

Тема 6

Частный сектор в экономике

6.1. Общая характеристика потребительского сектора в экономике

- Домохозяйство (семья) в современной экономике представляет собой главную силу в производстве и распределении товаров и услуг. В разные исторические эпохи в зависимости от характера общественных отношений изменялись место и роль, структура и функции, величина и устойчивость, права и ответственность, положение в обществе или социально-экономический статус семьи. Однако именно в семье осуществляется формирование основных потребностей индивида и его интересов.

Человеческий капитал

- **Человеческий капитал** – это имеющийся у каждого человека запас знаний, способностей и мотиваций.
- Человеческий капитал по своему назначению сопоставим с физическим капиталом, так как его формирование требует отвлечения средств в ущерб текущему потреблению, но служит источником повышения производительности труда и заработков в будущем.
- Кроме того, инвестиционный период у человеческого капитала значительно длиннее, чем у физического.

6.1. Общая характеристика потребительского сектора в экономике

- Система функций семьи по формированию и накоплению человеческого капитала включает:
- создание материальной базы семьи;
- производство физической основы человеческого капитала (реализация детородной, воспитательной и рекреационной функций);
- реализация человеческого капитала посредством различных способов предпринимательства и трудоустройства.
- Наиболее важной функцией семьи является формирование и использование семейного бюджета.

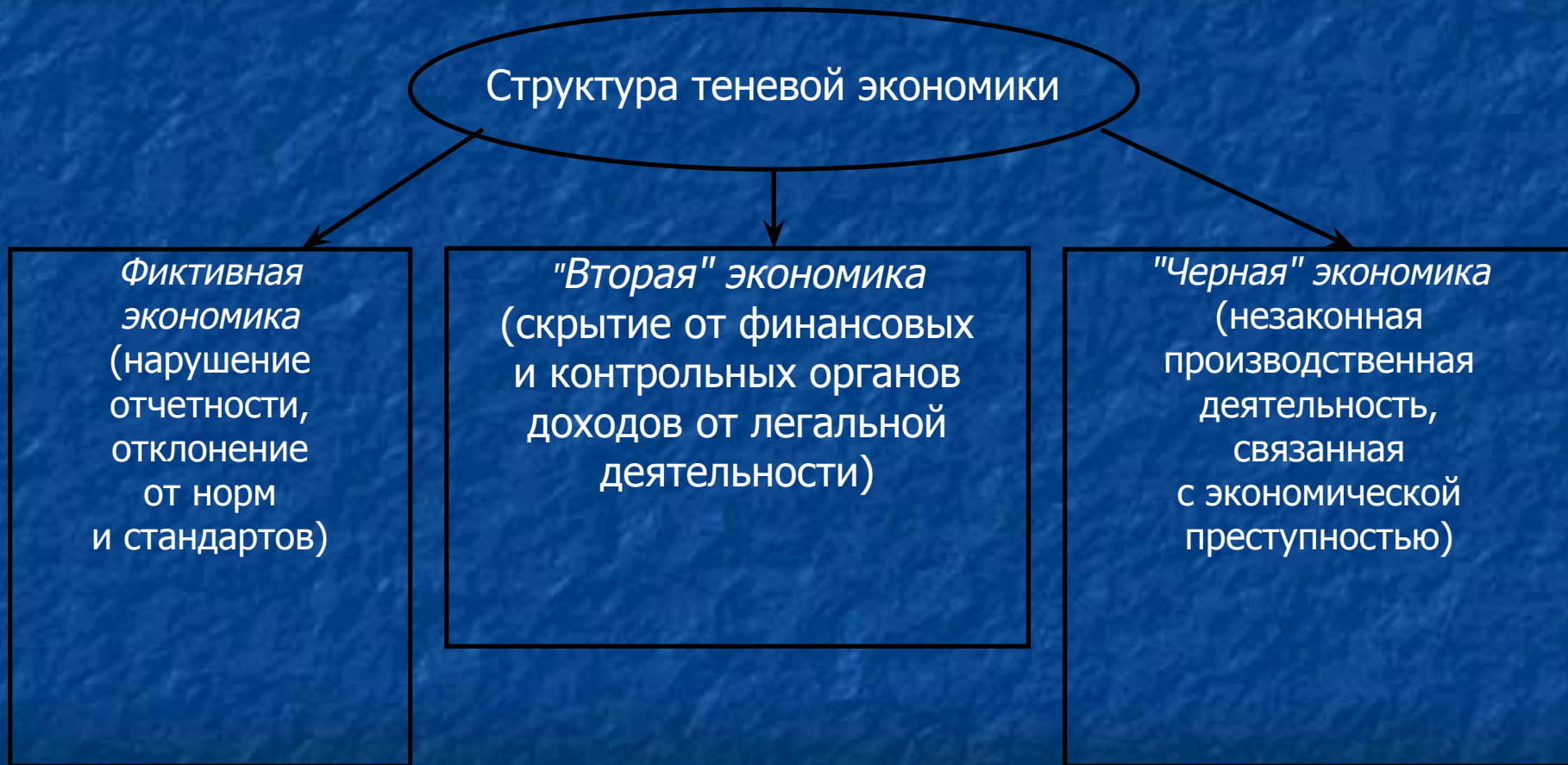
Семейный бюджет

- **Семейный (потребительский) бюджет** – таблица доходов и расходов семьи за определенный период времени, чаще всего за год.

- Изучение доходной части семейного бюджета включает два подхода: функциональное распределение в соответствии с функцией, выполняемой домохозяйством, и личное распределение среди домохозяйств и их членов. Анализ функционального распределения доходов показывает, что крупнейшим источником дохода домохозяйств является заработная плата (около 70%). Практически равные доли в доходе составляют доходы мелких собственников, а также арендная плата, проценты на капитал и прибыль от предпринимательской деятельности. В странах с недостаточно развитыми рыночными отношениями особое место занимают нелегальные доходы от теневой экономики.

Теневая экономика

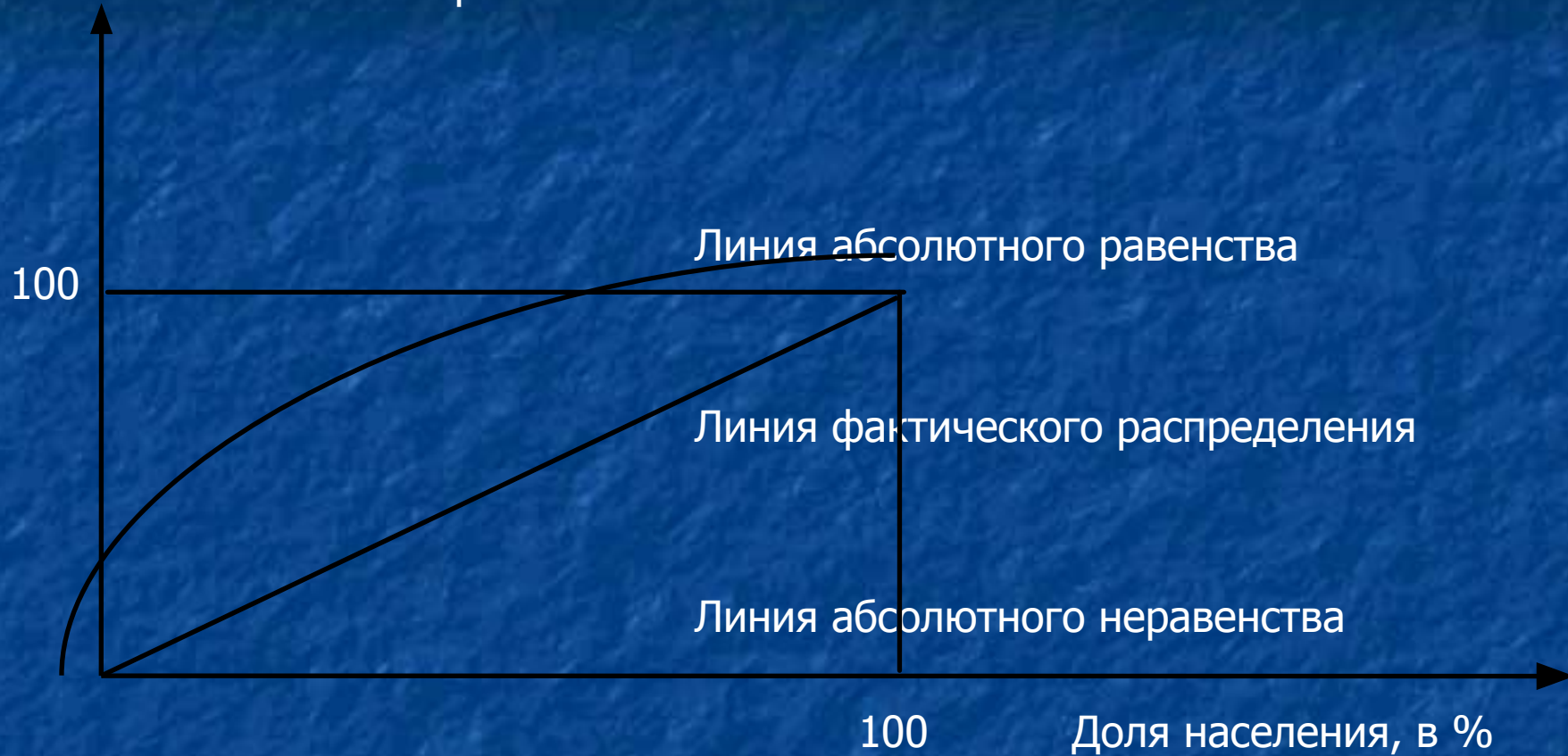
■ **Теневая экономика** – совокупность неучтенных и противоправных видов экономической деятельности



Кривая Лоренца

- Личное распределение доходов связано с дифференциацией дохода в зависимости от персонального различия участников рынка (талант, способности, квалификация, образование и т. д.) и из-за асимметричности рыночного механизма (несовпадения спроса и предложения, потребностей и возможностей). Для количественной оценки дифференциации доходов применяются различные показатели. Степень неравенства демонстрирует *кривая Лоренца*, которая показывает распределение личных доходов среди различных групп населения

Доля доходов, в %
Линия абсолютного равенства



Индекс Джини

- Для характеристики распределения совокупного дохода между группами населения применяется **индекс концентрации доходов населения (коэффициент Джини)**. Чем ближе значение этого коэффициента к единице, тем выше неравенство.
- Для характеристики дифференциации доходов используется также **децильный коэффициент**, выражающий соотношение между средними доходами 10% наиболее высокооплачиваемых граждан и средними доходами 10% наименее обеспеченных.

6.1. Общая характеристика потребительского сектора в экономике

- Дифференциация дохода и уровня жизни населения обостряет проблему бедности в рыночной экономике.
- В социальной практике бедность измеряется с помощью прожиточного минимума. Последний существует в двух видах: социального и физиологического.
 - Социальный минимум включает минимальные нормы удовлетворения физиологических, духовных и социальных потребностей.
 - Физиологический минимум рассчитан на удовлетворение только главных физиологических потребностей и оплату основных услуг, причем в течение относительно короткого времени и без приобретения непродовольственных товаров. Для определения прожиточного минимума используется метод потребительской корзины.

6.1. Общая характеристика потребительского сектора в экономике

- **Потребительская корзина** – набор товаров и услуг, обеспечивающий жизнедеятельность человека и характеризующий типичный уровень и структуру месячного (годового) потребления человека или семьи. Потребительная корзина позволяет определить «индекс цен».
- **Индекс цен** представляет соотношение цены «потребительской корзины» в данном периоде с аналогичной корзиной в базовом периоде. Индекс цен характеризует **реальный доход**, то есть количество товаров и услуг, которые можно приобрести на сумму денежного дохода. Доход в денежном выражении называется **номинальным доходом**.

6.2. Поведение потребителя в рыночной экономике

- Размеры, структура и динамика спроса потребителя в условиях ограниченного бюджета в микроэкономике исследуется теорией потребительского поведения, основанной на маржинализме. Ее исходными принципами является признание, во-первых, экономического суверенитета потребителя (то есть возможности влиять на предложение товаров через спрос) и, во-вторых, рациональности поведения потребителя, если он получает максимум полезности при ограниченном доходе.

Полезность

- **Полезность** – степень удовольствия (удовлетворения) от потребления товара. Полезность товара – понятие сугубо индивидуальное, которое зависит от многих факторов.

Полезность

Цена



Потребность

Полезность

Предпочтение

Спрос

Запас благ

Доход

Закон убывающей предельной полезности

- Если вкусы потребителя постоянны, а функция потребления непрерывна, то любому бесконечно малому увеличению количества товара Q соответствует прирост общей полезности TU . Однако она возрастает все более медленными темпами из-за того, что предельная полезность данного товара MU (или добавочная стоимость, приносимая последней единицей) имеет тенденцию к сокращению.

6.2. Поведение потребителя в рыночной экономике

- Убывающая предельная полезность помогает объяснить закон спроса. Кривая спроса совпадает с кривой предельной полезности, т. к. с увеличением количества товара цены на каждую единицу падают.
- Существуют два способа оценки полезности.
 - **Кардиналистский** подход связан с попыткой вычислить значение полезности на основе использования условной единицы – *ютили*.
 - Сторонники **ординалистского** подхода утверждают, что полезность невозможно измерить количественно, но на основе предпочтений можно выявить порядковую полезность, то есть описать поведение потребителя путем ранжирования.

Кривая безразличия

■ Графическое изображение различных комбинаций двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя, называется **кривой безразличия** (U). Множество кривых безразличия одного потребителя образуют **карту безразличия**. При этом чем правее и выше расположена кривая безразличия, тем большее удовлетворение приносят представленные ею комбинации двух благ. Информацию же о наиболее выгодном наборе продуктов для потребителя дает **линия бюджетного ограничения**, уравнение которой можно записать следующим образом:

$$I = P_1Q_1 + P_2Q_2,$$

где I – доход потребителя;

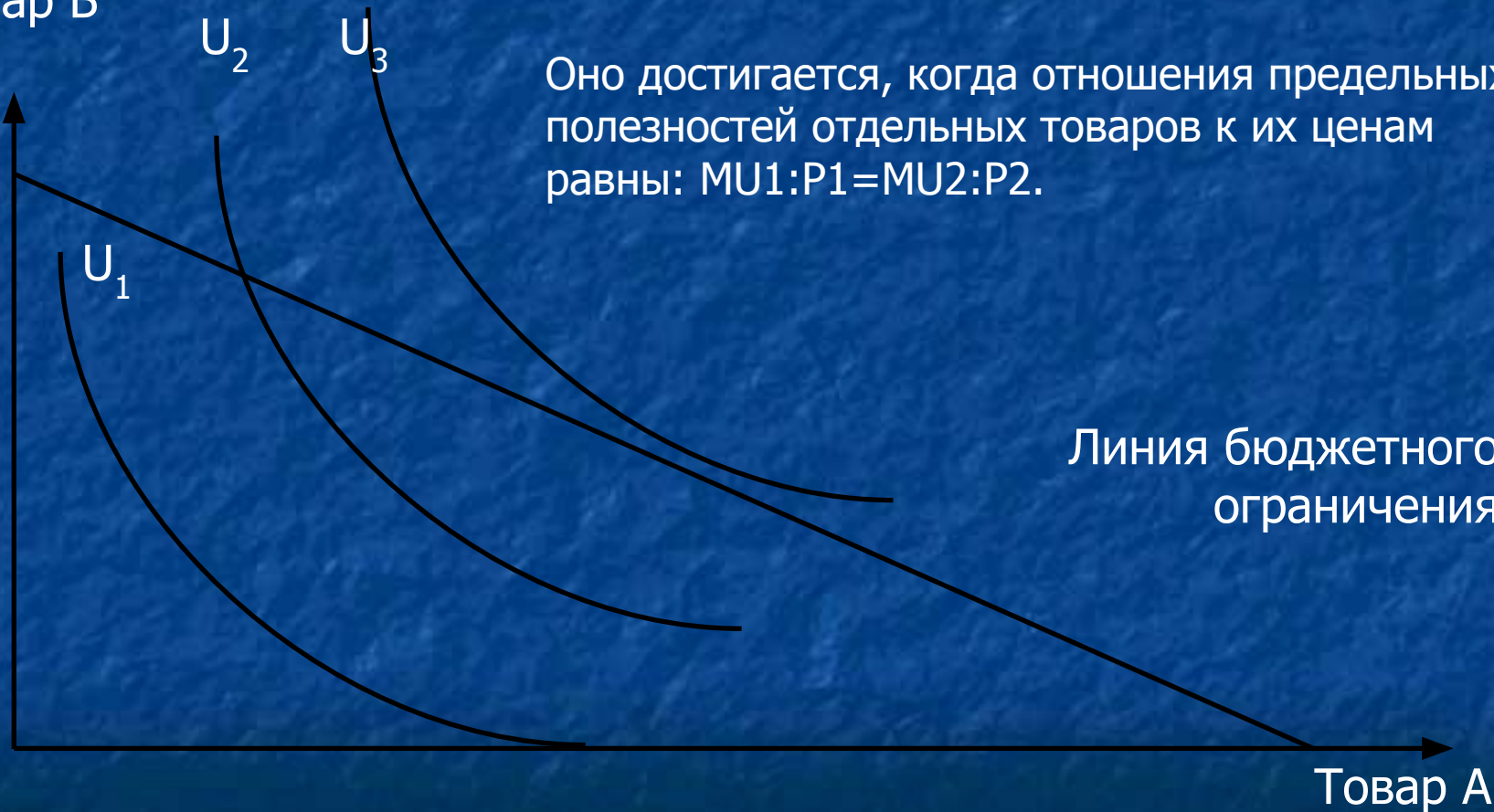
P_1 ; P_2 – цена товаров А и Б;

Q_1 ; Q_2 – количество товаров А и Б.

Точка касания кривой безразличия с линией бюджетного ограничения показывает **положение равновесия потребителя (оптимум потребителя)**.

Потребительское равновесие

Товар Б



6.2. Поведение потребителя в рыночной экономике

- Влияние на потребительский выбор цен и дохода описывается с помощью эффектов дохода и замещения.

- **Эффект дохода** – увеличение потребления нормального блага в результате падения его цены за счет увеличения реального дохода, вызванного снижением цены, и наоборот, сокращение потребления нормального блага в результате роста его цены за счет сокращения реального дохода, вызванного ростом цен.

- **Эффект замещения** – реакция потребителя на повышение цены нормального блага, входящего в потребительскую корзину, приводящая к сокращению покупки подорожавшего блага и к увеличению покупки благ, которые могут заменить подорожавшие.

- Наряду с общими принципами выбора рационального потребительского выбора существуют особенности, которые определяются влиянием на него рыночного спроса, а также вкусов и предпочтений.

Виды спроса

- **Функциональный спрос** – спрос на товар, обусловленный качествами товара.

- **Нефункциональный спрос** – спрос, обусловленный факторами, не связанный с самим товаром. Особое значение при нефункциональном спросе имеют случаи взаимного влияния рыночного и индивидуального спроса, которые американский экономист Х. Лейбенстайн назвал эффектом присоединения к большинству (потребитель покупает то же, что и другие потребители), эффект сноба (стремление выделиться из толпы) и эффект Веблена (престижное или демонстративное потребление).

- Функциональный и нефункциональный спрос в экономической теории часто соотносят с нормальным и аномальным поведением потребителя.

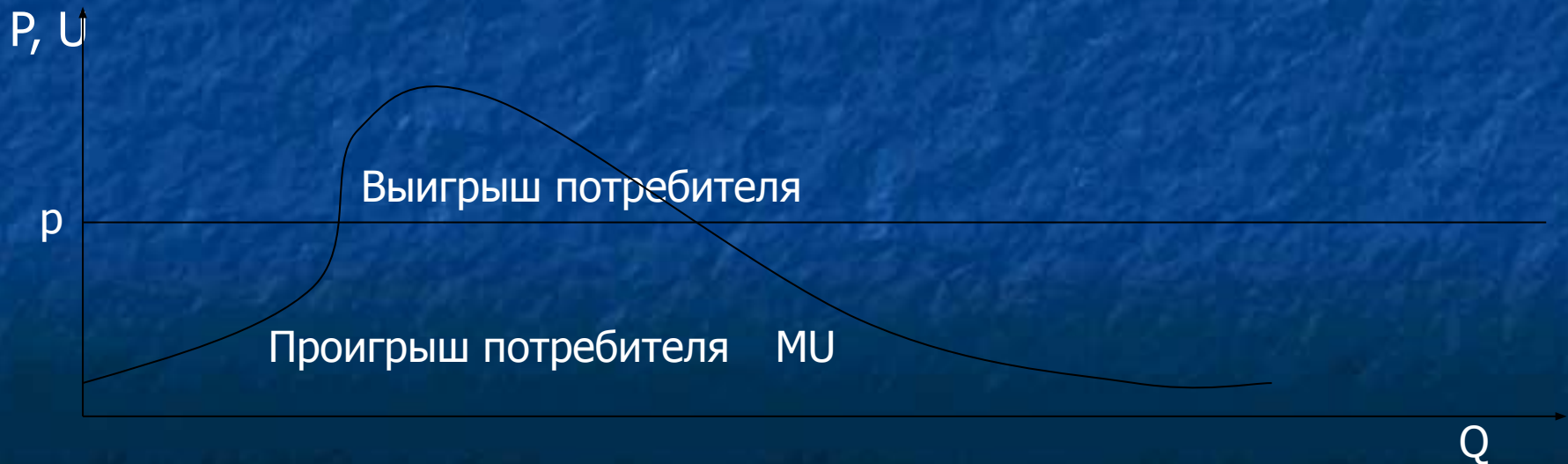
- **Нормальное поведение потребителя** описывается законом спроса. Иными словами, при растущей цене на определенный продукт его потребление, как правило, будет уменьшаться. При падении цены потребитель будет покупать товары в большем количестве.

- **Аномальное поведение потребителя** означает то, что поведение потребителя непредсказуемо, он реагирует на процессы рынка совершенно иначе, чем большинство его агентов. Этим, в частности, можно объяснить стремление покупать недвижимость даже при растущих ценах в условиях инфляции.

- Важно отметить, что при любом поведении потребителя его главным принципом деятельности является максимизация общей полезности в условиях ограниченных ресурсов.

Выигрыш и проигрыш потребителя

Теория предельной полезности показывает, что любой индивидуум, предъявляя спрос на тот или иной товар, сугубо объективно оценивает свой бюджет и предельную полезность единицы товара. Дополнительная полезность, которую потребитель получает за счет разницы между тем, что он готов отдать за приобретаемое благо, и тем, что он отдает в действительности, будет составлять **прибыль (выигрыш) потребителя**.



6.2. Поведение потребителя в рыночной экономике

- На поведение потребителя в рыночной экономике влияет также **асимметричная информация** – ситуация, в которой часть участников сделки обладает важной информацией, которой не располагают другие заинтересованные лица. Это означает наличие неопределенности и риска.
- **Неопределенность** – ситуация, для которой характерен недостаток информации о вероятных будущих событиях.
- **Риск** – положение, варианты исхода которого известны, но неизвестно, какой из них наступит точно. Хотя по отношению к риску все люди делятся на три основные группы: антипатичные к риску, нейтральные к риску и предпочитающие риск, большинство потребителей предпочитают уменьшать его последствия.

Способы минимизации риска

- **Страхование** – механизм распределения рисков между теми, кто хотел бы обезопасить себя от возможных последствий возникновения пагубных ситуаций. Страховка от риска предоставляется в обмен на внесение страховой премии. В случае наступления страхового события страховая компания выплачивает пострадавшему компенсацию за понесенный ущерб. Сумма внесенных премий формирует общий фонд для выплаты компенсаций, а также является источником покрытия административных затрат страховой компании.

- **Стоимость полной информации** определяется разницей между ожидаемой стоимостью какого-нибудь приобретения, когда имеется полная информация, и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная.

- **Диверсификация** – распределение капитала и /или видов деятельности по нескольким сферам для уменьшения риска путем перераспределения прибыли из одной сферы для покрытия убытков в другой.

6.3. Предприятие в рыночной экономике

- В хозяйственной практике понятия «предприятие» и «фирма» имеют некоторое отличие. Предприятие выражает технологические и организационные аспекты хозяйственной деятельности субъекта. Фирма – более общее понятие, включающее помимо указанных аспектов и правовой. Она выступает как юридическое лицо, обладающее собственностью и производящее на рынок товары и услуги. В состав фирмы могут входить одно или несколько предприятий. Системообразующими факторами определения предприятия как основного звена национальной экономики и как самостоятельного хозяйствующего субъекта является кооперация, основанная на внутреннем разделении труда, а также реализация функций индивидуального воспроизводства и обособлении кругооборота капитала (ресурсов).

6.3. Предприятие в рыночной экономике

- В развитой рыночной экономике предприятия разнообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых разнообразных услуг – финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских. По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т. д.
- зависимости от размера выделяют мельчайшие, основанные на личном труде товаропроизводителя; мелкие (численность работников 10–15 человек); средние (численность 50–500 человек); крупные (численностью 500 человек, как правило, акционерные общества).

Стратегия

- Принятие широких долгосрочных мер по реализации цели составляет содержание **стратегии** (деловой политики) фирмы. Формирование стратегии обуславливается анализом внешних и внутренних факторов деятельности фирмы



- Планирование коммерческой деятельности фирмы входит в системы организации управления и определяется его целью. Располагая факторами производства и соединяя их в различных технологиях, фирма выпускает готовые товары и предлагает их на рынке.
- Зависимость между любым набором факторов производства и максимально возможным объемом продукции, производимой из этого набора, называется **производственной функцией**:

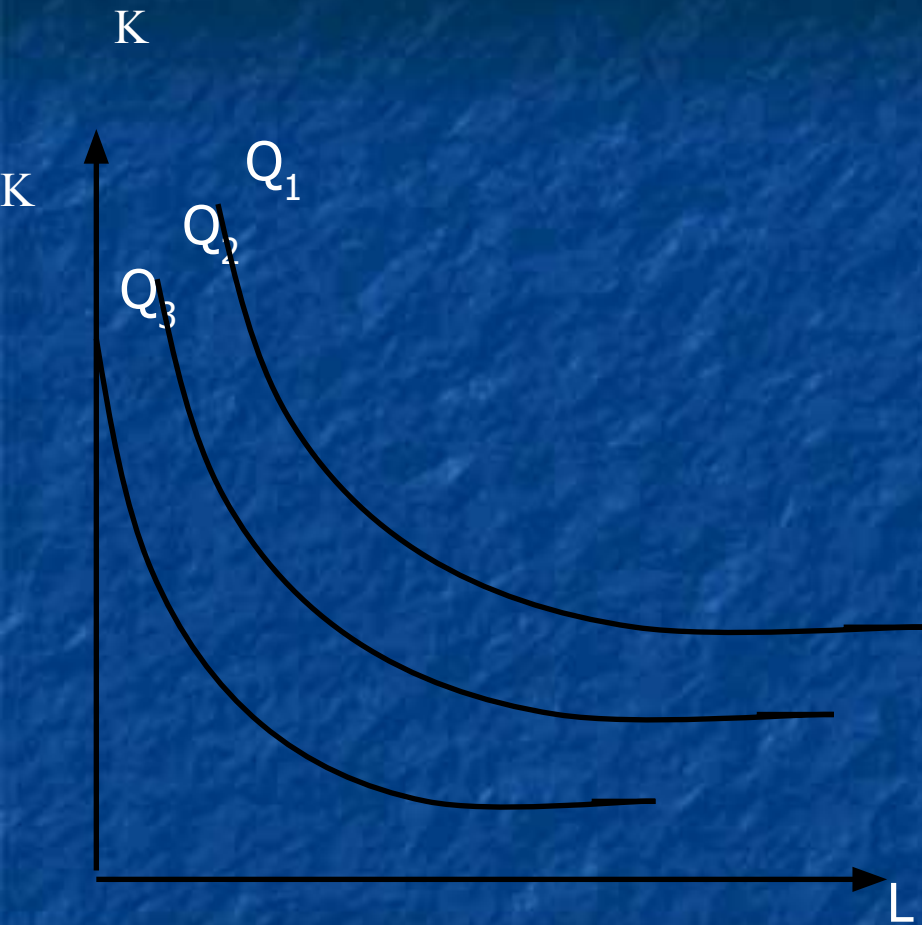
$$Q = F(L, K),$$

где Q – выход продукции,

L, K – различное сочетание факторов производства.

Изокванта

- Модификацией производственной функции является изокванта.
- **Изокванта** – кривая, геометрическое место точек, соответствующих всем вариантам производственных факторов, использование которых обеспечивает одинаковый объем выпуска продукции.
- График, на котором представлен набор изоквант, называется *картой изоквант*.



$Q_{1,2,3}$ – изокванты
K – затраченный капитал
L – затраченный труд

6.3. Предприятие в рыночной экономике

- Для анализа деятельности фирмы в краткосрочный период используются следующие показатели:
- общий, средний и предельный продукт;
- общие, средние, предельные, постоянные и переменные издержки;
- совокупный, средний и предельный доход.
- **Общий продукт** (total product) – это количество экономического блага, произведенное с использованием некоторого количества фактора производства. Разделив общий продукт на израсходованное количество переменного фактора, можно получить **средний продукт** (average product):

$$AP=Q:F.$$

- **Предельный продукт** (marginal product) определяется как прирост совокупного продукта, полученный в результате бесконечно малых приращений количества использованного переменного фактора:

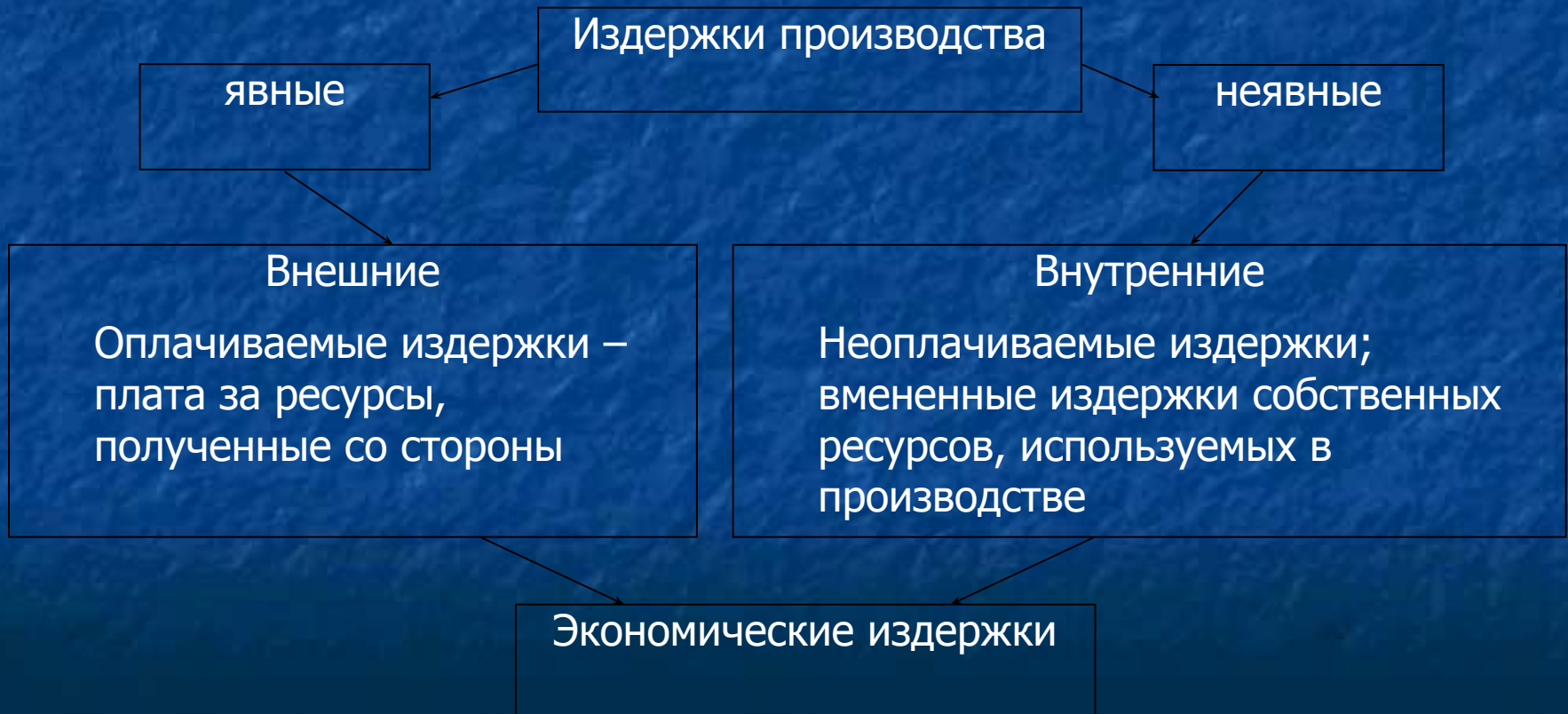
$$MP = \frac{\delta TP}{\delta F}$$

6.3. Предприятие в рыночной экономике

- С ростом использования какого-либо производственного фактора при прочих равных условиях рано или поздно достигается такая точка, в которой дополнительное применение переменного фактора ведет к снижению сначала относительного, а затем и абсолютного объемов выпуска продукции. В этом заключается **закон убывающей предельной производительности**. Поэтому при определении размеров предприятия следует учитывать тот факт, что расширение производства целесообразно до тех пор, пока предельный продукт больше или равен среднему продукту.

Издержки производства

- **Издержки производства** – затраты на приобретение факторов производства.



Доход

- **Совокупный доход** (total revenue) – это общая выручка, получаемая фирмой от продаж своей продукции:

$$TR = P \times Q.$$

- **Предельный доход** (marginal revenue) – приращение к общей выручке фирмы, вызванное увеличением ее продаж на дополнительную единицу товара:

$$MR = \frac{\delta TR}{\delta Q}$$

6.3. Предприятие в рыночной экономике

- В каких бы условиях ни действовала фирма, она должна стремиться к максимизации прибыли или минимизации убытков. При решении этих проблем фирме следует руководствоваться следующими правилами:
- 1. Фирма должна прекратить производство, если TR от продажи любого объема ее продукции не превосходит VC производства данного количества товаров и услуг. Иными словами, чтобы $P < AVC$.
- 2. Чтобы добиться максимальной прибыли, фирма должна производить такой объем продукции, при котором $MR = MC$.
- На *рынке совершенной конкуренции* ни одна из фирм не влияет на цену своей продукции, а $P = MR$, поэтому максимизация общей прибыли ($Pr = MR - MC$) достигается тогда, когда $P = MC$. При этом, если $P > MC$, то производство можно расширить. Если $P < MC$, то производство нужно сокращать