

Тема 1. Природа экономического поведения: проблемы понимания

Лектор: к.э.н., доцент Алексеева Н.И.



1. Природа экономического поведения предприятия

Экономическое поведение как предмет различных наук

«Экономическое поведение» в экономической теории

«Экономика - это общественная наука, она изучает один из видов поведения людей, экономическое поведение, и возникающие в связи с этим общественные отношения»
В. И. Дубровский

«Экономическое поведение это только один из типов поведения, а ценности, которые экономическая теория воспринимает как данные, не единственный тип ценностей, господствующих в обществе»
Дж. Сорос

«Экономическое поведение» в психологии

«Поведение человека - имеющая природные предпосылки, но в своей основе социально обуславливаемая деятельность, типичной формой которой является труд, а атрибутом - общение»
Краткий психологический словарь

«Экономическое поведение» в экономической социологии

«Поведение человека выступает не только как сплошной комплекс видов его социальной деятельности, с помощью которых опредмечивается окружающая его природа, но и как общение, практическое взаимодействие с людьми различных социальных структур»
В. В. Ананьев

«Экономическое поведение» в экономике

«Экономическое поведение — образ, способ, характер экономических действий граждан, работников, руководителей, производственных коллективов в тех или иных складывающихся условиях экономической деятельности»
В. Борисов

«В рамках экономической теории поведение экономических агентов – действия, нацеленные на рациональное использование ограниченных ресурсов – рассматривается как последовательность актов принятия решений»
А. Аузан

Субъективно-объективная природа экономического поведения

Специфика экономического поведения проявляется в его субъективно-объективной природе

Поэтому, кроме действий, смысл экономического поведения состоит в возможности и осуществлении выбора ради достижения цели, что говорит о вариативности поведения. Так как «поведение предполагает определенную свободу выбора поступков и действий из множества возможных. Чем строже регламентируется содержание и условия деятельности, тем уже область проявления поведенческих факторов и слабее их влияние на ее результаты». Следовательно, выбор поведения связан с перебором экономических альтернатив с целью выбора рационального достижения цели.

С экономической точки зрения рациональный выбор - это выбор, в котором минимизируются издержки и максимизируется чистая выгода.

Междисциплинарность понятия «экономическое поведение»

Процессы развития экономического поведения находят свое отражение в ряде конкретных экономических наук:

1. Менеджменте, обобщая практический опыт развития трудовых отношений на производстве;

2. Маркетинге, обобщая практические результаты исследований поведения потребителей;

3. Экономике, обобщая практический опыт поведения предприятия во внешней среде.

Характерные черты экономического поведения предприятий в условиях реформирования и неопределенности

Экономическое поведение предприятий в условиях реформирования и неопределенности:

- в рыночных условиях акцент должен делаться на экономической стратегии, оздоровлении и укреплении экономического состояния предприятия как на действии, которое будет иметь результат исходя из имеющихся, сложившихся условий;

- предприятие полностью самостоятельно отвечает за эффективное и результативное использование производственных ресурсов, т. е. за свой конечный результат деятельности;

- нужно не только достигать заданного уровня эффективности, но прежде установить, определить его;

1.

- задача заключается не столько в том, чтобы понять и использовать окружающую среду, сколько в том, чтобы понять механизм своего собственного поведения и его направленность;

2.

- конкуренция заставляет предприятие приспособливаться к среде, расширять производство, снижать издержки, цены, используя достижения техники и технологии, чтобы не оказаться в числе исчезнувших, выявлять свои слабые и сильные стороны, чтобы выжить и сохранить эффективность, повысить результативность;

3.

Определение заданного уровня эффективности деятельности предприятия

1.

Задача экономики — сокращать отрицательные результаты, чтобы обеспечить движение (развитие) по спирали, но не цилиндрическое, а конусное (обращенное вверх, а не вниз).

эффективность в пределах результативности



Оптимальным, лучшим будет не максимум или минимум, а их соотношение, соответствие данным условиям. В экономике нужен не просто ориентир — производить больше, лучше, а способ видения этого ориентира.

ступени результативности



Определение механизма поведения предприятия в окружающей среде через экономическую стратегию

2.

Видение себя в среде и над средой — это значит знать, куда должна быть направлена деятельность в соответствии с глобальными задачами производства, знать свои желания, возможности и уровень достигнутого

Оздоровление как цель имеет экономическую направленность, отвечающую основному предназначению предприятия — совершенствоваться во времени и пространстве

Экономическая стратегия как третье звено в цепочке слагаемых экономики предприятия - это осознанное, управляемое совершенствование материального и социального, т.е. единого целого предприятия во времени, в гармонии с внешними условиями

Материальное связано с ресурсами предприятия

Социальное определяется взаимосвязью этих ресурсов, их управлением, стремлением предприятия к творчеству, к качеству

Реализация смысла экономической жизни предприятия через конкурентную борьбу

3.

В основе конкуренции ограниченность средств, которые потребители (покупатели) могут отдать за продукцию предприятия

Во-первых, они так же, как производственные средства, ограничены, поскольку каждая денежная единица может быть израсходована (единовременно) на оплату только чего-то одного.

Во-вторых, каждый покупатель располагает определенным (ограниченным) количеством денег. Поэтому каждое предприятие стремится получить эти деньги именно за свою продукцию, за свой товар.

В рыночных условиях предприятие участвует в двух формах обмена экономических благ:

- ✓ деньги обменивает на ресурсы (на то, что создано другими);
- ✓ то, что создано самим предприятием, обменивается на деньги.

Рыночный механизм автоматического перераспределения ресурсов направляет их тем предприятиям, которые не просто в них нуждаются, но способны их оплатить.

2. Противоречивость и многофакторность составляющих экономического поведения

Факторы экономического поведения

Эндогенные

Экзогенные

Личностные:

- возможность проявить творческий потенциал;
- удовлетворенность условиями работы

Социальные:

- формы организации производства;
- эффективный менеджмент

Институциональные:

- нормы, правила, традиции;
- права собственности

Рыночные структуры:

- интеграция;
- диверсификация;
- количество продавцов и покупателей;
- конкуренция

Факторы неопределенности:

- изменение политики государства;
- усиление социальных ограничений производства;
- появление новых рынков;
- глобализация

Взаимодействие эндогенных и экзогенных факторов экономического поведения определяет способность субъектов рынка приспособиться к меняющимся социально-экономическим условиям. Так, эндогенные факторы экономического поведения имеют большее значение, когда экономическая система развита. В том случае, если система рыночных институтов находится в стадии становления, большую значимость имеют экзогенные факторы.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В зависимости от фаз воспроизводственного цикла

Дистрибутивное (распределительное) экономическое поведение – соединяет рыночных субъектов с экономическими ресурсами.

Производственное поведение – характеризуется концент-рацией материальных, технологических, интеллектуальных, организационных и др. ресурсов, их объединением и комбинированием с целью получения конкретных благ и прибыли (дохода) от их обращения на рынке

Обменное поведение обеспечивает движение разнообразных экономических благ (товаров, услуг, информации) на рынке на основании учета и сравнения их ценностей

Потребительское поведение обеспечивает изъятие экономических благ из товарного обращения и присвоение их полезных свойств с целью удовлетворения нужд потребителей

В зависимости от реализуемых мотивов

Целерациональное поведение, которое предполагает рациональное использование способностей и возможностей (условий, средств) для достижения поставленных экономических целей

Ценностно-рациональное поведение, которое базируется на вере в самодовлеющие ценности (морально-этические, эстетические, корпоративно-культурные и др.)

Аффективное поведение, обусловленное эмоциональным состоянием индивида или группы

Традиционное поведение, основанное на привычках или обычаях, которые существуют длительное время

Регулятором экономического поведения выступает экономическая культура

Экономическая культура – это комплекс представлений, убеждений, обычаев, стереотипов поведения, которые реализуются в экономической сфере общества и связаны с экономической деятельностью

Уровни экономической культуры

- знания про экономическую систему, ее роли, функции, решения и действия, возможности и способы влияния на принятие решений;
- чувства по отношению к экономической системе, ее структуре, ролям, функциям;
- суждения, мысли и представления об экономической системе, ее роли, функциях, которые складываются из комбинации ценностных стандартов и критериев, информации и эмоций;
- наиболее распространенные в обществе модели экономического поведения.

Принципы экономического поведения предприятий и условия их успешной деятельности

Принципы экономического поведения предприятий

Принцип ограниченности

Независимо от конкретных особенностей предприятия, оно сталкивается с ограниченными ресурсами и потому вынуждено отыскивать наиболее эффективные способы их использования.

Принцип рациональности

Предприятие, преследуя свою цель - получение максимума полезного эффекта от своей деятельности - не совершает экономически невыгодных для себя действий.

Принцип социальной ответственности

для предприятия означает не только благотворительность, но и ответственность перед обществом за рабочие места, за сохранение отечественного производства.

Принцип социальной этичности

означает как минимум нанесение ущерба окружающей среде, а также здоровью не только потребителей продукции, услуг и работ предприятия, но и населения региона.

Условия для нормальной и успешной деятельности предприятий

1) наличие персонифицированной частной собственности, когда производитель является хозяином средств производства и свободно распоряжается результатами своего труда

2) свобода производственной и коммерческой деятельности всех участников общественного производства, компетентность и творческий подход предпринимателей к решению организационных и управленческих вопросов жизнедеятельности своего предприятия

ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Внутренние факторы

- ✓ наличие издержек (связанное с их ростом и со стремлением предприятий к их минимизации);
- ✓ обладание различными типами активов;
- ✓ отраслевая принадлежность предприятия;
- ✓ производительность труда;
- ✓ размер предприятия;
- ✓ форма собственности;
- ✓ цели и интересы предприятия (ее сотрудников);
- ✓ возникновение конфликтных ситуаций на уровне предприятия и оппортунистическое поведение ее сотрудников;
- ✓ асимметрия информации

Внешние факторы

по характеру происхождения

макроэкономические, отраслевые, микроэкономические (отражающие влияние других хозяйствующих субъектов на экономическую деятельность фирмы)

способу воздействия

- ✓ сетевые (проявляющиеся через партнерские связи, обязательства предприятия);
- ✓ социальные (обусловленные поведением акционеров, банкиров, органов власти и т.д.: всех тех, кто заинтересован в деятельности предприятия);
- ✓ средовые (характеризующиеся внешней экономической средой функционирования экономики в целом)

Факторы производства

1. *Труд* – это расходование человеком в созидательных целях его физической, интеллектуальной энергии.
 1. *Интенсивность труда* – его напряженность, измеренная степенью расходования рабочей силы в единицу времени.
 2. *Производительность труда* – его результативность, измеряемая количеством благ, произведенных в единицу времени.
2. *Земля* – естественные природные ресурсы.
3. *Капитал* – созданные людьми средства производства и деньги, используемые при производстве товаров и услуг.
4. *Предпринимательство* – деятельность, направленная на получение дохода, прибыли.
5. *Технология* – способы воздействия на ресурсы в процессе производства.
6. *Энергия* – движущая сила, преобразующая природные ресурсы с целью создания благ.
7. *Информационный фактор* – поиск, сбор, обработка, хранение и распространение полезных сведений, необходимых для производственной деятельности.
8. *Экология* – взаимодействие человека с окружающей природой.
9. *Барьеры входа на рынок* – такие факторы объективного или субъективного характера, из-за которых новым предприятиям трудно, а подчас и невозможно начать свое дело в выбранной отрасли.
10. *Барьеры выхода* – все факторы объективного или субъективного характера, которые препятствуют предприятию без существенных потерь уйти из отрасли.

Внешние и внутренние факторы

1. Миссия предприятия, которая определяет угол зрения фирмы на текущую ситуацию и прогноз ее развития, управляет формированием целей и стратегиями их достижения.
2. Экономические знания агентов предприятия, которые являются регулятором экономического поведения предприятия и ориентируют их на определенные формы экономической активности.
3. Фактор ожидания, сопряженный с неопределенностью и риском.
4. Фактор времени

4. Базовые модели экономического поведения предприятий постсоветского пространства

ОРИЕНТАЦИЯ НА ВЫЖИВАНИЕ

в институциональной сфере

- не допустить аутсайдеров к управлению предприятием,
- войти в вертикально интегрированные структуры, складывавшиеся в процессе реорганизации отраслевых министерств и ведомств;
- во взаимоотношениях с властными структурами преобладала стратегия лоббирования в целях получения финансовой помощи, прямых и косвенных субсидий, нефинансовой поддержки и пр.

в области снабжения и сбыта

- ориентация на ранее сложившиеся хозяйственные связи,
- поиски новых рынков сбыта,
- реструктуризация ассортимента выпуска и сдерживание цен на готовую продукцию,
- использование дилерской сети,
- налаживание собственной системы сбыта – создание фирменных магазинов, маркетинговых центров и т.д.

в сфере занятости

- при формировании контрольного пакета акций преобладало стремление к сохранению трудового коллектива,
- по мере завершения данного процесса — постепенное выдавливание излишней рабочей силы, главным образом неквалифицированной и преимущественно на добровольной основе

адаптация к финансовым ограничениям

- пристальное внимание к анализу факторов, определяющих соотношение доходов и расходов;
- переориентация на производство рентабельной продукции и сохранения нерентабельной лишь при наличии гарантированного спроса;
- поиск субсидий, привилегий, регулирования местного рынка с помощью региональных и муниципальных властей;
- переход контролируемого оборота к расчетам наличными, а также широкого использования бартерных сделок

в инвестиционной сфере

- ориентация на реструктуризацию производства и активную инвестиционную политику,
- поиск потенциальных инвесторов, привлечение информационных и консалтинговых фирм,
- налаживанием контактов с отраслевыми и региональными властными структурами и т.д.