Рациональное экономическое поведение собственника, работника, потребителя, семьянина, гражданина

Экономическое поведение – образ, способ, характер экономических действий граждан, работников, руководителей, производственных коллективов в тех или иных складывающихся условиях экономической деятельности. Рациональный человек совершает определенное действие, пока выгоды превышают издержки.

Типы рационального поведения:

1. Рациональное поведение, диктуемое личным интересом;
2. Рациональное поведение, при котором преследуются цели, стоящие непосредственно в момент выбора.

В целом рациональность предполагает получение максимальной выгоды при минимальных затратах.

1. Полная (неограниченная, сильная) рациональность предполагает, что человек использует всю имеющуюся информацию наилучшим образом и максимизирует свою выгоду.

2. Ограниченная (полусильная) рациональность отражает трудности в сборе и анализе информации и ограниченности познавательных способностей человека, что приводит к использованию не всей полноты имеющейся информации. Ограничения могут быть вызваны физическими, биологическими и социальными факторами.

3. Органическая (процессуальная, слабая) рациональность предполагает, что рациональность выбора может быть ограничена формальными и неформальными правилами.
Некоторые экономисты выделяют также преднамеренную рациональность.

Потребитель – это тот, кто приобретает и использует товары, заказывает работы и услуги для личных бытовых нужд, не связанных с извлечением прибыли. Потребителем выступает каждый из нас, фирма, организация и государство в целом.
Потребление – использование, употребление. Применение продукции, вещей, благ, товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей.

Виды потребления:

1) производственное (расходование, использование ресурсов в процессе производства);

2) непроизводственное (конечное потребление благ людьми, населением для удовлетворения жизненных потребностей).

Цель потребителя – извлечение максимальной полезности от потребления товаров и услуг. Ограничения на пути достижения цели потребителя: потребительский, семейный бюджет (баланс денежных доходов и расходов семьи); цены на товары и услуги; ассортимент предлагаемых товаров и услуг.

Т. Веблен ввел теорию приверженности к «престижному», демонстративному потреблению и накоплению капитала, т. е. потреблению товаров и услуг с целью получения эффекта от демонстрации их использования.

Рациональное поведение потребителя – это продуманное поведение, предполагающее сопоставление результатов действия с затратами. В странах с командной экономикой действия потребителя регламентируются.

В рыночной экономике потребитель обладает свободой экономического поведения.

Суверенитет потребителя – право владельца любых видов ресурсов самостоятельно принимать решения, связанные с распоряжениями этими ресурсами и их использованием.

Этапы рационального поведения потребителя:

1) осознание необходимости покупки;
2) поиск информации о товаре или услуге;
3) оценка возможных вариантов покупки;
4) принятие решения.

Доход потребителя – это сумма денежных средств, получаемых за определенный промежуток времени и предназначаемых для приобретения благ и услуг на цели личного потребления.

Номинальный доход – доход, исчисленный в чисто денежном выражении, без учета покупательной способности денег, уровня цен, инфляции.

Основные источники номинального (денежного) дохода потребителя:

1) заработная плата;

2) социальные выплаты государства (пособия, пенсии, стипендии);

3) доход от предпринимательской и иной деятельности;

4) доход от собственности (плата за аренду квартиры, процент на денежный капитал, дивиденды по ценным бумагам).

Реальный доход – количество товаров и услуг, которые можно приобрести на сумму номинального дохода. Реальный доход зависит от объема конечных доходов (номинальный доход – подоходный налог) и уровня цен на товары и услуги.

Виды потребительских расходов:

1) обязательные, минимально необходимые расходы (питание, одежда, транспорт, коммунальные услуги);
2) произвольные (туризм, книги, картины, машины).

В домашнем хозяйстве полученный доход распадается на две части:

а) используется для покупки товаров и оплаты услуг, необходимых для удовлетворения личных потребностей людей;

б) вторая часть образует сбережения.

Способы размещения сбережений: сберегательный счет в сбербанке; приобретение ценных бумаг; приобретение недвижимости; страхование жизни, здоровья, имущества.

Уровень жизни – это уровень благосостояния населения, степень удовлетворения основных жизненных потребностей людей.
Показатели:
1) потребление на душу населения,
2) реальные доходы населения,
3) обеспеченность жильем,
4) показатели развития образования, здравоохранения, социального обеспечения.

Уровень жизни характеризует особый показатель – ***индекс развития человека*** (индекс человеческого развития), вычисляемый на основе трех величин:
1) ВВП на душу населения,
2) средняя продолжительность жизни
3) уровень образования.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) – индекс для сравнительной оценки экономического потенциала различных стран. При подсчете ИРЧП учитываются показатели: средняя продолжительность предстоящей жизни при рождении; уровень грамотности взрослого населения страны; совокупная доля учащихся.
Качество жизни складывается из уровня жизни, условий и безопасности труда, культурного уровня, физического развития и т. д.

Рациональное поведение производителя

Цель производителя в рыночной экономике – получение большей прибыли при наименьших затратах.

Рациональная организация экономической деятельности требует от производителя решения целого ряда вопросов:

1. Как, имея ограниченные ресурсы, добиться целей своего производства?
2. Каким образом комбинировать производственные ресурсы, чтобы издержки были минимальны?
3. Как увеличить объем выпускаемой продукции при имеющихся ресурсах?

Показателем эффективности использования ресурсов является *производительность* –

1) объем товаров и услуг, создаваемых на единицу затрат;

2) объем благ, которые удается получить от использования единицы определенного вида ресурсов в течение фиксированного периода.

Пути увеличения производительности:

1) расширение объемов использования экономических ресурсов (экстенсивный путь – количественное изменение ресурсов: увеличение производственных мощностей, количества используемых природных ресурсов, числа занятых работников);

2) увеличение эффективности их использования (интенсивный путь – улучшение качественных характеристик ресурсов, улучшение их продуктивности или производительности).

Производительность труда – результативность труда, измеряемая количеством продукции, произведенной в единицу времени.

Факторы (способы) роста производительности труда:

1) разделение труда, или специализация;
2) использование новой техники или технологии;
3) уровень образования и профессиональной подготовки работников;
4) эффективность управленческих решений.

Бизнес – экономическая деятельность людей, целью которой является прибыль, доход или иные личные выгоды, направленная на совершение коммерческих операций по обмену товарами или услугами.

Предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность людей, осуществляемая от своего имени, на свой риск и направленная на получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, оказания услуг.

Виды предпринимательства:

- **производственное предпринимательство** (производство товаров, услуг, информации, духовных ценностей);
- **коммерческое предпринимательство** (состоит в операциях и сделках по перепродаже товаров, услуг и не связано с производством продукции);
- **финансовое предпринимательство** (разновидность коммерческого предпринимательства);
- **посредническое предпринимательство** (проявляется в деятельности, соединяющей заинтересованные во взаимной сделке стороны);
- **страховое предпринимательство** (особая форма финансового предпринимательства, заключающаяся в том, что предприниматель получает страховой взнос, который возвращается только при наступлении страхового случая).

Формы предпринимательства

1. По признаку объектов предпринимательства

А) *Малый бизнес* (до 50 человек):

– **Франчайзинг** – система мелких частных фирм, которые заключают контракт на право пользования фабричной маркой крупной фирмы и своей деятельности на определенной территории и в определенной форме.

– **Венчурная фирма** – коммерческая организация, занимающаяся разработкой научных исследований для их дальнейшего развития и завершения. Венчурные предприятия делают бизнес на нововведениях.

Б) *Средний бизнес* (до 500 человек) – непрочен, так как ему приходится конкурировать как с крупным, так и с мелким предпринимательством, в результате чего он либо перерастает в крупный, либо перестает существовать вообще. Исключение составляют лишь фирмы, которые являются монополистами в выпуске какой-либо специфической продукции, имеющей своего постоянного потребителя.

В) *Крупный бизнес* (до нескольких тысяч человек) – отличается большей прочностью, чем средний или мелкий. Его монопольное положение на рынке дает ему возможность производить дешевую и массовую продукцию.

2. По типу фирм

А) *Индивидуальное, или частное предпринимательство* – бизнес, владельцем которого является один человек. Он несет неограниченную имущественную ответственность, и у него невелик капитал.

Б) *Товарищество, или партнерство* – бизнес, которым владеют два и более человек. Они принимают совместные решения и несут личную имущественную ответственность за ведение дела.

В) *Кооператив* – похож на партнерство, но имеет большее число пайщиков.

Г) *Корпорация* – совокупность лиц, объединенных для совместной предпринимательской деятельности. Право на собственность корпорации разделено на части по акциям, поэтому владельцы корпораций называются держателями акции, а сама корпорация – акционерным обществом (АО).

Основные принципы, регулирующие предпринимательскую деятельность: свобода предпринимательской деятельности; инициативная и самостоятельная деятельность; получение прибыли как главная цель предпринимательской деятельности; юридическое равенство различных форм собственности; законность в предпринимательской деятельности; свобода конкуренции и ограничение монополистической деятельности; государственное регулирование (*прямое* – регистрация и лицензирование предприятий, сертификация продукции; *косвенное* – льготные кредиты, льготы по налогообложению).

Функции предпринимательства: *ресурсная* (соединение естественных, инвестиционных, трудовых ресурсов в единое целое); *организационная* (использование предпринимателями своих способностей для получения высокого дохода); *творческая* (использование новаторства в деятельности).

Мировая экономика – это совокупность экономик отдельных стран, связанных между собой системой международных экономических отношений.

Международное разделение труда - основа международной торговли товарами и услугами.

МРТ - специализация стран на производстве той или иной продукции.

ПРЕДПОСЫЛКИ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ:

- ✔ **природные условия страны**
- ✔ **уровень экономического и научно-технического развития**
- ✔ **сложившиеся традиции в производстве тех или иных товаров.**

- ✔ **международное разделение труда**
- ✔ **международное движение капитала**
- ✔ **международное движение рабочей силы**
- ✔ **международный валютный рынок**

} ***ИНТЕГРАЦИЯ*** ***(объединение частей в целое)***

ВИДЫ РЫНКОВ

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК – сфера обмена между резидентами товарами, услугами и факторами их производства, которые производятся и потребляются внутри страны.

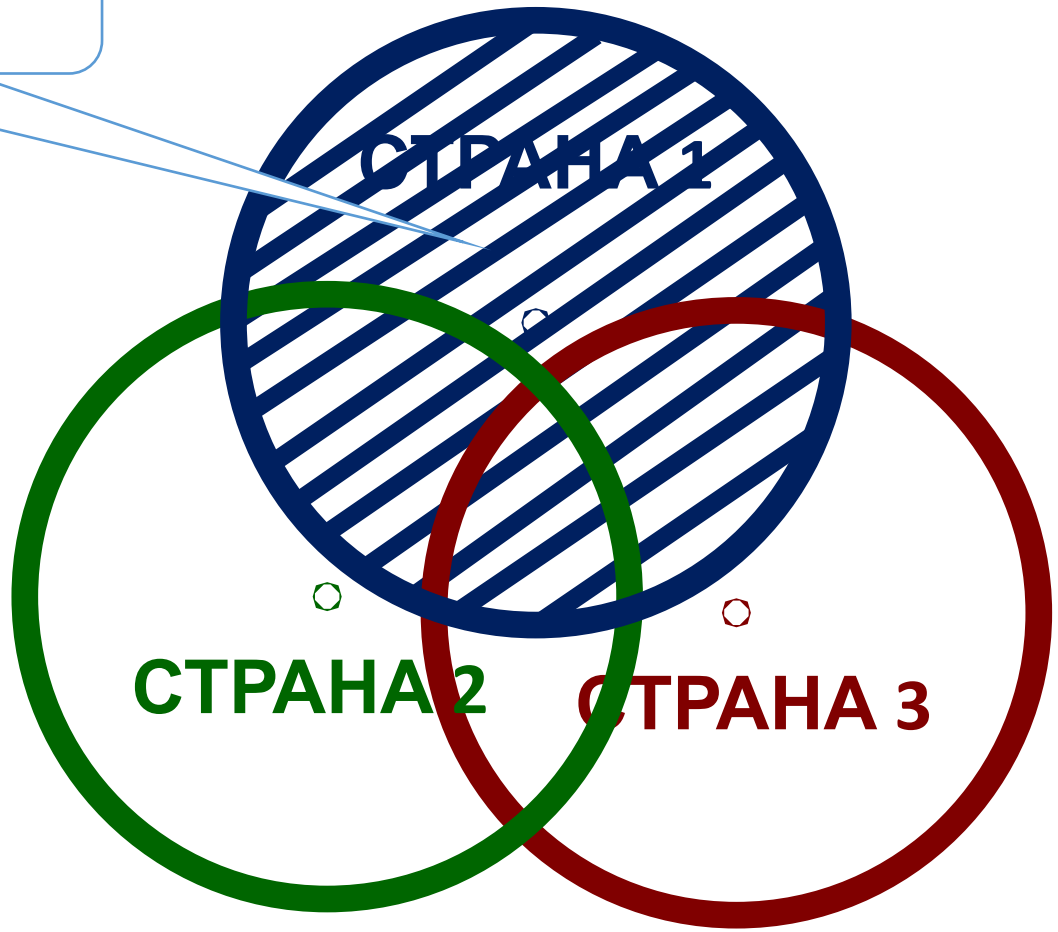
ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

ЗАКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА

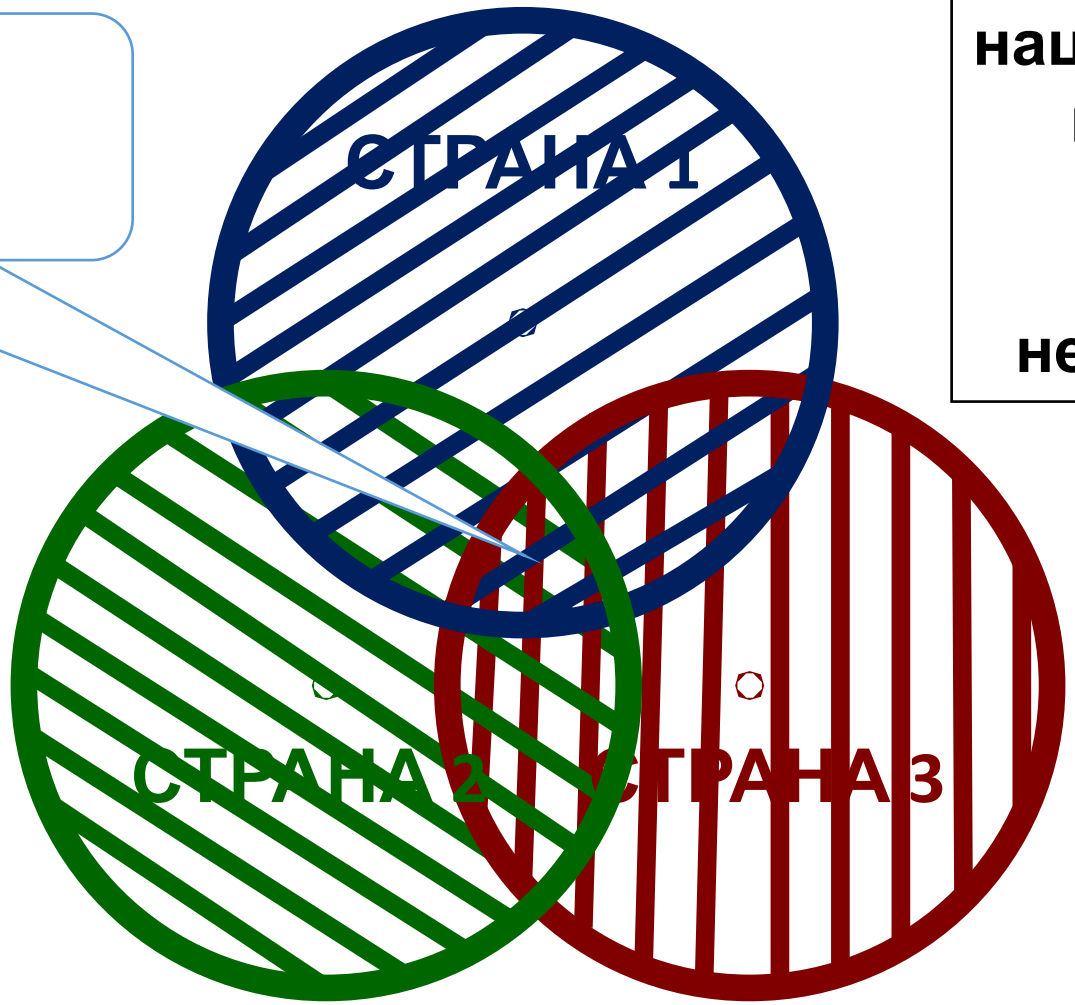
ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК



НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК – внутренний рынок плюс экспорт и импорт товаров и услуг и факторов их производства резидентами.

МИРОВОЙ РЫНОК
(world market)



МИРОВОЙ РЫНОК – совокупность национальных рынков и экономических операций между резидентами и нерезидентами всех стран.

ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА

СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА

МИРОВОЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ

МИРОВОЙ РЫНОК КАПИТАЛОВ

МИРОВОЙ РЫНОК РАБОЧЕЙ СИЛЫ

МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК

ЭВОЛЮЦИЯ МИРОВОГО РЫНКА

1. **ВНУТРЕННИЙ РЫНОК:**
   - ✔ производство и потребление внутри страны;
   - ✔ нет посредников между производителем и покупателем.

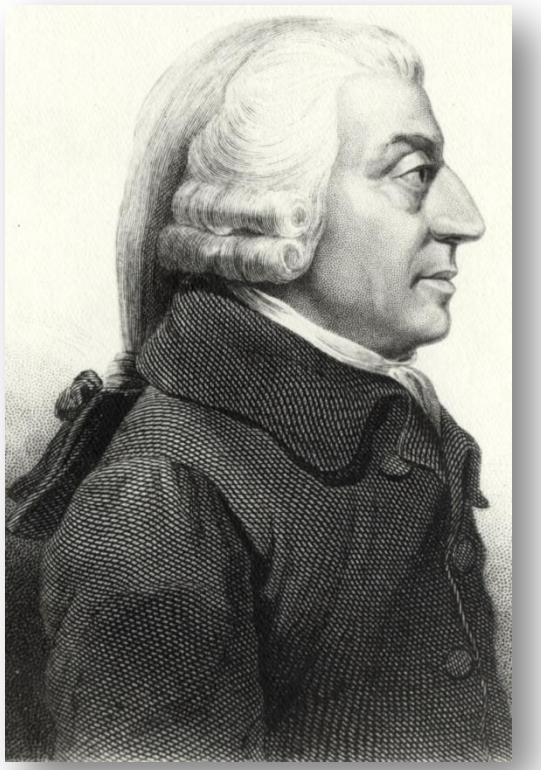
2. **НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК:**
   - ✔ розничные рынки отделились от оптовых;
   - ✔ часть рынка ориентирована на иностранных покупателей;
   - ✔ между продавцом и покупателем встает посредник (купец).

3. **МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК:**
   - ✔ объем торговли некоторыми товарами за границей значительно превышает объем внутренней торговли;
   - ✔ первым международным рынком стал рынок рабов (Древняя Греция, Древний Рим, Средние века, работорговля Нового Света);
   - ✔ с появлением мануфактур (XVI – XVIII вв.) объемы производства и торговли резко

4. **МИРОВОЙ РЫНОК:**
   - ✔ возник с появлением крупной заводской индустрии (первая половина XIX века);
   - ✔ в настоящее время с развитием интернета, компьютерных технологий и средств телекоммуникации мировой рынок многих товаров вплотную приблизился к *совершенной конкуренции*.

ТЕОРИЯ АБСОЛЮТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Для граждан любой страны выгодно покупать заграничные товары если они продаются дешевле, чем отечественные (т.е. изготовлены с минимальными затратами).



Адам Смит
(1723-1790)

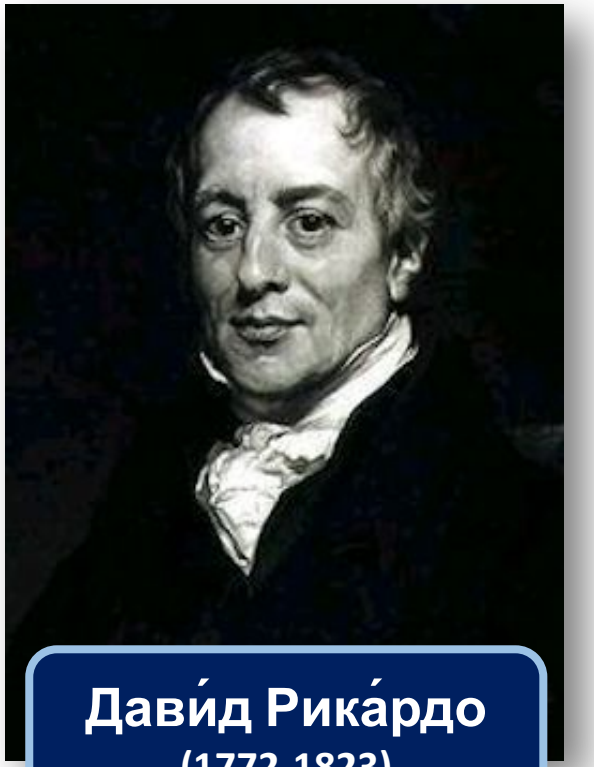
ФАКТОРЫ АБСОЛЮТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА:

- ✔ **климат, географическое положение;**
- ✔ **наличие сырьевых ресурсов;**
- ✔ **квалифицированные кадры;**
- ✔ **качественная техника и технологии;**
- ✔ **развитая инфраструктура;**
- ✔ **наличие финансовых ресурсов.**

ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Торговля выгодна даже тем странам, которые не имеют абсолютного преимущества перед другими странами в производстве ни одного товара.

Рикардо приводит ставший хрестоматийным пример обмена английского сукна на португальское вино, в результате которого получают выгоду обе страны, даже если абсолютные издержки производства сукна и вина в Португалии ниже, чем в Англии.



Дави́д Рика́рдо
(1772-1823)

СТРАНА	ЗАКРЫТЫЙ РЫНОК			ОТКРЫТЫЙ РЫНОК		
	вино	сукно	всего	вино	сукно	всего
ПОРТУГАЛИЯ	80	90	170	160		160
АНГЛИЯ	120	100	220		200	200
Всего в 2-х	200	190	390	160	200	360

рабочих в год

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ:

ЭКСПОРТ → ВЫВОЗ ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА ГРАНИЦУ С ЦЕЛЬЮ ИХ ПРОДАЖИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ.

ИМПОРТ → ВВОЗ ТОВАРОВ И УСЛУГ ИЗ-ЗА ГРАНИЦЫ С ЦЕЛЬЮ ИХ ПРОДАЖИ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ.

САЛЬДО ТОРГОВОГО БАЛАНСА → РАЗНОСТЬ МЕЖДУ ЭКСПОРТОМ И ИМПОРТОМ (положительное или отрицательное).

Государственная политика в области международной торговли

ПРОТЕКЦИОНИЗМ

ФРИТРЕДЕРСТВО
(классический либерализм)

МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

ТАРИФНЫЕ МЕРЫ
(tariff measures)

Меры ценового характера (таможенные сборы)

К тарифным методам регулирования относятся таможенные тарифы на импорт и экспортные тарифы, а также таможенные союзы.

НЕТАРИФНЫЕ МЕРЫ
(non-tariff measures)

Меры неценового характера (квоты, лицензирование эмбарго)

Установление квот – это количественные ограничения ввоза или вывоза определённого товара.

Экономические санкции – эмбарго –
это установленный государством полный запрет торговли с какой-либо другой страной.

ВНУТРЕННИЕ МЕРЫ
(behind the border measures)

установление стандартов, технических характеристик, требований к маркировке и упаковке

Приём скрытого протекционизма на ввозимые из-за рубежа товары – это установление стандартов на ту или иную продукцию.

ФОРМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

ЗОНА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ

(страны отменяют торговые барьеры между собой, но сохраняют свои таможенные пошлины для третьих стран)

ОБЩИЙ РЫНОК

(страны-участницы обеспечивают не только свободное перемещение товаров и услуг, но труда и капитала)

ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ

(страны отменяют все торговые ограничения внутри союза и учреждают единый внешнеторговый тариф для третьих стран)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ

(страны-участницы унифицируют экономическую, кредитно-денежную, валютно-финансовую и социальную политику)