen patří omezování vstupů na trhy, omezování výrobků určitých statků nebo formou nepřímých cenových intervencí.

- v současnosti jsou nejčastější formou **spotřební daně** a **subvence k cenám** (v případě spotřební daně se zvýší cena a sníží poptávka, v případě subvence se sníží cena a zvýší poptávka, spotřebitelé ale subvenci zaplatí na daních a ještě nedojde ke slevě shodné se subvencí, subvence také mohou vyvolávat zahraničněpolitické problémy)

URBAN, Jan. *Teorie národního hospodářství*, 3. vydání, 2011. (stránky 88 - 112)

C.73. Selhání vlády a jeho příčiny

- Nejen tržní systém má své nedostatky → své nedostatky mají i státní zásahy, které označujeme jako **vládní selhání**
- jako vládní selhání označujeme situace, kdy se státní zásahy mívají účinkem a jejich dopady jsou horší, než které tyto zásahy měly vyřešit
- kritické vládní selhání žádají vládu o to, aby se nesnažila nedostatky tržního mechanismu odstraňovat
- mezi známé případy vládního selhání patří
 - snaha zlepšit situaci zaměstnanců na trhu práce jejich zvýšenou ochranou, která se projeví ve vyšší nezaměstnanosti
 - snaha zvýšit dostupnost bytů snížením ceny bydlení, jež má za následek pokles nabídky pronajímaných bytů

Důvody vládního selhání

114

- **časový nesoulad**
 - mezi okamžikem, kdy se má něco řešit a kdy je to doopravdy řešeno (nesoulad mezi potřebou a její vlastní realizací)
 - *v legislativním procesu* – je přijat nějaký zákon až když není až tak moc potřeba
- **problém množství a kvality informací**
 - na základě kterých se rozhoduje o jednotlivých opatření
 - buď je málo informací nebo naopak až moc a nemůžeme si vybrat
 - a navíc ve velkém množství info je nákladné na vyhledání a je i těžké si vybrat správné rozhodnutí
- **skutečnost, že se nepodaří odhadnout, jak budou reagovat soukromého sektoru na vládní rozhodnutí**
 - vedou často k tomu, že vládní programy mají zcela odlišné účinky než jejich tvůrci předpokládali
 - příklady z oblasti daní → daň z oken → více oken → více majetku → větší daň → lidé začali okna zazdívat
 - daň z ovocných stromů (Gruzie 30. let) – vykácení stromů
- **z důvodu chování a existence byrokracie, omezená kontrola vlády nad byrokratickým aparátem**
- **omezení plynoucí z podstaty politického rozhodování**
 - prosazování dílčích společenských zájmů v důsledku působení nátlakových skupin
 - neschopnost politiků sloužit zájmům širší veřejnosti apod.
- **absence selektivního mechanismu, zvaného bankrot**, v rámci veřejných financí
 - *bankrot selektuje* – udrží při životě jen ty, kteří se dokáží přizpůsobit
 - *bankrot v soukromém sektoru* – má funkci selektivní – vyřazuje subjekty, které nejsou schopny uspokojovat poptávku
 - *bankrot ve veřejném sektoru* – je nepřijatelný! ve VS není ošetřující mechanismus, což vyvolává zdání, že jsou zde neefektivní organizace
- *Samuelson*: „Špatná politika, je často politikou bez konce“

MAAYTOVÁ, Alena; HAMERNÍKOVÁ Bojka a kol., *Veřejné finance*, 2007.; URBAN, Jan, *Teorie národního hospodářství*, 3. vydání, 2011, str. 111-112.

Dodatek 1

Seznam otázek

1. Absolutní a komparativní výhody v mezinárodním obchodě, vysvětlete na příkladu	M.1
2. Agregátní poptávka a nabídka, potenciální a reálný produkt	K.2
3. Aktiva, jejich druhy a vlastnosti, stanovení ceny aktiv	G.3
4. Automatické stabilizátory a jejich funkce, vysvětlete na příkladu	K.4
5. Bankovní systém, tvorba peněz a peněžní multiplikátor	I.5
6. Bezprostřední a konečné cíle měnové politiky, cílování inflace	I.6
7. Cenová a necenová konkurence, principy marketingu	C.7
8. Cenová, důchodová a křížová elasticita poptávky	D.8
9. Cíle, náklady, příjmy a zisk firmy	E.9
10. Cíle, principy a nástroje stabilizační politiky	K.10
11. Daně, jejich druhy a ekonomické vlastnosti, daňová politika	L.11
12. Deflace, její příčiny a důsledky, past likvidity a kvantitativní uvolňování	I.12
13. Devizové režimy a jejich národohospodářské důsledky	M.13
14. Diskontní, lombardní a repo sazba jako měnové nástroje	I.14
15. Efektivnost dokonalé konkurence	F.15
16. Efektivnost zdanění, daňové břemeno a „náklady mrtvé váhy“, Lafferova křivka	L.16
17. Ekonomická efektivnost, Paterovo a Kaldor-Hicksovo kritérium efektivnosti	B.17
18. Ekonomické aspekty správy korporací	E.18
19. Ekonomické chování byrokracie	N.19
20. Ekonomické multiplikátory a jejich význam (Keynesův multiplikátor, peněžní multiplikátor, fiskální multiplikátor)	K.20
21. Ekonomický pohled na vybrané právní formy podniků, jejich výhody a nevýhody	E.21
22. Ekonomický růst a rozvoj, zdroje a typy růstu, růstová politika	J.22
23. Euro a Maastrichtská kritéria, Pakt stability a růstu	L.23
24. Externality, jejich příčiny, důsledky a řešení	N.24
25. Financování firmy, finanční ukazatele a jejich funkce při řízení firmy	E.25
26. Finanční a měnová krize, možné příčiny a důsledky	K.26
27. Fiskální multiplikátory, efekt vytěšňování	K.27
28. Fiskální politika, její cíle a nástroje	K.28
29. Funkce a nástroje centrální banky	I.29
30. Hlavní historické a současné směry ekonomického myšlení	A.30
31. Hospodářská politika, její cíle, druhy a účinnost, magický čtyřúhelník	C.31
32. Hospodářský cyklus, jeho příčiny a fáze	K.32
33. Chování firem v podmínkách dokonalé a monopolistické konkurence	F.33
34. Chování firem v podmínkách oligopolu a monopolu	F.34
35. Implicitní a explicitní náklady firmy, ekonomický a účetní zisk	E.35
36. Inflace a její měření, druhy, příčiny a důsledky inflace, inflační daň	I.36
37. Instituce kapitálového trhu a jejich význam	G.37
38. Investiční akcelerační a multiplikátor a jejich význam pro průběh hospodářského cyklu	K.38
39. Investování a spekulace, vznik a důsledky „investičních bublin“	G.39
40. Kapitál, jeho vznik, formy a funkce	G.40
41. Komoditní peníze, zlatý standard, peníze s nuceným oběhem	I.41
42. Konkurenční politika, antimonopolní zákonodárství, regulace přirozených monopolů	F.42
43. Kvantitativní teorie peněz a cen, Fisherova rovnost	I.43
44. Marginální náklady a jejich význam	E.44
45. Měnová báze a tvorba peněz, peníze jako dluh	I.45
46. Metody měření HDP	B.46
47. Mezinárodní ekonomická integrace a její formy, globalizace ekonomiky	M.47
48. Mezinárodní měnové vztahy, devizové trhy, optimální měnové zóny	M.48
49. Model ekonomického koloběhu	B.49
50. Monetární politika a její nástroje	I.50

51. Nabídka a poptávka na trhu peněz, cena peněz, výnosová křivka	I.51
52. Nabídka, poptávka a rovnováha na trhu kapitálu	G.52
53. Náklady a nákladové křivky firmy, analýza firemních nákladů	E.53
54. Náklady alternativ a utopené náklady, ilustруйте na příkladech	B.54
55. Národohospodářské agregáty a jejich význam	B.55
56. Nástroje expanzivní fiskální a monetární politiky, jejich význam a účinnost	I.56
57. Nástroje restriktivní měnové a rozpočtové politiky, jejich význam a účinnost	I.57
58. Nedokonalá konkurence, příčiny vzniku a hlavní typy, ztráta blahobytu v podmínkách nedokonalé konkurence F.58	
59. Nezaměstnanost, příčiny, druhy a měření, vztah nezaměstnanosti a inflace	H.59
60. Nezávislost a odpovědnost centrální banky	I.60
61. Normální zisk firmy, ekonomická renta a její dobývání	E.61
62. Omezení měnové a fiskální politiky	I.62
63. Peníze, jejich funkce a formy, úloha zlata v dějinách	I.63
64. Platební a obchodní bilance, jejich struktura a význam	M.64
65. Poptávka a nabídka na trhu práce, vliv substitučního a důchodového efektu na nabídku práce	H.65
66. Poptávkové a nabídkové šoky, jejich vliv na recesi	K.66
67. Primární a sekundární kapitálové trhy a jejich význam	G.67
68. Principy ekonomické teorie veřejné volby	N.68
69. Produktivita práce a kapitálu a jejich faktory, politika nabídkové strany	J.69
70. Přbytek výrobce a spotřebitele, efektivita tržní rovnováhy	D.70
71. Předmět národohospodářské teorie a její základní kategorie	A.71
72. Rozdělení důchodů, nerovnosti v důchodech, přerozdělovací procesy a jejich nástroje	H.72
73. Selhání vlády a jeho příčiny	C.73
74. Soukromé a veřejné statky, veřejné poskytování statků	N.74
75. Státní regulace trhů, ceny ve smíšené ekonomice	C.75
76. Státní rozpočet, základní struktura jeho příjmové a výdajové stránky	L.76
77. Státní zásahy do cen, jejich příčiny, důsledky a efektivita	D.77
78. Struktura trhu a tržní síla, relevantní trh	F.78
79. Subjekty kapitálového trhu	G.79
80. Teorie hospodářského růstu	J.80
81. Transakční náklady a Coaseův teorém	N.81
82. Trh a tržní systém, typy trhů	C.82
83. Trh dokonalé konkurence a postavení firmy na tomto trhu	F.83
84. Trh práce (poptávka, nabídka a rovnováha)	H.84
85. Trhy výrobních faktorů, jejich úloha, specifika a regulace	B.85
86. Tržní a netržní faktory determinace mezd, mzdová strnulost, jej příčiny a důsledky	H.86
87. Tržní cena a její funkce	C.87
88. Tržní selhání, jeho druhy a příčiny, ilustруйте na příkladech	C.88
89. Typy ekonomických subjektů, jejich postavení a úloha v národním hospodářství	B.89
90. Veřejná a soukromá řešení tržních selhání	C.90
91. Veřejná produkce statků, její příčiny a důsledky	N.91
92. Veřejné a částečně veřejné statky, společné zdroje	N.92
93. Veřejné finance, jejich funkce a složky, státní rozpočet a jeho deficity	L.93
94. Vymezení peněz, peněžní zásoba a peněžní agregáty	I.94
95. Vývoj evropské ekonomické integrace, jednotný vnitřní trh, hospodářská a měnová unie EU	M.95
96. Význam a struktura rozvahy firmy	E.96
97. Základní ekonomické otázky, typy a odlišnosti ekonomických systémů	B.97
98. Základní ekonomické principy a modely, metodické chyby ekonomického uvažování	B.98
99. Zákon klesajícího mezního produktu, princip úspor z rozsahu	E.99
100. Zákon poptávky, zákon nabídky, zákon poptávky a nabídky, zákon jedné ceny	D.100