

Основные алгоритмы рационального поведения субъекта экономической деятельности

Процесс социализации личности ребенка предполагает знакомство со всеми гранями культуры общества, формирование ценностного отношения к ее достижениям. Экономическая культура – часть общей культуры общества и личности. В пространстве экономической культуры человек рассматривается как источник, субъект не только физиологических, материальных, но и социальных, высоких духовных потребностей, которые он удовлетворяет как в экономической сфере, так и вне ее [3].

Как одна из обязательных частей общей культуры человека, экономическая культура включает экономические знания, экономические ценности, убеждения, мотивы, которые формируют экономическое мышление и экономическую направленность личности. Значительное влияние на формирование экономической культуры личности оказывают экономические нормы (законы, традиции и обычаи, хозяйственный уклад).

Экономическая культура предполагает реализацию многих функций. Среди основных функций ученые выделяют адаптационную, направленную на применение норм, ценностей, образцов поведения к изменяющимся социально-экономическим условиям своей жизни. Также велика роль нормативной (опора на стандарты и правила поведения в экономической деятельности) и трансляционной (передача накопленного опыта экономической деятельности, соответствие её нормам и правилам поведения в экономике) функций.

В быстро меняющемся мире особое значение имеет инновационная функция экономической культуры, которая проявляется через такие характеристики, как степень инновационности (консерватизма); масштабы заимствования образцов новых технологий, форм организации экономических и управленческих отношений, моделей группового поведения на рынке товаров, труда и услуг; ценность экономической активности

населения для властных структур; ценность экономической активности для самого населения.

Степень инновационности (консерватизма) определяется соотношением в экономической культуре новых ценностей, норм, образцов поведения (по сравнению с теми, которые устарели и не отражают актуальных потребностей общества). Регулятивные свойства культуры тем сильнее, чем динамичнее идет процесс ее обновления, и наоборот, консервация устаревших ценностей, норм, стимулов поведения свидетельствует о слабости ее регулятивных потенций и отрицательно влияет на общественное развитие. Внедрение инноваций в экономические отношения, соотношение традиционности и инноваций характеризует рациональные начала в экономической деятельности.

В целостном педагогическом процессе решается ряд задач формирования экономической культуры школьников.

Важнейшие из них: формирование у учащихся экономического мышления; воспитание качеств характера рачительного хозяина-гражданина: бережливости, практичности, хозяйственности; овладение элементарными навыками экономического анализа, привычками экономии и расчетливости. В целом, решение указанных задач предусмотрено не только в курсе обществознания, но и на уроках технологии, процессе внеурочной деятельности, в том числе на занятиях финансовой грамотности.

Решение этих педагогических задач создает условия для формирования основ рационального экономического поведения.

В экономической теории индивид рассматривается, как субъект экономической деятельности, которому присуще рациональное поведение. При принятии решений индивид руководствуется разумными размышлениями. Причем, индивид в экономике может выступать в различных ролях: потребителя, работника, собственника. Субъектом экономической деятельности также выступает фирма, руководству которой также выгодно принятие решений с позиций рациональности.

Рациональное экономическое поведение – поведение субъектов экономики в сфере экономических отношений направленное исключительно на максимизацию собственной выгоды.

I. Рациональное поведение потребителя. Потребитель – человек или круг лиц, приобретающих продукт и использующий услуги для удовлетворения нужд, не приносящих доход. Потребление – использование товаров для личных целей.

Этапы рационального поведения

1. Сопоставление товара и пользы, приносящей им;
2. Осмысление известных сведений о продукте или поиск новых;
3. Оценка приобретения;
4. Решение о покупке или отказ от покупки товара;
5. Бережное использование приобретенных благ.

Рациональное поведение потребителя – поведение, направленное на то, чтобы на ограниченную сумму денег приобрести максимально полезный набор благ для удовлетворения потребностей, т.е. на максимизацию полезности от использования ограниченных денежных средств.

Для того чтобы сформировать максимально полезный набор благ, потребитель:

- формирует различные комбинации товаров, которые он может приобрести на имеющиеся у него деньги;
- сравнивает полезность этих комбинаций (какая способна удовлетворить больше его потребностей и в более полной мере);
- ищет альтернативные товары со схожими качествами товары-субституты.

При этом на выбор потребителя влияет ряд факторов: ассортимент товаров на рынке, количество имеющихся денег, цены на товары и услуги.

Данные факторы являются ограничениями при осуществлении потребительского выбора и формировании набора благ. Также на выбор потребителя влияют такие факторы, как личные предпочтения потребителя,

мода, полезность товара, ограниченность товара (редкость товара), срок использования (период потребления), религиозные, культурные, моральные нормы, принятые в обществе, и которых придерживается потребитель [1].

При принятии решения потребителем, работником, семьянином, гражданином в расчёт принимается, прежде всего, его доход

Основной проблемой рационального выбора является ограниченность дохода субъекта экономической деятельности.

Доход потребителя – финансовая прибыль, которую получает индивид за определённое время для удовлетворения базовых потребностей.

Доход потребителя стоит разделять на номинальный и реальный доход:

Номинальный доход потребителя – доход, выраженный в сумме денег, полученной потребителем.

Реальный доход потребителя – количество товаров, которое потребитель способен приобрести на полученную сумму денег. Т.е. реальный доход отражает номинальный доход с учётом реальной стоимости денег – т.е. с учетом инфляции.

Поведение потребителя в условиях высокой инфляции. Инфляция создает определенные сложности для потребителя. Наиболее пагубно высокая инфляция сказывается на сбережениях. Поэтому в условиях значительной инфляции можно наблюдать следующие особенности рационального поведения потребителя.

- Увеличение потребления – потребители начинают избавляться от обесценивающихся денег путем увеличения потребления (люди покупают больше товаров, которые можно непосредственно использовать в жизнедеятельности, т.к. в условиях инфляции цены на товары будут расти, а значит «потом» людям придется покупать данные товары дороже чем «сейчас»).

- Перевод обесценивающихся денег в более стабильные формы сбережения и накопления, не подверженные инфляции – покупка недвижимости, драгоценных металлов и других реальных ценностей.

- Перевод обесценивающихся денег в более стабильную иностранную валюту – наиболее стабильными валютами в мире считаются мировые резервные валюты, такие как доллар США, фунт стерлингов и евро.

- Увеличение заимствований – в условиях обесценивания денег, люди могут заимствовать (например, взять в кредит) определенную сумму денег и использовать их по «сегодняшней» ценности, а потом, они будут возвращать ту же номинальную сумму денег, которая реально будет стоить гораздо меньше из-за высокой инфляции [2].

II Рациональное поведение собственника (предпринимателя).

Рациональное поведение предпринимателя – поведение, направленное на максимизацию получаемой прибыли.

Прибыль – экономический показатель характеризующий результат деятельности компании и равный разнице выручке (дохода) и издержек (расхода).

Выручка (Доход) – сумма денег, полученная предприятием от реализации (продажи) произведенной продукции.

Издержки (Расход) – сумма денег, затраченная предприятием на производство продукции.

Для того чтобы повысить (максимизировать) прибыль, предприниматель должен либо повысить **выручку** либо снизить **издержки**, либо добиться и того и другого. Рассмотрим изменения этих показателей.

Повышение выручки может быть достигнуто двумя путями:

- Создание более качественных товаров
- Освоение новых рынков (расширение аудитории), что может привести, в свою очередь, увеличение издержек, например, выделение денег на рекламу.

Уменьшение издержек. Для того чтобы уменьшить издержки, предприниматель должен сделать производство более эффективным – то есть повысить **производительность труда**.

Способы повышения производительности труда:

- модернизация производства и внедрение более совершенных технологий производства;
- повышение квалификации персонала;
- создание системы мотивации персонала к эффективной деятельности (например, премии за хорошие результаты) [1].

Несмотря на кажущиеся различия ролей потребителя и производителя, собственника и работника алгоритм рационального поведения состоит из одних и тех же компонентов, направленных на решение основной экономической проблемы. А суть этой проблемы неизменна: наиболее полное удовлетворение растущих потребностей при ограниченности ресурсов.

Приведенная выше теория наиболее эффективно усваивается в ходе практической работы школьников. Приемы исследовательской деятельности используются в составлении личного или семейного бюджетов, определении соотношения в них доходной и расходной частей. Задания на составление памятки покупателю, бизнесмену, работнику способствуют формированию собственных установок рационального поведения. Ещё одним приемом является анализ ситуаций экономического поведения различных персонажей мультфильмов, литературных произведений. Проводя отбор методов и приемов, важно руководствоваться задачей подготовки ученика к жизни в современном обществе.

Литература

1. Котова, О. А. Обществознание. 8 класс: учебник для общеобразовательных организаций / О. А. Котова, Т. Е. Лискова. – Москва : Просвещение, 2019.– С. 46-55.
2. Досбенбетова, А. Ш. Особенности подготовки учителей к реализации задач формирования экономической культуры школьников. // Казанский педагогический журнал. – 2012. [электронный ресурс]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-podgotovki-uchiteley-k-realizatsii-zadach-formirovaniya-ekonomicheskoy-kultury-shkolnikov>

3. Экономическая культура : словарь терминов и понятий по обществознанию / Автор-составитель А. М. Лопухов. – Москва, 2013. – С. 463-465.







