

Współczesna Gospodarka



Contemporary Economy
Electronic Scientific Journal
www.wspolczesnagospodarka.pl

Vol. 7 Issue 1 (2016) 1- 8
ISSN 2082-677X

IPHONE JAKO PRZYKŁAD DOBRA LUKSUSOWEGO – ANALIZA WIELKOŚCI SPRZEDAŻY I CEN W LATACH 2010-2014

Ewelina Kochaniak

Streszczenie

W dobie powszechnego konsumpcjonizmu, a także ogólnego dostępu do nowości technologicznych trudno jest zidentyfikować i wyróżnić grupę dóbr luksusowych na jakimkolwiek rynku. W segmencie telefonów komórkowych i smartphonów każdy z oferowanych przez producentów modeli ma praktycznie takie samo zastosowanie, a właściwości i możliwości techniczne nie różnią się między sobą znacząco. Jednakże istnieje szczególny produkt, którego posiadanie nie tylko umożliwia wykorzystywanie jego tradycyjnych funkcji, ale także nadaje posiadaczowi szczególny status. Celem poniższego opracowania jest ustalenie, czy smartphone iPhone jest przykładem dobra luksusowego na rynku smartphonów w rozumieniu ekonomicznym. Weryfikacja tej hipotezy opiera się na wykorzystaniu mechanizmów prawa Veblena oraz elastyczności dochodowej popytu.

Słowa kluczowe: dobra luksusowe, efekt Veblena, elastyczność dochodowa popytu, rynek, nowoczesne technologie

Wstęp

Rynek nowoczesnych technologii, z którego pochodzą powszechnie wykorzystywane w codzienności smartphony, jest niezwykle dynamiczny i zmienny. Na przestrzeni lat dochodzi do licznych przyspieszeń w rozwoju technologii, przez co trendy występujące na tym rynku są krótkotrwałe i szybko przemijają. Zauważa się grupę konsumentów, która chce podążać za nowymi rozwiązaniami, licząc się z wysoką ceną takich produktów. Smartphone iPhone marki Apple od lat ma stałe grono użytkowników, którzy mimo wysokiego kosztu zakupu tego telefonu decydują się na niego. Można poddać pod dyskusję, czy jest to sprzęt wyróżniający się na tyle spośród proponowanych przez konkurencję, by być skłonny płacić za niego dużo wyższe ceny. Logiem marki jest nadgryzione jabłko, które stało się formą prestiżu i wyznaczania stylu. Zatem można założyć, że smartphone ten stanowi urzeczywistnienie ekonomicznego pojęcia dobra luksusowego we współczesnym świecie.

1. Dobra luksusowe – efekt Veblena

Pojęcie dobra luksusowego w naukach ekonomicznych definiowane jest, jako produkt, na który popyt rośnie szybciej, niż wzrasta dochód konsumenta. Dobra luksusowe zaprzeczają prawo popytu i podaży – poprzez wzrost ceny dóbr luksusowych popyt na nie rośnie, czyniąc je trudniej dostępnymi. Jednakże przez lata ekonomiści uważali dobra luksusowe za zbędne i bezużyteczne przez to, że nie zaspokajały podstawowych potrzeb ludzkich¹. Przyjęto, że luksus nie wymaga, zatem żadnych dalszych badań i analiz. Pierwszym, który głęboko pochylił się nad tym zjawiskiem był Thorstein Veblen, który w 1899 w swej *Theory of the Leisure Class* opisał amerykańską klasę wyższą. Była to grupa społeczna, do której przynależność opierała się właśnie na luksusie – nie tylko na samym posiadaniu, ale także epatowaniu nim². Jak się później okazało, luksus stał się także elementem decydującym o rozwarstwieniu społeczeństwa, a także jego późniejszej hierarchizacji.

W teorii ekonomii pojęcie dóbr luksusowych łączy się z kategoriami mikroekonomicznymi poprzez analizę popytu i podaży, szczególnie biorąc pod uwagę paradoks Veblena, a także poprzez dochodową elastyczność popytu. Efekt Veblena dotyczy dóbr luksusowych oraz najbogatszych grup społecznych i polega na wzroście wielkości popytu na dobro luksusowe pomimo wzrostu jego ceny³. Jest to działanie, z punktu widzenia racjonalnego konsumenta, nieefektywne. Jednakże u podstaw tego paradoksu leży chęć bycia „na topie”, dotycząca nielicznej grupy konsumentów, która objawiać się ma poprzez nabywanie dóbr luksusowych, których cena znacząco przewyższa ceny innych dóbr zaspokajających te same potrzeby konsumenta⁴.

U podstaw efektu Veblena tkwi chęć prezentowania przez zamożną część ludności swojego statusu materialnego poprzez nabywanie dóbr luksusowych, których cena wciąż rośnie w celu dowartościowania swojej osobowości. Stąd też, innym określeniem dla efektu Veblena jest efekt snoba⁵.

By dokonać weryfikacji hipotezy, jakoby iPhone był przykładem dobra luksusowego konieczne jest przeprowadzenie analizy danych dotyczących wielkości sprzedaży, cen poszczególnych nowych modeli pojawiających się na rynku oraz wielkości dochodów mieszkańców Stanów Zjednoczonych, skąd pochodzi przedsiębiorstwo Apple i gdzie kształtują się pierwotne ceny na iPhone'y.

2. Analiza wielkości sprzedaży oraz cen iPhone na świecie

By móc określić, czy dany produkt jest dobrem luksusowym spełniającym warunki efektu Veblena należy zestawić ze sobą dane dotyczące wielkości sprzedaży oraz cen tego produktu. Na potrzeby niniejszej analizy dokonano porównania danych z lat 2010-2014 dotyczących wielkości sprzedaży iPhone na świecie oraz ceny w dniu premiery, które dotyczyły modeli posiadających najlepsze parametry ze wszystkich oferowanych przez producenta w danej chwili.

Rysunek 1 przedstawia skumulowane wartości sprzedaży smartphone'ów Apple'a iPhone w latach 2010 – 2014 na świecie.

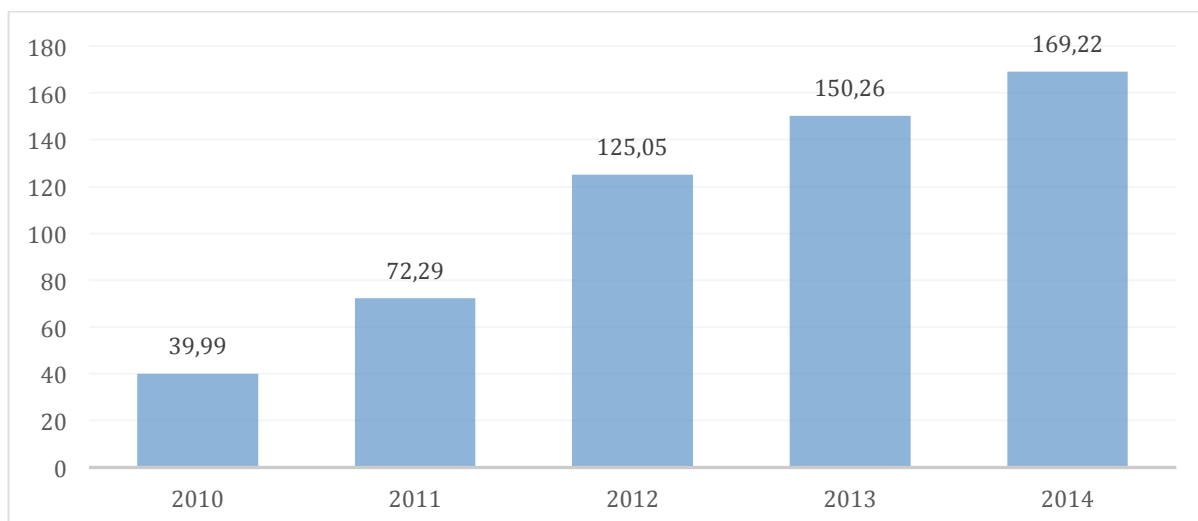
¹ D. Mortelmans, *Sign Values of Distinction, The Concept of Luxury*, "Semiotica" 2005, vol. 157, No1/4, s. 497.

² Ibidem, s. 489.

³ E. Czarny, *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006, s. 39.

⁴ *Rynek dóbr luksusowych w Polsce*, KMPG, Warszawa 2010, s.13.

⁵ Z. Dach, *Podstawy mikroekonomii*, Wydawnictwo Naukowe SYNABA, Kraków 1999, s. 34.



Rysunek 1. Wielkość sprzedaży smartphone'ów iPhone na świecie w latach 2010-2014 (w milionach sztuk)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.statista.com>, dostęp z 14.12.2015r.

Jak wynika z rysunku 1 sprzedaż iPhone'ów w latach 2010-2014 z roku na roku rosła osiągając na koniec 2014 roku wielkość niemal 170 000 000 sprzedanych produktów. Tabela 1 przedstawia wielkości sprzedaży w powiązaniu z dynamiką jej wzrostu.

Tabela 1. Wielkość sprzedaży smartphone'ów iPhone oraz jej dynamika w latach 2010-2014 na świecie

Rok	Wielkość sprzedaży (w mln sztuk)	Dynamika
2010	39,99	-
2011	72,29	181%
2012	125,05	173%
2013	150,26	120%
2014	169,22	113%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://aaplinvestors.net/stats/>, dostęp z 14.12.2015r.

Dynamika wielkości sprzedaży iPhone w latach 2010-2014 została ustalona poprzez przyrównanie wielkości sprzedaży z roku bieżącego w stosunku do poprzedniego. Dynamika lat 2011/2010 była największa w całym badanym okresie i wynosiła aż 181%. W latach 2012/2011 nieznacznie spadła, wynosząc 173%. W kolejnych dwóch badanych okresach tendencja wzrostowa została zachowana, jednakże była ona wyraźnie niższa od poprzednich wynosząc 120% w okresie 2013/2012 i 113% w okresie 2014/2013. Tabela 2. przedstawia ceny poszczególnych modeli iPhone'a w dniu premiery w Stanach Zjednoczonych.

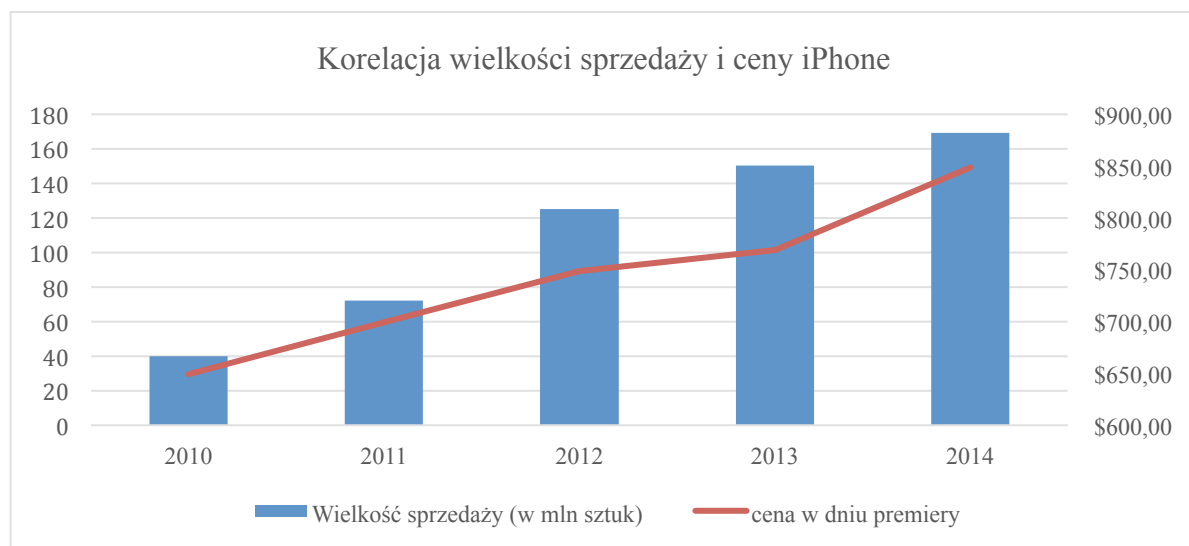
Tabela 2. Ceny modeli smartphone'ów iPhone w dniu premiery w Stanach Zjednoczonych w latach 2010-2014

Model	Data premiery	Cena w dniu premiery
4	24.06.2010	\$ 649,00
4S	14.10.2011	\$ 699,00
5	21.09.2012	\$ 749,00
5S	10.09.2013	\$ 769,00
6	09.09.2014	\$ 849,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://aaplinvestors.net/stats/>, dostęp z 14.12.2015 r.

Ceny modeli poszczególnych modeli iPhone w dniu premiery w badanym okresie z roku na rok rosły. W analizie wzięto pod uwagę cenę w dniu premiery tych modeli, które posiadały najlepsze parametry, które były następstwem rozwoju technologicznego, oraz można było zakupić bez konieczności zawieraniu umowy abonenckiej z operatorem sieciowym (tzw. „wolny rynek”). Zauważalny jest ciągły wzrost ceny smartphone iPhone na przestrzeni analizowanych lat.

By móc ustalić, czy wyżej zaprezentowane dane dotyczące wielkości sprzedaży iPhone'ów i ich cen są charakterystyczne dla dobra obrazującego efekt Veblena należy zestawić je ze sobą. Korelacja ta została przedstawiona na rysunku 2.



Rysunek 2. Korelacja wielkości sprzedaży i ceny iPhone w latach 2010-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.statista.com> oraz <http://aaplinvestors.net/stats/>, dostęp z 14.12.2015 r.

W badanym okresie wyraźnie zauważalna jest dodatnia korelacja rosnącej sprzedaży smartphone iPhone z również rosnącą ceną. Jest to cecha charakterystyczna dla dóbr spełniających warunki efektu Veblena, a co z tego wynika, na podstawie tej analizy można uznać iPhone za dobro luksusowe. Zauważyć można, że mimo wzrostu ceny, popyt na

smartphone'y iPhone wciąż rósł, co jest sprzeczne z prawem popytu i podaży, a zarazem charakterystyczna dla dobra Veblena.

3. Elastyczność dochodowa popytu

Kolejnym narzędziem służącym weryfikacji hipotezy dotyczącej możliwości określenia smartphone'ów iPhone dobrami luksusowymi w rozumieniu teorii mikroekonomii jest ustalenie elastyczności dochodowej popytu na te produkty. Elastyczność dochodowa popytu mierzy reakcję wielkości popytu na zmianę dochodu. Ogólna zasada wskazuje, że gdy rośnie dochód, to wzrasta popyt na dobra⁶.

Współczynnik elastyczności dochodowej popytu jest różny dla poszczególnych grup dóbr i zmienia się wraz z upływem czasu. Dla większej grupy dóbr wzrost dochodu oznacza wzrost popytu na nie – charakteryzuje to dobra wyższego rzędu, czyli trwałe przedmioty konsumpcyjne, takie jak pralki, lodówki, meble, sprzęt elektroniczny. Istnieje również grupa dóbr, na które popyt maleje, gdy dochód wzrasta lub rośnie mniej niż proporcjonalnie, którymi są dobra podstawowe, czyli wszelkiego rodzaju artykuły żywnościowe⁷.

Dla dóbr luksusowych elastyczność dochodowa popytu przyjmuje wartość większą od jedności, co oznacza, że tempo wzrostu udziału wydatków na dobra luksusowe w budżecie konsumentów rośnie więcej niż proporcjonalnie w stosunku do tempa wzrostu dochodu⁸.

Danymi niezbędnymi do określenia elastyczności dochodowej popytu są ceny, zmiany ceny, wielkość dochodu i zmiany dochodu w danych latach. Dane dotyczące dochodu są wartościami średniego dochodu mieszkańca Stanów Zjednoczonych – wybór ten w badaniu wynika z faktu, że ceny iPhone'a ustalane są pierwotnie w Stanach Zjednoczonych.

W tabeli 3 ujęto wartości cen modeli smartphonów iPhone w dniu premiery w Stanach Zjednoczonych wraz z przyrostami rok do roku w badanym okresie 2010-2014, a także udziałem tego przyrostu w roku poprzednim.

Tabela 3. Analiza cen smartphone'ów iPhone w dniu premiery w Stanach Zjednoczonych w latach 2010-2014

Rok	Cena w dniu premiery	Przyrost (rok ₁ -rok ₀)	Udział przyrostu [(rok ₁ -rok ₀)/ rok ₀]
2010	\$ 649,00		0,077042
2011	\$ 699,00	\$ 50,00	0,071531
2012	\$ 749,00	\$ 50,00	0,026702
2013	\$ 769,00	\$ 20,00	0,104031
2014	\$ 849,00	\$ 80,00	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://aaplinvestors.net/stats/>, dostęp z 14.12.2015r.

W tabeli 4. przedstawiono wartości średniego rocznego dochodu mieszkańca Stanów Zjednoczonych w latach 2010-2014 wraz z przyrostami rok do roku oraz udziałem tego przyrostu w roku poprzednim.

⁶ T. Kamińska, B. Kubska-Maciejowicz, J. Ludańska-Trynka, *Teoria podejmowania decyzji przez podmioty rynkowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1998, s. 40.

⁷ Z. Dach, *op.cit.* s. 42.

⁸ M. Rekowski, *Mikroekonomia*, Poznań 2008, s. 66.

Tabela 4. Analiza dochodu mieszkańca Stanów Zjednoczonych w latach 2010-2014

Rok	Przeciętny dochód na mieszkańca	Przyrost (rok ₁ -rok ₀)	Udział przyrostu [(rok ₁ -rok ₀)/ rok ₀]
2010	36330	x	0,02703
2011	37312	982	0,036905
2012	38689	1377	0,009512
2013	39057	368	0,027473
2014	40130	1073	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.bea.gov/national/index.htm>, dostęp z 14.12.2015r.

Zestawienie danych zawartych w tabeli 3 i tabeli 4 umożliwia dokonanie obliczeń wartości elastyczności dochodowej popytu według wzoru⁹:

$$Edi = \frac{\frac{\Delta d}{d}}{\frac{\Delta i}{i}},$$

gdzie:

- Δd – przyrost popytu
- d – wielkość popytu,
- Δi – przyrost dochodu,
- i – wielkość dochodu

oraz osiągnięcie następujących wyników zawartych w tabeli 5.

Tabela 5. Zestawienie wartości elementów składowych elastyczności dochodowej popytu dla smartphona iPhone w Stanach Zjednoczonych w latach 2010-2014

Rok	Wielkość popyt (w mln. sztuk)	Przyrost popytu (w mln. sztuk)	Wielkość dochodu (w \$)	Przyrost dochodu (w \$)	$\frac{\Delta d}{d}$	$\frac{\Delta i}{i}$	Edi
2010	39,99	-	36330	-	0,807	0,027	29,881
2011	72,29	32,3	37312	982	0,729	0,036	19,776
2012	125,05	52,76	38689	1377	0,201	0,009	21,194
2013	150,26	25,21	39057	368	0,126	0,027	4,5929
2014	169,22	18,96	40130	1073	-	-	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.bea.gov/national/index.htm> oraz <http://aaplinvestors.net/stats/>, dostęp z 14.12.2015r.

Wartości elastyczności dochodowej popytu są w każdym z analizowanych okresów większe od 1, co pozwala stwierdzić, że smartphone jest dobrem luksusowym. W okresie 2011/2010 wynosi ona prawie 30, oznacza to, że zwiększenie dochodu nabywców o 1%, spowoduje wzrost popytu na iPhone o 30%. W okresie 2012/2011 wartość ta spadła i wyniosła

⁹ Ibidem, s. 39.

niespełna 20, co przekłada się na sytuację, w której dochód nabywców wzrósł o 1%, co spowodowało wzrost popytu na iPhone'a o 20%. Sytuacja podobnie kształtowała się w okresie 2013/2012, jednakże w okresie 2014/2013 wartość elastyczności dochodowej popytu znacząco spadła, wynosząc 4,6 – czyni to wciąż iPhone dobrem luksusowym, jednak wzrost dochodu nabywców o 1%, spowoduje wzrost popytu już tylko o 4,6%.

Zakończenie

Na podstawie przeprowadzonej analizy w powyższym artykule można uznać smartphone iPhone za przykład dobra luksusowego w rozumieniu ekonomicznym, zatem hipoteza postawiona na początku opracowania została udowodniona. Z uwagi na znaczący spadek wartości elastyczności dochodowej popytu na przestrzeni badanych lat i zbliżania się jej wartości do 1 (osiągnięcie wartości mniejszej od 1, uniemożliwi określenie iPhone'a mianem dobra luksusowego) osoby odpowiedzialne za wysokość cen iPhone'a powinny przeprowadzić analizę konieczności zmiany strategii cenowej, jeśli chcą utrzymać wciąż ogromne zainteresowanie tym produktem.

Literatura

1. Czarny E, *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006
2. Dach Z., *Podstawy mikroekonomii*, Wydawnictwo Naukowe SYNABA, Kraków 1999
3. Kamińska T., Kubska-Maciejewicz B., Laudańska-Trynka J., *Teoria podejmowania decyzji przez podmioty rynkowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1998
4. Mortelmans, D. *Sign Values of Distinction, The Concept of Luxury*, "Semiotica" 2005, vol. 157, No1/4
5. Rekowski M., *Mikroekonomia*, Poznań 2008
6. *Rynek dóbr luksusowych w Polsce*, KMPG, Warszawa 2010

IPHONE AS AN EXAMPLE OF THE PRESENT LUXURY GOOD – ANALYSIS OF SALES AND PRICES IN 2010-2014

Summary

In the times of widespread consumerism and access to technology it is hard to identify and set group of luxury good apart on any of the markets. In the group of smartphones each of models has almost the same appliance and their features do not vary much. However, there is a product that provides the user with traditional functions but also gives the user special status. The aim of this article is to determine if the iPhone is an example of luxury good on the market of smartphones in the economic way. To verify this hypothesis author uses two rules: the Veblen effect and the income elasticity of demand.

Keywords: luxury goods, the Veblen effect, income elasticity of demand, market, new technology

Ewelina Kochaniak
Doktorantka Wydziału Ekonomicznego

Uniwersytet Gdański
81-824 Sopot, Armii Krajowej 119/121
e-mail: ewe.koch@gmail.com