

Obsah

1	Transakční náklady a organizační struktura firmy	1
	Firma a její cíl	1
1.1	Transakční náklady jako příčina existence firmy	1
	X - neefektivnost	4
1.2	Organizační struktura firmy	6
	Unitární organizační struktura	6
	Multidivizionální organizační struktura	7
	Srovnání forem organizační struktury	9
2	Alternativní teorie firmy	13
2.1	Manažerské a behavioristické teorie firmy	13
	Manažerské teorie firmy	13
	Behavioristické teorie firmy	14
2.2	Další alternativní přístupy k firmě	15
	Agency teorie	19
2.3	Význam manažerských teorií	23
3	Růst firmy	27
3.1	Příčiny růstu a vymezení pojmů	27
	Omezení růstu	28
	Alternativy růstu	31
3.2	Maximalizace hodnoty firmy	31
3.3	Marrisův model	36

4 Vertikální integrace a transferové ceny	43
4.1 Vertikální růst a jeho příčiny	43
4.2 Transferové ceny	46
Optimální výstup	46
Transferová cena při neexistenci trhu meziprojektu	47
Transferová cena při existenci dokonale konkurenčního trhu meziprojektu	49
Transferová cena při existenci nedokonale konkurenčního trhu meziprojektu	50
4.3 Důsledky vertikálního růstu pro odvětví	52
5 Diverzifikace a volba výrobního programu	57
5.1 Diverzifikace	57
Pojem diverzifikace	57
Příčiny diverzifikace	58
Růst diferenciací	59
Růst imitací	60
Měření diverzifikace	60
5.2 Optimalizace výrobního programu	62
Výrobní substituty	62
Růst a diverzifikace	65
Výrobní komplementy: výrobky vyráběné v pevné proporcí	66
6 Analýza poptávky a reklama v rozhodování firmy	71
6.1 Poptávka po produkci firmy a cenová tvorba	71
Tvorba cen nových výrobků	72
Cenová tvorba přírůžkou	73
6.2 Reklama v rozhodování firmy	74
Praktické rozhodování o reklamních výdajích	76
Volba optimální reklamní kombinace	77
6.3 Reklama v různých tržních strukturách	80
Monopol a reklama	80
Oligopol a reklama (Strategická reklama)	87
Reklama a cíl firmy	89

10 Mezinárodní firma	117
10.1 Pojem mezinárodní firma	117
Alternativy mezinárodní expanze	118
10.2 Příčiny a důsledky existence mezinárodní firem	120
Příčiny vzniku mezinárodní firmy	120
Vlastní pobočka nebo joint ventures?	121
Význam mezinárodních firem	121
LITERATURA	125

7 Firma v podmínkách rizika a nejistoty	91
7.1 Rozhodování v podmínkách rizika	91
Omezený časový horizont	92
Diskontování rizika	92
Očekávaný výsledek	92
Ekvivalent jistoty	92
Koeficient variance	94
Teorie užitku	94
7.2 Rozhodování v podmínkách nejistoty	95
8 Vztah firmy ke konkurentům a oligopol	99
8.1 Koluze	100
8.2 Bariéry vstupu a limitní cena : Bain-Sylos-Labini-Modiglian (B-S-M) model.	101
8.3 Koncentrace odvětví a význam malých firem	104
Definice malé firmy	104
Role malých firem v ekonomice	105
9 Firma a hospodářská politika	111
9.1 Tržní selhání a státní regulace	111
Regulace externalit a veřejných statků	111
Ochrana konkurence	114
9.2 Dopady hospodářské politiky firmy	114
Efekty fiskální politiky na firmy	114
Efekty monetární politiky	115
Firma a makroekonomické prostředí: závěrečné poznámky	115