

3.4. Кривые спроса на товар социального статуса активного спроса

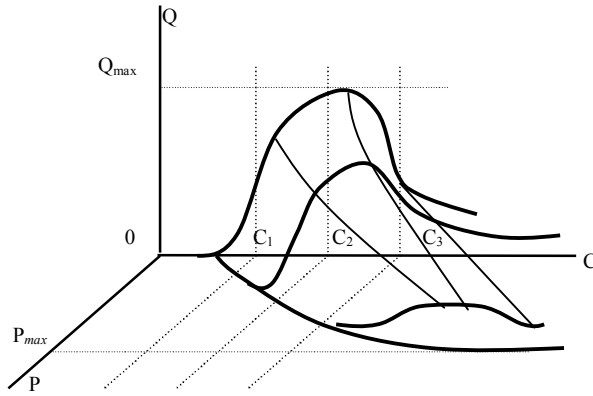


Рисунок 3.10. Первый этап нахождения кривых спроса первого рода на товар социального статуса активного спроса в пространстве объем-цена-доход

Товары социального статуса в современном мире являются наиболее многочисленными – постиндустриальное общество, что ни говори! Рассмотрим в данном параграфе кривые спроса на товары социального статуса активного спроса. Для этого вновь воспользу-

емся поверхностями спроса, полученными в четвёртой главе.

Кривые спроса первого рода.

Для того чтобы выяснить, как будут располагаться кривые спроса первого рода на поверхности спроса, следует воспользоваться процедурой сечения поверхности плоскостями постоянных доходов. На графике рисунка 3.10 показана поверхность спроса на товар данного типа, позаимствованная из графика рисунка 2.18. На оси доходов отмечены три точки через которые проведены плоскости постоянных доходов при доходах, равных C_1 , C_2 и C_3 . При этом, как и ранее, $C_1 < C_2 < C_3$. В результате сечения получают искомые кривые спроса, изображённые на графике рисунка 3.11.

Рассмотрим полученные результаты. Первая и вторая кривая, соответствующие малым (C_1) и средним (C_2) доходам, практически повторяют классическую форму кривой спроса. Третья кривая, соответствующая достаточно высоким доходам (C_3), может выглядеть так, как это изображено на рисунке 3.11, то есть иметь максимум, а может иметь и классическую форму. Это определяется характером товара, а потому и характером поверхности спроса. Если поверхность спроса имеет «горбинку» в пространстве, то появление кривой третьего типа очевидно. Если же «горбинки» нет, и поверхность спроса монотонно убывает с ростом цены, то все кривые, получаемые пересечением плоскостей постоянных доходов, будут иметь вид классических кривых спроса, правда для кривых с большими доходами - более пологих в начале кривых у оси объёмов при малых ценах.

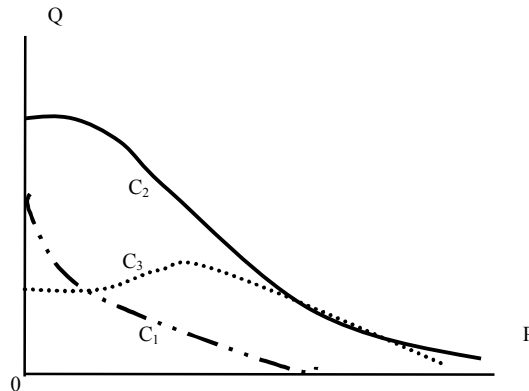


Рисунок 3.11. Три вида кривых спроса первого рода на товар социального статуса активного спроса при разных доходах потребителя, $C_1 < C_2 < C_3$

Таким образом, для поверхности спроса товара социального статуса активного спроса возможны две формы поверхности – первая состоит из совокупности кривых спроса классической формы, вторая содержит участок, на котором кривые спроса будут иметь один экстремум. Здесь мы столкнулись с ситуацией, отличной от ситуации моделирования спроса на товары первой необходимости. Там, и для случая спроса на товар активного спроса, и для случая спроса на товар пассивного спроса удавалось выявить общую графическую модель, с помощью которой можно было анализировать поведение спроса на товар со стороны потребителей с различными доходами. Различные части этой модели, как это было показано в двух предыдущих параграфах, отражают поведение потребителя при тех или иных доходах. В данном случае кривые спроса на товар первого рода отличаются друг от друга внешним видом и нельзя говорить, что они представляют собой какие-либо части общей модели. Это означает, в отличие от предыдущих случаев кривых спроса первого рода на товары первой необходимости, что наиболее общего вида

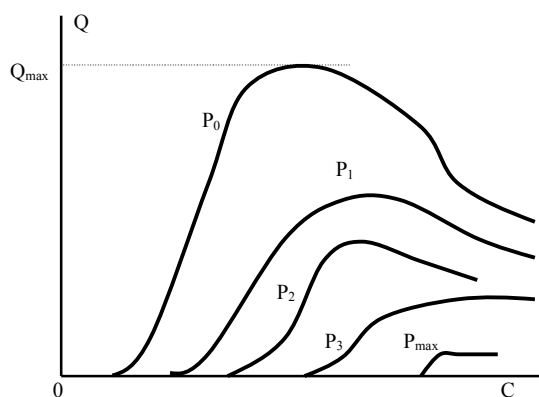


Рисунок 3.12. Кривые спроса второго рода товара социального статуса постоянно действующей потребности без альтернативы

кривой спроса на товар этого типа нет.

Кривые спроса второго рода.

Подобные кривые характеризуются постоянством цен и изменениями дохода потребителя и объёмов спроса при этих изменяющихся доходах. Для получения кривых второго рода на поверхности спроса необходимо произвести её сечение плоскостями постоянных цен.

С учётом того, что товар социального статуса не является для потребителя необходимым, с увеличением цены на товар объёмы его приобретения, очевидно, будут уменьшаться. При этом роль дохода потребителя, конечно существенна, но в конечном итоге цена на товар может оказаться столь высокой, что даже потребитель с очень большими доходами откажется от его приобретения. Потребность, которую удовлетворяет этот товар, - а потребность эта вызвана принадлежностью к социуму и одной из его страт, - может быть удовлетворена другими способами. Кривые спроса второго рода на данный товар имеют сложный характер, и они изображены на графике рисунка 3.12.

На графике этого рисунка каждой кривой спроса второго рода соответствует некоторая цена. Цена P_0 – это нулевая цена за товар, то есть как раз тот крайний случай, когда товар раздаётся бесплатно. Следом за кривой при нулевой ценой расположена кривая спроса на товар при несколько большей цене P_1 . Эта кривая находится ниже кривой спроса второго рода на товар

при нулевой цене. Ещё ниже расположена кривая спроса второго рода при цене P_2 . Все остальные кривые нанесены с учётом данной тенденции – чем выше цена за единицу товара $P_0 < P_1 < P_2 < P_3 < \dots < P_{max}$, тем ближе к оси дохода на графике рисунка 3.12 расположена соответствующая кривая спроса, характеризующая тем самым снижение объёма спроса.

Полученные кривые спроса второго рода показывают как будут меняться объёмы спроса при тех или иных фиксированных ценах потребителями с разными доходами. Если, например, производитель желает вывести на рынок товар по цене P_1 , то, зная точки кривой спроса второго рода, он может достаточно легко определить тот сегмент рынка, который будет приобретать наибольшее количество товара. Это знание поможет сконцентрировать направленность всего инструмента маркетинга именно на этом сегменте рынка.

Кривые спроса третьего рода.

Если теперь осуществить сечение поверхности спроса товара социального статуса активного спроса плоскостями постоянных объёмов, то будут получены в качестве результата пересечения этих плоскостей с поверхностью кривые спроса другой формы, нежели было получено ранее для товаров первой необходимости (рисунок 3.13). Почти все кривые третьего рода имеют гладкий характер с явно выраженным максимумом по цене. Каждая кривая начинается на оси доходов при небольших доходах и заканчивается на ней при доходах, больших начальной величины. Форма практически всех кривых совпадает. Исключением является форма кривой при объёмах, обозначенных Q_i . Эта кривая спроса третьего рода характерна для случая, когда поверхность спроса на товар имеет «горбинку».

В предыдущей главе при обсуждении поверхности спроса на товар социального статуса активного спроса говорилось о том, что поверхность может быть гладкой, а может и иметь некоторую горбинку. Кривые спроса третьего рода на гладкой поверхности имеют вид, подобный кривым с объёмом Q , или Q_{i-1} . Если поверхность с «горбинкой», то среди кривых спроса первого рода появляются кривые типа той, которая на рисунке 3.11 изображена для случая с доходом C_3 , а для кривых спроса третьего рода – типа той, которая обозначена объёмом Q_i или Q_{i+1} .

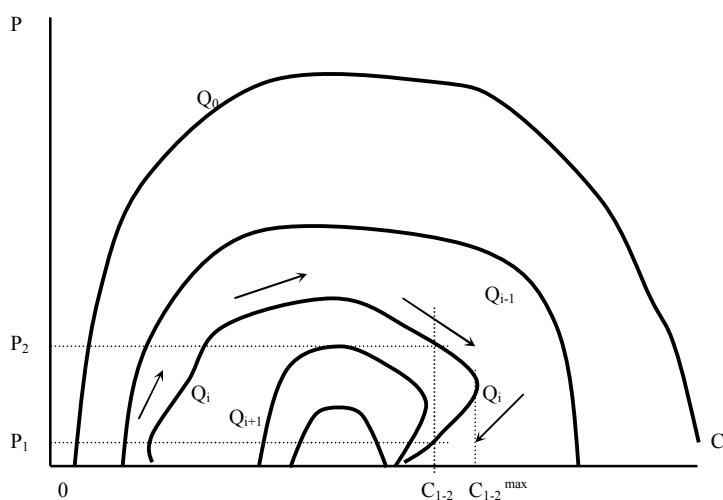


Рисунок 3.13. Кривые третьего рода спроса на товар социального статуса активного спроса при разных фиксированных объёмах ($Q_{i-1} < Q_i < Q_{i+1}$)

Кривая спроса третьего рода для объёма Q_i , которую мы рассмотрим более подробно, имеет не только иную форму, но и приводит к ситуации, существенно отличающей её от ситуации кривых

другой формы. Дело в том, что, если провести перпендикулярную линию от оси доходов к этой кривой так, как это показано на рассматриваемом рисунке пунктирной линией при доходе C_{1-2} , то она пересечёт кривую дважды. В первом случае координатами точки будут доход C_{1-2} и цена P_1 , а во втором случае – точка с координатами: доход C_{1-2} и цена P_2 . Это означает, что при одном и том же доходе C_{1-2} потребитель может приобретать один и тот же объём товара по разным ценам, так как $P_2 > P_1$. Рассмотрим эту ситуацию.

По определению кривая спроса третьего рода показывает, какую цену готовы платить потребители с разными доходами, приобретающие данный фиксированный объём товара. Наличие двух точек на изучаемой кривой говорит о следующем.

Прежде всего, следует обратить внимание на то, что поведение потребителя при ситуации фиксированного предложения ему объёма Q_i при росте дохода меняется так, как это показано на графике стрелками. То есть, цена, за которую потребитель готов приобрести данный объём товара, сначала возрастает, затем некоторый промежуток с ростом дохода цена меняется незначительно, а затем она начинает падать. При достижении дохода C_{1-2}^{max} поведение потребителя резко меняется – он с увеличением дохода перестаёт приобретать товар вовсе. Но если в этой точке его доход несколько уменьшится и станет равным величине C_{1-2} , то он вновь готов приобрести данный товар, но не по цене P_2 , а по цене, меньшей, то есть P_1 . Этот эффект можно назвать "эффектом усталости от товара". Если бы доходы потребителя возросли, он бы удовлетворял свою потребность иным товаром, но поскольку его доход не позволяет ему сделать это, он готов приобрести товар в предлагаемом объёме, но по более низкой цене.

Теоретически обоснованная возможность такого поведения потребителя пока что не имеет практического подтверждения – не потому, что его нет, а потому, что подобные исследования просто не проводились.