

1. ПРЕДМЕТ И РАЗВИТИЕ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ТЕОРИЯ

Икономическата теория е система от научни знания за същността, принципите, структурата и механизмите на функциониране и развитие на икономиката.

Обект и предмет

Икономическата теория изучава как — при наличие на множество алтернативи - се разпределят ограничените ресурси за придобиване на различни блага и как те се присвояват, така че да се минимизират разходите и да се максимизират ползите.

Икономическата теория се интересува от поведението на всички икономически субекти, в това число *собствениците* на ресурсите; *производителите*., които преобразуват ресурсите в блага; *търговците*, придвижващи блага от производителите до потребителите; *потребителите*.

Икономическата теория *дава понятията, принципите и механизмите, а с това - и методологическите основи на икономическото знание изобщо.*

Микроикономика, Макроикономика и Международна икономика

Микроикономиката е дял на икономическата теория, изучаващ поведението на т. нар. малки икономики — на домакинствата, фирмите, банките и пр. Тя дефинира основните понятия, подходи, принципи и механизми на икономическия анализ.

В структурно отношение включва:

- теорията на потребителското търсене и потребителския избор;
- теорията на фирменото производство и предлагане при съвършено и при несъвършено конкурентни пазари;
- теорията на ресурсните (факторни) пазари и на разпределението на доходите между притежателите и производствените фактори;
- теорията на общото пазарно равновесие и на благосъстоянието, включително на ролята на държавата.

Макроикономиката е дял на икономическата теория, изучаващ функционирането и развитието на икономиката като национална система.

Тя търси решения:

- на влиянието на съвкупното търсене и предлагане върху растежа на брутния продукт и макроикономическото равновесие;
- на макроикономическото неравновесие (нестабилност/, в т.ч. на икономическия цикъл, безработицата, инфлацията, социалното неравенство);
- на макроикономическото регулиране с инструментите на паричната и на бюджетната политика;
- на влиянието на външните икономически отношения върху състоянието и развитието на националната икономика.

Международната икономика е дял от икономическата теория, изучаващ функционирането и развитието на международните икономически отношения и отражението им върху националните икономики.

Като учебна дисциплина тя се интересува:

- от международния търговски обмен и политиката на свободна търговия и на протекционизъм;
- от функционирането и взаимодействието на международно ниво на продуктовия, капиталовия, трудовия и паричния пазар;
- от международните валутни, кредитни и разплащателни отношения и политика при отворена икономика;
- от ролята на наднационалните международни организации, на многонационалните корпорации и на регионалните интеграционно-икономически общности;
- от глобалните икономически проблеми на човечеството;
- от отражението на международните икономически отношения върху икономическия растеж, икономическото равновесие и платежните баланси на страните.

В единство Микроикономиката, Макроикономиката и Международната икономика дават облика на съвременната икономическа теория, която се стреми да отговори от *какво се обуславят състоянието и перспективите за развитие както на макроикономическите единици (домакинствата, фирмите), така и на националната и международната икономика.*

2. АНАЛИТИЧНИ ИНСТРУМЕНТИ

Икономическата теория си служи с понятия (категории) икономически променливи, икономически модели, графики и др.

Икономически понятия (категории)

Икономическите понятия са абстракция на реално съществуващи икономически явления, процеси, и отношения, които формират езика на икономиката.

Например продукт, цена, приход, разход, печалба, загуба, потребление, инвестиции, износ, внос и др.

Обикновено икономическите понятия изразяват променлива величина, която в едно отношение е независима, а в друго - зависима, което се дължи на съществуващата *всеобща взаимна зависимост на явленията и процесите в икономиката.*

Пределни величини

Като икономически участници (собствениците, производителите, дистрибуторите, потребителите) хората винаги предпочитат повече ресурси, блага, приходи, доходи и пр., т.е. те имат т. нар. *максимизиращо поведение.* Изучаването на това икономическо поведение се осъществява чрез т. нар. *пределни величини* - пределна производителност, пределен разход, пределен приход, пределна полезност и др.

Пределните величини са поредни положителни или отрицателни прирасти (увеличаване или намаляване), от една страна - на вложения и, от друга - на получени резултати, във физически или в стойностни единици.

Например, с колко би нараснал продуктът, ако увеличим броя на работниците с още един.

Икономически модели

Икономическият модел е опростено, почиващо на факти логическо, математическо или графично описание на изучаваното явление, процес или система.

— Според това, да;ш се моделира структурата на обекта или неговото поведение, се разграничават *структурни и функционални модели;*

— Според обхвата си моделите биват *микро- и макроикономически.*

— Ако се изразяват връзки в посока от обекта към субекта, моделите са *познавателни (евристични).*

— Ако се изразява въздействие на субекта върху обекта моделите са *управленски.*

Моделирането предполага:

- моделът да съответства на реалността и да е полезен; > обектът да се схваща като съвкупност от елементи, които формират някаква цялост;

- функционирането на обекта да се характеризира с *прави и обра връзки*, т.е. с влияние на входа върху процеса и изхода и с обратно въздействие на изхода върху входа на системата.

3. Графики

Графиката изразява чрез права или крива линия зависимост между две или повече икономически променливи, представени числа.

Графиката се построява въз основа на данни за променливи величш в таблична форма. *На вертикалната ос (Y) са данните на независ, мата променлива (например цената), а на хоризонталната ос (X) данните за зависимата променлива (например предлаганото количество продукт).* Зависимостта между две променливи може да е *линей* (когато се описва с права линия) или *нелинейна* (когато се представя крива с променлив наклон).

В икономическата теория има значение наклонът на линията който се изразява като ъглов коефициент.

— Когато измененията в променливите величини са еднопосочни, зависимостта между тях е *положителна.*

— Когато те са разнопосочни (например цената пада, а търсенето расте), зависимостта е *отрицателна.*

Наклонът на линията се установява като се проследи изменението на променливата-аргумент на вертикалната ос. След това се установява предизвиканото от това изменение на променливата - функция по хоризонталната ос.

Методологически заблуждения

При икономическия анализ се срещат три вида заблуждения.

1. Ако дадено явление предхожда друго, то не е непременно причина на второто, т.е. **"след това" не винаги означава "поради това"**.

2. Изразът **"при равни други условия"** е абстракция. Реално често те не са равни, т.е. не са дадени. Например покачването на цените "при други равни условия" води до СВИВАНЕ на потребителското търсене. Но не е така, ако в същия момент номинални доходи нарастват със същия, или с по-бърз темп от цените.

3. Заблуждение е да се смята, че свойствата на отделно явление са хаактерни и за цялото (например индивид - общество).

Тези съждения, използвани понякога в икономическия анализ, имат важно методологическо значение.

4. ОСНОВНИ ВЪПРОСИ НА СИСТЕМАТА НА ИКОНОМИКАТА ЩО Е ИКОНОМИКА?

Понятия

За да се изясни какво е икономика, трябва да се разгледат няколко възлови понятия, които са в основата на икономическата теория, в т.ч.

• **Потребности** - те са **двигателят**; по природа постоянно изпитваме **потребности** (нужди) от най-различно естество. С оглед на това работим, потребяваме, пътуваме, почиваме и пр.

Потребностите са наложителна необходимост, за да си осигурим определени условия за съществуване.

• **Ресурси** - в икономиката ресурсите - **трудът, земята** (природните дадености) **и капиталът** - **съзнателно и целенасочено се комбинират чрез определена технология и организация и се превръщат в продукти.** Така ресурсите стават производствени фактори, а комбинацията им - производствен процес.

• **Продукти.** Продукт е всичко, което е резултат на човешки усилия във вид на материални и нематериални полезности, за които хората изпитват потребност.

• **Пари.** Парите са също ресурс. Пълноценни (от злато) или символни (книжни, безналични), те са сметна единица, всеобщо щменно и разплащателно средство и средство за спестяване.

Следователно икономиката е система, която динамично съгласува ресурсните възможности на хората и обществото с техните потребности.

На практика реалните икономически взаимоотношения се осъществяват в стойностно-парична форма и се представят като парични отношения.

Същностна характеристика

В основата на икономическия процес са потребностите на хората, които постоянно се насищат, възобновяват, умножават и разнообразяват. Но ресурсите, с които се задоволяват потребностите са ограничени (оскъдни, недостигат и са рядкост), набавят си чрез други ресурси (усилия, пари, време) и следователно, трябва да се икономисват.

*Това налага постоянно да се прави избор между различните възможности (алтернативи) за използване на ресурсите, като целта е отдадени ресурси да се получи **максимална полезност** или дадени потребности да се задоволят с **минимални ресурси.***

Структурна характеристика

Икономическият процес включва производството, размяната, разпределението и накрая потреблението на богатата.

Производството и потреблението са двата "полюса" на икономиката - няма потребление без производство, но няма и производство без потребление.

• **Производството е сфера на икономиката, в която съзнателно и целенасочено се комбинират материални или нематериални ресурси, които се преобразуват в блага.**

• **Потреблението е използване на богатата от хората за възстановяване и умножаване на жизнените им сили и възможности или за по-нататъшно производство. Разграничават се блага за лично (домакинско) и блага за производствено потребление.**

При пазарната икономика продаваме ресурси (труд, земя, капитал, знания) или продукти (стоки и услуги) и формираме доходи. С доходите си купуваме онова, от което се нуждаем. Така се включваме в пазара.

- **Пазарът е връзката между производството и потреблението. Той уравновеява чрез изменение на дейности и цени ресурсните възможности на производителите (предлаганите блага) с потребностите и платежоспособността на потребителите (търсените блага).**

Производството, размяната, разпределението и потреблението, а в наше време и опазването на околната среда, изразяват структурната, или т. нар. възпроизводствена характеристика на икономиката.

И така системата на икономиката е съвкупност от разностранните дейности на хората, взаимосвързани в единно цяло от общи постоянни (същностни) и променливи (организационно-функцио-нални) характеристики и от обща целева функция. Нейната същност е чрез избор на различни алтернативи, ограничените ресурси да се преобразуват в полезни блага така, че да се минимизират разходите и да се максимизират ползите с оглед на общественото благоденствие.

5. КАКВО, КАК И ЗА КОГО ДА СЕ ПРОИЗВЕЖДА

Потребности и блага

Потребностите са наложителна необходимост, които биват

- първични, вторични и т.н. - по значение;
- индивидуални и колективни - по начин на задоволяване;
- материални, духовни и социални - по характер;
- икономически и неикономически и др. - по същност.

В икономически смисъл благото е всичко (от слънчевата светлина и топлина до храната, дрехите, художественото платно), което струва или спестява разходи и е в състояние да задоволява човешки потребности.

Благата биват:

- *свободни*, ако са в неоскъдни количества и спестяват труд и *иконо-лически*, ако са ограничени, плод на човешки усилия;
- *материални* или *нематериални*;
- *ресурсни* (междинни - за производствено използване) или за крайно потребление; *във всеки исторически момент те са изразител и измерител на икономическия потенциал на нацията, на общо/естественото ресурсно богатство.*
- *краткотрайни* или *дълготрайни*;
- *взаимно допълващи се* или *взаимно заменливи* и пр.

Благата, плод на човешки труд, се наричат продукти, а продуктите, предназначени за пазарна реализация — стоки.

Всички продукти са блага, но не всички блага са продукти - има и дадени от природата.

Всички стоки са продукти, но не всички продукти са стоки - има и продукти за собствено потребление на производителя им.

Стокова форма приемат и услугите, чиято същност се изразява в полезността на човешките дейности като такива, независимо дали имат или нямат материален носител.

Поради ограниченост на ресурсите всяка икономика, независимо от равнището на нейната развитост, стои пред три ключови проблема: **какви блага да произвежда, как да ги произвежда и за кого да ги произвежда.** От начина на решаването им се определят типовете икономически системи.

Какво да се произвежда

Противоречието между неограничените потребности и оскъдните ресурси (възможности) поражда проблема какво да се произвежда. То налага да се степенуват нуждите и да се избере алтернатива, която носи най-голяма изгода (за производителите) и най-голямо удовлетворение (за потребителите).

Следователно отговорът на въпроса какво да се произвежда, е: **това, което отговаря на потребностите ни, степенувани по важност, и на ресурсните ни възможности.**

Как да се произвежда

Това е проблем, който поставя въпросите с какви ресурси и технологии; с какви енергийни източници (въглища, нефт, АЕЦ); въз основа на каква собственост (частна или публична); с какви икономически лостове (пазарните или планови) да се работи?

От технико-икономическа гледна точка, е важен изборът на ресурси и технологии.

От социално-икономическа гледна точка пък се сблъскваме с проблемите за собствеността и възмездяването (величината и разпределението на доходите).

Социалният избор пък определя институционалните форми, субектите и техните отговорности.

В крайна сметка отговорът на въпроса как да се произвежда е **ефективно**.

За кого да се произвежда

Този въпрос поражда и въпроса на **какъв принцип да се разпределят богатата** - по равно, според потребностите на всекиго (както се поддържа от някои утопии), или според платежоспособността на хората.

Поради ограничеността на богатата, не е възможно те да се разпределят според потребностите на всекиго и затова трябва да господства принципът за разпределение според платежоспособността.

6. ГРАНИЦА НА ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ И АЛТЕРНАТИВЕН ИЗБОР

Никое общество, дори най-богатото, не може да има всичко. Във всеки момент то разполага с определен капацитет, който при рационално използване формира границата на производствените възможности на икономиката.

Граница на производствените възможности

Какви блага и в какви максимални количествени съотношения може да се произвежат (при дадени ресурси и технологии) се илюстрира с опростен модел на икономиката, наречен **границата на производствените възможности (ГПВ)**.

Графично илюстрирана ГПВ е геометрична изпъкнала линия с низходящ наклон, показваща всички оптимални комбинации за производство на две блага при дадена технология и възможно най-добро използване на разполагаемите ресурси.

ГПВ е изпъкнала крива с отрицателен наклон, защото:

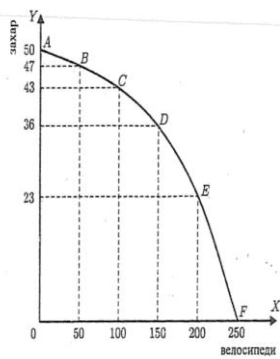
» при дадени ресурси производството на две блага е в обратна зависимост и увеличаване с единица на едното благо означава отказ от определен обем от другото;

» за да се увеличи обемът на дадено благо, трябва да се ограничи производството на друго, което води неизбежно до нарастване на допълнителните разходи;

Границата на производствените възможности ясно показва нуждата да се прави оптимален избор при дадени технологии и ограниченост на ресурсите, за да се съчетаят оптимално какво, как, и за кого да се произвежда.

Таблица 2.1. Алтернативни възможности за производство на велосипеди

Алтернативни Комбинации	Количества		Алтернативни разходи за 50 хил. велосипеда (хил. тона захар)
	Захар (хил. тона)	Велосипеди (хил. броя)	
A	50	0	-
B	47	50	- 3
C	43	100	- 4
D	36	150	- 7
E	23	200	- 13
F	0	250	-23



Фиг. 2.1. Граница на производствените възможности

Алтернативен избор

Алтернативните разходи - критерий на избора

Изборът е принуда, наложена от ограничеността на ресурсите. Самият избор неизбежно налага да се пренасочат ресурсите от едни към други предпочитания.

Колко струва избраното благо? То струва толкова, колкото е стойността на алтернативата, която се пренебрегва заради ангажирането на ресурсите в направения избор.

Например отказваме се от 3 х. тона захар (труд, суровини, енергия и пр.), за да произведем 50 х. бр. велосипеда. Пропуснатите 3 х. т. захар са алтернативна цена на 50 х. бр. велосипеда.

Реалната цена на дадено благо е не неговата пазарна цена, а стойността на отказаното благо, което може да се произведе или купи със същите ресурси.

ГПВ добре илюстрира същността на алтернативния избор и на алтернативната цена, дадена в алтернативните разходи, т.е. в това, което губим, за да получим допълнителна единица желани блага.

Не може да се вземе рационално решение, без да се съпоставят резултатите от два вида производство при даденото ниво на технологията и ограничеността на ресурсите.

Оптимално разпределение и използване на ресурсите се постига, когато изгодата от единица допълнителен продукт е равна на неговата алтернативна цена.

Ефективност и икономически растеж

ГПВ е кривата, която показва ефективността на стопанисването.

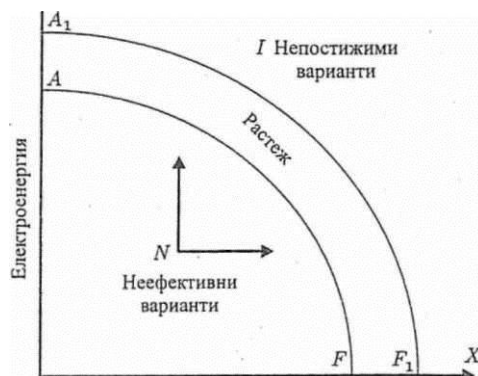
Графично тя разделя икономическото пространство на две зони: вътрешна - на неефективното използване на ресурсите и външна - на невъзможността от ефективно използване на ресурсите, (фиг. 2.2)

Точка / е над ГПВ и не може да бъде предмет на избор поради дефицитност на ресурсите. Тя е невъзможна. Обратното, точка N се намира под ГПВ. Тя е една от многото възможни ситуации на неефективно разпределение и използване на ресурсите. Пример за това е възможността без да се ограничава производството на електроенергия, да се постигне по-пълно задоволяване на нуждите от компютри в държавата.

Неефективно разпределение и използване на ресурсите е налице, когато е възможно да се увеличи производството на каквото и да е благо, без да се намалява това на друго благо.

Ефективно използване на ресурсите има, когато не може да се разшири производството на което и да е благо, без да се намали производството на друго благо. (Разпределителна и производствена ефективност фактически е постижима само на ГПВ.)

УА



Фиг. 2.2. Неефективна и ефективна икономика

Заместването, т.е. производството на дадено благо с цената на отказа от друго благо е икономически закон.

Начин за противодействие на закона за заместването е Икономическият растеж въз основа на създаването на допълнителни ресурси. В резултат на допълнителни ресурси (труд) потенциалът на икономиката нараства и ГПВ се измества нагоре и надясно (фиг. 2.2).

Може да се произвеждат допълнително блага, без да се ограничава обемът на други, докато се достигне новата ГПВ. Това всъщност е и Икономическият растеж.

2.3 Закон за намаляващата възвръщаемост

Влагането на една добавъчна единица променлив ресурс (обикновено труд) при постоянна величина на останалите ресурси (обикновено капитал) носи намаляващ добавъчен продукт.

Тази зависимост се нарича **Закон за намаляващата възвръщаемост** или **Закон на нарастващите разходи.**

7. ТИПОВЕ ИКОНОМИЧЕСКИ СИСТЕМИ

Икономиката е динамична система, която се променя постепенно и скокообразно. Затова се говори за исторически етапи (фази, стадии) на нейното развитие.

За -анализ на развитието на икономиката, икономическата теория прилага два подхода.

А. Отраслово-технологичен подход. Той използва за критерий господстващия отрасъл и съответстващата му технология. На тази основа се различават три типа общества: преиндустриално (аграрно), индустриално и слединдустриално (информационно) общество. На всяко от тях съответства определен тип икономика, съответно: аграрно-добиваща, индустриално-преработваща и информационна икономика.

• **Традиционна, аграрно-добиваща икономика.** За нея е характерно, че:

> Централно място заемат родът и родовата собственост върху ресурсите, главно земята като обект на стопанисване. Икономическите действия са били групови, а управлението - авторитарно;

» Има аграрно-добиващ характер:

» Проблемите се решават въз основа на опита и традициите, предавани от поколения на поколения.

Постепенно се зараждат и развиват частната собственост, общественото разделение и специализация на труда, пазарните отношения. Подготвя се замяната на ръчния труд с машинно производство.

• **Индустриално-преработваща икономика.** Тя се отличава със:

» Създаването на индустрия многократно увеличава икономическото богатство.

» На лице е растящата производителност, дължаща се на техническия прогрес, машинното производство.

» Прилага се масово производство, масово потребление, масова култура и масово общество.

» Капиталът е основната форма на богатството, а не притежаваната земя.

В наше време икономиката и обществото се трансформират в нов тип

• **Информационно-цивилизационна икономика.**

» Това е икономика и общество на знанието.

» Главният стратегически ресурс и основен предмет на преработка е информацията.

Б. Организационно-функционален подход. Той използва за критерий равнището на технологиите, но акцентира върху съответстващите им институционални отношения и произтичащите от тях обществени формации. На тази основа според К. Маркс са познати пет обществени строя: родово-общинен; робовладелчески; феодален; капиталистически, комунистически (с начална социалистическа фаза).

Според В. Ойкен има само два "идеални типа" - свободна частно-пазарна в централно управлявана (командвана) икономика.

• **Частно-пазарна икономика.** Това е тип икономика, при който връзката между производството и потреблението се осъществява от пазара. Държавата ограничено се намесва в икономическия живот главно чрез законодателни и охранни функции.

За пазарната икономика е характерно:

» Проблемите какво, как и за кого да се произвежда се решават чрез цените, лихвения процент (цената на капитала) и работната заплата (цената на труда).

» Тези инструменти информират купувачите и продавачите за състоянието на пазара и определят тяхното икономическо поведение.

» Пазарът защитава общия интерес и издига равнището на ефективността на икономиката като цяло.

Свободната частно-пазарна икономика в нито една страна вече не съществува в чист вид заради някои свои недостатъци:

» Доминират големите компании, поради което съвършената конкуренция еволюира в несъвършена, дори в монополни структури.

» Възникват значителни външни ефекти (например замърсяването на околната среда), носещи щети и некомпенсирани разходи за едни и облаги и печалби за други без разходи.

» Периодично възникват кризисни сътресения , безработица, инфлация, задлъжнялост, социална несигурност и пр.

» Нарушава се балансът между благата за частно използване и благата за съвместно (публично) потребление.

» Отслабва ефективността на редица жизнено важни дейности.

• **Централно управлявана (командвана) икономика.** Тя е такъв тип икономика, при който господства държавната собственост. Връзката между производството и потреблението се осъществява от държавен план, а икономическите агенти са само изпълнители.

За централно управляваната икономика е характерно:

» Държавата е единствен център, който взема икономическите решения.

» Тя е съдникът и разпределителят на ресурсите.

- Чрез задължителен план определя целите (какво да се произвежда), средствата и сроковете за постигането им (как да се произвежда), за кого да се произвежда.

» Домакинствата са само потребители и доставчици на работна сила, а предприятията - само подразделения на държавната икономическа система.

» Предприемачите са заместени от държавни служители.

» Парите, цените, печалбите, загубите и пр. имат формално значение.

» Пазарът е заменен от административната принуда на държавния план.

• **Смесена (социално-пазарна) икономика.** За смесената пазарната икономика е *характерна широката подкрепа на държавата.*

Отрицателните страни на пазарната икономика са цената, която се заплаща за нейните предимства пред командваната икономика. Те налагат компенсиращата, коригиращата и регулираща намеса на държавата, т.е. появата на смесена икономика.

Смисълът на еволюцията на пазарната в социално-пазарна икономика е в постигането на поносим от, всички социални слоеве компромис -веднъж между принципите на свободата и на сигурността, втори път ~ между принципите на ефективността и на социалната справедливост.

8. ФУНКЦИОНИРАНЕ НА ПАЗАРНАТА ИКОНОМИКА

Пазарът като елемент на пазарната икономика

Пазарът е сфера на икономиката, в която се разменят и разпределят ресурси и блага между икономическите субекти — купувачи и продавачи.

Съвкупността от пазарите и тяхната пазарна инфраструктура (складове, магазини, тържища, палати, борси, панаири) образува пазарната система на една страна.

Сърцевината на пазарната система е нейната структура. Пазарната структура се формира от типа взаимодействие между продавачи и купувачи и тяхното конкурентно поведение на пазара.

Конкуренцията е състезателно поведение на икономическите агенти — продавачи и купувачи, преследващи едни и същи цели (покупки, продажби, пазарен дял, господство на пазара и пр.).

Практически на тази основа съществуват няколко типа пазарни структури:

- **Полипол** -структура на съвършена конкуренция (много продавачи и много купувачи, които свободно се конкурират);
- **монополистична конкуренция** — структура на несъвършена конкуренция, при която за кратко време малки фирми установяват монопол върху пазара, без да се преодолява конкуренцията;
- **олигопол** - структура на несъвършена конкуренция (само няколко продавача при много купувачи);
- **чист монопол** - един продавач и много купувачи, поради което няма конкуренция от страна на предлагането;

- **монопсон** — един купувач и много продавачи, поради което липсва конкуренция от страна на търсенето.

Модел на функциониране на пазарната икономика

Нека представим чрез един опростен модел функционирането на пазарната икономика, в който са взети само двата главни сектора на икономиката - **ДОМАКИНСКИЯТ** (на потреблението) и **ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ** (на предприятията).

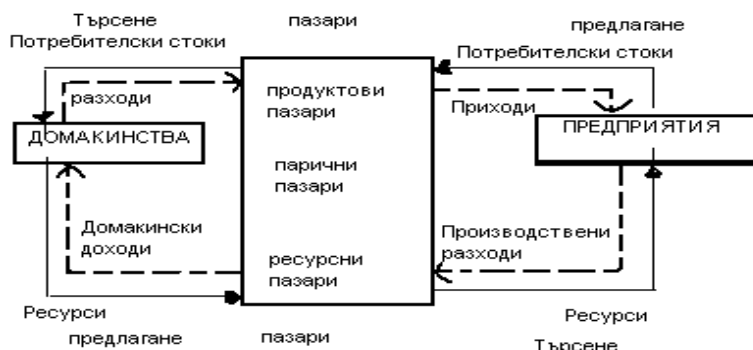


Схема 2.1. Двусекторен модел на функциониране на пазарната икономика

Домокинствата предлагат на ресурсните пазари труд, земя, капиталови блага и формират доходи (заплати, лихви, ренти, дивиденди, наеми и пр.).

Предприятията се снабдяват с ресурси и правят разходи. Трансформират ресурсите в крайни блага и ги предлагат на продуктово-пазарите на потребителите.

Така предприятията формират приходи, а домокинствата - разходи. **Ресурсните и продуктово-пазарните потоци (плътните линии в посока обратна на часовниковата стрелка) изразяват функционирането на реалната икономика. Паричните потоци (на приходите и разходите) формират паричната икономика.**

Моделът показва как пазарите свързват предлагането и търсенето на домокинствата с търсенето и предлагането на фирмите и как се решават ключовите въпроси на икономиката: какво, как и за кого да се произвежда.

9. ИНДИВИДУАЛНО И ПАЗАРНО ТЪРСЕНЕ

Търсенето е количеството блага, което потребителите желаят и могат да придобият през определен период при едно или друго равнище на цените.

Търсенето на дадена стока е, от една страна, индивидуално (на отделен индивид) и, от друга — пазарно (на всички потребители).

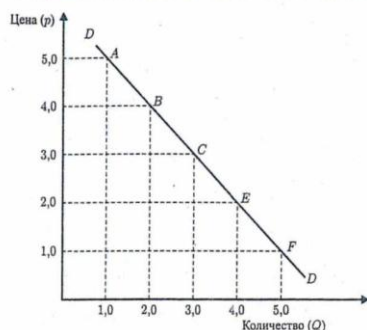
Индивидуално търсене. Факторът цена на блага

Търсенето зависи на първо място от цената на търсеното благо. Зависимостта е обратна: ако блага е скъпо - търсенето е малко, а ако е евтино - търсенето е голямо, при равни други условия.

Обратната зависимост между цената на блага и търсенето се нарича Закон на търсенето, (табл. 3.1.)

Данните от таблицата показват как търсеното количество от даден продукт през даден период се изменя с изменението на цената, при условие, че не влияят други фактори. От данните е изведена и **кривата на търсенето** (фиг. 3.1).

	Цена p на кг. (лв)	Количество Q (тонове)
A	5,00	1,0
B	4,00	2,0
C	3,00	3,0
E	2,00	4,0
F	1,00	5,0



Фиг. 3.1. Крива на търсенето. Зависимостта на търсенето от равнището на цената

Зависимостта "цена — търсено количество" се изразява чрез кривата на търсене. Тя е геометрична линия, показваща как се променя търсеното количество от дадено благо с изменение на неговата цена при постоянни други фактори.

Таблица 3.1. Търсене на праскови

При други равни условия изменението на цената предизвиква движение по кривата.

Например, ако цената пада - имаме движение надясно, а ако се покачва - наляво, т.е. имаме по-голямо или по-малко търсено количество от

благо. Както е показано в табл. 3.1, при 5 лв. за кг. праскови се търси само 1 тон от тях (т. А); при 4,0 лв се търсят 2 тона (т. В) и т.н. При 1 лв. за кг. вече търсенето е за 5 тона (т. F).

Влияние на цените на другите блага върху търсенето

Влиянието на цените на другите блага върху търсенето е толкова по-силно, колкото потреблението на блага е зависимо едно от друго.

Икономическата наука изолира три случая на зависимост между търсенето и цените на другите блага.

— **Когато са налице заместители се блага**, (стоки заместители). Зависимостта в този случай е права - нараства търсенето на едната стока, ако нарасне цената на стоката заместител, или пада търсенето - ако стоката заместител поевтинява. Същото е при хранителни продукти, напитки, облекла и пр.

— **Когато са налице допълващи се блага** (допълващи се стоки). Зависимостта е обратна - покачването на цената на едната стока, ограничава покупките и на допълващата стока. Например покачването на цената на жилищата ограничава търсенето на мебели, а спадането го увеличава.

— **Когато е налице обвързаност между цените на блага и тяхната покупко-продажба**. Понеже доходът е ограничен, когато се купят едни стоки, не може да се купят други. Ето защо търсенето на дадена стока е в зависимост от равнището на цените на всички останали стоки, конкуриращи се за "джоба на потребителя".

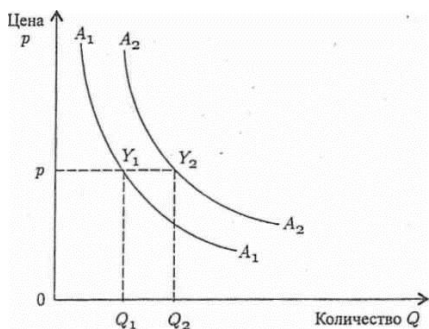
Влияние на величината на дохода върху търсенето

При фиксиран доход определящо за търсенето е цената, а при фиксирана цена определяща е величината на дохода.

Зависимостта е права - с нарастване на дохода нараства и търсенето, и обратно. Това означава, че става *изместване на кривата на търсенето от A_1A_1 към A_2A_2 , а не движение по нея* (вж. фиг. 3.2). Кривата се измества наляво - при малко покупки или надясно - при повече покупки под **въздействие на неценовите фактори** (доход, предпочитания, очаквания и др.

— *Ако цените спадат, а номиналният доход (в пари) се запазва, реалният доход (в закупени блага) расте.*

— *И обратно - ако цените се покачват доходът намалява - настъпва обедняване.*



Фиг. 3.2. Влияние на дохода върху търсенето

Например намаляването на цената на месото води до: първо, повишава се търсенето му от даден потребител в сравнение с предишното; второ, привлича нови потребители, които преди това не са имали възможност да си купуват месо; трето, ако потребителят не увеличи своето потребление на месо, с икономисаните пари той търси да закупи други стоки.

Влияние на качеството на блага върху търсенето

Кривата на търсенето не винаги е с отрицателен наклон. Има изключения, Такъв е случаят с влиянието на качеството на стоката (истинско или мнимо), върху поведението на купувачите. Често купувачите са готови да купят по-качествена стока срещу по-висока цена, поради което кривата на търсенето в случая може да е с положителен наклон. Така е и с престижните стоки. .

Съвкупно (пазарно) търсене

Сумата от индивидуалните търсения на дадено благо дава неговото съвкупно (пазарно) търсене. Поради това кривата на съвкупното търсене има също отрицателен (спадащ) наклон. В случая определящи фактори са числеността на купувачите и средният доход на човек.

Съвкупното търсене още по-ясно доказва, че водещ е свободният рационален избор на потребителя.

10. ПРЕДЛАГАНЕ НА БЛАГА

Предлагането е количеството блага, които производители и дистрибутори желаят и могат да доставят на пазара през определен период при едно или друго равнище на цените.

Определящи за предлагането са, от една страна, *поглъщаемостта* (търсенето) на пазара, а от друга страна - *производството на блага*. Те са винаги взаимно обвързани.

Влиянието на цената на благо върху предлагането. Закон и крива на предлагането

Като правило между цената на благата и предлагането им има права зависимост. Това ще рече, че нарастването на цената води до по-голямо предлагане, и обратно, намаляването на цената води до намаляване

на предлагането, до нарастване на запасите и до свиване на производството.

Правата зависимост между цената и предлаганото количество благо се нарича Закон на предлагането.

Например производител на праскови иска да произвежда и доставя на пазара (заради нарастващо търсене) по-голямо количество плодове. Значи при дадена технология трябва да използва нарастващ обем ресурси. Като следствие от това нарастват алтернативните разходи на прасковите (ресурсите имат и друга изгодна употреба). Затова доставянето на сочния плод може да се увеличи, ако се увеличи продажната му цена, за да не се понесат загуби от пропуснати възможности заради направения избор (табл. 3.2).

Таблица 3.2. Предлагане на праскови

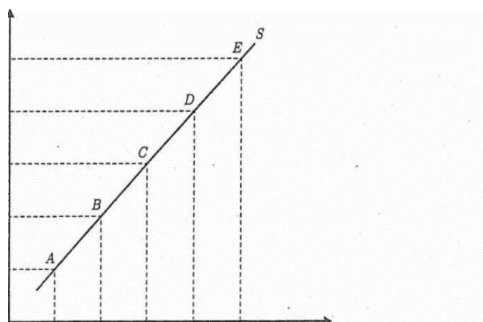
	Цена (p) на кг., лв	Количество (Q), тонове
A	1,00	1,0
B	2,00	2,0
C	3,00	3,0
E	4,00	4,0
F	5,00	5,0

Графичният израз на зависимостта на предлагането от цената е изведен с кривата на предлагането (фиг. 3.3), която показва как се променя предлагането с изменение на цената при постоянни други фактори.

Изменението на цената предизвиква движение по кривата: когато цената расте — расте и предлагането, а когато цената пада — пада и предлагането.

Фиг. 3.3. Кривата на предлагането

Цена (p) лв.



Количество (Q) тонове

А. Влияние на цените на сродни блага върху предлагането

Зависимостта между предлагането на дадено благо и цените на други, сродни по ресурс, блага може да е обратна или права.

Ако благата от същия ресурс поскъпват, расте алтернативната цена на даденото благо и се понесат загуби. Затова или предлагането му трябва да се ограничи или цената му да се повиши. *Когато определен ресурс има алтернативна употреба, той се използва за блага, които имат по-висока цена.*

Б. Влияние на отрасловия размер върху предлагането

Нарастването на даден отрасъл (по различни причини) естествено води до увеличено предлагане на произвежданите блага при дадена цена. **Резултатът е изместване на кривата на предлагането надясно.**

В. Влияние на технологичния прогрес върху предлагането

Използването на нова техника и технология, организационни нововъведения и др., което увеличава производителността и намалява разходите на единица продукция *води след себе си до увеличаване на предлагането, при което кривата на предлагането се измества надясно.*

Г. Влияние на цените на ресурсите върху предлагането

Ако производствените разходи нарастват, например поради драстично поскъпване на суровината, разполагайки с определен капитал, фирмите от даден отрасъл са принудени да ограничат производството и да ограничат предлагането си на пазара. **В резултат на това кривата на предлагането се измества наляво.**

И обратно, при увеличаване на отрасловия размер на производството, вследствие на технологичния и организационен прогрес и при изменението на цените на ресурсите се стига до изменение на производствените разходи на единица продукция. Те или нарастват, или намаляват, което се отразява на обема на произвежданата и предлагана продукция и изместват *кривата на предлагането.*

11. ЕЛАСТИЧНОСТ НА ТЪРСЕНЕТО И НА ПРЕДЛАГАНЕТО

Изменението на търсенето и предлагането при промяна на цените и на доходите се определя като еластичност, която се изразява с коефициент на еластичността.

Еластичността бива:

» еластичност спрямо цената;

» еластичност спрямо дохода - еластичност по отношение на промените в дохода.

А. Еластичност на търсенето спрямо цената

Най-често под ценова еластичност на търсенето се разбира съотношението на процентното изменение на търсенето спрямо предизвикалото го процентно изменение на цената, изразено като коефициент по формулата:

$$E_p = \Delta Q/Q : \Delta P/P$$

където: E_p е коефициент на еластичност;

ΔQ - прираст (изменение, увеличение или намаление) на количеството благо след изменение на цената;

Q - количество на блага преди изменение на цената; Δp - прираст (спадане или нарастване/на цената на блага; p - цена на блага преди изменението ѝ. Тъй като зависимостта е обратна, то понижаването на цената на дадено благо увеличава неговото търсене, а покачването ѝ — го намалява.

В зависимост от динамиката на цената, еластичността на търсенето може да бъде:

— **Силна еластичност** - когато понижаването на цената драстично повишава търсенето ($E_p > 1$).

— **Нормална еластичност** - когато намаляването на цената, на мер с 10%, увеличава търсенето приблизително с 10% ($E_p = 1$).

— **Слаба еластичност** - когато намаляването на цената почти не влияе на търсенето ($E_p < 1$).

— **Абсолютна нееластичност** ($E = 0$).

— **Безкрайна еластичност** - примерно на модни артикули.

Кръстосана ценова еластичност

Ако е налице промяна на търсенето на дадено благо, a , заради промяна в цената на друго, допълващо или заместващо благо b е налице кръстосана ценова еластичност, която може да се определи по формулата:

$$K_e = \Delta Q_a/Q_a \div \Delta P_b/P_b = \Delta Q_a/\Delta P_b \div P_b/Q_a$$

където: K_e - коефициент на кръстосана ценова еластичност;

ΔQ_a - изменение на количеството на благо a ;

Q_a - първоначално количество на благо a ;

ΔP_b - изменение на цената на благо b ;

P_b - първоначално цена на благо b . *Следователно:*

— Ако $K_e < 0$, т.е. повишаването на цената на благо b намалява търсенето на благо a , значи благата са взаимно допълващи се - например поскъпването на бензина намалява търсенето на автомобили.

— Ако $K_e > 0$, т.е. с покачване цената на b расте търсенето на a , значи благата са взаимозаменяеми.

Еластичност на търсенето спрямо дохода

Под еластичност на търсенето спрямо дохода се разбира процентното изменение на търсенето спрямо породилото го процентно изменение на дохода, изразено като коефициент.

$$E_y = \Delta Q/Q \div \Delta Y/Y$$

където: E_y - коефициент на еластичност на търсенето спрямо дохода;

ΔQ - прираст на търсенето количество от дадено благо след изменение на дохода;

Q - количество търсено благо преди изменение на дохода; ΔY - прираст на дохода;

Y - величина на дохода преди изменението му.

Например, ако месечният доход Y на семейство X се увеличи със 100%, ще се измени и търсенето на Q по величина, структура и място.

Б. Еластичност на предлагането спрямо цената

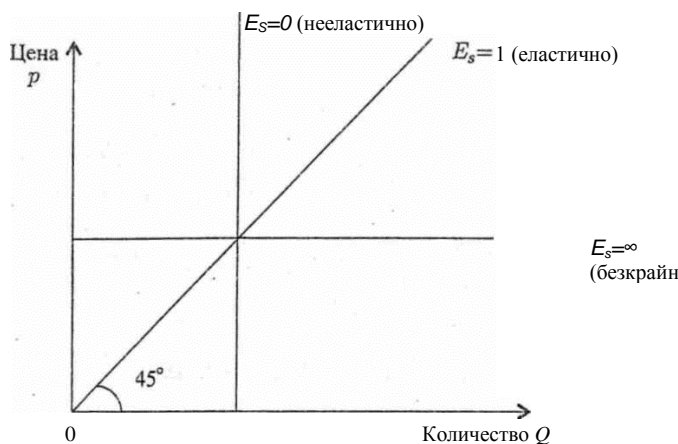
Под ценова еластичност на предлагането се разбира съотношението на процентното изменение на предлаганото количества спрямо предизвикалото го процентно изменение на цената, изразено като коефициент.

$$E_s = \Delta Q/Q : \Delta P/P$$

Където ΔQ е прирастъ на предлагането вследствие изменението на цената; Q - абсолютната величина преди изменението ѝ.

В зависимост от динамиката на цената, еластичността на предлагането, E_s може да бъде (фиг. 3.6):

- **абсолютна нееластичност** ($E = 0$) графиката е права вертикална иния;
- **слаба еластичност** ($E < 1$) графиката клони леко надясно;
- **нормална еластичност** ($E = 1$) графиката е линия, сключваща с осцисата, ъгъл 45° ;
- **силна еластичност** ($E > 1$) графиката силно клони към абсцисата;
- **безкрайна еластичност** - графиката е права хоризонтална линия. **По-високите цени на ресурсите, по-голямата заменяемост на продуктите, по-глемите резервни мощности и по-продължителният период засилват еластичността на предлагането. В обратния случай отслабва.**



Фиг. 3.6. Видове еластичност на предлагането

12. ПАЗАРНО РАВНОВЕСИЕ.

ЗАКОН НА ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО

Пазарното равновесие е такова състояние на пазара, при което търсенето и предлагане на блага се изравняват (балансира) при определено равнище на цените, в дадено време и място, и нито купувачите, нито продавачите оказват натиск за промяна.

Установяването на равновесие на пазара по отношение на отделно благо е *частично*, а по отношение на всички блага - *общо равновесие*. За механизма на равновесие значение имат:

- съотношението *търсени - предлагани* количества от дадено благо;
- равновесната цена;
- равновесните количества.

Например локалният пазар на праскови (вж. табл. 3.3 и фиг. 3.7.)

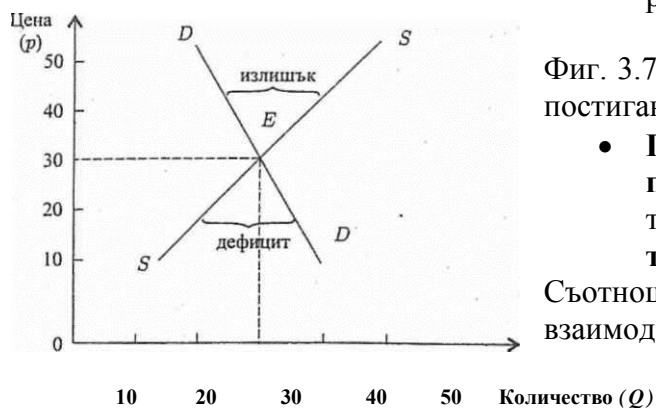
От таблицата се вижда, че съотношението на търсените и предлаганите количества е различно в зависимост от равнището на цената. Но те си съответстват на ниво 3 тона (равновесни количества) при цена 3лв. на кг. (равновесна цена).

Таблица 3.3. Търсене и предлагане на праскови - приспособителен процес

Варианти	Цена на 1 кг (лв.)	Търсено количество (тонове)	Предлагано количество (тонове)	излишък (+) / недостиг (-) (тонове)	Промяна на цената
A	5.00	1.0	5.0	4.0	понижаване
B	4.00	2.0	4.0	2.0	понижаване
C	3.00	3.0	3.0	0.0	равновесие
D	2.00	4.0	2.0	-2.0	покачване
E	1.00	5.0	1.0	-4.0	покачване

В условията на конкуренция пазарното равновесие се постига чрез т. нар. приспособителен процес.

- При висока цена търсенето е малко, а предлагането - голямо. Има излишно предлагане. В резултат цената постепенно пада, нараства търсенето и се ограничава предлагането до равнище, което балансира търсенето и предлагането.



Фиг. 3.7. Взаимодействие между търсенето и предлагането и постигане на равновесие

- При ниска цена — обратно - търсенето количество превишава предлагането. Разликата, с която търсенето превишава предлагането, е **излишно търсене**.

Съотношението между между търсенето и предлагането във взаимодействие с изменението

на цената, формира равновесната цена и равновесното количество от блага. Приспособителният процес води до равнище на цената и до количества търсено и предлагано благо, които удовлетворяват купувачите и продавачите.

Равновесна цена (P_e) е цената, при която търсенето и предлаганото количество от дадено благо съвпадат.

Равновесно количество (Q_e) е количеството благо, което се търси и предлага по равновесна цена.

Действието на пазарните сили (търсене-предлагане) има силата на закон. Той се нарича **Закон на търсенето и предлагането** и гласи, че на свободния конкурентен пазар търсенето и предлагането тласкат цената към такова равнище, при което те се изравняват.

13. ТЪРСЕНЕ, ПРЕДЕЛНА ПОЛЕЗНОСТ И ОПТИМИЗИРАНЕ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ИЗБОР

ОСНОВИ НА ТЕОРИЯТА НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ТЪРСЕНЕ

Роля на домакинствата като сектор на икономиката

Потребностите на хората, икономически обособени в домакинства, техните харчове и спестявания имат характер на основна икономическа сила. **Домакинството е икономическа обособена група на съвместно живеещи лица, разполагащи с общи доходи, използвани за съвместно придобиване и потребление на жизнени блага.**

Поведението на домакинствата е първопричина за почти всичко в икономиката.

- Първо, в условията на пазарна икономика домакинствата предлагат на пазара **икономически ресурси** - труд, земя и капитали на фирмите-производителки, с което те формират своите доходи.
- Второ, домакинствата са основните **потребителски единици**, които разполагайки с ограничените си бюджетни средства, постоянно правят избор по какъв начин да ги използват, за да удовлетворяват своите потребности.
- Трето, покупките на домакинствата, от една страна, са **изразходване на доходите**, а от друга страна - **реализация на продукта на фирмите**.
- **Четвърто**, **жизеният стандарт на домакинствата е критерий за степента на зрелост на националната икономика.**

Независимостта и свободната воля на потребителя да избира, неговото потребителско поведение играят определяща роля в икономиката.

В условията на пазарна икономика суверенитетът на потребителя се изразява в:

- Потребителят има свободната воля да търси блага и да разпределя дохода си за придобиването им така, че да извлече (по собствена преценка) максимална полезност.

- Пазарните *цени* и домакинските *доходи* формират потребителското поведение на индивидите, в т.ч. *пазарното търсене* на блага.

- В пазарното търсене се отразяват личните *ценности*, *вкусове* и *намерения* на потребителите.

При тези ограничения се формира потребителският *избор*, чийто смисъл е получаването на максимална полза.

13. ПОЛЕЗНОСТ, ПРЕДЕЛНА ПОЛЕЗНОСТ И ЦЕННОСТ НА БЛАГАТА

Полезност - същност, величина и форми

Полезността като фундаментално понятие в икономическата теория е удовлетворението, което потребителят получава от потреблението на дадено благо.

Величината на полезността зависи от характера на потребността, която се задоволява и от разполагаемото количество от блага.

Полезността на благата бива:

- **Единична полезност** се нарича полезността, която се извлича от потреблението на част или екземпляр от дадено благо.

- **Обща (пълна) полезност** се нарича полезността от консумацията през определен период на всички части от дадено благо.

- **Съвкупна полезност** се нарича сборът от общите полезности на количествата блага, потребени от даден индивид в определен момент или за определен период.

Например, ако закупим 5 броя ябълки за консумация на цена 4 лв. за определено време и първата ни доставя удовлетворение от 10 условни единици, втората - от 8, третата - от 6, четвъртата - от 4 и петата от 2, то общата (пълната) полезност е сума от единичните полезности на ябълките и е 30 условни единици.

Да допуснем, че консумираме всяка ябълка с парче кейк, всяко от които има същите единици полезност, а всичките парчета - същата цена. Сумата от единичните полезности на парчетата кейк е общата полезност на кейка - 30 единици. Сборът от общите полезности на ябълките и на кейка е тяхната съвкупна полезност, т.е. 60 единици, или 8 лв. Разбира се, в своето потребление хората не използват никакви условни единици, а заплащат цената, но все едно, в своето потребление те извличат единична, обща и съвкупна полезност, чиято автентична мярка е именно заплатената цена.

Когато с консумацията на дадено благо се насища потребността от него, спада и полезността на всяка следваща част от консумираното благо, тъй като тя носи все по-малко удовлетворение. **В този смисъл се говори за пределна (маржинална) полезност и за намаляваща пределна полезност.**

- **Пределната полезност** е прирастът на общата полезност (допълнителното задоволство) от потреблението на добавъчна единица от дадено благо.

Закон за намаляващата пределна полезност

Намаляваща пределна полезност означава извличане на все по-малка полезност (удовлетвореност) от потреблението на поредни части (екземпляри) от дадено благо.

Тя има отражение върху поведението на потребителите. Пределната полезност може да е *положителна* (добавъчна), *нулева* (липсваща) или *отрицателна* величина.

Например, ако човек си купи 1 кг ябълки, за първата може да каже: "много обичам ябълки", но за петата - "пак ли ябълки". Ако има шеста, тя ще има нулева пределна полезност, а седмата - отрицателна, както е показано на табл. 4.1. и фиг. 4.1а.

Таблица 4.1. Количество продукт, пределна и обща полезност

Количество (<i>q</i>)		Пределна полезност	Обща полезност
прираст	общо количество		
1 ■	1	10	10
1	2	8	18
1	3	6	24
1	4	4	28
1	5	2	30
1	6	0	30
1	7	-2	28

Сумата от пределните полезности на единиците потребявано благо дава неговата обща полезност. Кривата на общата полезност, в зависимост от величината на пределната полезност на единиците в блага, е увеличаваща се функция, т.е. с положителен, но отслабващ наклон.

14. Криви на потребителското безразличие

Коя алтернатива точно избира потребителят при изразходване на своя доход? За анализ на този проблем освен бюджетната линия икономическата теория използва инструмента „криви на безразличие”.

Същност на кривите на безразличие и допускания

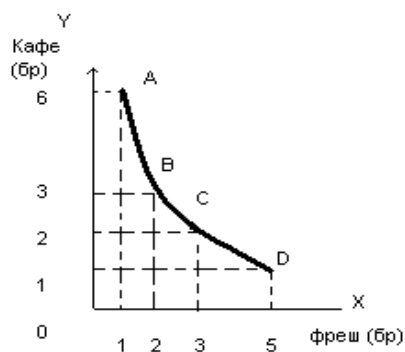
Кривата на безразличие (на равните полезности) е кривата, показваща всички възможни комбинации на две блага, от които потребителят получава еднаква съвкупна полезност (еднакво удовлетворение), поради което е безразличен към всяка от тях. Кривата на безразличие характеризира поведението на индивидуалния потребител – какви блага купува, в какво количествено съотношение и как и защо замества едно благо с друго. Например, ако потребителят има скромен доход, но устойчива склонност към кафе и фреш и може седмично да отдели за тях 12 лв. (вж. Табл. 5.2 и фиг. 5.2)

Табл. 5.2 Равновесни комбинации на две блага

Алтернативни комбинации	Кафе Q_y	Цена (лв.) P_y	Разход $P_y \cdot Q_y$	Фреш Q_x	Цена (лв.) P_x	Разход $P_x \cdot Q_x$	Общ разход
A	6	2	12	1	3	3	15
B	3	2	6	2	3	6	12
C	2	2	4	3	3	9	13
D	1	2	2	5	3	15	17

За да увеличи количеството кафе (благо Y), потребителят се отказва от част фреш (благо X). Потребителят е безразличен към всяка комбинация, тъй като за него те носят едно и също удовлетворение.

Ако се изследва дадена група стоки, може да има множество криви. Например нарастването на дохода от 12 на 24 лв. седмично позволява преминаване към по-високостояща крива на безразличие (II), т.е. към по-висок жизнен стандарт. Обратното с намаляване на дохода от 12 на 6 лв. означава обедняване на потребителя и неговата крива на безразличие е крива III.



Фиг. 5.2 Крива на безразличието

Освен това, при дадени блага и фиксирани техни цени, изменението (увеличаването, намаляването) на номиналния доход означава различно поведение на потребителите, което намира израз отново в множество различни криви на безразличие. Съвкупността от тях се нарича карта на безразличието.

Характеристики на кривите на безразличие

Предпочитанията на потребителите и тяхното поведение може да се анализира чрез кривите на безразличие.

- Когато кривата на безразличие има спадещ (отрицателен) наклон това означава, че всяка комбинация от две блага носи еднакво удовлетворение и ако потребителят предпочита повече от едното, то не може да се увеличи, без да се намали другото.
- Когато кривата на безразличие е вдлъбната това означава, че поведението на потребителя е подчинено на закона за намаляващата пределна полезност.
- Колкото кривата на безразличие е по-отдалечена (нагоре и надясно) от началото на координатните оси, толкова повече потребителят придобива от двете блага и толкова по-голяма полезност извлича той от тях.
- Кривите на безразличие не се пресичат, защото всяка от тях изразява различна съвкупна полезност и всяка комбинация при по-високостояща крива е предпочитана пред която и да било точка на по-нискостоящата крива на безразличие.

Пределна норма на заместване на благата

Пределната норма на заместване е количественото съотношение, в което се заменят части от едно благо за допълнителна единица друго благо. Това поведение на потребителя има силата на Закон за заместването. Той гласи: с увеличаване количеството на едно благо за сметка на друго благо нормата на заместването (наклонът на кривата на безразличието) намалява.

При преминаване от една към друга комбинация потребителят се отказва от определено количество от благо Y (кафе), за да придобие известно количество от благо X (фреш) в намаляващо се съотношение 3:1; 1:1; 1:2; Нормата на заместване и наклонът на кривата на безразличие намаляват. За това кривата на безразличие е вдлъбната. Чрез пореден отказ на части от едно благо, за да се увеличи друго, се стига до граница с еднаква пределна полезност.

15. Бюджетна линия и варианти на избора

Бюджетната линия показва всички възможни комбинации за потребление на индивида в определен период с даден доход при постоянни цени.

Излизайки на пазара, потребителят разполага с определен доход, който ограничава неговите потребителски разходи.

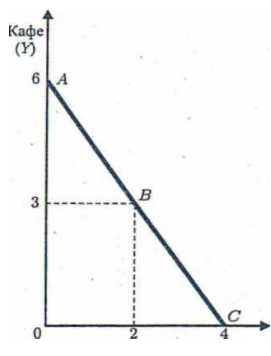
Например човек, пристрастен към кафе (благо Y) и фреш (благо X) посещава ежедневно престижното кафене "Шик". Човекът за това може да отдели седмично само 12 лв. Да предположим, че едно кафе в "Шик" е 2 лв., а един сок - 3 лв. Как потребителят ще разпредели своите 12 лв. и как ще направи своя оптимален избор?

Налице са множество алтернативи. Тук ще разгледаме три от тях A , B и C в табл. 5.1.

Таблица 5.1. Алтернативи за покупка на две блага при седмичен бюджет 12 лв.

Алтернативни комбинации	Кафе Q_y	Цена (лв.) (P_y)	Разход $(P_y Q_y)$	Фреш (Q_x)	Цена (лв.) (P_x)	Разход $(P_x \cdot Q_x)$	Общ разход (лв.)
A	6	2	12	0	3	0	12
B	3	2	6	2	3	6	12
C	0	2	0	4	3	12	12

Алтернативите за поведение на потребителя може да се представят и графично (фиг. 5.1). На ординатната ос - кафе (благо Y), а на абсцисата - фреш (благо X)



— Алтернатива A показва, че ако потребителят си купи 6 кафета седмично, няма да може да си купи фреш.

— При алтернатива C , ако потребителят си купува само фреш, няма да има пари за кафе.

— Оптимална за потребителя е алтернатива B , която му дава възможност за 3 кафета и 2 фреша седмично.

Линията, която съединява точките A , B и C икономическата теория нарича бюджетна линия или линия на бюджетното ограничение.

Фиг. 5.1. Бюджетна линия (линия на равния разход)

Наклонът на бюджетната линия показва какъв разход може да се спести, ако се откажем от дадено благо, за да придобием със същите пари друго благо, без да се промени общият разход и общата полезност.

Преместване на бюджетната линия при променливи доход и цени

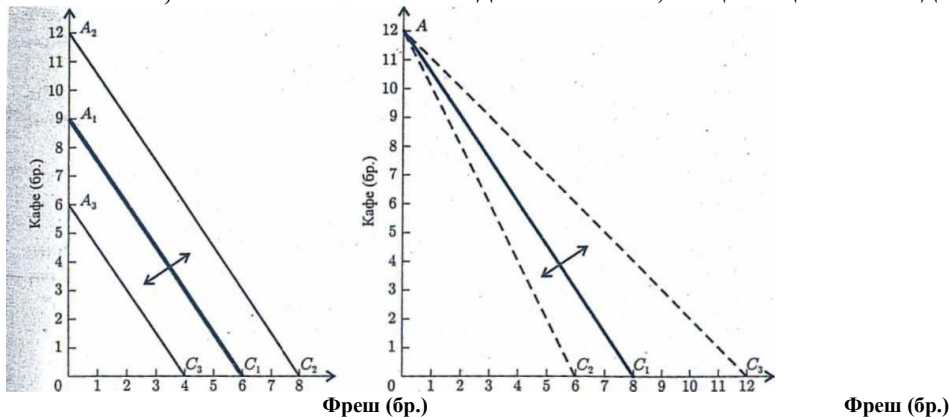
Разположението на бюджетната линия зависи:

» от величината на притежавания номинален доход » от равнището на цените на благата.

От това се определят бюджетното пространство, т.е. колко и какви стоки може да закупи потребителят, съответно — какъв избор може да направи.

• При промяна на дохода

— Ако доходът се повишава (например от 18 на 24 лв.), потребителят може да купи повече от благо X и от благо Y , ако запази тяхното съотношение, или да закупи повече и от двете блага в ново съотношение. Бюджетната линия ще се измести нагоре и надясно, успоредно на предходното си положение, но наклонът ѝ няма да се измени, защото цените на двете блага са непроменени.



а. При промяна на дохода

б. При промяна на цената

Фиг. 5.2. Изместване на бюджетната линия

— Ако ДОХОДЪТ се намалява бюджетната линия се измества наляво и надолу, успоредно на предходното си положение, без да променя наклона си. Потребителят сега купува по-малко блага (фиг. 5.2а).

• При промяна на цените

— Ако цените се увеличават, при постоянен доход бюджетната линия се измества по абсцисата наляво, в посока на часовниковата стрелка (фиг. 5.2б).

Ефект на заместването и ефект на дохода

При фиксиран доход и фиксирана цена на дадено благо промяната на цената на друго благо предизвиква:

— ефект на заместване на едното благо с другото;

— промяна на реалния доход на потребителя.

• Ако цената на дадено благо се промени при фиксиран доход и фиксирана цена на друго благо, промяната на относителната цена на благата ще предизвика заместването им.

Ефектът на заместване изразява промяната в структурата на потреблението заради поскъпването на дадено благо и заместването му с друго, относително по-евтино благо, и запазва реалният Доход.

• Ако цената на дадено благо се промени при фиксиран номинален доход, реалният доход на потребителя също се променя.

Така промяната в търсенето, предизвикана от промяната на цената на едно благо, води и до ефект на дохода.

Ефектът на дохода се изразява в промяната във величината на реалния доход и потреблението, предизвикана от изменението на цената на дадено благо, променяща покупателната способност на номиналния доход.

Ефектът на заместването и ефектът на дохода практически са свързани и се проявяват едновременно.

ПРОИЗВОДСТВОТО В КРАТКОСРОЧЕН ПЕРИОД

16. ПРОИЗВОДСТВОТО КАТО ПРОЦЕС. ПРОИЗВОДСТВЕНИ ФАКТОРИ

Производството като процес

Производството е сфера на икономиката, в която целенасочено се набавят, комбинират и преобразуват ресурси в блага (стоки и услуги) съобразно с обществените потребности, проявени на пазара като търсене.

От функционална гледна точка производството се състои от три момента: *вход* (приемане на ресурси от външната среда), *преобразователен процес* и *изход* (продукт, услуга, ефект).

- *На входа стоят ресурси.* Те са необходимо условие за производство, но сами по себе си са само възможност.
- *Във функция те стават производствени фактори,* а комбинацията им преобразуване - *производствен процес.*

Например работната сила като съвкупност от способности е ресурс. В действие е вече труд - производствен фактор, а във взаимодействие с други фактори - производство. Така е и с всякакви други ресурси - природни или капиталови.

- *На изхода са продуктите* (полезности, ефекти и пр.). От икономическа гледна точка няма значение дали са материални или нематериални, те са еднакво подчинени на икономическия закон:

Входът, преобразователният процес и изходът придават на производството цялостност и взаимна зависимост с външната технологична, икономическа и социална среда.

Производствените възможности са икономическият потенциал на една страна. Той зависи от разполагаемото количество и качество на ресурсите, от използваните технологии, от това - дали механизмите и организацията (правилата) улесняват или възпрепятстват производствения процес.

Основно значение в теорията на производството имат понятията *производствени фактори*, *производствен метод* и *производствена функция*.

Производствени фактори

На всеки производствен процес, са присъщи трите производствени фактора - труд, земя (природни дадености) и капитал. Съвременната теория прибавя към тях информацията, знанията и превръщането им в технологии и професионални умения.

• Трудът, като първичен (природно обусловен) производствен фактор е целесъобразно изразходване на физически, интелектуални и психически човешки сили с оглед създаването на определени блага.

Чрез количеството и качеството си трудът превръща ресурсите в действени фактори.

Количеството на труда се измерва с неговата маса (брой заети лица, продължителност и интензивност) и неговата производителност.

Качеството на труда се изразява чрез качеството и стойността на произвежданите продукти (услуги).

• **Земята, като първичен производствен фактор** е обобщаващо понятие за всичко, което може да се извлече от нея - добиви, полезни изкопаеми, води, гори, както и използването ѝ за строителни терени и пътища.

• **Капиталът, като производствен фактор** е произведен от взаимодействието на труда и природните дадености. Той е ресурсно вложение, с цел придобиване на доход в бъдеще.

Капиталът като производствен фактор бива:

- физически капитал

- човешки капитал, в т.ч. интелектуален капитал, реализиращ се като трудов фактор,

- финансов капитал (пари, акции, облигации, дялове), » социален капитал (институции) и пр.

• **Предприемаческата дейност** в развитата икономика също представлява *неавтономен производствен фактор*, чрез който рационалното се комбинира с останалите фактори - трудът, природните дадености и капиталът.

ПРОИЗВОДСТВЕН МЕТОД И ПРОИЗВОДСТВЕНА ФУНКЦИЯ

Производственият метод - начин за оптимизиране на производството

Производственият метод е начин на комбиниране на факторите така, че с дадено тяхно количество да се произведе максимален обем продукция. Разграничават се технически ефективен (във физически единици) и икономически (стойностно) ефективен производствен метод.

Технически ефективен метод е този, чрез който се осигурява максимален обем продукция от определено количество производствени фактори.

Например, ако фермер произвежда 20 тона картофи, колкото и негови конкуренти, при това с толкова машини, торове, земя и пр., колкото всеки друг, но с по-малко работници, неговият производствен метод е технически ефективният спрямо методите, прилагани от останалите фермери.

Не винаги технически ефективният метод е и икономически ефективен.

Икономически ефективен е този производствен метод, при който даден обем продукция се постига с минимални производствените разходи в стойностно изражение.

Икономически ефективният е и оптимален производствен метод.

Производствената функция като аналитичен инструмент

Производствената функция е математическа зависимост на продукта (който е на изхода на производствения процес) от факторите, използвани за неговото производство на входа.

Предвид това, производствената функция се възприема като необходим аналитичен инструмент за оптимизиране на производството.

Представя се чрез формулата

$$Q = f(F_1, F_2, F_3, \dots, F_n),$$

където Q е общото количество произведен продукт (зависима променлива), $F_1, F_2, F_3, \dots, F_n$ - използваните производствени фактори (независими променливи).

Като опростен вариант производствената функция може да се представи само чрез двата основни променливи фактора: L - труд и C - физически капитал чрез формулата $Q = f(L, C)$.

ВРЕМЕТО КАТО ФАКТОР ПРИ ОПТИМИЗИРАНЕ НА ПРОИЗВОДСТВОТО

За анализа на производството на всяка фирма е важно да се имат предвид въведените от Ал. Маршал *краткосрочен и дългосрочен период*, които се разграничават според наличието или отсъствието на неизменни (фиксиранни) производствени фактори.

Смисълът на фактора време (кратък или дълъг период) е в това, каква е възможността в кратък и в дълъг период фирмата да реагира на променящите се пазарни условия - да промени само величината на заетите или на работното време или да промени всички входни ресурси с оглед на ефективността на производството.

Кратък период

В икономически смисъл кратък период е този, при който поне един от производствените фактори е постоянен (фиксиран) и икономически не е изгодно да бъде променен.

Например, една фирма е в състояние текущо да изменя броя на заетите в нея лица - да назначава допълнителен брой или да освобождава част. Не стои така, обаче, въпросът с факторите за многократно използване - сгради с производствено предназначение, машини, инсталации и пр. В тях е вложен значителен финансов ресурс и не може преди да са се изхабили (физически или морално) да се извадят от употреба. В случая очевидно трудът е променлив фактор, а капиталът - фиксиран, постоянен фактор.

Дълъг период

В икономически смисъл дълъг период е този, при който всички фактори се разглеждат като променливи. Продължителността му зависи от характера на производството и обикновено е един инвестиционен цикъл.

Развитието на фирмата в дългосрочен план почива преди всичко на "стратегически решения" относно колко голяма да е фирмата; каква продукция да произвежда и в какъв обем; къде е най-добре да е нейното местоположение; в каква насока и как да се иновира; в какво съотношение да са високо-, средно-и нискоквалифицираните; кои да са доставчиците на суровини, на оборудване; какви да са връзките с клиентите и т.н.

17. КРАТКОСРОЧНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОИЗВОДСТВОТО: ОБЩ, СРЕДЕН И ПРЕДЕЛЕН ПРОДУКТ

При анализа на производство за всяка фирма е важна зависимостта на обема на производството от величината и вида на използваните производствени фактори. Целта е да се отчете **как, при други неизменни фактори, промяната в един производствен фактор влияе върху обема на производството в трите му форми - общия, средния и пределния продукт.**

Когато се говори за продукт, се има предвид неговото физическо изражение (бройки, метри, литри, килограми, тонове и пр.).

В стойностно изражение продуктът е равен на величината на физическия продукт по цената за единица.

Общ, среден и пределен продукт

- **Общият продукт е обемът продукт, получен от дадени производствени фактори през определен период.**

Може да се каже също, че общият продукт TP е продукт, произвеждан при дадени постоянни фактори и добавянето на поредни единици променлив фактор през определен период.

- **Средният продукт (AP) е продуктът, падащ се на единица производствен фактор (заето лице, капитал или природен ресурс).**

Например, ако променливият фактор е броят на работниците (трудът), средният продукт е продуктът на един работник. Той се получава, като общият продукт (TP) се раздели на броя на заетите лица (L), т.е. $AP = TP : L$.

В този смисъл **средният продукт е показател за равнището на производителност на труда.**

С нарастването на променливия фактор (L) отначало средният продукт и, значи, производителността расте, а след това намалява. Изменението на величината на пределния продукт е толкова, колкото носи увеличението на променливия фактор с единица.

- **Пределен продукт (MP) е прирастът на общия продукт вследствие използването на още една, добавъчна, единица променлив фактор при неизменни други фактори.**

$$MP = \Delta TP / \Delta L$$

Намаляваща производителност и изменение на производствената ефективност

При дадена технология и наличие на променлив производствен фактор при неизменност на други, величината на пределния продукт е подчинена на действието на закона за намаляващата производителност.

Законът за намаляващата производителност (възвръщаемост) гласи: при последователно увеличение на един от производствените фактори **и** неизменност на останалите, пределният продукт, породен от всяка добавъчна единица променлив фактор, отначало нараства, а след това постепенно намалява.

Например при дадени плещи, машини, суровини и пр. използването им предполага оптимално съотношение със заетите лица. До определен момент, с нарастването на променливия фактор това съотношение се подобрява и пределният продукт расте. Оптимумът е между това съотношение и съотношението на факторите, което изравнява пределния със средния продукт. Понататъшното увеличаване на променливия фактор вече влошава комбинирането му с постоянните фактори и ефективността на използването им. Пределният продукт постепенно клони към нула.

Промяната на съотношението постоянни - променливи фактори води до три етапа на изменение на ефективността на производството.

През първия етап нарастват пределният, общият и средният продукт до момента в който равнището на производителност се запазва независимо от промяната на променливия фактор с единица. Това е пределът на ефективното съотношение между факторите.

Вторият етап е етап на намаляваща ефективност на производството. Това обяснява намаляването и на пределния, и на средния продукт. Общият продукт обаче расте, макар със забавен темп. Той постига своя максимум щом пределният продукт стане нула $MP = 0$.

При третият етап се стига до крайно влошаване на ефективността на производството. Пределният продукт става отрицателна величина и не само средният, а и общият продукт намалява. Следователно една фирма трябва се придържа към първия етап, когато пределният и следният продукт са равни.

18. ДЪЛГОСРОЧНО ОПТИМИЗИРАНЕ НА ПРОИЗВОДСТВОТО

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА

Ако се анализира икономическата обстановка в една производствена единица в дълъг период, в който всички фактори са променливи, ще се види, че фирмата-производител стои пред два проблема: **какъв да бъде технологичният и какъв да бъде икономическият избор, (при дадено ниво на производството), в търсене на максимален обем на продукцията.**

Технологичният избор поставя проблема как да се комбинират, заместват и допълват производствените фактори.

Инструментите за анализ, които използва икономическата теория са **криви на производствено безразличие** (за краткост наричани изокванти, т.е. равни количества продукт) и т. нар. **пределна норма на техническо заместване на факторите.**

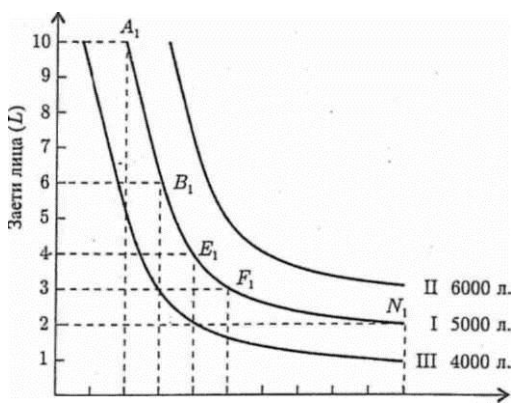
Икономическият избор се състои в това да се избере коя комбинация на производствените фактори (като стойност), е най-изгодна и осигурява равновесие на производителя.

Инструментите за анализ са: **бюджетната линия**, наричана за краткост изокоста, т.е. равни разходи, и **съпоставянето на изокостата с изоквантите, т.е. на разхода с прихода от продукта.**

19. КРИВА НА ПРОИЗВОДСТВЕНОТО БЕЗРАЗЛИЧИЕ (ИЗОКВАНТА)

Обща характеристика на кривата

Изокванта се нарича кривата на производственото безразличие, която представлява поредица от точки, показваща всички ефективни комбинации на два производствени фактора, с които се произвежда едно и също количество продукт (фиг. 7.1).



Фиг. 7.1. Криви на производственото безразличие (Карта на изоквантите)

Например на ординатната ос е нанесен увеличаващ се производствен фактор (брой заети лица), а на абсцисната ос - нарастващ производствен фактор (капитал). Изоквантните линии са три. При всяка от тях за определен период обемът на производството е различен: I - 5000 ; II - 6000; III - 4000 условни единици (примерно литра вино).

Точките A\, B\, E\, F\ и N\ на изокванта I изразяват различни комбинации на условни единици труд и капитал

капитал, но обемът на производството е еднакъв. При 10 заети лица и 2 единици капитал (т. A\); при 4 заети лица и 4 единици капитал (т. E\), при трима заети лица и 5 единици капитал (т. F\) и при двама заети лица и 10 единици капитал (N\) е все 5000 условни единици продукт.

— **При заместване на един производствен фактор с друг** в рамките на дадено ниво на разходите (например на труд с капитал) *има движение по изоквантната линия и изменение на нейния наклон.*

— При допълване на единия или и на двата производствени фактора и съответно нарастване на производствените разходи изоквантата се измества нагоре (от I към II) като израз на по-голям продукт.

— Обратно, при ограничаване на факторите изоквантата се измества надолу (от I към III), тъй като се произвежда по-малко.

Съвкупността от независими една от друга изокванти, разположени между абсцисната и координатната оси, образува картата на изоквантите (фиг. 7.1).

Пределна норма на заместване на факторите и изокванта

Пределната норма на заместване на производствени фактори (MRTS_f) е отношението, в което един производствен фактор замества друг, без да се изменя обемът на произвеждания продукт.

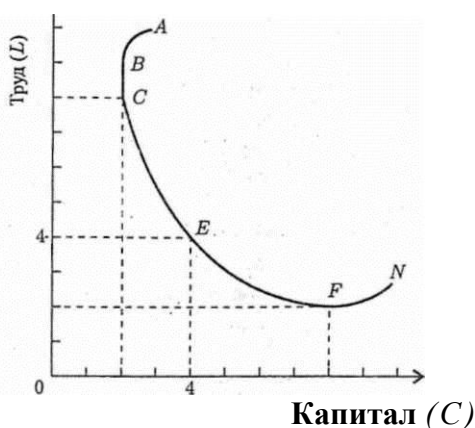
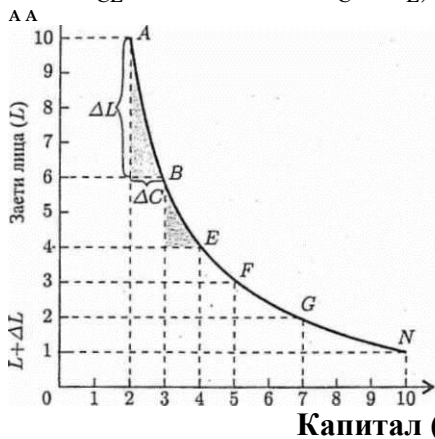
Например, ако приемем, че заместваният фактор е трудът, а заместващият - капиталът, т.е. фирмата се отказва от част от труда (L) и неговия продукт, като го компенсира с прираста на капитала (C) при което се реализира равенството:

$$\Delta C \cdot MP_C = - \Delta L \cdot MP_L, \text{ където:}$$

ΔC и ΔL са измененията във физическите обеми на капитала и на труда;

MP_C и MP_L са пределните продукти на капитала и на труда. След преобразуване на равенството се получава:

$$MRTS_{CL} = -\Delta L/\Delta C = MP_C/MP_L,$$



Фиг. 7.2. Пределна норма на Фиг. 7.3. Зона на заместване на техническото заместване на факторите и факторите наклон на изоквантата

При графичното представяне на пределната норма (фиг. 7.2) се вижда, че с нарастването на фактора капитал (C) неговата пределна производителност се понижава, а с намаляване на фактора труд (L) пределната производителност нараства. Оттук е ясно, че прирастът на капитала с поредни единици (фиг. 7.2) предполага отказ от все по-малко единици труд. Затова пределната норма на техническото заместване става все по-малка и изоквантата - все по-полегата.

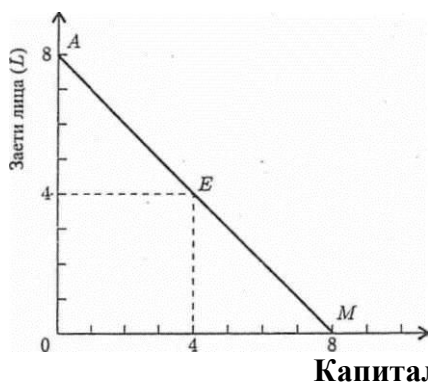
В този случай икономиката дефинира Закона на заместването, който гласи: с увеличаване количеството на един производствен фактор за сметка на друг фактор, нормата на заместване (наклонът на изоквантата) намалява.

20. МЕХАНИЗЪМ НА РАВНОВЕСИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Изоквантата показва само технически възможните комбинации на производствените фактори, даващи равен обем продукт. За избора на точно определена комбинация, обаче, е нужна и информация за разполагаемия доход (бюджет) и за равнището на цените на производствените фактори. Тази информация дава бюджетната линия и нейното изместване.

Бюджетна линия (изокоста)

Бюджетната линия е права, показваща възможните количества производствени фактори в определено съотношение, които производителят може да закупи през определен период с разполагаемия бюджет при дадени цени на факторите (фиг. 7.4).



Фиг. 7.4. Бюджетна линия (изокоста)

Например алтернативите, пред които стои производителят, от финансова гледна точка, в рамките на разполагаемия бюджет са да наеме само работници (т. *A*), без да купува машини, или ако купи само машини, няма да може да наеме работници (т. *M*).

Бюджетната линия (*A — E — M*), наречена изокоста, изобразява състоянията при които производствените фактори са взаимно допълващи се и взаимно заместващи се. Тя е линейна намаляваща функция със спадащ наклон. Всяка точка от нея е някаква пропорция в рамките на разполагаемия бюджет.

Максимален производствен обем (равновесие на производителя)

За да се постигне максимален обем на производство, при дадени бюджетни възможности (разходи) икономическата теория предлага търсене на решение чрез съпоставяне на изокостата с изоквантата.

Следователно максимален обем производство и равновесие на производителя ще има при равенство на двете отношения - това на цените на факторите и това на техните пределни продукти, т.е. ако $p_c : p_L = MP_C : MP_L$. След преобразуването получаваме, че $MP_C : p_c = MP_L : p_L$.

Това равенство, показва, че фирмата е реализирала принципа на равния предел.

Следователно оптимална комбинация на производствените фактори и максимален обем продукт се получава, когато всеки допълнителен лев, изразходван за прираст на който и да е фактор, носи еднакъв пределен продукт.

21. ЕФЕКТИ НА ПРОМЕНЕТЕ В ДОХОДА И ЦЕНИТЕ. ПЪТ НА РАЗВИТИЕТО И МАЩАБ НА ПРОИЗВОДСТВОТО

Изменението на дохода (бюджета) на производителя и на цените на производствените фактори променя обема на разходите и на приходите (нивото на изокостата и изоквантата).

- Ако доходът нарасне или цените се понижат, изокостата и изоквантата се изместват нагоре - производителят закупува повече производствени фактори и обемът на производството се увеличава.

- Обратно, ако доходът на производителя по някаква причина (например увеличаване на данъците) се понижи, или цените на факторите се повишат, изоквантата и принадлежащата към нея изокоста се изместват надолу - закупуват се по-малко производствени фактори и се свива обемът на производството.

Ефект на заместването и ефект на дохода

Ефектът на заместването се състои в промяната на структурата на факторите, с цел да се запази величината на разходите за единица продукт и на продуктивния обем.

Например, когато цената на един производствен фактор се повиши в сравнение с цената на друг фактор, производителят намалява използването на поскъпналия фактор и с икономисания доход закупува повече от относително по-евтиния фактор.

Да допуснем, че бюджетът и цената на капитала са фиксирани, но се повишава (по различни причини) заплащането на труда. Тази промяна покачва абсолютната и относителна цена на труда и понижава относителната цена на капиталовото оборудване (на машините, инсталациите, инструментите и пр.).

Ефектът на дохода се състои в промяната на реалния доход (бюджет) на производителя, т.е. в това, какво количество фактори може да се закупи, а не в това - на каква номинална парична сума възлиза.

Ако допуснем, че цената на един производствен фактор се понижи, при фиксиран номинален доход (бюджет) на производителя, относително доходът се повишава - с него може да се закупят повече фактори.

Обратно, ако цената на един от факторите се повиши, разполагаемият бюджет относително намалява - закупуват се вече по-малко фактори и се произвежда по-малък обем от продукта. Причината е в изменението на цените на факторите.

Проявлението на ефекта на заместването и на ефекта на дохода е едновременно и взаимно свързано.

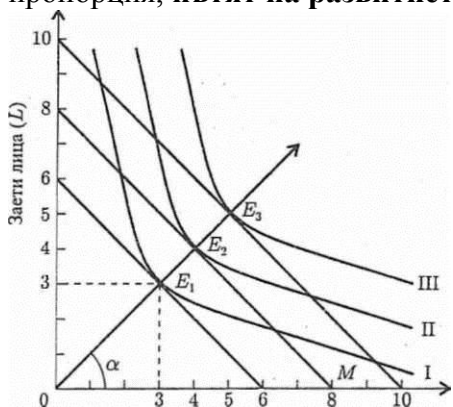
Пътят на развитието - ефект на изменението на дохода и на относителните цени на факторите

Да допуснем, че при фиксирани цени на производствените фактори нараства последователно бюджетът на производителя. Резултатът е изместване на изокостата нагоре. Понеже няма промяна в съотношението на цените на факторите, **наклонът на изокостата остава същият - тя се измества успоредно на предходното си положение.**

Съответно на това се измества и изоквантата - с наличния бюджет се закупуват повече производствени фактори в определена пропорция.

Ако се съединят с линия точките, в които намиращите се една над друга изокости са допирателни на съответните изокванти, се получава т. нар. път на развитие (мащаба на бизнеса на фирмата). Той може да бъде:

— Ако се закупуват повече производствени фактори - да кажем труд и капитал - в една и съща пропорция, **пътят на развитието е права ъглополовяща линия** (фиг. 7.7).



Пътят на разширяване на бизнеса, извеждан от точките, в които изокостите са допирателни на изоквантите, показва **оптималното комбиниране** на производствените фактори. То осигурява, от една страна, **максимален обем производство** и, от друга страна, вследствие на това - **минимални разходи** за единица продукт.

Капитал(C)

Фиг. 7.7. Път на развитието

22. ВЪЗВРЪЩАЕМОСТ ОТ МАЩАБА НА ПРОИЗВОДСТВОТО

Под **възвръщаемост от мащаба на производството** се разбира нарастването на производствения резултат вследствие пропорционалното увеличаване на всички производствени фактори.

Възвръщаемостта от мащаба се установява като отношение на процентното изменение на продукта към процентното изменение на използваните фактори по формулата:

$V = \Delta Q / Q \div \Delta(L+C)/L+C$, където:

V - коефициент на възвръщаемост; $\Delta Q / Q$ - процентно изменение на продукта; $\Delta(L+C)/L+C$ - процентно изменение на използваните фактори.

Коефициентът може да има три значения:

— Ако $V = 1$, имаме **постоянна възвръщаемост от мащаба**. Например при двойно увеличаване на производствените фактори, двойно нараства и продуктът. Като следствие разходите за единица продукт остават неизменни.

— Ако $V > 1$, налице е **нарастваща възвръщаемост** и, следователно, **икономии на ресурси от мащаба**. Прирастът на произвеждания продукт е по-голям от прираста на производствените фактори. В резултат разходите за единица продукт намаляват, което е особено изгодно за фирмата от гледище на нейната конкурентоспособност.

— Ако $V < 1$, има **намаляваща възвръщаемост**, т.е. прирастът на продукта е по-малък от прираста на факторите за произвеждането му. По тази причина се реализират **загуби на ресурси от мащаба**. Разходите за единица продукция нарастват и фирмата губи конкурентоспособност.

РАЗХОДИ, ПРИХОДИ И ПЕЧАЛБА НА ФИРМАТА

Финансовият резултат има определено значение за фирмената дейност. Той е следствие от съпоставянето на разходите и приходите за конкретен отчетен период. Финансовият резултат може да бъде като положителен (печалба), така и отрицателен (загуба).

23.ВИДОВЕ РАЗХОДИ НА ФИРМАТА

Фирмените разходи се различават по обхват, вид, характер и период. е По обхват разходите на една фирма са преди всичко

— **Производствени** (за ресурси, технологии, придвижване на продуктите до потребителя, управление); от своя страна се делят на *общи* (отнасят се към производството като цяло) и *специфични* (правят се за точно определен продукт).

— **Финансови и извънредни** (за неустойки, лихви, данъци, комиси-они и пр., или за непредвидени обстоятелства.)

— **Транзакционни разходи** (за сделки, за информация, маркетингови проучвания, реклама, продажби, преговори, арбитраж, водене на дела за защита на собственост и др. п.)

• По вид производствените разходи са

— **Парични** - наричат се още *явни* или *счетоводни разходи*, тъй като са установими по счетоводен път.

— **Алтернативни разходи.** Алтернативният разход за направения избор отразява стойностната величина на пропуснатата полза от пренебрегната друга най-добра алтернатива за използване на дадени ресурси.

— **Икономическите разходи на фирмата формират съвкупността от паричните (явните) и алтернативните (неявните) разходи.** Те са инструмент за анализ на действителното финансово състояние на фирмата и за нейната адаптация.

• По характер производствените разходи биват

— *Постоянни разходи,*

— *Променливи разходи,*

— *Съвкупни разходи,*

— *Средни и пределни разходи.*

• Според периода за който се отнасят, фирмените разходи са

— *Краткосрочни производствени разходи* - това са разходите за текущото производство.

— *Дългосрочни.*

Всяка от класификациите на фирмените разходи има важен аналитичен смисъл за дейността на фирмите. Основно значение за оптимизиране дейността на фирмата имат първо краткосрочните и дългосрочните разходи, второ постоянните, променливите и съвкупните, в т. ч. алтернативните; трето, средните и пределните разходи.

24.КРАТКОСРОЧНИ ПРОИЗВОДСТВЕНИ РАЗХОДИ

Под производствени разходи на фирмата се разбира паричният израз на разходите за ресурси, необходими за производството на определен обем продукти и посрещане на други задължения. Равнището на разходите зависи от цените на ресурсите, от обема на производството и от това - колко ресурси се използват за единица продукт.

Постоянни, променливи и съвкупни разходи

- **Постоянни разходи (FC)** са тези, чиято обща сума текущо не се изменя. Те не зависят от обема на производството. Постоянният им характер идва от наличието на постоянни (фиксиранни) елементи на производството (сгради, машини, съоръжения и пр.). Техният относителен дял *в единица продукт* обаче се променя обратно на изменението на неговия обем, т.е. ако той расте, обемът намалява и обратно. Постоянни разходи са: наемите, административните разходи, разходите за осветление, за отопление и др. п.

• **Променливи или оперативни разходи (VC)** са тези, чиято обща сума се изменя с изменението на обема на производството. С растежа на производството променливите разходи също растат. И обратно - намаляват, ако производството се ограничава. Такива са разходите за труд, за суровини, материали, горива, транспорт, складове, комисиони и др. и.

• **Съвкупните разходи (TC)** представляват сумата от постоянните и променливите разходи, т.е. $TC = FC + VC$.

Средни и пределни разходи (разходи за единица продукт)

Средните и пределните разходи на фирмата показват колко струва на фирмата единица продукт. Поради това се наричат още единични разходи. • *Средните разходи от своя страна биват:*

— **Средните постоянни разходи (AFC)** - показват какви са разходите за единица продукт. Изчисляват се като отношение на стойността на съвкупните постоянни разходи (FC) към стойността на произведеното количество продукт (Q). т.е. $AFC = FC/Q$.

— **Средните променливи разходи (AVC)** се определят като отношение на съвкупните променливи разходи (VC) и количеството произведен продукт (Q), т.е. $AVC = VC/Q$. Те изразяват в пари величината на променливите разходи в единица продукт.

— **Средните съвкупни разходи (ATC)** се определят като отношение на съвкупните разходи и количеството продукт, т.е. $ATC = TC/Q$ или като сума от постоянните и променливите разходи. Те носят обобщаваща информация за производственото поведение на фирмата.

- **Пределните разходи (MC)** представляват увеличението на съвкупните разходи, обусловено от производството на една допълнителна единица продукт.

Определят се като отношение на прираста на съвкупните разходи (ΔTC) спрямо прираста на продукта на фирмата (ΔQ), т.е. $MC = \Delta TC/\Delta Q$.

Пределните разходи имат ключово значение при вземане на оптимално решение от фирмата как да използва ресурсите си.

ДЪЛГОСРОЧНИ ПРОИЗВОДСТВЕНИ РАЗХОДИ.

В дълъг период всички производствени фактори, използвани от фирмата, са променливи. Това влияе на нейните разходи.

За да се постигнат минимални разходи при производството в дълъг период от значение са: - цените на ресурсите;

- технологичният режим на производството;

- реализиране на принципа на равните пределни производителности, (т.е. всеки допълнително вложен лев, в който и да е фактор носи еднакъв пределен продукт).

Затова, фирмата взема решение за физическия обем на производството при един или друг технологичен режим, и следователно за изоквантата (линията на равните количества продукт при всяка комбинация).

Връзка на краткосрочните с дългосрочните разходи: дългосрочна обвивна крива

На практика между средните съвкупни разходи в кратък период и средните разходи в дълъг период съществува връзка.

Чрез краткосрочните средни разходи и съответните обеми на производството) са показани краткосрочните криви на три технологични режима на производството, които следват еднаква логика - спад, постигане на минимални разходи, повишаване на разходите и преминаване към нов технологичен режим.

След всяка нова технологична промяна разходите намаляват и кривата се измества надолу, но само до определен момент.

Тъй като действието на закона и в дълъг период не може изцяло да бъде преодолян, ефектът от смяната на технологичния режим води до далеч по-слабо изразена "седлообразна" форма на кривата.

Тази крива съеднява последователните точки на минималните краткосрочни средни разходи във вид на плавен обвивен контур.

От казаното следват два извода за фирмената дейност:

- необходимо е периодично да се сменя технологичния режим
- необходимо е периодично да се разнообразява фирмената дейност, за да се преодолява спадащата доходност и да се ограничават рисковете.

25. ПРИХОДИ НА ФИРМАТА.

ОБЩ, СРЕДЕН И ПРЕДЕЛЕН ПРИХОД

• **Приходите на фирмата са всички нейни парични постъпления през определен период, идващи от продажби и от други извънредни или случайни източници (лихви, дивиденди, обезщетения и пр.).** Те включват приходите от дейност, финансовите и извънредните приходи. Основно значение имат приходите от дейност (TR), чийто източник са продажбите на фирмени продукти (материални блага или услуги).

Доходът е парично или остойностено натурално възнаграждение (възвръщаемост). Той е икономическа реализация на използвани производствени фактори (труд, земя, капитал и предприемачество) или на други права (продажби, наследяване, *хазарт* и пр.).

Общ, среден и пределен приход

• Общият приход (TR) са паричните постъпления от продажба на собствени или закупени продукти (блага или услуги) през определен период. За всеки вид продукт приходът на фирмата е $TR = p \cdot Q$, където p е цената на един брой, а Q е количеството продукт.

Ако фирмата произвежда и продава различни продукти, например материално благо и някаква услуга - общият приход е сумата на приходите ' за всеки от тях.

• Средният приход (AR) е паричното постъпление от продажбата на единица продукт през даден период (ден, месец и пр.)

Определя се като отношение между общия приход (TR) и количеството продукт (Q), т.е. $AR = TR : Q$. След като се замести TR се получава

$AR = p \cdot Q / Q = p$, т.е. средният приход е равен на продажната цена на единица продукт.

• Пределният приход (MRP) е добавъчният приход от всяка допълнително продадена единица продукт. Проявява се като *прираст* на общия приход (ATR), отнесен към прираста на продуктовото количество (AQ), т.е. $MRP = ATR : AQ$.

26. ПЕЧАЛБИ И ЗАГУБИ НА ФИРМАТА

Печалбата е превишение на приходите над разходите на фирмата през определен период. В този смисъл тя е чиста изгода, доход.

От гледище на счетоводния и на икономическия подход печалбата бива:

— *Счетоводна печалба (AP)*. Това е сумата, с която фирмата разполага, получена като разлика от общите приходи (TR) и общите разходи (TC) за определен период, т.е. $AP = TR - TC$.

Счетоводната печалба включва дължими данъци, лихви и пр. Тя е рамката, в която финансовият резултат на фирмата се показва като незадоволителен, като нормална печалба или и като включващ икономическа (наднормена) печалба.

— *Нормална печалба* е тази, която има обичайна (за отрасъла) относителна величина (норма), удовлетворяваща фирмата и я задържа в бизнеса, в който тя оперира.

— *Икономическа печалба*. Тя се проявява като прираст над нормалната печалба, като свръхнормална печалба. Затова може да се каже: *икономическата печалба е чистата изгода на фирмата над нормалната печалба*.

— *Брутна печалба* се формира от разликата между приходите от дейност и преките разходи за дейността на фирмата. Тя показва смисъла от функционирането на фирмата, особено ако брутната печалба е отрицателна величина и не може да покрие непреките разходи.

— *Оперативна печалба* се получава след като от брутната печалба се приспадат и непреките (обща) разходи - административни, за външни услуги, за възнаграждения на управляващите, за отопление и осветление, амортизации, дължими лихви и пр.

— *Чиста печалба* на фирмата се получава като оперативна печалба преди данъчното облагане.

— *Балансова печалба* се получава след приспадането от -чистата печалба на дължимия данък, на дивидентите на акционерите (ако има такива).

Възвръщаемост на капитала (норма и маса на печалбата)

Възвръщаемостта на авансирания от фирмата капитал е необходим инструмент за измерване ефективността на цялостната и дейност или на отделни алтернативни инвестиционни проекти.

Този инструмент се нарича норма на възвръщаемост (норма на печалбата) на капитала.

Нормата на възвръщаемост (Rr) е печалбата (P) преди или след данъчното облагане като процент от вложения капитал (C) на фирмата $Rr = P \cdot 100 : C$.

Например, фирма "X" през 2008 г. е реализирала чиста печалба в размер на 100 х. лв., а вложеният собствен капитал е 1 млн. лв. Постигнатата от нея нормата на възвръщаемост е $100\,000 \times 100 : 1\,000\,000 = 10\%$.

При определяне нормата на възвръщаемост на инвестициите (RI) от значение са пределният приход (MR), пределният разход (MC) и влиянието на лихвения процент върху величината на пределния разход $RI = (MR - MC) \cdot 100.0 : MC$.

ПРЕДЛАГАНЕ ПРИ СЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ

27. СЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ

Основният проблем на пазарната икономика е колко да произвеждат и предлагат фирмите на пазара, за да максимизират печалбата си или да минимизират загубата.

Същност и видове конкуренция

Конкуренцията е състезание между пазарни участници (между продавачи или между купувачи) за придобиване на определени изгоди.

Конкуренцията предполага постигане на пазарни предимства със законообразни икономически средства. В този смисъл тя има конструктивно-стимулираща роля в икономиката.

Съществуват различни видове конкуренция.

» Според предмета на конкурентната борба се различават *вътрешно-отраслова* и *междуетраслова конкуренция*.

— Вътрешноотрасловата конкуренция е между фирми, предлагащи сродни продукти. Тя се води за място на пазара и изгоди при продажбите - локализация, клиента, оборот, пазарен дял и пр.

— Междуетрасловата конкуренция (между фирми от различни отрасли) е за най-ефективно влягане на капитала. Тя е борба за бъдещето.

• Според използваните средства, има *ценова* и *неценова конкуренция*.

— Ценовата конкуренция е за продажби по най-изгодни цени.

— Неченовата - това е конкуренцията чрез качество и надеждност на продукта, асортимент, опаковка, реклама, качество на обслужването и пр.

• Според произхода на участниците конкуренцията е *вътрешно-национална* (между местни фирми) или *външна, международна* (между местни и чуждестранни участници на националния или международния пазар). *Щ*

• Според условията на протичане и характера ѝ, се различават *съвършена (перфектна)* и *несъвършена (неперфектна) конкуренция* - те имат най-голямо значение. Предполагат различни степени на икономическа свобода и на възможности за налагане на ограничения и за манипулиране на пазара.

Признаци на съвършената конкуренция

Съвършената конкуренция е модел на една "атомизирана", част-но-собственическа, идеално функционираща пазарна икономика. Участниците влизат свободно, на доброволни договорни начала в търговски взаимоотношения. Никой не доминира и цените се формират от пазара въз основа на съотношението между стоковото търсене и предлагане.

Тя се характеризира с:

- *Голям брой продавачи и купувачи*, действащи независимо един от друг. Всеки от тях има толкова малък дял от пазара, че не може да влияе върху равнището на цените.

- *Еднородност на производствените фактори* или на продуктите в отрасъла, което не дава основание на купувачите да имат предпочитания. За тях е все едно от кого купуват, което изостря конкуренцията.

- *Свободен достъп до пазара* на продавачи и купувачи.

- *Мобилност* (свободно движение) на хора, стоки и капитали.

- *Пълна прозачност* - допуска се, че всяка фирма или потребител могат да се информират за качествата на стоките и услугите, както и за нивото на техните цени.

Фирмата, действаща при условия на съвършена конкуренция, е *съвършен конкурент*, а пазарът със съвършена конкуренция е *съвършено конкурентен пазар*.

Значение на съвършената конкуренция

Конкурентният пазар изпълнява функциите си на информационен, разпределителен, координиращ и приспособителен механизъм на пазарната икономика.

Съвършената конкуренция има *предимства* и недостатъци.

Предимствата са: » Всеки от икономическите агенти взема решения сам, за своя сметка и на своя отговорност - какво, как и за кого да произвежда или да купува.

» Всички икономически агенти ефективно влягат и използват наличните ресурси.

» Съчетават се интересите на потребителите и производителите, на индивидите и на обществото.

Личният интерес се реализира като се задоволява общественият и обратно.

Недостатъците са:

» Голям брой малки и средни по капацитет фирми на пазара, слаби във финансово и мениджърско отношение, на които липсват възможности да правят научно-приложни изследвания, нововъведения и да се развиват технологично - в собствена и обществена полза.

» Неустойчивост и несигурност на икономическото и социалното развитие с присъщи периодични кризи, безработица, фалити, инфлация, социална поляризация и други негативни явления. Те са цената, която се заплаща от обществото за положителните характеристики на пазарната икономика.

28. ПРЕДЛАГАНЕ ПРИ НЕСЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ НЕСЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ. ПАЗАРНИ СТРУКТУРИ

Като резултат от логиката на развитие на икономиката, постепенно съвършената конкуренция прераства в несъвършена конкуренция.

Като конкретни предпоставки за установяване на несъвършените структури може да се посочат:

— *Значителни ресурси се концентрират в малко на брой преуспеващи фирми, притежаващи големи пазарни дялове, като следствие от:* конкуренцията, капитализирането на печалби, иновациите, поглъщанията, придобиванията, фалитите и пр., естествено, а не рядко и с помощта на държавата.

— *Постепенно се преминава към диференциация (различаване, разнообразяване) на продуктите, появяват се много заместители.*

— *Възникват, а и чрез правителството се налагат технологични, икономически или юридически бариери пред свободното влизане на нови фирми в даден отрасъл.*

— *Ограничава се прозрачността на фирмената дейност.* Налагат се промишлената и търговската тайна, неприсъщи за съвършената конкуренция. Ограничава се достъпът до информация с оглед да се запазят постигнати конкурентни предимства.

Следователно при несъвършената конкуренция са нарушени някои или всички условия на съвършената конкуренция с оглед на придобиване на пазарна власт — влияние върху търсенето, предлагането и цените.

- Организационни форми и пазарни структури

Основната стопанска единица при несъвършена пазарна структура е *фирмата*, която притежава и управлява едно или повече предприятия с отделена собственост от управлението.

- *С цел придобиване на пазарна власт, при несъвършена конкуренция възникват различни междуфирмени правно-организационни форми на споразумения, в т.ч.:*

» *Пул* - временно съглашение за извършване на определени бизнес-операции.

» *Акционерни дружества* - като средство за придобиване на икономическа мощ, почиваща върху сливането на собственост на различни субекти с оглед на обща дейност.

» *Картел* - формално споразумение между фирми за контрол върху пазара и стабилност на производството. Запазвайки самостоятелността си, при картелиране, фирмите договарят цени, производствени обеми, пазарни дялове, доставчици, клиентела, дори имат общи агенции за продажби, разпределение на печалби и пр.

» *Сливания* - обединяване на две или повече фирми с оглед на пазар-тна власт, ограничаване на конкуренцията, научни изследвания и пр. Може да са между произвеждащи еднакви продукти (хоризонтални сливания), между технологично свързани фирми - от добива на суровини до крайния продукт (вертикални сливания), или на несвързани фирми (конгломератни сливания).

» *Холдинг* - състои се от "компания-майка" с голяма пазарна власт, постигната не чрез инвестиции, а чрез контрол над други "дъщерни компании", въз основа на притежаването на контролни пакети от акции в тях.

» *Консорциуми, концерни, алианси* и др.п. - с многостранна диференцирана дейност с оглед преодоляване на конюнктурни рискове.

В резултат на всички тези предпоставки и породилите ги особености пазарът от структурата на съвършената конкуренция наричана още полипол преминава към структури на несъвършената конкуренция

- *монополистична конкуренция, олигопол и чист монопол.*

Таблица 10.1. Характеристики на основните пазарни структури

Вид пазар Показатели	Свършена конкуренция (полипол)	Несвършена конкуренция		
		Монополистична конкуренция	Олигопол	Чист монопол
Брой продавачи	много	много	няколко	един
Продукт	еднороден	диференциран	диференциран	без избор
Бариери за достъп	няма	незначителни	високи	непреодолими
Достъп до информацията	пълнен	почти пълен	ограничен	няма
Конкуренция	ценова	ценова и неценова	неценова	няма
Контрол на цените	няма	ограничен	значителен	абсолютен

От таблицата се вижда, че *определящ за вида на несвършената пазарна структура е контролът върху цените*. Затова може да се каже, че *пазарите, на които продавачите или купувачите влияят върху пазарните цени, са пазари с несвършена конкуренция*.

Общата обединяваща характеристика на всички структури на несвършената конкуренция е намаляване на цените, като условие за увеличаване обема на предлагания продукт.

Предимствата на несвършените конкурентни структури може да се сведат до следното:

- » установяват се нови основи на организация на бизнеса;
- » става възможно осъществяването от фирмите на бърз научно-технически прогрес;
- » постига се масовост на производството, което осигурява на потребителите висок жизнен стандарт, а на фирмите - икономии от мащаба на производството;
- » бизнесът се интернационализира.

Като недостатъци на несвършените структури могат да се посочат:

- » фирмите - несвършени конкуренти маневрират с производствените обеми и влияят на търсенето, предлагането и равнището на цените;
- » наличието на бариери пред мобилността на производствените фактори и конкуренцията ограничава действието на пазарните механизми;
- » затруднява се достъпът до информацията със значение за адекватни бизнес-решения.

29. МОНОПОЛИСТИЧНА КОНКУРЕНЦИЯ

Когато има пазарна конкуренция, няма монопол, а когато има монопол - няма конкуренция, т.е. двете *структури взаимно се изключват*.

Но има пазарна структура, която е комбинация между двете структури. Това е монополистичната конкуренция.

Същност на монополистичната конкуренция

Монополистичната конкуренция е пазарна структура с голям брой относително малки фирми, които упражняват пазарно влияние чрез предлагане на диференцирани продукти-близки заместители. Благодарение на това всяка от тях владее определен сегмент от пазара и придобива временно монополно положение.

Ценова и неценова монополистична конкуренция

Фирмата-монополистичен конкурент в рамките на кратък период поддържа цената на специфичния си продукт над средните си разходи. По този начин си гарантира високи печалби, с което икономически реализира временното си монополно положение. То ще бъде временно, тъй като пазарът е отворен за фирми-"пришълци", привлечени от високите печалби, предлагащи нови продукти-заместители на по-конкурентни цени. Този подход е доста рискован, защото в резултат на предлагането, цените започват да падат и икономическата печалба постепенно изчезва.

Фирмата-монополистичен конкурент в дълъг период продава по цени, съответстващи на средните разходи, но по-високи от минималните, понеже държи да има известни свободни мощности. Това, обаче, изяжда нейната икономическа печалба, която става нулева и тя трябва да се задоволява с нормална печалба.

Следователно фирмите монополистични конкуренти имат малки възможности да се конкурират чрез цените. За да поддържат печалбите си те разчитат и на *неценови средства* — *новост, качество, надеждност на щ продуктите; добре локализирана реализационна мрежа; реклама; гаранционни срокове; култура на обслужването: следпродажбено обслужване и др.п.* По този начин си осигуряват конкурентоспособност, по-голям търговски оборот, респективно - по-големи печалби.

Максимизиране на печалбата. Краткосрочно и дългосрочно равновесие на фирмата

Фирмата монополистичен конкурент може да максимизира своята печалба само в рамките на своя пазарен дял, като се стреми да не търси равновесна цена (p_E) и равновесно количество (Q_E).

Реализирането на икономическа печалба обаче е временно явление, понеже е временно монополното положение на фирмата.

• В дълъг период (фиг. 10.1.6), поради липсата на сериозни бариери, високата печалба привлича конкуренти. Продуктовото предлагане в отрасъла се увеличава и разнообразява, вследствие на което част от търсенето на продукта на фирмата постепенно спада, равнището на цената също спада, но тя все още има максимална печалба, докато $p > ATC$.

30. Олигопол

Олигополът е пазарна структура, при която ограничен брой големи компании контролират производството и продажбата на преобладаваща част от продукт в даден отрасъл на икономиката.

За олигопола са характерни:

- » диференциацията на продукта;
- » високи бариери, възпрепятстващи появата на нови "играчи"; » ограничен достъп до информацията;
- » неценовата конкуренция чрез реклама и други маркетингови прийоми;
- » контрол върху цените.

Днес няма отрасъл на икономиката, в който да не доминират олигопол-ни образувания.

Олигополите са резултат на тенденцията в икономиката към *концентрация* на капитал и труд.

Фейлетонист пише, че се събуждал с мобилния си "Нokia", поглеждал своя "Сейко", набързо употребявал "Джилета", грабвал "Опела", вземал в "МакДо-налдс" своята "Лаваца", спирал за момент в "Унокредитбанк" и пристигал в офиса на "Стандарт"... Факт е, че живеем с продуктите на сзетовни олигополни компании.

При олигополната структура големите компании определят поведението на конкурентите и го вземат предвид при изработване на своята стратегия. В редица случаи то е свързано с яростно съперничество, дори с "търговски войни" по отношение обема на производството, продажбите и цените.

С оглед на избягването на остри противоречия се преминава към *стратегическо взаимодействие*, което се изразява най-често в *споразумения* (чрез таен или явен сговор или без сговор), с цел - *стабилност и осигуряване на високи печалби*. Те допринасят за издигане на икономически и организационни *бариери*, правещи трудна и дори невъзможна появата на нови "играчи".

Олигополно равновесие (максимизиране на печалбата)

При олигопол, както и при другите несвършени пазарни структури (конкуренция и чист монопол):

- съвкупното търсене (D) определя цената, независимо дали на фирмен или на отраслов продукт;
- обемът на производството и предлагането се оптимизира при изравняването на пределния приход с пределния разход - т. M , в която $MR = MC$.

31. ЧИСТ МОНОПОЛ

Чистият монопол е пазарна структура, при която производството и продажбите на даден продукт, нямащ близки заместители, се осъществяват от една единствена компания.

Обща характеристика и видове чист монопол

Монополът се характеризира с:

- » наличие на единствен производител и продавач;
- » липса на прозрачност (възможност за достъп до информацията);
- » няма възможност за избор от страна на купувачите;
- » има почти непреодолими бариери за поява на други производители;
- » отсъства конкуренция и се установява несподелена пазарна власт;
- » неизбежна намеса на държавата и установяване на регулации.

Появата на монополни образувания на локално или национално ниво (при снабдяване с вода, електричество, газ, топлина, телевизионни излъчвания, комуникации, продукти с военно предназначение и мн. др.) създава икономически отношения, различни от тези при другите пазарни структури. Заради определени интереси се диктуват параметрите на сделките - обем, качество, цени, начин на доставки, обслужване и пр.

Съществуват, два вида монополи - естествени и институционални.

— **МОНОПОЛЪТ** е естествен, ако е спонтанен резултат на пазарните сили и ако само в такава форма се минимизират разходите. Например по-евтино за обществото е да има не повече от една водопроводна, или топло-, електро-, тръбопроводна мрежа. Абсурдно е всяко домакинство да разполага със свой водопровод.

— *Монополът е институционален, когато е установен по държавни съображения* - нужда от по-голям мащаб на производство: налагане на ограничения за навлизане на нови производители (например на продукти с военно предназначение); осъществяване на внос на специална продукция или по съображения на конкуренция при неприемливо частно монополизирание на пазара на даден продукт и др.п.

ПАЗАРИ НА РЕСУРСИ

32. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА РЕСУРСИТЕ (ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ ФАКТОРИ)

Ресурсите са елементите на производството. Основните ресурси, когато се приведат в действие стават фактори за производство.

Класическите производствени фактори са земята, трудът и капиталът.

- *Земята е първична природна даденост, уникален ресурс, който включва всички надземни (гори, води, растения и животни) и подземни (полезни изкопаеми) блага.* Тя е естествената среда, в която протича цялостната жизнена, включително и стопанска, дейност на човека.

- *Трудът е субективният елемент без който производството не може да се осъществи.* Съвкупността от физически, умствени и психически способности на хората представлява първичната човешка работоспособност. *Ресурсът — работна сила, приведен в действие, е труд.* Ако се направят допълнителни разходи за повишаване на неговите качествени характеристики, трудът се превръща в "човешки капитал".

- *Капиталът е вторичен по своя характер,* защото е продукт на производствен процес. Затова често се определя като свързващо звено между човека и природата.

В съвременните условия все по-голямо значение като ресурси придобиват *информационният ресурс и предприемачеството.*

На ресурсните пазари се формират цените на производствените фактори. От една страна, от тях зависят разходите за производство, които правят купувачите на ресурси, и от друга страна - доходите на продавачите на ресурси - работната заплата, като доход от труд; рентата; като доход от земя; и лихвата и печалбата, като приходи от капитал.

Цените на ресурсите - труд, земя и капитал - приемат формата съответно на работна заплата, рента, лихва и печалба и се присвояват като приходи от съответните им собственици.

33. РАВНОВЕСИЕ НА ФАКТОРЕН ПАЗАР

Равновесието на един факторен пазар предполага, че интересите на участниците (продавачи и купувачи) на пазара съвпадат, т.е.:

- търсеното количество от определен производствен фактор съвпада с предлаганото от него количество;

- цената на търсене съвпада с цената на предлагане;

- пределните приходи от продукта на фактора съвпадат с пределните факторни разходи или:

$$MRP_F = MC_F;$$

- допълнителните разходи по наемането на единица допълнителен ресурс съвпадат с допълнителните приходи от него.

В крайна сметка уравнилието на търсенето и предлагането при факторните пазари определя, от една страна, равновесните цени на факторите, а от друга страна - равновесните търсени и предлагани количествени фактори.

34. ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ФАКТОРНИТЕ ПАЗАРИ

Цената на даден фактор, в зависимост от това дали се променя или не собствеността му, е възможно да се диференцира като наемна или на покупна. Например трудът има само наемна цена, докато капиталът може да има и покупна и наемна цена.

Определящо за ценообразуването на един фактор е пазарната структура.

В зависимост от факторното търсене и факторното предлагане пазарните структури са съвършено конкурентни и несъвършено конкурентни.

Освен това, факторните пазари са свързани с продуктовете пазари, които също биват съвършено конкурентни и несъвършено конкурентни.

Възможностите за комбинации между двата вида пазари са твърде разнообразни.

Една фирма може да е съвършен конкурент и на продуктовия (като продавач) и на факторния пазар (като купувач), съвършен конкурент на продуктовия и несъвършен на факторния (с цялото разнообразие на несъвършенконкуретии форми) и обратно, несъвършен конкурент и на продуктовия, и на факторния пазар.

Трансферен доход и икономическа рента

Размерът на съответния доход зависи от количеството на реализирания фактор и от неговата цена за определен период. *Познати са два елемента на дохода от даден фактор - трансферен доход (цена) и икономическа рента.*

Например човек получава за труда си доход (работна заплата), като трансферен доход. Ако има обаче изключителни качества - получава допълнително възнаграждение като икономическа рента.

• *Трансферният доход е цената, която извежда производствения фактор на пазара и го прави продаваем.* При него има множество алтернативи на приложение, измежду които се търси относително най-добрата.

• *Икономическата рента е доходът над трансферната цена, който се получава от уникален или единствен производствен фактор, който няма алтернативно приложение.*

ПАЗАР НА ТРУДА

35. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ТРУДОВИЯ ПАЗАР

Трудовият пазар е факторен пазар, на който хората продават своя труд. Той се характеризира от цената на труда, която приема формата на работна заплата, и заетостта или фондът на работното време.

Трудът е активният субективен елемент на производството, без който то не може да се реализира. Затова характеристиките на трудовия пазар следват тези на продуктовия.

• Трудовият пазар е уникален по своя характер, защото работоспособността не може да се отдели от своя физически носител, човека.

• Неговото функциониране е немислимо без специфичните механизми на т.нар. трудово договаряне.

• Той обхваща цялата маса от населението - хора с различна образователно-квалификационна характеристика, поради което може да се сегментира на пазар на високо-, средно- и нискоквалифициран труд.

• Основните субекти на трудовия пазар са *работниците и работодателите.*

Основна характеристика на трудовия пазар е конкуренцията.

36. ТЪРСЕНЕ НА ТРУД ПРИ СЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ *Фирмено търсене на труд*

При съвършена конкуренция в дълъг период фирменото търсене на труд зависи от изменението на икономическите условия, и най-вече от цените на факторите.

При съвършена конкуренция в кратък период, при постоянен капитал, фирменото търсене на труд зависи от пределната производителност, т.е.:

— *Търсенето на труд D_r , има вторичен характер.* То зависи от търсенето на продукта, който се създава посредством този труд.

— *Търсенето на труд е намаляваща функция на неговата цена, (работната заплата), т.е. с увеличаване на работната заплата намалява търсенето количество труд.*

— *Кривата на търсене на труд показва зависимостта между търсенето на труд D_i и производителността на труда* при дадени постоянни цени на продукцията и на останалите ресурси.

Отрасловото търсене на труд. Това е търсене, което се реализира от всички производители в един отрасъл или в дадено национално стопанство при определено равнище на работната заплата. *Графично се представя с нормална крива с отрицателен наклон, която се спуска надясно и надолу.*

37. ПРЕДЛАГАНЕ НА ТРУД

За да се изясни механизмът на предлагане на труд, трябва да се направи следното уточняване: когато работникът работи, той жертва част от своето свободно време. т.е. *алтернативните разходи на изразходвания труд се измерват със стойността на свободното време, което се жертва.*

Различават се два вида предлагане на труд - индивидуално и съвкупно отраслова.

Индивидуално предлагане на труд-

Предлагането на труд, осъществено от един отделен работник S_L , зависи от полезността на работното и на свободното време. Първоначално работникът е склонен да жертва повече свободно време заради работно време, защото с нарастване на цената на неговия труд се увеличава неговата работна заплата. В този случай действа т.нар. ефект на заместване (I), който графично се представя със сегмент от кривата на предлагане на труд с положителен наклон. Това означава, че зависимостта между работното време и работната заплата е правопрпорционална.

Отраслово или пазарно предлагане на труд

Това е съвкупното предлагане на труда на всички работници от съответния отрасъл или в стопанството като цяло, които са готови и желаят да работят при определено равнище на заплащане.

Предлагането на труд зависи от:

- » броя на населението и от желанието му за работа;
- » демографските характеристики на населението - раждаемост, смъртност, емиграция и имиграция;
- » от социална реализация, от наличието на доходи от алтернативни източници, от социално-икономическите условия на живот.

Пазарно равновесие. Равновесие на пазар на висококвалифициран и нискоквалифициран труд

Равновесието на трудовия пазар се постига, когато търсеното и предлаганото количество труд съвпадат. С други думи работниците, които желаят и са готови да работят при определена цена на труда, отговарят на работодателския интерес да ги наеме на работа.

Равновесието е динамично то се променя под влияние на множество фактори и основно от квалификацията на пазарните субекти.

38. ПАЗАР НА ТРУДА ПРИ НЕСЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ

На пазара на труда при съвършена конкуренция работодателите и работниците владеят нищожен дял от пазара и приемат пазарната цена на труда за дадена.

В този случай предлагането на труд се представя графично с безкрайно еластична крива, която съвпада с кривата на пределните разходи на труд и е на равнището на работната заплата. Докато пределният приход от продукта на труда превишава пределните разходи на труд съществуват условия за увеличаване на заетостта и обратно.

Несъвършената конкуренция на трудовия пазар предполага, че съществува пазарна власт от страна на работниците, организирани в синдикална организация, или от страна на работодателите, които са сформирали работодателска организация.

Тези особености водят до създаването на различни пазарни структури.

- **МОНОПОЛЪТ** на трудовия пазар означава, че съществува единствен продавач на работна сила. Такава позиция обикновено заема профсъюзът на работниците от определен отрасъл или професия. Той установява по-високо равнище на работната заплата от конкурентното поради това, че търсенето на труд се свежда до организираната работна сила. Това води до намаляване на заетостта.
- » Чист монопсон съществува, когато на пазара има единствен купувач на работна сила. Пазарната сила се съсредоточава на страната на търсенето на труд.

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА ТРУДОВИЯ ПАЗАР

Процесът, при който профсъюзите и работодателите или техни законни представители преговарят, за да постигнат споразумение относно равнището на работната заплата и заетостта и подобряване на условията на труд, се нарича колективно договаряне. Обикновено целта на профсъюзите е да съдействат за повишаване на работната заплата над нейното конкурентно равнище.

39. РАБОТНА ЗАПЛАТА

Средна и минимална работна заплата

Работната заплата е възнаграждението на работника за изразходвания от него труд. Размерът и се колебае от състоянието на пазара.

Средната работна заплата отговаря на равновесното и равнище на пазара, което се постига при взаимодействието на пазарното търсене и предлагане на труд.

Минималната работна заплата е най-ниската цена на труда, която работодателите могат да плащат на своите работници и служители.

Размерът ѝ трябва да отговаря на необходимостта от задоволяване на основните жизнени потребности на човека, свързани с физическото му оцеляване - храна, облекло, жилище и др. подобни. Тя има голямо социално значение.

Номиналната работна заплата е тази, която се изчислява по текущи цени.

Реалната работна заплата се изчислява по базисни цени, като се отчете и приспадне размерът на инфлацията за периода, който се сравнява. Тя отговаря на количеството стоки и услуги, които работникът може да закупи при дадено равнище на цените. Зависима е от инфлацията и от данъците.

В съвременните условия на развитие на икономика от високостойностен тип работната заплата все повече се превръща от средство за живот в показател за начина на живот на хората.

40. КАПИТАЛОВ ПАЗАР

СЪЩНОСТ НА КАПИТАЛА

Капиталът е основен производствен фактор. Характерно за него е, че:

» е вторичен по своя характер, защото чрез него се произвеждат средства за производство;

» има производствено предназначение;

» съдейства за повишаване производителността на труда.

• *Според участието си в производството* капиталът съществува в различни, но взаимносвързани форми:

— *Физическият капитал* представлява овеществен труд, поради което има вторичен характер. Той може да се разграничи като веществен и невеществен.

— *Вещественният капитал* е съвкупност от материални активи, необходими за осъществяване на производството.

— *Невещественният капитал* се нарича още „човешки капитал“. Това са качествените характеристики на човека, знания и умения, благодарение на които хората реализират доходи.

— *Финансовият капитал* съществува под формата на парични средства, ценни книжа и други финансови активи, които носят доход на своите притежатели.

• *В процеса на производството* капиталът е в непрекъснато движение, при което закономерно преминава през няколко последователни и взаимно свързани фази, които му придават формата на:

— *Паричен капитал*;

— *Производителен капитал*;

— *Стоков капитал*.

• *Според произхода си* капиталът бива:

— *Собствен* - собствени са например средствата на учредителите и на акционерите на търговските дружества.

— *Заемен* - заемните средства са придобитите от финансови и инвестиционни институции за сметка на кредити, на покупко-продажба на ценни книжа и др.

Капиталът може да бъде предмет на покупко-продажба на пазара на заемни средства, както и на капиталовия пазар.

Той може да има две цени: покупна и наемна (рентна) цена.

— *Покупната цена* на капитала се заплаща когато той сменя собственика си - от собственост на продавача се превръща в собственост на купувача.

— *Наемната цена* се заплаща, когато не се променя собствеността върху капитала, а се преотстъпва ползването му за определен период от време.

41. ПАЗАР НА ФИЗИЧЕСКИ КАПИТАЛ

Физическият капитал е материални активи, които се използват непосредствено в процеса на производството и носят на своя собственик доход.

Елементите на физическия капитал участват по различен начин в производството.

Една част от него (машини, апарати, съоръжения и др.) участва многократно и прехвърля стойността си в стойността на готовия продукт постепенно и на части. Тя се нарича *основен капитал*.

При многократното си участие в производствения процес основният капитал губи от своите качества и стойност и се изхабява.

— *Физическото изхабяване е резултат преди всичко от функционирането на капитала или от безстопанственото му бездействие*, при което той постепенно загубва полезните си качества.

— *Моралното изхабяване е резултат от научно-техническото развитие и модернизацията*, в резултата на които новосъздаваните средства са с по-добри характеристики от предшестващите ги. Намаляването на стойността му се нарича амортизация.

Инвестирането е процес на влагане на средства за създаване, възстановяване и разширяване на физическия капитал. Обикновено то отразява притока на нов капитал.

Друга част от капитала (суровини, материали, горива, спомагателни материали и др.) участва еднократно в производствения процес и пренася стойността си в стойността на готовия продукт изцяло и наведнъж. Възстановяването ѝ е възможно само чрез нова покупка. Този капитал се нарича оборотен капитал.

Търсене на физически капитал на капиталовия пазар

Капиталовият пазар се характеризира чрез търсенето и предлагането на физически капитал.

Факторите, от които зависи търсенето на капитал от фирмата имат определяща роля и са:

— Търсенето на капитал изразява функционалната зависимост между търсените от него количества и цената му.

Графично се представя с крива с отрицателен наклон, която изразява обратнопропорционална зависимост между пазарните му характеристики.

Търсенето зависи от:

» Изменението в *продуктовата цена*. Когато нараства цената на продукта, който се произвежда със съответния капиталов ресурс, стойността на пределния продукт също нараства, съответно нараства и пределният приход от неговия продукт.

» *Техническият прогрес*, който увеличава физическата производителност на капитала за всеки обем на останалите фактори на производството.

» Когато фирмата закупува капитал от значение е *неговата ефективност* като отношение на пределния приход от продукта на капитала и пределния разход за капитал. Тя отразява действието на закона за намаляващата възвръщаемост.

Критерий за поведение на фирмата е максимизиране на печалбата. То се постига, когато пределната ефективност на капитала ME_K се изравни с равнището на пазарния лихвен процент i_0 . Докато ME_K превишава равнището на пазарната лихва инвестирането е целесъобразно и обратно.

Предлагане на физически капитал

Предлагането на капитал или на капиталови услуги за една фирма, която работи при конкурентни условия на пазара, се изразява чрез кривата на пределните разходи на капитал, които се определят от наемната или от покупната му цена.

При постоянна цена на капитала, фирмата посреща безкрайно еластична крива на предлагане.

Равновесието на капиталовия пазар се постига, когато предлаганото количество капитал се изравни с търсенето от фирмата количество.

42. ПАЗАР НА ЗАЕМЕН КАПИТАЛ. ЛИХВА И ЛИХВЕН ПРОЦЕНТ

Търсене и предлагане на заеман капитал

Икономическите субекти, главно в лицето на фирмите и домакинствата, обикновено прибегват до използването на заемни средства, когато не разполагат със собствени или те са недостатъчни за покриване на разходите им. В същото време други стопански субекти разполагат с временно свободни средства, които могат да бъдат предоставени за ползване при определени условия на нуждаещите се от тях.

Търсенето на заеман капитал е количеството заемни средства за всяко равнище на пазарния лихвен процент, (i)

Динамиката на пазарното търсене на този пазар зависи от множество различни фактори.

От значение са както макроикономическите, така и микроикономическите условия, свързани с инфлационните процеси, данъчната политика, структурата на бюджета, характера и структурата на потребление на домакинствата, очакванията за бъдещето, които влияят върху възвръщаемостта на инвестициите.

Предлагането на заеман капитал отразява количеството заемни средства или пари, които заемодателите, са готови да предоставят за ползване при всяко равнище на лихвения процент срещу определен доход и за определено време. То е свързано със спестяването на отделни лица, фирми, организации, правителството и др.

Равновесието се постига при съвпадане на търсенето и предлагането в пресечната им точка.

Лихва и лихвен процент

Лихвата е сумата пари, която кредиторполучателят заплаща на кредитордателя за определен период. С други думи тя е доход за собственост от капитал.

Лихвеният процент (нарича се още норма на лихвата) е цената на заемния капитал или това е количество пари, което се заплаща за използването на единица заеман капитал за определен срок, обикновено година, на собственика на дадените в заем средства. Това не е цена на парите, а цена, която се плаща за използването на парите, лихва.

Основните фактори, които влияят върху лихвения процент са:

— *Стопанският риск.*

— *Срокът за отпускане на заем.* За краткосрочните заеми лихвеният процент е нисък, докато при дългосрочните е висок, защото степента на несигурност се увеличава с времето. Рисковата премия се прибавя към първоначалния лихвен процент.

— *Икономическата среда,* която се контролира със стабилизационната икономическа политика на правителството и дейността на Централната банка.

— *Инфлационните очаквания.* Те влияят върху покупателната способност на парите. Високите инфлационни очаквания оказват натиск за повишаване на лихвения процент, за да се компенсират загубата от повишаването на цените.

Инфлацията налага да се разграничават номинален и реален лихвен процент, което е особено важно.

• *Номиналният лихвен процент* е този, при който се сключва сделката. Той се изчислява по текущи цени.

• *Реалният лихвен процент* се определя по базисни цени. Той се получава като от номиналния лихвен процент се приспадне размерът на инфлацията. Обикновено реалният лихвен процент се променя слабо и има ниски стойности. Сравнително по-големите изменения на номиналния лихвен процент възникват при по-голяма динамика в равнището на цените.

ВЪЗВРЪЩАЕМОСТ НА КАПИТАЛА

Когато се влагат средства за закупуване на капиталови блага, стопанските субекти очакват да получат доход, който да покрие направените от тях разходи. Те се интересуват от възвръщаемостта на капитала като възможност да носи доход на своя собственик.

Нормата на възвръщаемост е отношение на печалбата (като разлика между общите приходи и общите разходи) и инвестирания капитал (като стойност на инвестицията). Обикновено тя се изчислява като средногодишна величина в процент.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ПЕЧАЛБА

Предприемачът е стопански агент, който реализира определена инициатива и поема отговорност с цел да постигне определен полезен и качествен резултат. Той може да е собственик на целия или на част от капитала и едновременно с това да изпълнява предприемачески функции. Фактът, че предприемачеството има характер на самостоятелен фактор за производство дава основание да се разграничи доходът от капитала от този за неговото управление.

Предприемаческата печалба е чистата (икономическата) печалба, която се получава като от общите приходи се приспадат икономическите разходи за лихви, ренти и работни заплати. Тя е възнаграждение за риска, който се поема от предприемача; за неговите иновационни решения и творчество и за способността му да реализира определена власт на пазара. Предприемаческата печалба е израз на изкуството да се управлява фирмата при постоянни колебания в стопанската конюнктура и изменения на социалните и политическите условия в национален и глобален план.

43. ПАЗАР НА ЗЕМЯ. ПОЗЕМЛЕНА РЕНТА

Земята е основен ресурс за производство и се използва по различен начин в селското стопанство, в добиващата промишленост и в строителството.

Тя е природен дар, но фирмите използват средства за ползването ѝ. Популярната ѝ цена е рентата. Пазарните ѝ характеристики имат редица особености.

44. ЗЕМЯТА - ОСОБЕН ПРОИЗВОДСТВЕН ФАКТОР

• *Земята е невъзпроизводим "първичен" производствен ресурс.* Тя е природна даденост, която има цена, участва на пазара, купува се, продава се. За разлика от всички други производствени фактори предлагането на земя не се влияе от цената ѝ.

Пазарната цена на земята няма подбудителна функция, т.е., пазарът, по никакъв начин не може да повлияе на съвкупното количество земя, с което разполага дадена икономика.

Рентата е основната, преобладаваща цена на земята, защото като първичен и невъзпроизводим ресурс земята е трайно богатство, от което хората трудно и рядко се лишават. Като собственици те я преотстъпват да се използва като производствен фактор срещу наем, наречен рента.

45. ПАЗАР НА ЗЕМЯ

Търсене на земя

Търсенето на земя има производен характер и то се определя от следните особености:

- в зависимост от степента на развитие на стопанството;
- в зависимост от населението и неговите нужди (за селско стопанство, за строителство и др.);
- в зависимост от търсенето на храна;
- в зависимост от развитието на строителния отрасъл. **Еластичността на търсенето на земя се влияе от рентата.** Тази зависимост е обратно пропорционална - производителите наемат повече земя при по-ниска рента и обратно.

Предлагане на земя

Особените свойства на земята като ресурс, в т.ч.

- » фиксираното количество земя в границите на всяка страна и
- » ниската мобилност, предопределена от природата, **предопределят свършената нееластичност на предлагането ѝ.** Затова линията на предлагането на земя е вертикална права (S).

Равновесно равнище на рентата

Пресечната точка на кривите на търсенето и на предлагането на земя определя равновесното равнище на рентата. Тъй като предлагането е постоянно, очевидно е, че само промени в търсенето на земя биха могли да променят нейното равновесно равнище.

Равновесното равнище на рентата е основата на арендата, която включва конкретния наем, плащан за ползването на земята, както и плащанията за подобрения и инфраструктура върху земята (постройки, напоителни системи, електричество).

Цена на земята

Цената на земята не е резултат от стопанска дейност и от производствени разходи. *Тя е ирационална и най-често се дефинира като капитализирана рента, защото:*

— *Всеки, който продава земя, иска да получи срещу нея доход, поне равен на рентата.* Затова той ще желае да я размени срещу парична сума, която, внесена в банката, би му донесла лихва, равна на рентата.

— *Всеки, който купува земя, иска да се ползва от производствените ѝ услуги в бъдеще.* Затова той търси сегашната стойност на бъдещите ползи от покупката си. За него лихвения процент, който му носят парите за покупката са алтернативната стойност на цената на земята.

Така равнището на лихвата и на рентата стават основните фактори за определяне на цената на земята.

Затова цената на земята е в права зависимост от величината на рентата R и е обратна - от равнището на лихвения процент i .

46. РЕАЛЕН ПАЗАР НА ЗЕМЯТА

Различия в естественото плодородие и разположението на земята

Различията в плодородието на земята предопределят различната производителност на отделните участъци земя. Затова има не едно, а много равнища на рентата, свързани с качеството на земята.

Отдалечеността на земята от пазарите също намалява по специфичен начин нейната производителност и при равни други условия намалява рентата.

Ако се арендуват земи, които притежават уникални качества

(т.е. произвеждат уникални продукти, като петрол и пр.), "тяхната рента би била много специална. Тя най-добре илюстрира онова, което в икономиката се нарича *чиста икономическа рента: цената, която се плаща за ползване на производствен фактор със свършено нееластично предлагане спрямо цената.*

Алтернативно използване на земята

Освен в селското стопанство, земята е важен фактор за производство в строителството и в добивната промишленост. Във всеки от тези отрасли тя може да има множество различни приложения - за добив на зърно или за създаване на трайни насаждения; за строителство на сгради или на инфраструктура и т.н.

Възможността за **алтернативно използване на ограничената земя превръща рентата в производствен разход на съответния производител.** Така, без да е резултат на производствен

процес, земята сеостойносттава и макар че не струва нищо на обществото като цяло. **всяко нейно ползване има цена, която е алтернативната стойност на набор от други възможни нейни приложения.**

Алтернативността на използването на земята е ограничено от нейната ниска мобилност. До голяма степен използването ѝ е предопределено от местоположението, състава на почвите, релефа и т.н. Това е още една причина грижливо да се отнасяме към нея като уникален производствен фактор