

16. РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ



Рациональное экономическое поведение – это модель принятия экономических решений, которая предполагает сопоставление результатов действий с затратами.

Теперь запоминаем

1. Она модель



2. Она что-то там решает



А, точнее

3. Сопоставляет результаты действий



(например, она сходила в магазин...)

4. С затратами



(...посмотрела чек, поразмыслила над этим и теперь сидит плачет, ибо денег нема)

Потребитель



(Типичный потребитель. Ходит где-то там, покупает что-то там, потом ещё это и использует. В общем хороший парень, а самое главное на этом не наживается)

Основные потребители:
отдельный человек,
семья, фирма,
государство

- тот, кто приобретает и использует товары, заказывает работы и услуги для личных бытовых нужд, не связанных с извлечением прибыли

Цель потребителя:

(оказывается она у него/нас есть)

- извлечь максимальную пользу из потребления товаров и услуг

Ограничения на пути достижения цели:

- семейный бюджет
- Цены
- ассортимент предлагаемых товаров и услуг



В рыночной экономике свобода экономического поведения предполагает суверенитет потребителя

Доход - количество денежных поступлений индивида или семьи за определенный период времени.

Виды доходов:

номинальный

реальный

Источники доходов:

- заработная плата
- Дивиденды
- проценты по вкладу
- Рента
- Пенсия
- Стипендия
- прибыль индивидуального предпринимателя

Расходы

Обязательные

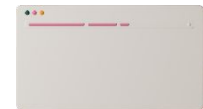


Произвольные

Покупка книги



Билет на концерт



Производитель



Тот самый дяденька в костюмчике. Ходит, суется, производит товары(и услуги!), а потом получает за это денюжки. Богатеет и летит на Мальдивы. В общем, всё как всегда

Основные производители:
люди, фирмы, предприятия

- тот, кто изготавливает товары и предоставляет услуги

Цель производителя:
(у него она точно есть)

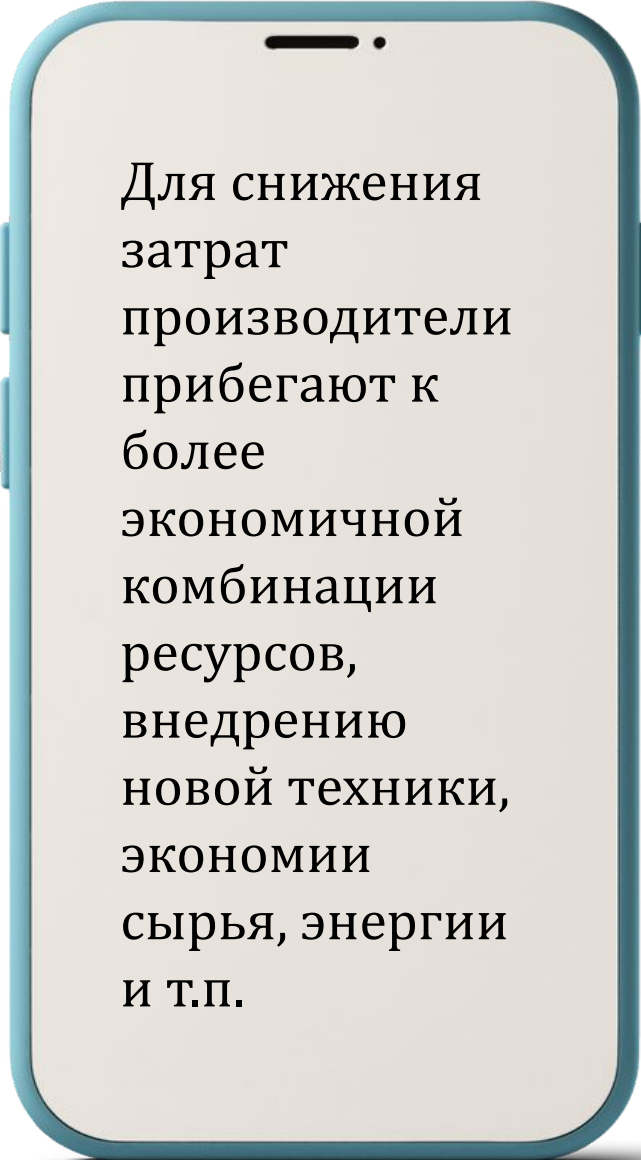
- получить как можно большую прибыль



Для этого производитель стремится снизить затраты на производство

Рациональное поведение

Выбор путей увеличения объемов производства в условиях ограниченных ресурсов - акцент чаще делается не на количественных, а на качественных изменениях, это ведет к росту производительности труда



Для снижения затрат производители прибегают к более экономичной комбинации ресурсов, внедрению новой техники, экономии сырья, энергии и т.п.

Менеджмент

– это совокупность методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы предприятия.

Функции менеджмента:

Запоминаем:

Это куча методов



Наверное они для чего-то нам нужны

Пожалуй направим их на развитие нашего несуществующего предприятия, а то, вон совсем загнулось



- Организация

(распределяем работу среди наших несчастных людей, т.е. работников, или отдельных групп и ходим, смотрим что они там делают (координируем))

- Планирование

(ставим цели и ищем пути достижения этих целей)

- Руководство

(создаём каким-то образом условия и желания у людей для работы и достижению наших целей в компании)

- Контроль

(проверяем, что там делают наши люди и если что ругаем (точнее корректируем и даём советы))

Маркетинг



Основные принципы маркетинга:

- Изучение рынка
- Проникновение на рынок
- Разработка стратегии сбыта
- Воздействие на рынок

- это деятельность по разработке, производству и сбыту продукции на основе предварительного изучения потребностей рынка

(Думаю тут понятно, что маркетинг это работа. Работу надо делать, но пока мы не сможем понять что нравится нашим придирчивым людям, сделать что-то хорошо у нас не выйдет)



Фирма

– это коммерческая организация, приобретающая факторы производства в целях создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли

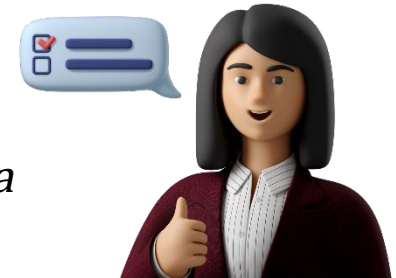
Контора,
которая
очень любит
денюжки



Где все очень
серьёзные ходят с
портфельчиками



Берут некие
факторы
производства



И топают
работать

Потому что
есть цель
сделать и
впихнуть кому-
нибудь то что
произвели



Чтобы, опять же,
получить
денюжки (много)



Экономические цели

На разных этапах деятельности фирмы ее экономическими целями могут выступать:

■ максимизация прибыли

■ максимизация объема продаж

■ максимизация темпов роста

Выбор цели зависит от текущего состояния дел фирмы, планов ее развития, общей экономической ситуации в стране и др.



С чем связана успешность?

Связана с:

- получением прибыли



- ростом конкурентоспособности продукции



- повышением рыночной стоимости фирмы



Основные причины неудач:

- неспособность конкретного человека в силу интеллектуальных, физических и иных причин вести дела

- отсутствие у предпринимателя профессиональных навыков в избранной им сфере

- отсутствие грамотного бизнес-плана и др.



Конкурентные преимущества

Преимущества низкого порядка (недолговечные):

- дешевая рабочая сила
- дешевые материальные ресурсы
- дешевые здания и оборудование
- дешевые финансовые ресурсы (льготные кредиты и т.п.)



Преимущества высокого порядка (долговечные):

- уникальная продукция
- уникальная технология
- уникальные специалисты
- уникальные ресурсы
- известный бренд и др