

EXECUTIVE ECONOMICS

1. COST, VALUE, PRICE: THREE PILLARS OF PROFIT

Economics rent - Tiền thuê kinh tế: là một chi phí cơ hội, một phép tính điều-gi-có-thể-xảy-ra. Nó là sự chênh lệch giữa những gì nhân công hoặc vốn thực sự đang đem lại với mức tối đa mà chúng có thể đem lại khi được sử dụng ở nơi khác, ở công ty khác, hoặc ở khoảng đầu tư khác

- 1, bỏ qua chi phí ẩn, dù chúng có thật
- 2, coi nhiều chi phí là thật và lớn trong khi thực tế thì chúng bằng 0

2. HIDDEN COSTS

Chi phí chìm: là khoản tiền đã được chi ra, nhưng thay vì coi nó là chuyện đã rồi thì những nhà điều hành lại thường coi rằng họ có thể và sẽ tái tạo lại doanh thu từ chúng. Trong kinh doanh, chi phí chìm như một tội lỗi. Nhiều nhà điều hành phải chịu đựng nỗi đau của 2 căn bệnh trái ngược này. Họ rất vô tư, không hề hay biết đến những chi phí cơ hội ẩn rất lớn, cùng lúc đó lại bị chi phối bởi quy mô của chi phí chìm

Tuy nhiên, bỏ tiền vào một dự án đã được chứng minh là thất bại sẽ tạo ra vấn đề kép. Một là đánh mất những cơ hội sử dụng tiền hiệu quả hơn và hai là không thừa nhận thất bại, dẫn đến việc lại tiếp tục ném thêm tiền vào nó. Đây là một trường hợp đặc biệt của hiện tượng tâm lý học rất phổ biến trong thị trường vốn - nhà đầu tư sẵn sàng chấp nhận rủi ro lớn đến mức vô lý để tránh thua lỗ nhưng cũng chính nhà đầu tư đó lại rất căm ghét việc phải chịu rủi ro để kiếm những khoản lợi lớn

3. TRADEOFFS: PAIN VERSUS GAIN

Thước đo thành công chính là khả năng dám đánh đổi của nhà điều hành, thứ có thể khiến họ sợ hãi và đau khổ

4. DO YOU KNOW WHERE YOUR COSTS ARE?

Người ta thường nói rằng, những thành công ngày hôm nay thường che lấp những dấu hiệu thất bại đầu tiên của ngày mai. Đó là lý do tại sao việc liên tục so sánh đối chuẩn chi phí của bạn với các đối thủ cạnh tranh là vô cùng quan trọng/151

Biết chi phí là gì và ở đâu trong mối liên hệ với đối thủ cạnh tranh là nền tảng của chiến lược kinh doanh. Những hiểu biết như vậy, được trợ giúp bởi các công cụ là các hàm chi phí, có thể giúp nhà điều hành thu được lợi nhuận cao nhất trong chơi đầy rủi ro trên thị trường thế giới/169

5. PEOPLE, KNOWLEDGE, AND/OR MACHINES

6. FROM VOLUMN TO VARIETY

Tính kinh tế theo quy mô là **việc giảm trong chi phí cận biên và chi phí trung bình nhờ tăng quy mô đơn vị hoạt động**.

Tính kinh tế theo phạm vi là **việc giảm chi phí cận biên và chi phí trung bình nhờ sử dụng những sơ sở vật chất và quy trình trong cùng một đơn vị hoạt động để sản xuất ra nhiều chủng loại hàng hoá và dịch vụ**.

7. RACING DOWN THE LEARNING CURVE

Đường cong học tập là thành phần quan trọng của một loại đường đua chiến lược khép kín tồn tại trong nhiều thị trường. Đường đua này hoạt động như sau:
- Khi sản lượng tăng, chi phí đơn vị giảm;
- Khi chi phí đơn vị giảm, các công ty có thể giảm giá mà không làm ảnh hưởng đến khả năng tạo ra lợi nhuận hay dòng tiền;
- Khi giá giảm, nhu cầu của người tiêu dùng tăng và thị phần tăng;
- Khi thị phần tăng, lợi nhuận sinh ra được đầu tư vào marketing và công nghệ để tiếp tục giảm chi phí/262

Hệ số đường cong học tập là tỷ lệ giữa chi phí trung bình sau khi sản xuất tăng gấp đôi so với trước khi tăng gấp đôi/ 269

Những khoản tiết kiệm chi phí trong sản xuất quy mô lớn là "tính kinh tế theo tốc độ" vì chúng phụ thuộc một phần vào mức độ năng lực sản xuất được đưa vào sử dụng/ 273

Đường cong kinh nghiệm = Đường cong học tập cộng thêm chi phí cố định (những chi phí không liên quan đến quá trình sản xuất thực sự)/ 276

Việc so sánh giữa dự báo doanh thu với điểm hoà vốn có thể giúp nhà điều hành quyết định xem liệu một dự án có đáng để thực hiện ngay từ khi bắt đầu không? /278

Hành vi phòng thủ là kẻ thù tinh vi của đường cong học tập/ 292

8. MARKETS AND DEMAND: HOW TO LISTEN TO YOUR CUSTOMER

Độ co giãn của cầu theo giá: là % thay đổi trong lượng cầu được tạo ra từ 1% thay đổi trong giá của chính sản phẩm đó/342

Nếu tăng giá trong khoản đó thì có làm người mua quay lưng không?
Tăng trong khoảng nào thì không bị giảm doanh thu?

Độ co giãn chéo của cầu theo giá: là độ nhạy cảm của cầu cho sản phẩm cạnh tranh có liên quan chứ không phải theo giá của chính nó/346

>0 và rất cao: nếu đối thủ tăng giá, khách hàng quay lưng sang cửa hàng còn lại

Việc nghiện ma túy, như cocaine, làm cho cầu rất nhạy cảm với giá. Điều này tạo ra sự thiết hụt nghiêm trọng trong xã hội. Các đạo luật về ma túy chủ yếu nhắm đến việc tịch thu ma túy trong và sau khi chúng vào đất nước. Việc này sẽ tạo ra sự thiếu hụt nghiêm trọng và đẩy giá của những loại ma túy bất hợp pháp lên rất cao. Giá cao hơn không hề làm giảm việc sử dụng ma túy, mà thay vào đó, làm tăng tỷ lệ tội phạm do cần tiền để mua ma túy giá cao. Điều này đã khiến nhiều chuyên gia đưa ra đề xuất hợp pháp hoá một vài loại ma túy để phá vỡ cái vòng luẩn quẩn chi phí-tội ác khắc nghiệt.

Độ co giãn của cầu theo thu nhập: là tỷ lệ của chi tiêu cận biên (nếu được thưởng thêm tiền, sẽ tiêu bao nhiêu sản phẩm X) cho sản phẩm X trên chi tiêu trung bình (tiêu bao nhiêu thu nhập cho X)/359

9. CALCULATED RISKS

10. COMPETING BY COOPERATING

Contesable Market Theory - Lý thuyết thị trường có thể cạnh tranh cho rằng ngay cả khi một công ty thống lĩnh một ngành, nó vẫn phải hành động như thể bị cạnh tranh vì nếu tham lam tăng giá và lợi nhuận, nó sẽ sớm phải chịu cạnh tranh thật sự/421

Những doanh nghiệp thành công tạo ra giá trị bằng việc am hiểu nhu cầu của khách hàng và thoả mãn nhu cầu đó. Dù cho động cơ của doanh nghiệp là gì thì mục tiêu của nó không chỉ là giúp bản thân mà cùng lúc đó phải còn giúp người khác, tức khách hàng - và phần thưởng trong hệ thống thị trường sẽ tương xứng với mức độ thành công của doanh nghiệp trong việc thực hiện điều đó