1. **Какво изучава икономиката**

Икономиката изучава как може да се увеличи богатствотона една страна с ресурсите, с които тя разполага.

1. **Пределна полза/разход**

*Пределна “полза”*

 е допълнителното “удовлетворение” или стойност, която получаваме от дадена дейност или продукт.

*Пределен разход*

 е допълнителният разход (“жертва”), който / която правим за да участваме в дадената дейност или за да закупим даден продукт.

1. **Крива на производствените възможности**

 Кривата на производствените възможности представлява резултата или комбинацията от резултати, който/която може да се получи с дадено количество ресурси

1. **Икономически школи**

Схоластици (Тома Аквински)

Меркантилизъм

Физиократи (Таблицата на Франсоа Кене)

Класическа школа (Адам Смит, “Богатство на народите”)

Марксизъм

Неокласическа икономика (Алфред Маршал”Принципи на икономическата теория”)

Институционализъм

Кейнсианство

Монетаризъм

Неолиберален синтез

1. **Икономически системи**

Капитализъм

Комунизъм

Социализъм

1. **Ролята на правителството**

Ролята на повечето правителства се свежда до:

Разходи за инфраструктура и публични услуги, / в т.ч. за отбрана, образование и т.н.

Преразпределение чрез данъци и субсидии

Поддържане на правна система и регулации

Контрол на цените

Провеждане на парична политика влияеща на инфлация, лихвени проценти, заетост

1. **Стопански оборот**

Стопанският оборот с отчитане ролята на правителството и на външните пазари е по-комплексен и по-близък до действителността.

1. **Номинални и реални цени**

Номиналните цени са в текуща валута

Реалните цени отчитат инфлацията

1. **Позитивна и нормативна икономика**

Позитивното съждение може да бъде потвърдено или оборено.

Нормативното съждение е мнение, оценка.

1. **"Заблуди” и "критичен” поглед**

*“Заблуда” при допусканията*

Това, което е добре за даден човек или за група от хора е добре за всички останали...

*Критичен поглед...*

Проверявайте източниците. ..

Проверявайте предположенията. ..

Проверявайте дефинирането на променливите. ..

Проверяйте валидността на допусканията. ..

Проверявайте статистиката.

Мислете като икономист...

1. **Закон за търсенето и Крива на търсенето**

Купувачите на даден продукт ще закупят повече от този продукт, ако неговата цена е по-ниска и vice versa, ако допуснем, че всички останали условия не се променят (ceteris
paribus).

Промяна в цената е движението по кривата на търсенето. Това е и промяна на “търсеното количество”. Кривата на търсене на даден продукт се предвижва от “горе ляво” към “долу дясно”. Тя е низходяща.

1. **Закон за предлагането и Крива на предлагането**

Производителите предлагат повече от даден продукт на по-висока, отколкото на по-ниска цена, при равни други условия (и обратно).

Промяна на цената е движението по кривата на предлагането от точка A до точка B. Кривата на предлагането е възходяща.

1. **Равновесна цена и количество**

На свободния пазар равновесна цена и количество имаме там, където кривата на предлагането и кривата на търсенето се пресичат.

1. **Фактори определящи търсенето**

Следните промени ще изместват кривата на търсенето в ляво или на дясно

Промяна в реалните доходи или благосъстоянието (нормални или по-нискокачествени продукти).

Промяна във вкусовете или предпочитанията.

Промяна в цените на свързани продукти (заместващи и допълващи продукти).

Промяна в очакванията за ценови промени или за промени в доходите на купувачите.

Промяна в броя на купувачите (населението).

1. **Ефект от промяната в търсенето върху равновесната цена и количество**

*В краткосрочен план, когато търсенето нараства*

Равновесната цена нараства,

Нараства и равновесното количество.

*В краткосрочен план, когато търсенето намалява*

Равновесната цена намалява,

Намалява и равновесното количество

1. **Фактори, определящи предлагането**

Следните промени преместват кривата на предлагането на дясно или на ляво.

Напредък на технологията.

Промяна в цените на ресурсите.

Промяна на данъците, субсидиите или регулациите.

Промяна в броя на фирмите, предлагащи дадения продукт.

1. **Ефект от промяната в предлагането върху равновесната цена и количество**

*Когато предлагането нараства (кривата се премества на дясно)*

Равновесната цена намалява,

А равновесното количество се увеличава.

*Когато предлагането намалява (кривата се премества на ляво)*

Равновесната цена се увеличава,

А равновесното количество намалява.

1. **Ефект от промените в търсенето и предлагането върху равновесната цена и количество**

……………………………

1. **Търсене спрямо търсено количество и предлагане спрямо предлагано количество**

……………………………..

1. **Потребителски излишък и излишък на производителя**

Потребителски излишък е разликата между това колко потребителите биха платили за даден продукт и колко в действителност плащат за него на пазара.

Излишък на производителя е разликата между това за колко доставчикът е склонен да продаде своя продукт и онова, което получава в действителност за него на пазара.

1. **Промяна на цените в краткосрочен и дългосрочен план**

…………………………….

1. **Пазарната икономика и нейните проблеми**

…………………………………….

1. **Ценова еластичност от търсенето**

Ценовата еластичност на търсенето измерва “чувствителността” на купувача към промените на цената

1. **Фактори определящи ценовата еластичност от търсенето**

Наличието на заместващи стоки / substitutes. Колкото повече са заместващите стоки, толкова по-голяма е еластичността на продукта.

Разходите за дадения продукт спрямо дохода на потребителя. Колкото по-висок е делът на тези разходи, толкова по-голяма е и еластичността.

Продължителността на периода, който се има предвид. Колкото по-продължителен е той, толкова по-голяма е еластичността.

1. **Еластичност на търсенето от дохода**

Еластичността на търсенето от дохода на потребителя измерва чувствителността на навиците на купувача спрямо промените

в неговия доход.

1. **Нормални, луксозни и ниско-качествени стоки**

Нормални стоки / Normal goods са тези, чиято консумация нараства с нарастването на дохода.Тяхната еластичност от дохода е по-голяма от нула.

Луксозни стоки / Luxuries са тези, които имат еластичност от дохода по-голяма от единица.Процентното нарастване на тяхното търсене е по-голямо от процентното нарастване на дохода.

“Ниско-качествени”/”Мало-ценни” стоки / Inferior goods са тези, чието потребление намалява при увеличаване на дохода. Те имат еластичност от дохода по-малка от нула.

1. **Кръстосана ценова еластичност**

Промяната на цената на заместваща или на допълваща

стока влияе на търсеното количество на други заместващи или

допълващи се стоки.

1. **Еластичност на предлагането**

………………………….

1. **Кардинален (числов) подход за обяснение на потребителския избор - "теория на пределната полезност”.**

Теорията на пределната полезност допуска, че полезността от потреблението на дадено благо може да бъде измерена числово, както това се прави с всички останали продукти. А.Маршал въвежда мерна единица - “полза“ (util) - като мярка за измерване на полезността.

От тук следва, че можем да измерим полезността от едно благо и да определим общата полезност от неговото потребление.

Този подход се определя като кардинален (числов), защото с числови величини измерваме полезността от потреблението на дадено благо.

1. **Ординарен (пореден) подход към потребителския избор - анализ чрез "кривите на безразличие” и "бюджетните линии”.**

През 30-те години на 20 в. Дж.Хикс и др. развиват т.нар. ординарен подход за анализ на потребителския избор на индивидите. Според този подход, потребителите - на практика - ранжират предпочитанията си към потреблението на пакет или група от блага, които им носят максимална полезност.

1. **"Заместващ” и "доходен” ефект - извеждане на кривата на индивидуалното търсене на продукта**

Спадането на цената на благото Х го прави относително по-евтино в сравнение с У. По тази причина потребителят заменя потреблението на У с Х. Това е т.нар. заместващ ефект в потреблението на едно благо с друго, когато цената на едното от тях се изменя.

Спадането на цената на благото Х подобрява благосъстоянието на потребителя, на лице е увеличение на неговия реален доход: просто, сега консумираните количества от благото Х се закупуват с по-малък доход, което освобождава определен доход на потребителя. С него той може да закупи повече блага Х или повече блага У съобразно потребителските си предпочитания. Това е т.нар. доходен ефект в потреблението на благата, когато цената на едното от тях се промени.

1. **Нормални, луксозни и ниско-качествени стоки - криви на Ейнджъл**

Ейнджъл показва, че промяната в дохода не води до еднозначен ефект върху търсенето на различните блага. За една част търсенето се засилва, за други спада. В тази връзка благата се класифицират в три основни групи: “нормални”, “луксозни” и “ниско-качествени / мало-ценни

1. **Подход на Ланкъстър**

Подходът на Ланкъстър хвърля светлина върху

потребителския избор за голяма група от продукти, които се

предлагат в диференциран асортимент.

Той обяснява защо Иванов напр. купува автомобил “Фиат”, Петров

предпочита “ Форд”.

По-нататък, чрез този подход може да се обясни поведението на

т.нар. “сноби” към даден продукт. Г-н Георгиев напр. държи

на костюм “Черутти”, докато г-н Димитров – на вратовръзка

“Армани”.

**34. Дж.К. Голбрайт и „Охолното общество”**

. В книгата си “Охолното общество” (The Affluent

society) Дж.К.Голбрайт подлага на съмнение нео-класическата теза

за “суверенитета на потребителя”, т.е неговата свобода да избира и

потребява продуктите, които му носят най-голяма полезност и

следователно да определя равнището на търсенето на пазара.

Днес фирмите следват определена пазарна стратегия: те проучват

пазарите, създават нови продукти и формират нови

потребности на потребителите, масирано ги рекламират, изграждат

дистрибуторски мрежи за тяхната реализация с използването на

съвременни техники за продажби и т.н.

Очевидно, корпорациите не са склонни пасивно да изчакват

сигналите “на обратната връзка” от продажбите на предлаганите продукти:

те са в състояние да моделират потребителските вкусове; да контролират

(и дори манипулират) търсенето на пазара.

**35. Фирмена организация**

**Брой заети в предприятията**

**Юридически статут**

**Модели на корпоративно управление /Р. Коас и О. Уилямсон/**

*Фирмена организация в България*

Еднолични търговци

Търговски дружества

Събирателно дружество

Командитно дружество

КДА

(комплементари;

командисти)

ООД

АД

*Групи предприятия според броя на заетите лица*

2010 година – 366929 души

2012 година - 372036

*Модели на корпоративно управление:*

Англо-саксонски (разпръсната собственост; едностепенна

система на управление);

Континентален / японски (стейк-холдъри; кръстосана

собственост; двустепенна система на управление);

Българският корпоративен модел – концентрирана

собственост; “инсайдерски” контрол;

**36. Производствени фактори и производствена функция**

Трите основни производствени фактора са, както следва:

Земя (в т.ч. всички природни ресурси)

Труд (в т.ч. ръчен, мениджърски, предприемачески)

Капиталови стоки (машини, оборудване, сгради)

Производствената функция е отношението между производствените фактори (входа) и резултата (изхода).

**37. Кратко-срочен и дълго-срочен период**

Краткосрочен период е онзи, през който предприятието / производителят не е в състояние да промени всички производстени фактори, с които разполага (поне 1 фиксиран производствен фактор).

Дългосрочен е периодът, при който фирмата е в състояние да промени факторите за производство, с които разполага

**38. Общ, среден и пределен продукт - графично представяне**

……………………………..

**39. Лихвен процент и настояща стойност**

……………………………….

**40. Работна заплата - предимства и недостатъци на система с минимална заплата**

*Предимствата на система с минимална заплата над нивото на равновесната заплата са:*

Повече доход за получателите на минимална заплата, които са в състояние да запазят работните си места.

По-високи стимули за търсене на работа.

Възможна по-висока удовлетвореност от работата и по-ограничено “текучество на кадри”.

*Недостатъци на системата с минимална заплата над равновесната заплата:*

Намалява търсеното количество труд.

По-високи производствени разходи и по-ниски печалби.

По-високи цени.

По-малко лични средства и средства за обучение.

Предвид по-високите цени намалява експорта.