

# ПАЗАРНО ТЪРСЕНЕ - СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРНИ ЧЕРТИ

## УВОД

Търсенето, предлагането, цените и конкуренцията в своята обвързаност образуват пазарния механизъм. Той се разглежда като съвкупност от процеси, които водят до взаимно координиране на относително независими помежду им решения за производство и потребление, при което основен носител на необходимата информация е цената. Чрез пазарният механизъм функционира ценовата система на икономиката и се осъществяват три основни функции в пазарното стопанство<sup>1</sup>:

1. Пазарният механизъм служи като система за формиране и предаване на икономическа информация. Чрез цените се синтезира определена информация за предпочитанията на потребителите и ценността на различните продукти. Пазарните индикации дават на производителите и потребителите сигурни ориентири за най-рационалното използване на техните ресурси, усилия и доходи;

2. Купувачите и продавачите вземат самостоятелно своите решения, които са взаимно приемливи за контрагентите на пазарни сделки.

3. Пазарният механизъм мотивира рационално икономическо поведение на пазарните агенти, принуждава ги да минимизират своите разходи, да търсят най-ефективните решения; определя доходите и разходите. Функциите на пазарният механизъм имат отделно действие. Проявата им зависи от конкретната пазарна среда. Пазарният механизъм на практика се осъществява чрез законите за търсенето и предлагането.

### 1. Закон за търсенето и крива на търсенето

---

<sup>1</sup> Гусейнов, Рифат Мирахмедович и др. Микроэкономика : Учебник для бакалавров Москва, Омега-Л, 2013, С.80-89

Търсенето е обобщаваща икономическа категория, която описва поведението на фактическите и потенциалните купувачи. Пазарното търсене отразява желанието и възможностите на купувачите да купуват стоки и услуги. Съществува връзка между търсенето на стоката и нейната цена, която намира израз в Закона за търсенето.

Законът за търсенето (law of demand) гласи, че ако останалите фактори не се променят, между цената на една стока и количеството, което купувачите желаят и имат възможност да купят за определен период от време на даден пазар, съществува обратна нелинейна връзка, т.е. с повишаването на цената намалява количеството на търсенето и обратно.

Законът за търсенето може да бъде илюстриран с примери от живота. Количествата от стоки, които купувачът иска и може да купи при различни цени, определят неговото пазарно търсене. Ако даден купувач иска да купи плод и цената му е много висока, той не би могъл да го купи. При понижаване на цената обаче той би купил последователно един, два или повече килограми<sup>2</sup>.

Законът за търсенето зависи още от два ефекта - на замяната и на дохода. Когато цената на една стока расте, купувачът се стреми да купува по-малко или не купува от нея, а се ориентира към нейни заместители (например кафе-чай; масло-маргарин, един вид месо с друг вид месо и т.н.)<sup>3</sup>. Това е ефектът на замяната.

Ограничения при търсенето налага и доходът. С даден доход, при нарастване на цените, купувачите могат да купуват по-малко от съответната стока, при намаляване на цените - повече. Ако доходът остава непроменен, търсенето може да нараства или намалява в зависимост от намаляването или увеличаването на цените. Това е ефект на дохода.

---

<sup>2</sup> Пак там, с.102

<sup>3</sup> Пак там.