

Podniková ekonomika



- Mikroekonomie a podniková ekonomika • Hospodaření, hodnota a funkce podniku
 - Management a marketing podniku • Řízení podnikových rizik
- Malé a střední podniky v ekonomice státu • Podnik a zahraniční trhy

Podniková ekonomika



- Mikroekonomie a podniková ekonomika • Hospodaření, hodnota a funkce podniku
 - Management a marketing podniku • Řízení podnikových rizik
- Malé a střední podniky v ekonomice státu • Podnik a zahraniční trhy

Edice Finanční řízení

Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D., Ing. Petr Mulač a kolektiv

Podniková ekonomika

Kolektiv autorů:

Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D., vedoucí autorského kolektivu – *kap. 3.7–3.9, 4, 6.2.2, 6.2.3, 8*

doc. Ing. Hana Ezrová, CSc. – *kap. 2, 12, 13*

Ing. Tomáš Kafka, B.B.A, Ph.D. – *kap. 3.10, 10, 11, případová studie (příloha č. 2)*

Ing. Petr Mulač – *kap. 3–3.6, 4, 5, 6–6.1*

Ing. Věra Mulačová, Ph.D. – *kap. 3–3.6, 5*

Ing. Ludmila Opekarová, Ph.D. – *kap. 1, případová studie (příloha č. 1)*

Ing. Petra Pártlová, Ph.D. (JUEF v ČB) – *kap. 6.2.4, 6.2.5, 7*

Ing. Jiří Tuček – *kap. 6.2.2, 6.2.3*

prof. Ing. Jan Váchal, CSc. – *kap. 6.2.1, 6.2.4–6.2.5, 7*

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE:

Vydala GRADA Publishing, a.s.

U Průhonu 22, Praha 7, jako svou 4916. publikaci

Realizace obálky Jan Dvořák

Sazba Jan Šístek

Redakční úprava: Bc. Eva Pšikalová, Ing. Pavel Rousek, Ph.D., Martin Samek

Počet stran 576

První vydání, Praha 2012

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© GRADA Publishing, a.s., 2012

ISBN 978-80-247-4372-1

GRADA Publishing: *tel.: 234 264 401, fax 234 264 400, www.grada.cz*

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE:

ISBN 978-80-247-8200-3 ve formátu PDF

ISBN 978-80-247-8201-0 ve formátu EPUB

ISBN 978-80-247-8202-7 ve formátu MOBI

Obsah

Úvodní slovo	11
Předmluva	13
1. Vztah mikroekonomie a podnikové ekonomiky – aplikace mikroekonomické koncepce do podnikové praxe	15
1.1 Ekonomická efektivnost a hranice produkčních možností	15
1.2 Produkční funkce, výrobní faktory	18
1.3 Příjmy, výdaje (výnosy – náklady)	19
1.3.1 Krátké období (KO)	20
1.3.2 Dlouhé období (DO)	21
1.4 Zisk, bod zvratu	22
1.5 Poptávka – teoretická východiska v konfrontaci s pohledem PE	23
1.6 Literatura	24
2. Podnikatelské prostředí	27
2.1 Strategie udržitelného rozvoje v ČR	28
2.2 Strategie Evropa 2020 a Národní program reforem ČR	30
2.3 Podnikatelská činnost	34
2.3.1 Podnik	35
2.4 Ochrana hospodářské soutěže	47
2.5 Ochrana práv duševního vlastnictví	49
2.6 Ochrana spotřebitele	49
2.7 Ochrana životního prostředí	50
2.8 Rizika spojená s podnikáním	51
2.9 Literatura	54
3. Hospodaření podniku	57
3.1 Majetková a kapitálová struktura podniku	57
3.1.1 Kapitálová struktura podniku	57
3.2 Majetková struktura podniku	66
3.2.1 Členění majetku	66
3.2.2 Oceňování majetku	67
3.2.3 Faktory ovlivňující majetkovou strukturu	69
3.2.4 Vztah aktiv a pasiv	69
3.3 Výrobní faktory	72
3.4 Náklady	74
3.4.1 Druhové členění nákladů	74
3.4.2 Účelové členění nákladů	75
3.4.3 Členění nákladů podle závislosti na objemu prováděných výkonů	78
3.5 Výnosy	83
3.5.1 Tržby	84
3.6 Zisk	85
3.7 Hodnota peněz v čase	86
3.8 Strategické financování podniku	93
3.8.1 Optimalizace kapitálové struktury	93
3.8.2 Bilanční pravidla jako nástroj optimalizace kapitálové struktury podniku	94
3.8.3 Optimalizace kapitálu v návaznosti na náklady kapitálu	96
3.8.4 Optimalizace majetkové struktury	101

3.9	Taktické financování podniku	102
3.9.1	Working Capital Management	104
3.9.2	Zásoby	105
3.9.3	Pohledávky	106
3.9.4	Finanční majetek	107
3.9.5	Peníze, účty v bankách, krátkodobý finanční majetek a pořizovaný finanční majetek	107
3.9.6	Závazky	107
3.10	Controlling	108
3.10.1	Controlling a jeho přínos pro manažera	109
3.10.2	Role controllingu v jednotlivých fázích řízení	110
3.10.3	Nástroje controllingu	112
3.10.4	Reporting	112
3.11	Literatura	114
4.	Hodnota podniku	115
4.1	Vymezení hodnoty podniku	115
4.1.1	Podnik jako zboží	115
4.1.2	Kategorie hodnoty podniku	117
4.1.3	Předpoklady ocenění podniku	122
4.2	Přehled metod pro oceňování podniku	123
4.2.1	Přístupy k oceňování podniku	123
4.2.2	Klasifikace metod oceňování podniku	124
4.3	Postup oceňování podniku	126
4.3.1	Strategická analýza	128
4.3.2	Finanční analýza	136
4.3.3	Tvorba finančního plánu	137
4.4	Metody oceňování podniku	140
4.4.1	Výnosové metody	140
4.4.2	Majetkové metody	157
4.4.3	Metody kombinované	162
4.4.4	Metody založené na analýze trhu	164
4.4.5	Doporučení k užívání metod	164
4.5	Literatura	166
5.	Život podniku	167
5.1	Životní cyklus podniku	167
5.2	Založení podniku	167
5.2.1	Kroky směřující k založení podniku	168
5.2.2	Vlastní založení podniku	172
5.3	Růst podniku	173
5.3.1	Stabilizace	176
5.4	Krise a sanace podniku	177
5.4.1	Krise	177
5.4.2	Sanace	177
5.5	Zrušení a zánik podniku	178
5.5.1	Likvidace společnosti	179
5.5.2	Konkurz	179
5.5.3	Nucené vyrovnání, vyrovnání	180
5.6	Sdružování podniků	180
5.6.1	Korporace	180
5.6.2	Spojování podniků	181
5.7	Literatura	183

6.	Funkce podniku	185
6.1	Primární funkce podniku	185
6.1.1	Řízení výroby	187
6.1.2	Řízení zásob	197
6.1.3	Prodej	207
6.2	Odvozené funkce podniku	217
6.2.1	Řízení lidských zdrojů	217
6.2.2	Investiční rozhodování	270
6.2.3	Finanční řízení	287
6.2.4	Inovace jako nástroj prosperity podniku	299
6.2.5	Správa podniku – Facility management	308
6.3	Literatura	313
7.	Řízení podniku – management	317
7.1	Podstata managementu	317
7.2	Vývojové směry managementu	317
7.2.1	Vědecký management	318
7.2.2	Administrativní přístup k managementu	318
7.2.3	Princip chování organizace	320
7.2.4	Současné trendy v managementu	320
7.2.5	Management na prahu třetího tisíciletí	321
7.2.6	Shrnutí	322
7.3	Postavení a osobnost manažera	322
7.3.1	Členění manažerů	322
7.3.2	Základní manažerské dovednosti	323
7.3.3	Manažerské role	324
7.4	Manažerské rozhodování	326
7.4.1	Rozhodovací proces	326
7.4.2	Typy problémů a rozhodování	329
7.4.3	Skupinové rozhodování	330
7.5	Plánování	332
7.5.1	Mise	332
7.5.2	Cíl	333
7.5.3	Plán	334
7.6	Řízení podle cílů – MBO (Management By Objectives)	335
7.6.1	Proces řízení podle cílů	335
7.6.2	Zavádění řízení podle cílů	336
7.6.3	Přednosti řízení podle cílů	338
7.6.4	Nedostatky v řízení podle cílů	338
7.7	Strategický management	339
7.7.1	Počátek strategického managementu	339
7.7.2	Základní etapy vývoje strategického managementu	339
7.7.3	Strategické plánování	342
7.7.4	Analýza vnějšího prostředí společnosti	343
7.7.5	Analýza vnitřního prostředí společnosti	348
7.7.6	Metody analyzující mikro- a makroprostředí současně	350
7.7.7	Formulace podnikové strategie	352
7.7.8	Vyhodnocení strategických možností a výběr strategie	353
7.7.9	Implementace strategie, hodnocení výsledků	353
7.8	Organizování	355
7.8.1	Organizační struktura a její tvorba	355
7.8.2	Typy organizačních struktur – liniové vazby	356
7.8.3	Typy organizačních struktur – funkcionální vazby	357

7.8.4	Maticová organizační struktura	359
7.9	Vedení	360
7.9.1	Teorie vůdcovství	360
7.9.2	Ženy versus muži jako vedoucí	363
7.9.3	Některé z dalších faktorů ovlivňujících vůdcovství	363
7.10	Management jakosti	365
7.10.1	Základy managementu jakosti – TQM	366
7.10.2	ISO normy řady 9000	369
7.10.3	Devět zásad managementu jakosti dle ISO	370
7.10.4	Všeobecné požadavky při zavádění systému ISO	373
7.10.5	Další systémy managementu jakosti	375
7.11	Literatura	380
8.	Marketing	383
8.1	Úloha a cíle marketingu	383
8.2	Marketingové řízení	390
8.2.1	Plánování	391
8.2.2	Realizace marketingu	393
8.2.3	Kontrola	394
8.3	Nákupní chování organizací	394
8.4	Získávání informací pro marketingová rozhodnutí. Marketingový informační systém	400
8.4.1	Interní databáze	401
8.4.2	Marketingový zpravodajský systém	404
8.4.3	Marketingový výzkum	405
8.4.4	Marketingový systém na podporu rozhodování	411
8.5	Marketingový mix	412
8.6	Marketing na internetu	417
8.7	Literatura	420
9.	Štíhlý podnik	423
9.1	Lean Production	423
9.2	Tomáš Baťa	423
9.3	Henry Ford	424
9.4	Toyota Production System	424
9.5	Metoda JIT (Just – in – Time)	427
9.6	Jidoka	428
9.7	Heijunka	429
9.8	Kaizen	429
9.9	Standardizace práce TPS (Toyota Production System)	431
9.10	Metoda Kanban	432
9.11	Systém 5S	433
9.12	TPM	433
9.13	Literatura	434
10.	Podnik a riziko	437
10.1	Risk management jako nástroj řízení	438
10.2	Identifikace a hodnocení rizik	440
10.3	Klasifikace rizika	443
10.4	Řízení rizik	450
10.5	Minimalizace dopadů rizik v rámci klíčových projektů podniku	465
10.6	Literatura	468

11. Interní audit	469
11.1 Interní audit jako nástroj podpory managementu	469
11.2 Ujišťovací a konzultační služby	470
11.3 Výkon interního auditu	472
11.3.1 Výkon ujišťovacích služeb interního auditu	472
11.3.2 Výkon konzultačních služeb interního auditu	483
11.4 Druhy auditů	485
11.4.1 Interní versus externí audit	485
11.4.2 Audit jakosti	486
11.4.3 Ostatní druhy auditů	486
11.5 Literatura	487
12. Malé a střední podniky (MSP)	489
12.1 Postavení malých a středních podniků v ekonomice státu	489
12.2 Koncepte rozvoje malých a středních podniků	491
12.2.1 Silné a slabé stránky malých a středních podniků	491
12.2.2 Vymezení koncepte	492
12.2.3 Základní principy a priority v alokaci finančních prostředků k realizaci Koncepte	496
12.3 Podpora podnikání malých a středních podniků	497
12.4 Literatura	504
13. Vstup podniků na zahraniční trhy	505
13.1 Vnitřní trh Evropské unie (trh zboží a služeb)	505
13.2 Formy vstupu podniků na zahraniční trhy	506
13.3 Exportní strategie ČR	515
13.4 Literatura	517
14. Seznam zkratk	519
15. Seznam obrázků	521
16. Seznam tabulek	523
17. Přílohy	525
Příloha č. 1: Případová studie: Podnikatelský záměr pro program rozvoj	525
Příloha č. 2: Případová studie: Audit vnitřního řídicího a kontrolního systému v pojišťovně	547
18. Rejstřík	567

Úvodní slovo

Vážení čtenáři,

autorský kolektiv této knihy mě požádal, abych jako tvůrce první publikace *Podniková ekonomika* vydané u nás po roce 1989, napsal úvodní slovo. Jsem vždy potěšen, když vzniká nová vysokoškolská učebnice zaměřená na vědní disciplínu „podniková ekonomika“. Jde totiž o jednu z vysoce potřebných společenskovědních disciplín a z pohledu vývoje současné světové ekonomiky je vysoce aktuální a nezbytná. Při bližším pohledu na složení autorského kolektivu jsem byl příjemně překvapen skutečností, že se jedná převážně o kolektiv mladých autorů z neuniverzitní vysoké školy. Pro tento typ vysoké školy je charakteristická orientace na výchovu profesně orientovaných absolventů bakalářských studijních programů především pro management na středním stupni řízení. Pozitivně proto hodnotím tu skutečnost, že této základní premise je uzpůsoben obsah i forma knihy, kde se výrazný akcent klade na využitelnost obecných poznatků z teorie obecné podnikové ekonomiky v podnikové praxi.

Podniková ekonomika je jak vědou teoretickou, tak i praktickou, a oba tyto póly se v knize velice vhodně vyvažují. Podnik je zde prezentován ve všech svých rozmanitých formách, jsou zde popsány a klasifikovány všechny jevy v podniku se vyskytující a procesy v něm probíhající. Zvláště oceňuji citlivé, ale vysoce erudované propojení teoretických poznatků a východisek s reálně probíhajícími aktivitami v podnikové sféře. V řadě kapitol jsou naznačena východiska a doporučení pro praktické využití s cílem zvýšení účinnosti a hospodárnosti veškerých podnikových aktivit.

Knihy je určena jak studentům bakalářských a magisterských studijních programů, tak i managementu podniků, zaměstnancům správních orgánů i široké odborné veřejnosti. Kniha sestává ze třinácti kapitol s podrobným vnitřním členěním. Každá kapitola obsahuje teoretický základ, vlastní výklad problematiky a použitou literaturu. Publikace vhodně doplňují grafy, tabulky a tam, kde je to potřebné, i praktické příklady.

Jako autor řady knih s obdobným zaměřením mám osobní zkušenost, jak náročné je zpracování knihy s touto tematikou z pohledu obsahové náplně i z hlediska vyváženosti její teoretické a praktické části. Z tohoto pohledu vyslovuji uznání všem členům autorského kolektivu, že se tohoto nelehkého úkolu zhostili na vysoké odborné úrovni.

Vám, milí čtenáři, přeji, abyste při čtení této nesporně potřebné publikace byli obohaceni o nové teoretické i praktické poznatky, které využijete jak při studiu navazujících předmetů, tak i ve svém každodenním praktickém životě.

Praha, březen 2012

Prof. Ing. Miloslav Synek, CSc.
Vysoká škola ekonomická v Praze,
Fakulta podnikohospodářská

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval za vstřícnou spolupráci všech spoluautorů při tvorbě této odborné monografie a v neposlední řadě Bc. Evě Pšikalové za věcné připomínky a formální a jazykovou úpravu textu.

Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D.
Vysoká škola technická a ekonomická
v Českých Budějovicích

Předmluva

O podniku můžeme prohlásit, že vyrábí efektivně, když produkuje výrobky, resp. poskytuje služby uspokojující potřeby trhu s maximálním využitím všech výrobních faktorů, přičemž jsou v optimálním množství a proporci při respektování a vyváženosti všech podnikových funkcí.

autoři knihy

Vážení čtenáři,

cílem autorů této knihy bylo připravit publikaci, která bude mít charakter vysokoškolské učebnice přednostně určené studentům bakalářských studijních programů. Věříme, že se stane i užitečnou pomůckou pro řadu stávajících i začínajících manažerů různých organizačních jednotek, u kterých, zejména v posledním období, silně narůstá potřeba rychle načerpat a osvojit si nové poznatky z podnikové ekonomiky. Význam této společensko-vědní disciplíny aktuálně výrazně narůstá, a to jak z důvodu zvýšeného akcentu na obecné principy tržní ekonomiky, tak i v důsledku vysokého stupně turbulence a diskontinuity podnikových procesů, které se odvíjejí od různých vývojových fází národní i světové ekonomiky.

Podniková ekonomika je primárně zaměřena na jeden ze subjektů tržního hospodářství – podnik působící v určitém prostředí uspokojuje určité potřeby a realizuje zisk. Využívá obecných ekonomických teorií, ale i praktických poznatků z oblasti finančního řízení, organizace podnikových procesů, logistiky, statistiky, personalistiky, informatiky aj. Podniková ekonomika je proto jak teoretickou vědní disciplínou, tak disciplínou vysoce praktickou. Dává teoretické základy, praktické poznatky a návody, jak spravovat a vést podnik v náročném tržním prostředí, aby plnil své poslání, tedy vytvářel nové hodnoty, zvyšoval svoji konkurenceschopnost a uspokojoval potřeby svých zaměstnanců.

Kniha je členěna do třinácti základních kapitol, přičemž každá kapitola obsahuje teoretický základ, vlastní výklad problematiky a použitou literaturu. Úvod je věnován vztahu mikroekonomie a podnikové ekonomiky, popsány jsou faktory podnikového prostředí, specifikovány funkce a formy hospodaření podniku, jeho hodnota a životní cyklus, popsány jsou metody a formy organizace a řízení podnikových procesů, principy a postupy podnikového marketingu, definovány jsou současné metody v oblasti řízení lidských zdrojů, obsah a zajištění interního auditu, vymezeny jsou principy podnikání malých a středních podniků. Závěr knihy je věnován problematice vstupu podniků na zahraniční trhy.

Při koncipování obsahové náplně této knižní publikace se autoři snažili postihnout celou základní problematiku náležející do podnikové ekonomiky. Zahrnuty jsou i podnikové funkce z oblasti organizace a řízení podniku, které jsou však nezbytným předpokladem naplňování funkcí ekonomické povahy. Nakolik byly výše deklarované záměry autorů naplněny, musí posoudit čtenářská obec.

Při studiu této knihy, zejména při praktickém využití získaných poznatků, Vám autoři přejí mnoho úspěchů a předem děkují za případné připomínky, náměty a doporučení, které můžete zasílat elektronicky na pe@mail.vstecb.cz.

České Budějovice, březen 2012

Za autorský kolektiv
Prof. Ing. Jan Váchal, CSc.

1. Vztah mikroekonomie a podnikové ekonomiky – aplikace mikroekonomické koncepce do podnikové praxe

Studenti někdy podléhají klamnému dojmu, že studium obecných ekonomických teorií nevychází z reálného ekonomického prostředí, a tudíž studium takovýchto disciplín je pro ně zatěžující. Určitě najdeme vhodné argumenty, kterými tato tvrzení vyvrátíme.

Ústředním motivačním tématem současného pojetí *Mikroekonomie* je porozumění ekonomiky okolo nás. Ekonomie jako taková se zabývá lidským chováním a svět pozoruje jako celistvý. Abychom jej pochopili, musíme jej zjednodušit. Za tímto účelem vytváříme modely, které jsou na těchto předpokladech založeny.

Podniková ekonomika se zabývá podnikem (firmou), jeho cíli, funkcemi, životními fázemi, organizací, řízením a specifiky jednotlivých druhů podniků. Čerpá poznatky také z obecné teorie, čímž se stává i teoretickou vědní disciplínou a dává ponaučení manažerům, majitelům atd., jak mají vést podnik, čímž se z teoretické disciplíny stává disciplína praktická.

Mikroekonomie je část ekonomické teorie, předmětem jejíhož zkoumání je chování ekonomických subjektů, a to jak domácností, tak firem. Jak plyne z vymezení mikroekonomie, jsou jejími základními pilíři teorie spotřebitele a teorie firmy.

Zaměříme se nyní pouze na některé ekonomické jevy a předpokládejme pro tento účel, že existují dva pohledy na základní ekonomické parametry, a to pohled mikroekonomický a pohled podnikové ekonomiky.

1.1 Ekonomická efektivnost a hranice produkčních možností

Podniková ekonomika a mikroekonomie se liší svou schopností aplikace. V podnikové ekonomice je základní jednotkou podnik. Jestliže podnik vyrábí výrobky, které uspokojují požadavky trhu, přičemž optimálně kombinuje výrobní faktory, můžeme hovořit o efektivnosti. Pojem efektivnost a hospodárnost lze v tomto případě označit za výrazy synonymní (Heyne, 1991). Měřítkem efektivnosti je poměr hodnoty výstupu k hodnotě vstupu a je konkrétně definován. Rozhodující není jen souhrnná efektivnost všech výrobních faktorů, ale i dílčí efektivnost podle výsledků činnosti podniku. V podnikové praxi se využívá velké množství konkrétních podob ukazatele efektivnosti. O jednotlivých ukazatelích vztahujících se k efektivnosti podniku viz další kapitoly této knihy.

V ekonomické teorii je efektivnost vnímána abstraktněji a je ji nutno chápat jako vztah hodnot prostředků a hodnot cílů, resp. jako vztah (poměr) hodnot výstupů a hodnot vstupů (Synek, 2010). Jestliže existuje více prospěšných činností, můžeme situaci označit za efektivní, pokud jedna z těchto činností nemůže být zvýšena bez současného snížení jiné činnosti (Soukupová, 2001). Tato velmi abstraktní definice efektivnosti je vlastně vyjádřením mikroekonomického pohledu efektivnosti, a to:

- efektivnosti ve výrobě,

- efektivnosti ve směně, a
- výrobně-spotřební efektivnosti.

Zvýšit srozumitelnost této definice znamená aplikovat ji na oblast směny, výroby, kde fixní množství výrobních faktorů je nutné rozdělit mezi výrobu, směnu.

Efektivnost ve výrobě znamená situaci, kdy fixní množství zdrojů (výrobních faktorů) bude v ekonomice rozmístěno tehdy, když nebude možné vyrobit jednoho statku více, aniž by bylo nutné omezit výrobu statku jiného. Problémem je velké množství firem, které používají různé zdroje a produkují různé výrobky. Identifikovat efektivnost ve výrobě znamená sledovat alokaci (rozmístění) zdrojů (vstupů) uvnitř firem, mezi firmami a charakterizovat strukturu výstupu firem. Abychom optimálně vybrali vstupy jedné firmy, použijeme:

1. alokační pravidlo: „První podmínkou efektivnosti výroby je taková alokace fixního množství práce a kapitálu firmy, při níž je mezní míra technické substituce obou výrobních faktorů pro oba vyráběné statky stejná, a oba výrobní faktory jsou zcela využity.“

Výrobní efektivnost je v ekonomické teorii představována *hranicí produkčních možností*. Tato výrobní efektivnost je chápána jako vztah kvant výstupů a vstupů (ve fyzických jednotkách) a odpovídá podnikohospodářskému pojetí produktivity, resp. kvantitativní hospodárnosti.

Hranice produkčních možností – představována PPF křivkou (Posibility Production Frontier) – je křivka, která znázorňuje alternativní kombinace dvou výrobků při efektivní výrobě s určitým fixním množstvím zdrojů. Posuny PPF křivky mohou souviset s technologickým pokrokem či zvýšením nebo poklesem dostupných zdrojů při výrobě produktů. Tvar křivky PPF určuje směrnice – mezní míra transformace produktu¹.

Hranici produkčních možností je tedy možno redefinovat jako křivku znázorňující maximální výstup v hodnotovém vyjádření, který může být (efektivně) vyroben určitým (maximálním) rozsahem zdrojů.

Pokud se zkonstruuje hranice ekonomické efektivnosti, bude podnik znát svou maximální efektivnost a zároveň s tím bude zajištěna podmínka pro dosažení hranice produkčních možností podniku. Komparaci dosažené efektivnosti s maximální hodnotou si podnik může vytvořit představu o rezervách své produkce ve vztahu k hranici produkčních možností a zjistit, zda se tomuto stavu přibližuje. Hranice produkčních možností souvisí také s tzv. alternativními náklady². Křivka PPF je široce použitelná, protože podstata alternativních nákladů je platná jak pro jednu firmu, tak obecně.

Efektivní rozmístění zdrojů mezi firmy upravuje **2. alokační pravidlo:** „Aby byla výroba efektivní, je nutná taková alokace fixního množství práce a kapitálu mezi obě firmy, při níž je mezní produkt obou výrobních faktorů pro oba vyráběné statky stejný.“

¹ Vyjadřuje poměr, ve kterém může být jeden statek přeměněn na druhý statek, resp. obětování jednoho statku pro vyšší výrobu jiného statku při daných vstupech.

² Znamená ekonomickou efektivnost, které je dosaženo při takové alokaci zdrojů, kdy žádná činnost nemůže být zvýšena, aniž by byla jiná činnost snížena.

Efektivní volba struktury produktu firmou je shrnuta v **3. alokačním pravidle**: „Pro efektivnost výroby je nutná taková struktura výroby obou statků, při níž je mezní míra transformace produktu u obou firem stejná.“

Metodika odvození *Efektivnosti směny* je analogická s efektivností výroby s tím, že vychází ze strany chování spotřebitele.

Pro efektivnost v rozdělování používáme kritérium Paretova optima. Paretovské efektivnosti lze dosáhnout, jestliže při přerozdělení nemůže být ani jednomu spotřebiteli polepšeno, aniž by současně nebyl poškozen jiný spotřebitel. Situaci, která tuto podmínku splňuje, nazýváme pareto-optimální. Ty, které je nesplňují, jsou pareto-suboptimální.

Jestliže chceme nějakým vhodným způsobem sladit spotřební a výrobní možnosti, resp. *výrobně-spotřební efektivnost*, použijeme opět hranici produkčních možností. Podmínkou správných kombinací je rovnost mezní míry substituce ve spotřebě³ a mezní míry transformace produktu.

Vyjádření efektivnosti podle ekonomických teorií je formulováno na základě zjednodušeného modelu – model $2 \times 2 \times 2 \times 2$ se specifickými předpoklady, které představují určitou odchylku od reality. Přestože se jedná o určité zjednodušení představy trhu, lze z tohoto modelu plně identifikovat šest trhů.

Nedostatky modelu:

- Definovat efektivní alokaci zdrojů lze velmi obtížně, neboť existuje více veličin, které mají být maximalizovány.
- Dalším problémem je agregace vzniklých optimálních variant.
- Určitým nedostatkem je modelace situací v rámci dokonalé konkurence, tzn. určitá odtrženost od reality. Na druhé straně, konfrontace tohoto modelu se situací tržních struktur v rámci nedokonalé konkurence – například u monopolu – vede ke konkrétním závěrům, které vyvracejí tvrzení, že abstraktní modely jsou příliš teoretické a v praxi nepoužitelné. Jestliže dokážeme definovat efektivnost, neefektivnost z toho vyplývá.
- Kritériem ekonomické efektivnosti je porovnání mezního užítku a mezních nákladů.
- Stanovení mezních veličin (mezní náklad, mezní příjem, mezní užitek atd.) je v praxi složité, ale přesto jsou mezní veličiny pro mikroekonomii typické.
- Skutečnou, resp. maximální ekonomickou efektivnost podniku lze zkonstruovat jako poměr celkových příjmů a celkových nákladů podniku. Tato skutečná, resp. dosažená maximální ekonomická efektivnost však sama o sobě nic nevypovídá o tom, zda je dostatečná nebo nedostatečná.
- Ekonomicky efektivní alokace nemusí vždy představovat společenskou únosnost.

³ Vyjadřuje poměr, ve kterém může být jeden vstup používaný ve výrobě nahrazen jiným, aniž by to způsobilo změnu výstupu.