

# Икономика за мениджъри

## Съдържание:

Тема I. ВЪВЕДЕНИЕ В ИКОНОМИКАТА ЗА МЕНИДЖЪРИ....13	
1. Предмет на управленската икономика.....15	
2. Приемане на управленски решения.....21	
Тема II. ФИРМАТА И НЕЙНОТО ПОВЕДЕНИЕ.....25	
1. Фирмата и ролята и в икономиката.....25	
2. Алтернативни методи (теории) за поведение на фирмата.....33	
Тема III. АНАЛИЗ НА ТЪРСЕНЕТО И ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ...57	
1. Количествен (кардинален) подход към избора на потребителя.....61	
2. Ординален подход към избора на потребителя....73	
Тема IV. ПАЗАРНО ТЪРСЕНЕ И ЕЛАСТИЧНОСТ НА ТЪРСЕНЕТО....93	
1. Извеждане на пазарното търсене.....93	
2. Детерминанти на пазарното търсене.....95	
3. Еластичност на търсенето.....96	
А. Ценова еластичност на търсенето .....96	
Б. Еластичност на търсенето от дохода ....112	
В. Кръстосана еластичност на търсенето .....116	
4. Пазарно търсене при зависимост на търсенето на индивидите ....120	
Тема V. ТЪРСЕНЕТО ОТ ПОЗИЦИЯ НА ФИРМАТА. ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРАНЕ НА ТЪРСЕНЕТО....131	
1. Търсенето на индивидуалната фирма като производно от пазарното търсене.....131	
2. Източници на търсене продукция на фирмата.....142	
3. Оценка и прогнозиране на търсенето .....146	
Тема VI. ПРОИЗВОДСТВО И ПРОИЗВОДСТВЕНА ТЕХНОЛОГИЯ...173	
1. Производствена функция .....177	
2. Свойства на производствената функция .....188	
Тема VII. АНАЛИЗ НА ПРОИЗВОДСТВОТО И ОЦЕНКА НА ПРОИЗВОДСТВЕНАТА ФУНКЦИЯ.....201	
1. Дългосрочен анализ на производството (закон за възвръщаемостта на мащаба)....204	
2. Анализ на технологичния прогрес ....216	
3. Краткосрочен анализ на производството ....222	
4. Избор на оптимална комбинация на производствените фактори ....228	
Тема VIII. АНАЛИЗ НА РАЗХОДИТЕ И ОЦЕНКА НА ФУНКЦИИТЕ НА РАЗХОДИТЕ....249	
I. Основи на анализа на разходите....250	
1. Дългосрочни и краткосрочни разходи....250	
2. Счетоводни и икономически разходи....252	
II. Класическа теория на разходите...257	
1. Разходи в краткосрочен план....258	
2. Разходи в дългосрочен план....270	
III. Съвременна теория на разходите...275	
1. Краткосрочни разходи...276	
2. Дългосрочни разходи...283	
3. Оценка на функциите на разходите...287	
Тема IX. АНАЛИЗ НА ИКОНОМИИТЕ ОТ МАЩАБА. ДИНАМИЧНИ ПРОМЕНИ В РАЗХОДИТЕ....297	

I. Еластичност на разходите...	298
II. Икономии от мащаба на производството...	301
1. Реални икономии от мащаба...	302
А. Производствени икономии...	302
Б. Икономии от продажбите (пазарни икономии)...	306
В. Икономии от управлението...	308
Г. Складови и транспортни разходи...	311
2. Парични икономии от мащаба...	314
III. Икономии от сферата (полето) на производството...	315
IV. Динамични промени в разходите – обучаваща крива ...	317
V. Динамика на разходите и стратегия за управление на фирмата...	324
Тема X. ПЕЧАЛБА: КОНЦЕПЦИИ, ИЗМЕРВАНЕ, ПЛАНИРАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ...	329
1. Счетоводна и икономическа концепция на печалбата...	329
2. Теории на печалбата ...	338
3. Планиране и управление на печалбата...	345
Тема XI. ПАЗАРНА СТРУКТУРА И АНАЛИЗ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО – СЪВЪРШЕНА КОНКУРЕНЦИЯ И ЧИСТ МОНОПОЛ...	359
I. Съвършена конкуренция...	365
1. Основни предложения...	365
2. Равновесие на фирмата в краткосрочен план ...	368
3. Краткосрочно равновесие на пазара...	376
4. Равновесие на фирмата в дълъг период...	378
5. Дългосрочно равновесие на пазара (отрасъла)...	381
6. Използване на модела на съвършената конкуренция при управлението на фирмата...	382
II. Чист монопол...	388
1. Причини за възникване на монопола...	388
2. Равновесие в краткосрочен период...	393
3. Равновесие в дългосрочен период...	397
4. Използване на модела на чистия монопол при управлението на фирмата...	402
Тема XII. ПАЗАРНА СТРУКТУРА И АНАЛИЗ НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО – МОНОПОЛИСТИЧНА КОНКУРЕНЦИЯ И ОЛИГОПОЛ. ...	409
I. Монополистична конкуренция...	410
1. Основни предположения...	410
2. Равновесие на фирмата...	417
II. Олигопол...	421
А. Олигопол при отсъствие на сговор...	423
1. Общи предположения...	423
2. Модел на малките групи (модел на Чембърлин)...	424
3. Модел на пречупената крива на търсенето...	426
Б. Олигопол при наличие на сговор...	430
1. Картел...	431
2. Ценово лидерство...	440
Тема XIII. ЦЕНООБРАЗУВАНЕ В УСЛОВИЯТА НА ПАЗАРНО ВЛИЯНИЕ...	449
I. Ценова дискриминация...	451
1. Модел на ценовата дискриминация...	453
2. Ценова дискриминация и ценова еластичност на търсенето...	466
3. Други модели на ценова дискриминация...	468
4. Ценова дискриминация и оцеляване на фирмите...	472

II. Тарифи на две части...	474
III. Пазарно влияние и реклама...	478
Тема XIV. ПРАКТИКА НА ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО И ПРИЕМАНЕТО НА РЕШЕНИЯ...	483
I. Ценообразуване на базата на пълните разходи (средните разходи)...	485
1. Основни предположения ...	486
2. Правило на надбавката ...	488
3. Прогнозиране на промени в цените на базата на модела за ценообразуване според пълните разходи....	493
II. Ценообразуване, ограничаващо навлизането на нови конкуренти...	498
1. Концепции за конкуренцията и влизането в отрасъла...	499
2. Бариери за влизане в отрасъла...	501
Тема XV. ИКОНОМИЧЕСКАТА РОЛЯ НА ПРАВИТЕЛСТВОТО...	513
I. Външни ефекти...	515
1. Отрицателни външни ефекти....	517
2. Положителни външни ефекти....	522
3. Правителствени политики за коригиране на външните ефекти...	524
4. Проблеми при измерването и идентификацията на външните ефекти...	528
II. Обществени блага...	534
III. Регулиране на монопола...	540
1. Регулиране чрез данъци....	540
2. Регулиране на цените...	544
3. Регулиране на естествения монопол ...	546
IV. Ограничаване на пазарното влияние и недобросъвестната конкуренция...	553