

2.2. Двухфакторные модели спроса на товары первой необходимости

Классификация потребительских товаров, начатая в предыдущем параграфе, позволила выделить два типа товаров: товары первой необходимости и товары социального статуса. Товары первой необходимости в свою очередь в зависимости от характера удовлетворения потребности делятся на товары активного и пассивного спроса. В данном параграфе будут построены модели спроса на эти две группы товаров первой необходимости.

Под товарами активного спроса будем понимать такие товары, которые приобретаются потребителями осознанно в результате тщательного выбора и сравнительного анализа характеристик товара (цена, качество и т.п.). Эти товары являются предметом непосредственного торга. Даже если торг неуместен (в супермаркете, например), потребитель имеет возможность обратиться в другой магазин в поисках товара нужного объема и цены. Главное их свойство, важное с позиций нашей теории, это то, что товары активного спроса могут приобретаться потребителем впрок.

Товары пассивного спроса не выступают в качестве объекта торгов. Они не закупаются впрок, их нельзя складировать – это их главное свойство.

Рассмотрим каждую группу товаров.

Товары первой необходимости активного спроса.

По определению, товары первой необходимости потребляются индивидуумами, относящимися к любой социальной группе с любыми доходами – потребление этих товаров является жизненно необходимым. Для построения модели спроса на товары этой группы необходимо сформулировать ряд положений. Но, прежде всего, сразу же оговоримся, что в данном параграфе цена товара как фактор, влияющий на поведение потребителя, не рассматривается. Предполагается, что цена на товар фиксирована.

Первое положение, которое следует учесть, заключается в следующем. При отсутствии дохода у потребителя, несмотря на имеющуюся потребность в товарах, объем приобретаемых им товаров равен нулю – в рыночной экономике любой товар имеет цену, следовательно, его можно приобрести только за деньги или обменяв на другой товар (имеющееся имущество, например, или услугу). Спрос, как известно, представляет собой обеспеченную денежными средствами (или иными способами обмена) потребность. Значит, в качестве исходного для построения модели спроса можно принять следующее положение: *спрос потребителя с нулевым доходом на товар первой необходимости равен нулю.*

В целях упрощения дальнейших построений, будем считать, что товар не дискретен, то есть, каждая единица товара бесконечно мала, и потребитель в состоянии приобрести сотые и тысячные части товара. С учетом того, что рассматриваемый товар относится к товарам первой необходимости, он удовлетворяет первичные потребности, самые насущные и постоянно действующие. Из этого следует и другой вывод – при появлении у потребителя ненулевого дохода он начинает сразу приобретать товар данной группы для удовлетворения первичных потребностей в том количестве, которое опреде-

ляется его доходом и ценой за единицу товара. Тогда можно принять в качестве исходного и другое положение: *спрос потребителя с ненулевым доходом на товар первой необходимости становится ненулевым.*

Из этих двух положений легко вывести одну из особенностей графической модели спроса на рассматриваемый товар - у модели есть начальная точка, характеризующаяся двумя координатами – нулевым доходом и нулевым потреблением, а с ростом дохода начинается и рост объемов потребления данного типа товара. Это, во-первых.

Во-вторых, при полном удовлетворении потребности в товаре первой необходимости, когда при высоких доходах возникают и начинают удовлетворяться другие потребности, объёмы его приобретения не становятся равными нулю. Отсутствие у потребителя данного товара вообще наносит существенный ущерб потребителю, так как его первичные потребности (а это – потребности необходимые для его существования) являются постоянно затребованными, непрерывно возникающими через определенные физиологическими потребностями промежутки времени. Этот уровень физиологических потребностей, по сути, является уровнем рационального потребления: меньшее потребление приводит к ущербу для организма, большее потребление оказывается ненужным.

Обозначим этот уровень потребления Q_{rat} . Таким образом, при больших доходах потребителя объём потребления товара этой группы не меняется с увеличением дохода и остается на уровне рационального потребления. Значит, существует другая крайняя точка искомой зависимости, когда при достижении определённого уровня доходов объёмы потребления остаются постоянными при любом дальнейшем увеличении доходов, то есть – из этой точки кривая превращается в прямую линию, параллельную оси доходов.

Как осуществляется переход от первой (начальной) точки ко второй (крайней)? Или, иначе говоря, какой характер имеет функция зависимости объёмов потребления товара первой необходимости активного спроса от дохода на участке от нулевых доходов до той их величины, когда потребление переходит на уровень рационального? Возможны следующие варианты характера функции:

1. Функция имеет линейный характер, когда с ростом дохода растёт и объём приобретения товара.
2. Функция имеет нелинейный характер монотонно возрастающей зависимости с точкой максимума объёмов, равной Q_{rat} .
3. Функция имеет более сложный нелинейный характер с несколькими экстремумами (минимумами и максимумами).
4. Функция имеет нелинейный характер с одним максимумом Q_{max} , который больше объёма рационального потребления ($Q_{max} > Q_{rat}$).

Каждый из этих вариантов следует рассмотреть и выявить единственный.

Первый вариант вида функции – это функция, имеющая характер простой линейной зависимости.

Если предположить наличие линейной зависимости между объёмами потребления товара первой необходимости и доходами потребителя, то возникает определённое противоречие. Действительно, при этом теоретически невозможно объяснить поведение потребителя в окрестностях точки с рациональным объёмом потребления Q_{rat} . При достижении этой точки рост объёмов потребления резко прекращается, и они остаются постоянными с дальнейшим ростом доходов – появляется ярко выраженная точка перелома, которая для экономических взаимосвязей встречается крайне редко. Одна линейная тенденция (роста объёмов) сменяется другой (постоянством объёмов). Так как наличие точки перелома объяснить сложно, остаётся утверждать, что хотя бы в окрестностях точки рациональных объёмов зависимость приобретает нелинейный характер. А это, очевидно, исключает линейную функцию в качестве одной из возможных моделей, описывающих зависимость изменения объёмов потребления при изменении дохода.

Второй возможный вариант изменения представляет собой модификацию линейной модели – когда функция имеет нелинейный характер монотонно возрастающей зависимости с точкой максимума объёмов, равной Q_{rat} . В этой точке кривая превращается в прямую линию, параллельную оси доходов.

Для того чтобы выяснить возможность такой формы зависимости, необходимо вернуться к понятию «рациональный объём потребления». Что это такое? Это тот необходимый объём потребления товара, который полностью удовлетворяет потребность в нём. Если объём потребления будет меньше рационального – потребность не будет удовлетворена полностью и будет нанесён ущерб потребителю от этого. Если же объём потребления будет выше рационального, особого ущерба потребитель не получит, разве что от излишне затраченных средств. При росте доходов потребителя и достижении им такого уровня, при котором он может наконец-то удовлетворить свою потребность в данном продукте на рациональном, то есть минимально необходимом уровне, будет ли потребитель изменять объёмы его потребления? Не появится ли у потребителя при росте дохода желание слегка превысить объёмы потребления выше рационального уровня; потребить товар, который ранее ему был недоступен в полном объёме с некоторым избытком? Если ответить, что такого желания у него не появится, то такой потребитель будет вести себя подобно роботу – он не подвержен воздействию эмоций и импульсов. Это – первый аргумент против рассматриваемого характера изменения зависимости.

Второй аргумент, который свидетельствует против подобного монотонного характера зависимости объёмов потребления данного типа товара от дохода, заключается в следующем. Каждую потребность можно удовлетворить разными способами и с помощью различных товаров. Например, потребность в пище удовлетворяют хлеб, мясо, молоко, картофель, рыба и т.д. Индивидуум использует различные пропорции данных товаров в зависимости от ряда факторов и, в первую очередь, в зависимости от собственных возможностей, представляемых ему доходом. В том случае, когда у потреби-

теля нет возможности потреблять в рациональном объёме, например, мясо, он удовлетворяет потребность в еде за счет большого, нерационального потребления более дешевого продукта, например, картофеля. Следовательно, между начальной точкой зависимости и точкой рациональных объёмов потребления есть участок с такими объёмами потребления, которые по своей величине превышают рациональные объёмы, поскольку данный товар выступает в качестве замены более дорогого товара, который оказывается недоступен потребителю в необходимых объёмах. Таким образом, нелинейный монотонный характер зависимости также придётся исключить из дальнейшего рассмотрения.

Может ли зависимость объёмов потребления товара от дохода потребителя описываться третьей моделью в форме нелинейной функции с несколькими экстремумами? Могут ли существовать ситуации, при которых объёмы потребления, достигнув своего максимума, уменьшаются с ростом дохода, а затем вновь увеличиваются и уменьшаются? Сложно представить причины того, чтобы потребность в товаре, будучи однажды удовлетворенной, при росте дохода вновь стала заявлять о себе. Такая ситуация противоречит выводам теории мотивации и поэтому может быть признана как нереальная.

Остается в качестве рабочей гипотеза о том, что функция зависимости объёмов потребления от доходов потребителя имеет нелинейный характер с одним максимумом, который превышает рациональные объёмы потребления. Эта функция ведет себя следующим образом: с ростом доходов объёмы потребления увеличиваются от нулевого значения до рационального, затем увеличиваются от значения рационального объёма потребления до объёмов максимального потребления, а затем начинают постепенно уменьшаться до рационального уровня потребления. Общий вид кривой изображён на рисунке 2.3.

Ещё раз следует напомнить, что цена пока что остаётся неизменной и на рисунке 2.3 изображено поведение потребителя при фиксированной цене на товар. В реальной экономике цены не остаются постоянными и претерпевают изменения, но о поведении потребителя с учётом трёх факторов – цены, объёма и доходов, - будет сказано ниже.

Форму зависимости, приведённой на рисунке 2.3, можно обосновать и другим способом, а именно – воспользовавшись графиком рисунка 2.2 и положением о том, что уровень объёмов потребления товара зависит от степени потребности в нём, причём эта зависимость, как было показано выше, является прямо пропорциональной.

Пусть товар A относится к товарам первой необходимости активного спроса и поэтому он расположен в верхней части оси потребности в группах товаров (рисунок 2.4).

Точка (1) на линии, описываемой вектором изменения потребностей, характеризует такой доход потребителя C_1 , когда потребность в данном товаре максимальная. При этом и объёмы потребления товара A будут максимальными (Q_{max} рисунка 2.3).

С ростом дохода потребность в данном товаре уменьшается, и поэтому объёмы его приобретения также уменьшаются. Так, например, при доходе C_2 , превышающем доход C_1 , наибольшую потребность вызывает новый товар B . Интерес и потребность в товаре A уменьшилась, соответственно уменьшается и объём потребления данного товара. Чем больше доход потребителя, тем меньший интерес он проявляет к товару A , и тем ближе объёмы потребления этого товара приближаются к рациональным, поскольку рациональный объём – это минимальный уровень потребления товара при высоких доходах.

Теперь следует рассмотреть поведение спроса на товар второй группы данного типа, а именно - спроса на товары первой необходимости пассивного спроса.

Товары первой необходимости пассивного спроса

Товары первой необходимости пассивного спроса потребляются индивидуумами, относящимися к любой социальной группе с любыми доходами – потребление этих товаров, относящихся к типу товара первой необходимости, является жизненно важным. Однако товары этой группы приобретаются потребителями без особого выбора, поскольку они не являются предметом торгов. Особенность товаров первой необходимости пассивного спроса, как было показано выше, заключается в том, что их невозможно накопить впрок.

Для этих товаров не существует ажиотажного спроса, а если он и есть, то в весьма ограниченных размерах. Можно представить себе, что с ростом цен на водопроводную питьевую воду или с ожиданием роста цен на неё некоторые потребители заполняют все имеющиеся ёмкости водой, но таких потребителей будет не очень много, их будет меньшинство, да и воды, запасаемой впрок, будет не очень много.

Другая характеристика данного товара заключается в том, что объёмы его потребления не являются предметом тщательного анализа и целенаправленного выбора. разве, включая кухонный комбайн, потребитель задаётся вопросом о том, сколько ватт-часов электроэнергии он собирается при этом израсходовать? Или, поджаривая котлету на кухонной газовой плите, анализирует ли хозяйка размеры использованного при этом газа и определяет его стоимость? Вряд ли. А если отдельные индивидуумы делают это, то они являются исключением из общей совокупности.

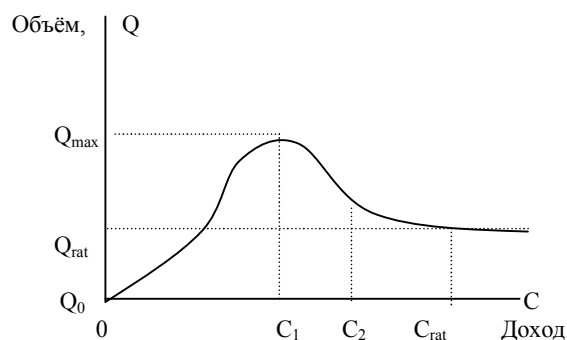


Рисунок 2.3. График зависимости объёмов потребления товара первой необходимости активного спроса от дохода потребителя

Другая особенность рассматриваемой группы товаров заключается в том, что их потребление в основном связано не столько с наличием у потребителя дохода в денежной форме и непосредственной потребности в них, а связано с наличием накопленной части дохода – квартиры, бытовой техники и т.п.

Так же, как и в случае товара первой необходимости активного спроса, потребление товара начинается, как только доход потребителя превышает нулевые значения и с ростом дохода растёт. Действительно, каждый, даже малоимущий гражданин должен пить воду и включать лампочку в комнате, если в ней темно.

Все сказанное позволяет определить вид зависимости объёмов потребления этой группы товаров от доходов потребителя. Уже при появлении небольшого дохода начинается потребление данного товара – включаются лампочки освещения, потребляется тепло, газ, вода и т.п. Дальнейший рост дохода потребителя ведёт к увеличению объёмов потребления данных товаров

– потребитель приобретает светильники, бытовую технику и т.п., для работы которых как раз и требуются товары первой необходимости пассивного спроса.

Имеет ли этот рост объёмов потребления какие-либо ограничения или он бесконечен? Так как товары первой необходимости пассивного спроса приобретаются, в основном, для удовлетворения с их помощью потребностей другого рода, - использовать бытовую технику, стирать одежду и т.п., - с ростом дохода и с приобретением дополнительного

Потребности в группах товаров

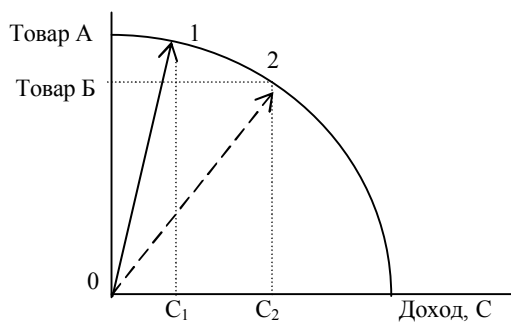


Рисунок 2.4. Изменение интереса потребителя к товару А в зависимости от его дохода С.

имущества растёт и потребность в данном товаре. При больших доходах, когда приобретено всё возможное имущество и самая разнообразная техника, возникают потребности нематериального плана – принадлежности к определённому обществу, проведение свободного времени в клубах и т.п. То есть, растущий доход направлен на потребление товаров, использование которых не требует дополнительного приобретения товаров первой необходимости пассивного спроса. Поэтому после достижения потребителем определённого и достаточно высокого дохода рост объёмов приобретения товаров первой необходимости пассивного спроса стабилизируется. Впрочем, в случае внедрения научно-технических достижений в жизнь, потребителем приобретаются всё новые предметы быта, которые могут привести к некоторому увеличению объёмов потребления товаров пассивного спроса. Мы, однако, рассматриваем короткий промежуток времени, при котором научно-технический прогресс ещё не успевает проявить своего влияния.

Какой характер может иметь зависимость объёмов потребления товаров первой необходимости пассивного спроса от дохода потребителя?

Линейный вид зависимости следует отбросить по причинам, уже показанным выше для случая товара первой необходимости активного спроса.

В принципе, может встретиться на практике сложный нелинейный рост с несколькими экстремумами, но его появление следует рассматривать в короткий промежуток времени не как закономерность, а как случайность. Можно представить себе, как с ростом накопленного дохода и имущества индивидуума объёмы потребления электроэнергии растут до некоторого максимума, а затем уменьшаются (потребитель перестаёт ставить в каждой комнате по телевизору, видеомаягнитофону и музыкальному центру или приобретает более прогрессивную, а значит, и менее энергоёмкую технику). Затем с дальнейшим ростом доходов, потребитель отказывается от централизованного отопления и переходит на отопление квартиры с помощью электрообогревателей и потребление электроэнергии

вновь растёт и достигает на каком-то уровне своего максимума. Признать подобный характер изменения в качестве всеобщей закономерности всё же нельзя, а исключения из правила, связанные с поведением отдельных индивидуумов, экономика не рассматривает. Не будем делать этого и мы.

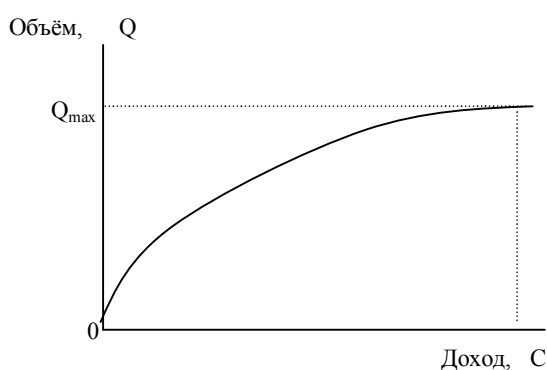


Рисунок 2.5. График зависимости объёмов потребления товара первой необходимости пассивного спроса от дохода потребителя

Сложно обосновать наличие "горбинки" — такого максимума потребления товаров этой группы, после которого объём потребления начинает уменьшаться до некоторого значения. Ранее уже говорилось, что товар нельзя приобрести про запас и его потребление определяется не ажиотажным спросом,

а уровнем накопленного дохода, поэтому и такая "горбинка" будет исключением, а не правилом.

Таким образом, наиболее приемлемой в данном случае представляется зависимость, монотонно возрастающая до некоторого максимума (рисунок 2.5). Объём этого максимального потребления соответствует такому размеру накопленного дохода, при котором значительная часть потребностей индивидуума уже удовлетворена и задействуются потребности высшего уровня — духовные и социальные потребности, которые никак не связаны с дальнейшим накоплением имущества, способствующего увеличению потребления товаров данной группы.