

2.3. Двухфакторные модели спроса на товары социального статуса

Товары социального статуса, в отличие от товаров первой необходимости, таковы, что потребитель в состоянии прожить без них, так как они непосредственно не затрагивают его физиологических потребностей. В то же время, эти товары удовлетворяют потребности другого уровня – их потребление способствует более удобной и комфортабельной жизни, а также реализации потребности индивидуума чувствовать себя членом некоторой социальной группы.

С учётом того, что потребность в товарах данной группы становится преобладающей только после удовлетворения в достаточной степени совокупности базовых потребностей с помощью товаров первой необходимости активного и пассивного спроса, товары социального статуса не приобретаются при незначительных доходах потребителя. Это означает, что на графике зависимости объёмов потребления данной группы товаров от доходов потребителя рост зависимости начинается не из нулевой точки – точки начала координат. С ростом доходов потребителя от нулевого дохода до некоторой величины объём приобретения товаров социального статуса остаётся нулевым – у потребителя нет средств на удовлетворение других потребностей кроме потребностей в пище, крове, простой одежде и т.п. И лишь при достижении этой некоторой величины дохода у потребителя появляются средства для удовлетворения потребностей социального статуса. Обозначим тот предельный доход потребителя, при котором он начинает приобретение товара социального статуса через C_{min} . В этой точке объём приобретения ещё равен нулю, то есть точка с координатами $(C_{min}; 0)$ является началом графика изучаемой зависимости.

С ростом дохода индивидуума начинает расти и объём приобретения товаров социального статуса. Как меняется данная зависимость для товаров данной группы? В общем случае зависимость имеет одинаковый характер. В каждом конкретном случае меняются лишь максимальные и минимальные величины, углы наклонов и другие характеристики зависимости.

Для определения этого общего вида зависимости следует найти ответы на ряд вопросов, а именно:

- будет ли каждый конкретный товар социального статуса приобретаться индивидуумами с любыми доходами, превышающими C_{min} ?

- будет ли данный товар интересен и мультимиллионеру, и гражданину среднего класса?

Всё, конечно, определяется характером товара. Однако в подавляющем большинстве случаев на этот вопрос следует дать отрицательный ответ. С повышением дохода потребителя он удовлетворяет потребности нижнего уровня, и у него возникают потребности более высокого уровня, поэтому нет необходимости приобретения товара, удовлетворяющего потребности низкого уровня.

Пусть, например, доход потребителя таков, что у него возникает потребность в просмотре цветных телевизионных передач. В начале, при не-

больших доходах, эта потребность удовлетворяется, когда потребитель берет телевизор напрокат. Затем, с ростом доходов, он в состоянии уже приобрести в собственность подобный цветной телевизор. При дальнейшем росте дохода потребитель приобретает телевизор в спальную комнату квартиры и на кухню. Если доход потребителя растёт дальше, он приобретает дом с десятком комнат, но это не означает, что в каждую из них он купит по телевизору, конечно, телевизор у него не один, но дом ими не напичкан.

Высокие доходы означают как новые возможности потребителя, так и появление новых потребностей. Его новый социальный статус (богатого человека) требует от него другого времяпрепровождения. Вместо того чтобы смотреть всё свободное время напролёт телевизионные передачи и фильмы, индивидуум с высокими доходами начинает проводить свободное время, удовлетворяя потребности другого уровня: сохранение здоровья, удовлетворение статусных потребностей и т.п. Поэтому он будет проводить свободное время в гольф-клубе, в казино, заниматься верховой ездой, ходить в сауны и т.п. Потребность в просмотре телевизионных передач у такого потребителя резко снижается, а, значит, и уменьшается объём приобретенных телевизоров. Понятно, что им будут приобретаться телевизоры высшего качества с самыми передовыми технико-эргономическими характеристиками, но в уже в значительно меньшем объёме. При последующем росте доходов количество приобретаемых телевизоров не будет увеличиваться – объём приобретений стабилизируется на уровне, который можно назвать рациональным.

Рассмотренный пример показывает общий характер изменения объёмов потребления *товаров социального статуса, удовлетворяющих потребности, которые являются постоянно действующими*. И в данном случае мы можем назвать эту группу товаров *товарами активного спроса*. В общем случае характер изменения объёмов потребления данной группы товаров социального статуса в зависимости от доходов подобен характеру изменения объёмов потребления товаров первой необходимости активного спроса. На рисунке 2.6 изображён этот общий характер изменения.

Следует ещё раз обратить внимание на то обстоятельство, что, в отличие от товаров первой необходимости активного спроса, на объёмы потребления данного товара весьма существенное влияние оказывает цена. В первом случае товар будет потребляться в необходимых объёмах при любых ценах, как только это позволит доход; товар второй группы не будет потребляться при сверхвысоких ценах, даже если доход будет давать такую возможность.

Следует отметить также, что группа товаров, ведущая себя так, как это изображено на рисунке 2.6, является группой безальтернативной. Действительно, в настоящее время альтернативой телевизору является только телевизор, но с другими технико-эргономическими характеристиками - другие товары, удовлетворяющие потребность в просмотре телевизионных новостей, передач и фильмов непосредственно в квартире или доме потребителя, не существуют. Товары-заменители если и существуют, то удовлетворяют дан-

ную потребность не полностью и не таким образом, как это хотелось бы потребителю.

Пример товара социального статуса другого рода – зонт от дождя. При небольших средствах у индивидуума он свою потребность в защите от дождя реализует с помощью подручных средств (целлофанового пакета и т.п.) или с помощью соответствующего головного убора – зонты им не приобретаются. Понятно, что зонт удовлетворяет данную потребность в большей степени, чем перечисленные выше средства, поэтому при определённом повышении дохода и удовлетворении более насущных надобностей, потребитель приобретает один зонт. Если доходы у потребителя более высокие, то ему есть смысл купить два зонта - первый зонт он будет использовать при прогулках по лесу или выгуливании в дождь собаки, второй будет использовать для поездки на работу. Если у него к тому же есть и дача, то почему бы не купить ещё один зонт для дачи?

В то же время, при наличии нескольких автомобилей и хорошего дома

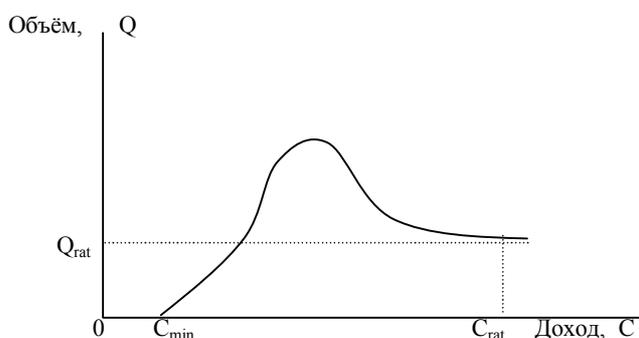


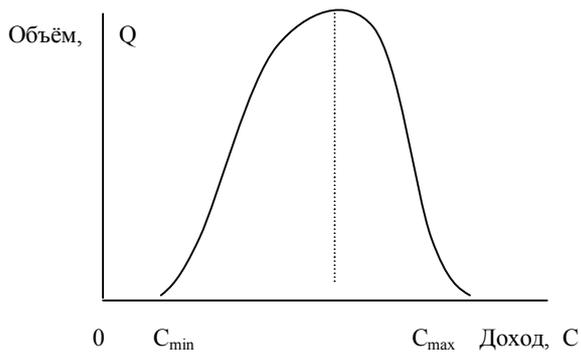
Рисунок 2.6. График зависимости объёмов потребления товара социального статуса активного спроса от дохода потребителя

со встроенным гаражом потребность в защите от дождя удовлетворяется и без зонта этими товарами. Значит, потребитель с большим доходом от приобретения данного товара откажется. Это и является характерным для *товаров группы, когда для удовлетворения возникшей потребности имеется альтернатива в виде другого товара совершенно иного типа. При этом приобретение подобных товаров происходит от случая к случаю, при необходимости. Поэтому данный вид товаров может быть назван товарами пассивного спроса.*

са.

Из приведённых выше рассуждений понятен характер изменения объёмов приобретения товаров социального статуса пассивного спроса в зависимости от доходов потребителя. При незначительных доходах товар не приобретается вообще. Его приобретение начинается только при достижении у потребителя некоторой величины дохода, позволяющей ему удовлетворить базовые потребности и перейти к удовлетворению потребностей более высокого уровня. Рост объёмов потребления данного товара будет продолжаться до тех пор, пока интересы потребителя не переключатся на другие товары, удовлетворяющие новые потребности. Тогда объёмы приобретения товара будут уменьшаться и, при достижении некоторой величины дохода, товар вообще перестанет покупаться.

На рисунке 2.7 изображён график рассмотренной зависимости.



Обращает на себя внимание то, что минимальный объём потребления дважды равен нулю – при небольших и при больших доходах. Характер кривой, конечно же, может быть различным, но её основные характеристики не будут меняться в зависимости от вида товара – она является гладкой функцией с одним максимумом.

Рисунок 2.7. График зависимости объёмов потребления товара социального статуса пассивного спроса от дохода потребителя