

**Главные законы  
ЭКОНОМИКИ  
для начинающих**

16+



**Джеффри Харрис Смит**

Джефф Харрис Смит

**Главные законы экономики  
для начинающих**

«ЛитРес: Самиздат»

2021

**Харрис Смит Д.**

Главные законы экономики для начинающих / Д. Харрис Смит —  
«ЛитРес: Самиздат», 2021

ISBN 978-5-532-98287-1

В этой книге мы проведём своего рода ликвидацию финансовой безграмотности для начинающих. А начнём с того, что в экономике существуют определённые законы, которые объясняют любое человеческое поведение. Знание этих законов жизненно необходимо для каждого предпринимателя.

ISBN 978-5-532-98287-1

© Харрис Смит Д., 2021  
© ЛитРес: Самиздат, 2021

## Содержание

Что такое экономика?	6
Разновидности экономики	7
Экономика и ценообразование	8
Ценообразование – что это?	9
Ценообразование – важность правильной цены	10
Какие факторы влияют на ценообразование?	11
Ориентация на затраты	12
Ценообразование, ориентированное на выгоду клиента	13
Конкурентное ценообразование	14
Ценообразование и ценообразование – различие условий	15
Различные методы ценообразования	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

# **Джефф Харрис Смит**

## **Главные законы экономики**

### **для начинающих**

Независимо от того, изучаете ли вы экономику или хотите освежить в памяти некоторые экономические теории или принципы, есть много способов расширить свои знания, не выходя из дома. Несмотря на то, что существует множество проверенных и надежных методов домашнего обучения, таких как репетиторство, существуют и другие, менее сложные способы узнать больше об этой теме.

Экономика, на самом деле один из самых популярных предметов для выпускников школ, а также один из самых популярных курсов обучения в университете, и неудивительно, почему. Понимание экономики или даже степень по экономике означает, что человек не только будет хорошо разбираться в математике, но также будет хорошо понимать, почему мир устроен так, как он работает, и как государственная политика может влиять на экономическую. Поэтому понятно, почему люди, которые выбирают такую тему как экономика, хотят узнать о нем больше. Независимо от того, собираетесь ли вы окончить среднюю школу, хотите ли вы подать заявку на степень бакалавра в университете или просто хотите больше узнать о рыночной экономике – существует множество методов, которые могут научить вас экономическим теориям и принципам.

## Что такое экономика?

*Экономика* – это наука о выборе, которая демонстрирует, что у человека есть неограниченные потребности, которые он может удовлетворить только с ограниченными ресурсами. Экономика или экономическая деятельность – это человеческая деятельность по производству, распределению, обмену и потреблению товаров и услуг. Под экономикой в настоящее время понимается весь процесс производства и распределения товаров и услуг в регионе или стране. Система международного рынка и финансового обмена называется мировой экономикой.

*Существует две основные категории в экономике:*

- микроэкономика, которая занимается поведением и взаимодействием между экономическими агентами (домашними хозяйствами, бизнесом, администрацией, ассоциациями);
- макроэкономика, которая изучает экономику в целом, пытаясь понять взаимодействия между различными агрегатами доходов, основных средств, инвестиций, сбережений и т. д.

## Разновидности экономики

Сегодня наблюдается значительная диверсификация экономических тенденций, в частности, за счет применения новых технических подходов или введения новых гипотез:

- количественная экономика, одна из опор эконометрики, с использованием методов моделирования, полученных из физических наук;

- прикладная экономика и экспериментальная экономика, в частности, через микроэкономику и экономику промышленности;

- институциональная экономика, объединяющая "институты" (законы, постановления, стандарты и т. д.) в изучении экономических явлений;

Точно так же социально-экономическая и нейроэкономическая науки рождаются на пересечении экономики, социологии и когнитивных наук и могут привести к исследованиям и приложениям в поведенческой экономике.

## **Экономика и ценообразование**

На ценообразование влияют различные факторы, и во многом они определяют успех продукта. Определите правильные цены и добейтесь максимальных продаж своей продукции. Узнайте, как определяются цены и связанные с ними термины, какие факторы на них влияют, и какие методы экономики используются для расчета цен.

## **Ценообразование – что это?**

Термин «*ценообразование*» можно использовать для обобщения всех показателей, которые используются для определения идеальной цены, по которой продукт предлагается на рынке. Здесь играют роль различные факторы: в то время как тип рынка, определяемый спросом и предложением (например, монополия, олигополия), является внешним фактором, затраты на производство относятся к числу внутренних факторов.

Таким образом, ценообразование следует понимать, как междисциплинарный процесс.

## **Ценообразование – важность правильной цены**

Разработчики продуктов в компании вкладывают много времени в создание нового продукта – этот процесс может занять от нескольких недель до лет. Чтобы окупилась большие финансовые и временные затраты, необходимы обширные меры ценообразования. Определение цены оказывает большее влияние на прибыльность продукта, чем любой другой соответствующий фактор, включая долю рынка, переменные и постоянные затраты.

## Какие факторы влияют на ценообразование?

Чтобы определить идеальную цену на новый продукт или услугу, недостаточно просто взглянуть на перспективу. Вместо этого ценообразование происходит в напряженной сфере, в которой необходимо учитывать множество факторов. Их можно отнести к следующим трем основным категориям:

*1. Затраты: сколько стоит компания для производства товаров и необходимых для этого материалов?*

*2. Клиенты: сколько клиенты готовы платить за продукт или услугу? Сколько вы можете позволить себе?*

*3. Конкуренция: Каковы цены у конкурентов на рынке?*

Ниже объясняется структура ценообразования в соответствии с этими факторами.

## **Ориентация на затраты**

В начале ценообразования компания должна определить производственные и материальные затраты, которые она несет. Они служат основой или нижним пределом для определения цены – чтобы иметь возможность приносить прибыль, она должна быть значительно превышена. Эта задача в процессе также известна как ценообразование.

## **Ценообразование, ориентированное на выгоду клиента**

Чтобы цена согласовывалась с покупателем, необходимо записать соответствующие данные. Это происходит, например, в опросах в рамках различных методов и исследовательских подходов к ценообразованию. В зависимости от типа опроса испытуемым могут быть предложены разные цены на фиксированный продукт на выбор, или их просят назвать цены, которые они готовы платить. Полученные диапазоны цен или точные цены также следует учитывать при определении окончательной цены.

## **Конкурентное ценообразование**

*Конкуренция на рынке* – еще один важный фактор в ценообразовании. Суммы денег, которые конкурирующие компании взимают за продукт, и насколько они успешны с ним, имеют решающее значение для того, чтобы найти разумную цену. Цены на товары собственного производства должны быть адаптированы к соответствующей конкурентной ситуации, чтобы привлечь достаточное количество покупателей.

## **Ценообразование и ценообразование – различие условий**

Термины ценообразование и ценообразование тесно связаны и иногда даже используются как синонимы. Тем не менее, есть важные отличия, требующие четкого разграничения:

Ценообразование описывает целостный процесс того, как соответствующая цена идет о, принимая внутренние и внешние факторы во внимание.

Ценообразование в первую очередь относится к внутренним факторам компании.

## Различные методы ценообразования

Для определения идеальной цены на товар подходят различные методы и исследовательские подходы. Ниже приводится краткое изложение некоторых из наиболее распространенных подходов к ценообразованию и их соответствующих преимуществ и недостатков. Отдельные методы объясняются более подробно далее в тексте.

*1. Метод Ван Вестендропа – есть продукт, который нельзя менять, но для которого не известен идеальный ценовой диапазон.*

*2. Метод ГабераГранжера – возможный ценовой диапазон для продукта уже определен, но точная цена в этом диапазоне еще не определена.*

*3. Доступны различные варианты продукта, или в дополнение к цене необходимо определить другие факторы, специфичные для продукта.*

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.