

Konsumpcja gospodarstw domowych o niepewnych dochodach w ujęciu tradycyjnych i współczesnych teorii konsumpcji

Tomasz Zalega

W życiu gospodarczym gospodarstwa domowe coraz częściej napotykać wiele niepewności. Dzieje się tak dlatego, ponieważ niepewność jest częścią rzeczywistości w której funkcjonują wszystkie podmioty gospodarujące. Gospodarstwa domowe stają wobec niepewności m.in. dotyczącej kształtowania się ich dochodów i zatrudnienia. Z tego też względu podjęto próbę zdefiniowania tej grupy gospodarstw domowych, koncentrując się wyłącznie na niepewności wynikającej ze stosunku pracy.

*Kluczowym celem artykułu jest prezentacja spojrzenia na kwestie konsumpcji gospodarstw domowych o niepewnych dochodach w ujęciu tradycyjnych (tj. teoria konsumpcji G.S. Beckera, teoria dochodu względnego J.S. Duesenberry'ego, hipoteza dochodu permanentnego M. Friedmana, hipoteza cyklu życia F. Modiglianiego, R. Brumberga i A.K. Ando) oraz współczesnych teorii konsumpcji (tj. model konsumpcji H.E. Lelanda, teoria oszczędności buforowych Ch.D. Carrola, behawioralna teoria cyklu życia H.M. Shefrina i R.H. Thaler). W dalszej części tekstu skoncentrowano się na koncepcjach marketingu, a zwłaszcza na zintegrowanych i empirycznych modelach zachowania konsumentów z zakresu **consumer behaviour**, uważanej za interdyscyplinarną dziedzinę wiedzy. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.*

1. Wprowadzenie

Postępująca globalizacja i internacjonalizacja, a także rozwój nowoczesnych technik i technologii, rosnąca permanentnie konkurencyjność oraz wiedza, wpływają w istotny sposób na funkcjonowanie różnych podmiotów gospodarujących na rynku, w tym również na zachowanie się konsumentów. W pewien sposób rzutują także na zwiększenie się niepewności w zakresie zatrudnienia czy zachowań nabywczych gospodarstw domowych w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych.

Pojęcie niepewności jest dość jasne z punktu widzenia intuicyjnego. Oznacza ono bowiem niewiedzę dotyczącą pewnych zdarzeń. Wiedzę o świecie wyrażamy zwykle w postaci stwierdzeń, tzn. zdań oznajmujących. Jeżeli mają one tę własność, że są tylko prawdziwe lub fałszywe, to żadnej niepewności nie ma. Sytuacja ta stanowi główny przedmiot badań logiki klasycznej.

Niepewność najczęściej odnosi się do zjawisk pojedynczych oraz nietypowych bądź losowych. Można ją interpretować za pomocą przeciwstawnego pojęcia – pewności, które oznacza przewidywanie rezultatów podejmowanych działań bez absolutnie żadnych wątpliwości (Ostasiewicz 2003). Równie ciekawą definicję zaproponował Marian Grzybowski (1996), określając niepewność jako cechę związaną zawsze z efektem zamierzonego działania i wyrażającą, w jakim stopniu ten efekt jest wątpliwy, a w jakim prawdopodobny.

Artykuł podejmuje problem gospodarstw domowych o niepewnych dochodach. Jego celem podstawowym jest prezentacja spojrzenia na kwestie konsumpcji gospodarstw domowych o niepewnych dochodach w ujęciu tradycyjnych i współczesnych teorii konsumpcji (zarówno ekonomicznych, jak i marketingowych).

Struktura artykułu jest następująca. Po rozważaniach dotyczących niepewności gospodarstw domowych wynikających ze stosunku pracy podjęto próbę zdefiniowania tej grupy gospodarstw. W dalszej części przedstawione są tradycyjne i behawioralne teorie i koncepcje konsumpcji. Po omówieniu ekonomicznych teorii postępowania konsumentów w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych, skoncentrowano się na przeanalizowaniu zintegrowanych i empirycznych modeli zachowania konsumentów z zakresu interdyscyplinarnej dziedziny wiedzy, jaką jest **consumer behaviour**. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.

2. Niepewność gospodarstw domowych wynikająca ze stosunku pracy

W życiu gospodarczym konsumenci napotykają na wiele niepewności. Dzieje się tak dlatego, że niepewność jest częścią rzeczywistości, w której funkcjonują wszystkie podmioty gospodarujące. Gospodarstwa domowe stają wobec niepewności co do kształtowania się ich dochodów i zatrudnienia, a także wobec zagrożenia stratami, jakie mogą spowodować klęski żywiołowe.

Niepewność dotyczy albo zmian, które są trudne do oszacowania, albo odnosi się do wydarzeń, których prawdopodobieństwo, ze względu na niewielką liczbę dostępnych informacji, nie może być oszacowane. Jest ona uzależniona od wielu determinant, które najogólniej można podzielić na czynniki obiektywne i subiektywne.

Czynniki obiektywne wynikają przede wszystkim ze stanu oraz zmian rzeczywistości gospodarczej. W przypadku determinant o charakterze ekonomicznym istotne znaczenie ma koniunktura gospodarcza. Fluktuacjom koniunkturalnym podlegają wszystkie wielkości określające stan aktywności gospodarczej. Dotyczą one zarówno sfery mikro- jak i makroekonomicznej. Na niepewność wpływ mają również wydarzenia społeczne i polityczne, decydujące o stabilności systemu ekonomicznego, w ramach którego podejmowane są decyzje oraz realizowane będą ich efekty.

Czynniki subiektywne niepewności mają charakter indywidualny, charakterystyczny wyłącznie dla danej osoby. Decyzje konsumpcyjne, podejmowane w warunkach niepewności przez poszczególnych konsumentów, uzależnione są od subiektywnej oceny oczekiwanej użyteczności, która z kolei zależy od osobistego nastawienia przy podejmowaniu decyzji. Można zatem powiedzieć, że każdy z konsumentów ma inną skłonność do przewidywania oczekiwanego efektu (wyniku), następującego jako konsekwencją dokonanego wyboru.

Do najistotniejszych determinant o charakterze subiektywnym, związanych z niepewnością zaliczyć należy:

- a) rozporządzalny dochód,
- b) zasobność materialną,
- c) niepewność wynikającą ze stosunku pracy.

Uwzględniając podstawowy cel pracy, chciałbym skoncentrować się wyłącznie

na niepewności wynikającej ze stosunku pracy. Determinant ten jest istotnym czynnikiem wpływającym na system decyzyjny gospodarstw domowych. Na przełomie XX i XXI w. z jednej strony – wzrasta niepewność na rynku pracy, z drugiej zaś – coraz mniej ludzi postrzega samą pracę w kategoriach nadawania sensu życia. Na rynku pracy coraz częściej odchodzi się od modelu tradycyjnego zatrudnienia, czyli wykonywania pracy w ramach stosunku pracy między pracownikiem a zatrudniającym go pracodawcą, zawartego na podstawie bezterminowej umowy o pracę, w stałych godzinach, według powszechnie obowiązujących norm pracy, najczęściej świadczonych w siedzibie i pod kontrolą pracodawcy. Coraz większą popularnością na rynku pracy cieszą się elastyczne (nietypowe) formy zatrudnienia, które obejmują zatrudnienie nieregulowane umową o pracę, zatrudnienie na czas określony, w niepełnym wymiarze, w nieregularnym czasie, a także poza siedzibą pracodawcy. Należy w tym miejscu nadmienić, że z elastycznymi (alternatywnymi, niestandardowymi) formami zatrudnienia ściśle wiąże się elastyczność czasu pracy, czyli jego niestandardowe rozkłady. Niekiedy występują nawet trudności odróżnienia ich od elastycznych form zatrudnienia, np. praca w niepełnym wymiarze czasu bywa zaliczana do jednych i drugich form.

Nietypowe formy zatrudnienia pojmowane są z jednej strony jako zatrudnienie pracownicze, z drugiej – jako zatrudnienie niepracownicze. Z pierwszym przypadkiem mamy do czynienia wówczas, gdy przez nawiązanie stosunku pracy pracownik zobowiązuje się do wykonywania pracy określonego rodzaju na rzecz pracodawcy i pod jego kierownictwem, a pracodawca do zatrudnienia pracownika za wynagrodzeniem i dotyczy uelastycznienia czasu pracy, np. pracy w niepełnym wymiarze, lub miejsca pracy (Bąk 2006: 4). Z kolei drugi sposób pojmowania elastycznych form zatrudnienia dotyczy sytuacji, gdy zatrudnienie ma miejsce na innej podstawie niż stosunek pracy i oznacza świadczenie pracy w ramach stosunku prawnego, który jest regulowany głównie przez przepisy prawa cywilnego lub administracyjnego (Encyklopedia..., 2002: 814).

Najbardziej korzystny dla pracownika jest tradycyjny model wykonywania pracy, polegający na tym, że praca wykonywana

jest na podstawie stosunku pracy między pracownikiem a zatrudniającym go pracodawcą, jaki zawarty jest na podstawie bezterminowej umowy o pracę i wykonywany w pełnym wymiarze czasu pracy, który obejmuje dobowe i tygodniowe normy czasu pracy, w stałych godzinach i w ustalonym miejscu. Z kolei do elastycznych form zatrudnienia zaliczyć można umowę o pracę na czas określony, zatrudnienie w niepełnym wymiarze czasu pracy, pracę tymczasową, zmienny czas pracy oraz telepracę.

Umowy na czas określony¹ zawierane są w celu wykonania zadań ograniczonych w czasie i rozwijane z upływem terminu, na jaki zostały zawarte. Specyficzną formą elastycznego zatrudnienia jest także zatrudnienie tymczasowe, polegające na zatrudnieniu przez przedsiębiorstwo osób bezrobotnych, a także pracowników na zastępstwa na okres oddelegowania swojego stałego pracownika na szkolenie. Bezrobotni są uprzednio szkoleni w celu zdobycia umiejętności niezbędnych do wykonywania tej pracy.

Kolejną formą zatrudnienia tymczasowego jest zatrudnienie leasingowe, polegające na „wypożyczeniu” pracowników od firmy zewnętrznej. To „wypożyczenie” obejmuje pracę na zastępstwa (okresy choroby, urlopów itp.) pracowników stałych, pracę sezonową, w okresie procesu rekrutacyjnego, gdy występuje wakat na stanowiska, krótkookresowe zatrudnienie rzadkich specjalistów, w celu redukcji kosztów godzin nadliczbowych itp. (Borkowska 2002: 77).

Do elastycznych form zatrudnienia należą również *job-splitting*, *office-sharing*, *job-sharing*, które sprzyjają zmniejszeniu kosztów pracy, a także przyczyniają się do zmniejszenia rozmiarów bezrobocia na skutek m.in. dzielenia pracy między pracowników zatrudnionych w niepełnym wymiarze czasu pracy, ograniczenia pracy w godzinach nadliczbowych itp.

Praca w niepełnym wymiarze godzin jest jedną z najczęściej stosowanych form elastycznego zatrudnienia i może występować w różnym wymiarze czasowym, np. 30%, 50%, 60%, 75% czy 90% obowiązującego pełnego wymiaru czasu pracy. Skrócenie pracownikowi przeciętnej normy tygodniowej nie musi oznaczać skrócenia normy dobowej. Pracownik może otrzymać w zamian więcej dni wolnych od pracy (Bąk 2006: 19).

Wzrost zatrudnienia w niepełnym wymiarze czasu pracy stanowi istotny element ogólnej polityki promowania popytu na siłę roboczą w warunkach bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego (*jobless growth*) i jest ważnym instrumentem wykorzystywanym w celu redukcji bezrobocia.

Atrakcyjność elastycznych form zatrudnienia inaczej postrzegana jest przez pracowników, bezrobotnych, a inaczej przez pracodawców. Pracownicy widzą w elastycznych formach zatrudnienia przede wszystkim pogorszenie warunków pracy. Pracownicy zatrudnieni np. w częściowym wymiarze czy na czas określony o wiele rzadziej objęci są szkoleniami finansowanymi przez pracodawców, mają mniejsze szanse awansu oraz niższe wynagrodzenia. Bezrobotni z kolei widzą w elastycznych formach zatrudnienia większe szanse na pozyskanie pracy. Pracodawcy natomiast postrzegają w formach elastycznych skuteczny sposób na wzrost elastyczności zatrudnienia i zmniejszenia rozmiarów bezrobocia poprzez efektywniejsze skorelowanie rozmiarów i struktury zatrudnienia do zmiennych potrzeb oraz uniknięcie wysokich kosztów ochrony pracy (Zalega 2003b).

Natomiast dzielenie czasu pracy, które w odróżnieniu od dzielenia stanowisk pracy polega na skracaniu dziennej, tygodniowej lub rocznej normy czasu pracy, a także ograniczeniu liczby godzin nadliczbowych, prowadzi zwykle do wzrostu popytu na pracę, zwłaszcza w sektorze III, czyli w sferze szeroko pojmowanych usług. Należy jednak zwrócić uwagę, że nie zawsze skracanie czasu pracy prowadzi do zatrudnienia większej liczby pracowników bez tworzenia nowych miejsc pracy. Może to być efektem zmian koniunkturalnych, technologicznych lub organizacyjnych, prowadzących do wzrostu produktywności, wykluczających potrzebę wzrostu zatrudnienia. Ponadto skracanie czasu jest ekonomicznie uzasadnione wówczas, gdy jest ono rekompensowane proporcjonalną redukcją wynagrodzeń pracowników nimi objętych, gdyż w przeciwnym razie przyczyni się do wzrostu kosztów pracy (Zalega 2005: 217).

Rozwój ITC (*information and communication technology*), zwłaszcza w obszarze komunikacji, wpływa zarówno na treść, jak i formy pracy. Rozwija się mianowicie praca zdalna, telepraca (*teleworking*), a więc praca w domu przy internecie, praca sieciowa (*networking*), domowe sterowanie

przetwarzaniem danych (*home-distributed data processing*) oraz zdalna praca biurowa (*remote office work*) (Zalega 2003a: 40).

Rozwój telepracy, bez względu na jej formy, stwarza możliwość zatrudnienia osób, które z różnych powodów w ogóle nie zdecydowałyby się na podjęcie pracy. Odnosi się to przede wszystkim do kobiet mających małe dzieci, które uzyskują możliwość uczestnictwa w życiu zawodowym i pogodzenia go z życiem rodzinnym; osób z małych peryferyjnie usytuowanych ośrodków, mających słabo rozwiniętą sieć komunikacyjną. Z tego też względu mówi się, że telepraca jest narzędziem walki ze zjawiskiem pustynienia wsi, gdyż sprawia, że mieszkańcy danego regionu nie muszą przenosić się do miasta, skoro mogą robić u siebie to, co wykonywaliby w miejskim biurze. Ponadto w regionach zacofanych ekonomicznie telepraca jest uzupełnieniem dla rolnictwa i turystyki, z którymi może harmonijnie współistnieć. Telepraca stanowi możliwość podjęcia pracy dla osób niepełnosprawnych, którym bariery architektoniczne, koszty i trudności dojazdu, mimo posiadania przez nie odpowiedniego poziomu wykształcenia i umiejętności, uniemożliwiają podjęcie pracy w tradycyjny sposób. Zatem elastyczność, jaką oferuje telepraca, umożliwia dostęp do alternatywnych rynków pracy o różnej lokalizacji.

Telepraca oznacza dla pracowników ruchomy czas pracy i samodzielność jego organizacji, zmniejszenie czasu, energii i wydatków związanych z dojazdami do pracy, jak również uwolnienie się od ciągłego nadzoru ze strony przełożonego.

Konkludując dotychczasowe rozważania dotyczące niepewności wynikającej ze stosunku pracy, można stwierdzić, że podstawową zaletą umowy o pracę na czas nieokreślony jest przede wszystkim stabilizacja w zakresie dochodów, a także możliwość zaplanowania własnego rozwoju, oraz, co też jest nie bez znaczenia, opłacenie przez pracodawcę świadczeń socjalnych. Nietypowe formy zatrudnienia niewątpliwie przynoszą pewne korzyści, zwłaszcza dla pracodawcy, np. w odniesieniu do terminowych umów o pracę, pozwalają pracodawcy szybko regulować zatrudnienie w zależności od zapotrzebowania rynku, pozwalają na dwutygodniowe wypowiedzenie bez podania przyczyny i zawiadomienia o tym fakcie związku zawodowego, a także stwarzają teoretyczną możliwość dostosowania czasu

pracy do potrzeb w przypadku niepełnego wymiaru czasu pracy. Jednakże mimo tych pewnych korzyści odczuwanych przez pracodawców, stosowanie elastycznych form zatrudnienia stwarza pewne zagrożenia dla pracowników. I tak, w przypadku terminowych umów o pracę ich stosowanie umożliwia pracodawcy zwolnienie pracownika z krótkim okresem wypowiedzenia bez podania przyczyny, co wiąże się bezpośrednio z niepewnością dochodów, utrudnia pracownikom dostęp do szkoleń i możliwości przekwalifikowania i tym samym zaplanowanie własnego rozwoju, stwarza trudności związane z zaciągnięciem kredytu oraz zmniejsza poczucie bezpieczeństwa i stabilizacji, co prowadzi często do decyzji o migracji wewnętrznej lub zewnętrznej. Z kolei praca w niepełnym wymiarze godzin może przyczyniać się do niskiego statusu materialnego pracowników, a także słabszej ich integracji z załogą i częstszej dyskryminacji. Należy również podkreślić, że współcześnie wśród samych pracodawców coraz częściej wskazuje się na negatywne konsekwencje elastycznych form zatrudnienia. Ich efektywność w tworzeniu nowych miejsc pracy nie jest wcale tak wielka, jak początkowo uważano. Powszechna komputeryzacja i internet, które niewątpliwie sprzyjają elastycznym (nietypowym) formom zatrudnienia, wywierają istotny wpływ na wszelkie bez mała sfery życia, na prawie wszystkie formy aktywności gospodarczej – od szczebla rządów i organizacji międzynarodowych po zarządzania strategiczne wielkimi i ponadnarodowymi korporacjami (zorganizowanymi w postaci tzw. pajęczych sieci) i małymi firmami. To z kolei powoduje, że zwiększa się ryzyko szpiegostwa zawodowego, a także wzrasta obawa o bezpieczeństwo danych – poufne informacje odnośnie do ścieżki rozwoju długookresowego firmy, informacje na temat zawieranych kontraktów handlowych czy też bazy danych osobowych o klientach firmy mogą dostać się w niepowołane ręce. Te problemy są niezwykle istotne zwłaszcza w obszarze finansów, bankowości, marketingu i badań marketingowych, projektowania, a także w sektorze wysokich technologii (*high-tech*). Nie bez znaczenia jest także ograniczenie bezpośredniej kontroli nad pracownikami i zmniejszenie poczucia identyfikacji pracownika z firmą oraz, co bardzo istotne, możliwość utraty klientów preferujących tradycyjne formy kontaktu

z pracownikami firmy (np. w przypadku telepracy).

Rozwój elastycznych form zatrudnienia przyczynia się w dużej mierze do zwiększenia niepewności w zakresie dochodów gospodarstw domowych. Należy pamiętać, że we współczesnych przedsiębiorstwach warunki pracy są rzadko stabilne. Często można spotkać się z ograniczeniami dostępu do dodatkowych świadczeń w miejscu pracy (np. dostęp do odpłatnych wakacji, zasiłku chorobowego, zasiłku wychowawczego lub opiekuńczego). Dostęp do wymienionych środków jest w mniejszym stopniu zabezpieczony dla osób pracujących w zawodach charakteryzujących się niestabilnymi warunkami pracy. Z tego też względu oprócz zatrudnienia w ramach formalnych umów o pracę, wiele osób (szczególnie dysponujących niskimi dochodami) decyduje się na nielegalne zatrudnienie, tzw. nierejestrowane. Dla większości tych osób podejmowanie takiej formy zatrudnienia nie wynika z wyboru, a raczej z konieczności. Wiele podejmuje działania w szarej strefie, co wynika często z problemów związanych ze znalezieniem pracy w sposób legalny. Dla sporej grupy osób o niskich kwalifikacjach praca na czarno jest często jedyną szansą uzyskania dodatkowych bądź czasami nawet jedynek dochodów. Oznacza to, że praca nierejestrowana niejednokrotnie staje się dla wielu gospodarstw domowych podstawowym źródłem utrzymania, umożliwiającym zaspokojenie potrzeb wyłącznie o charakterze egzystencjalnym, gdyż w gospodarstwach tych bardzo często nie ma w ogóle funduszu swobodnego wyboru. Niepewność tymczasowego zatrudnienia jest częstym doświadczeniem, dotyczącym coraz większą liczbę gospodarstw domowych, również tych, których członkowie legitymują się wyższym wykształceniem. Wiele z nich może uzyskać wystarczający (satisfakcjonujący ich) dochód jedynie przez łączenie aktywności podejmowanych w ramach formalnego i nieformalnego rynku pracy, zarówno o charakterze stałym, jak i tymczasowym (np. korepetycje, doradztwo księgowe, usługi medyczne i pielęgniarskie). Uzyskane dodatkowo środki pieniężne nie tylko uzupełniają bieżące dochody, lecz służą do podreperowania budżetów rodzinnych oraz zaspokojenia zarówno bieżących, jak i przewidzianych potrzeb konsumpcyjnych.

Konkludując, można powiedzieć, że ewidentną przyczyną nielegalnego zatrud-

nienia (ze strony pracobiorców) są głównie: trudności z uzyskaniem legalnej pracy, nieopodatkowanie dochodów z nierejestrowanej pracy, uzupełnienie budżetu domowego, przy jednoczesnym korzystaniu ze świadczeń dla bezrobotnych (Kozłowski 2004: 76).

Wzrost niepewności wynikający ze zmiany otoczenia gospodarczego wymaga określonych procesów dostosowawczych ze strony konsumentów, które dotyczą zarówno sfery dochodów, jak i wydatków. Przyzwyczajenia do prowadzenia określonego poziomu życia, jako podstawowy determinant, wpływają co najmniej na utrzymanie tego poziomu w niezmięnionej formie lub warunkują zachowania, które zmierzają do poprawy sytuacji życiowej i osiągnięcia wyższego statusu materialnego. Procesy przystosowawcze mogą mieć zatem charakter dwustronny. Z jednej strony, obejmują dostosowanie potrzeb konsumpcyjnych do nowego otoczenia, z drugiej zaś, wpływają na zmiany działań, polegające na pozyskiwaniu środków finansowych, warunkujących realizację zamierzonych celów konsumpcyjnych.

3. Pojęcie gospodarstw domowych o niepewnych dochodach

Zwiększająca się permanentnie liczba gospodarstw domowych o niepewnych dochodach wymusza konieczność ich zdefiniowania. Gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach są autonomicznymi podmiotami gospodarującymi, wyodrębnionymi w sensie ekonomicznym na podstawie własności osobistej. W celu maksymalnego i najbardziej racjonalnego zaspokojenia potrzeb tak konsumpcyjnych, jak i duchowych, podejmują decyzje odnośnie do konsumpcji, opierając się na indywidualnych preferencjach, przyzwyczajeniach, tradycji i upodobaniach oraz dochodach, które albo wynikają z wykonywania pracy na zasadach odbiegających od modelu, który można uznać za tradycyjny, czyli wykonywania pracy w ramach stosunku pracy pomiędzy pracownikiem a zatrudniającym go pracodawcą, albo angażowania się w różnym zakresie i w różnej formie w nieoficjalną działalność gospodarczą (czyli udział w tzw. szarej strefie), lub otrzymywania różnego rodzaju świadczeń społecznych (np. zasiłku dla bezrobotnych, zasiłku z funduszu pomocy socjalnej).

Do grupy gospodarstw domowych o niepewnych dochodach zaliczyć należy te wszystkie gospodarstwa, w których osoby:

- 1) są zatrudnione w nietypowych formach, czyli zatrudnienie nieregulowane jest umową o pracę bądź jest zatrudnieniem na czas określony, w niepełnym wymiarze, w nieregularnym czasie lub poza siedzibą pracodawcy (dotyczy to przeważnie gospodarstw domowych utrzymujących się z niezarobkowych źródeł i odnosi się w dużym stopniu do zawodów wolnych);
- 2) legitymują się niskimi kwalifikacjami i z tego też względu mają trudności z uzyskaniem legalnej pracy (gospodarstwa domowe z osobami bezrobotnymi);
- 3) podejmują pracę nierejestrowaną, która jest dla wielu gospodarstw domowych podstawowym lub jedynym źródłem utrzymania (w przypadku długoterminowych bezrobotnych) bądź stanowi uboczne, często dorywcze zajęcie i jest źródłem dodatkowych dochodów (np. korepetycje, doradztwo księgowe, usługi lekarskie, opieka nad dzieckiem, sprząatanie mieszkania, usługi budowlano-instalacyjne itd.) oprócz wynagrodzenia za pracę lub korzystania ze świadczeń dla bezrobotnych (w przypadku gospodarstw domowych z osobami bezrobotnymi).

Gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach bardzo często dysponują niskimi dochodami, które umożliwiają zaspokojenie jedynie potrzeb wiscerogennych. Gospodarstwa te na ogół nie posiadają funduszu swobodnej decyzji, który umożliwi zaspokojenie potrzeb dalszych (czyli potrzeb w zakresie kultury, turystyki i wypoczynku, łączności i transportu), a jeśli nawet posiadają, to jest on bardzo skromny. Oznacza to, że w przypadku tej grupy gospodarstw, wzrost płac i w konsekwencji zwiększenie dochodu, wywołują nadwyżkę efektu substytucyjnego wzrostu wynagrodzenia nad efektem dochodowym. Dzieje się tak dlatego, że przy stosunkowo niskich dochodach, jednostka w niewielkim stopniu zaspokaja potrzeby konsumpcyjne, w wyniku czego zaczyna bardziej cenić czas pracy od czasu wolnego (jednakże, jak pokazuje praktyka, np. w odniesieniu do wielu długotrwale bezrobotnych, ta prawidłowość ekonomiczna nie znajduje potwierdzenia) i w ten sposób przyczynia się do zwiększa podaży pracy na rynku.

4. Gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach a ekonomiczne teorie i koncepcje konsumpcji

Problematyka zachowania się gospodarstw domowych o niepewnych dochodach jest niewątpliwie jednym z bardziej interesujących teoretycznie, a przy tym ważnych praktycznie zagadnień i to nie tylko w naukach ekonomicznych, lecz także w innych naukach społecznych, takich jak psychologia czy socjologia. Waga tego problemu wynika głównie z tego, że w miarę szybko zachodzących zmian na rynku pracy, deregulacji oznaczającej ograniczenie stopnia regulacji prawnych pracy i zabezpieczenia społecznego, a w efekcie wzrost swobody pracodawców w zakresie kształtowania zbiorowych stosunków pracy, a także niepewności pracy wynikającej z elastycznych form zatrudnienia oraz przemian cywilizacyjno-kulturalnych, szybkiej zmianie podlegają wzorce postępowania gospodarstw domowych w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych, a co za tym idzie, decyzje odnośnie do form, sposobów i środków zaspokajania potrzeb.

W literaturze ekonomicznej istnieje wiele teorii próbujących wyjaśnić mechanizm zachowania się gospodarstw domowych i podejmowanych przez nie decyzji wyboru. Pojawia się jednak w tym momencie zasadnicze pytanie, czy znane z teorii ekonomii liczne koncepcje i teorie konsumpcji znajdują swoje potwierdzenie w odniesieniu do gospodarstw domowych o niepewnych dochodach.

Analizując ekonomiczne założenia dotyczące zachowania gospodarstw domowych, w tym gospodarstw o niepewnych dochodach, nie sposób nie wspomnieć o koncepcji *homo oeconomicus*, której twórcą był John Stuart Mill. W ujęciu wybitnego przedstawiciela ekonomii klasycznej, Adama Smitha analiza zachowań podmiotów gospodarujących, w tym gospodarstw domowych miała charakter czysto moralny i ontologiczny i była fragmentem większej całości, na którą składa się natura ludzka. Najistotniejsze dla A. Smitha były skłonności o charakterze współczującym, które decydują o kształtowaniu się więzi społecznych.

Podstawowym problemem jest określenie roli i charakteru preferencji. W tradycyjnym podejściu pomija się ten aspekt, uważając, że zmiany w strukturze gustów

i preferencji oraz sam problem ich tworzenia nie są przedmiotem zainteresowania ekonomii, która traktuje je jak zmienną egzogeniczną. Teorie mikroekonomiczne, biorące swój początek z XIX-wiecznej koncepcji użyteczności kardynalnej nie wyjaśniają i nie przewidują zachowania się konsumentów, ponieważ zajmują się zachowaniem szerszej zbiorowości mikroekonomicznych jednostek.

Pomijając różnice między poglądami poszczególnych przedstawicieli koncepcji mikroekonomicznych, syntetyczna charakterystyka tych teorii sprowadza się do stwierdzenia, że konsument dąży do osiągnięcia maksymalnego zadowolenia z konsumpcji w ramach danych dochodów i przy danym układzie cen. Zmiany w cenach i dochodach wyrażają się w zmianach popytu na poszczególne dobra. Z kolei zmiana struktury popytu, która nie odnosi się do zmian dochodów i cen jest przypisywana zmianom determinant, które zgodnie z założeniami teorii analizuje się przy założeniu warunku *ceteris paribus* i które są konwencjonalnie poza zakresem teorii ekonomii.

Zastosowanie konwencjonalnych teorii do analizy zachowania się gospodarstw domowych o niepewnych dochodach na rynku jest w dużej mierze ograniczone, ponieważ koncepcje te nie uwzględniają zarówno zmian, jakie zachodzą po stronie środków zaspokajania potrzeb, jak i zmian występujących w samych potrzebach gospodarstw domowych, a także przyjmują, że mikroekonomiczna jednostka posiada doskonałą wiedzę i doskonałe zdolności do określenia wiązki dóbr, które maksymalizują jego użyteczność. W rzeczywistości żadne gospodarstwo domowe nie posiada doskonałej informacji o cenach i nie ma doskonałej zdolności przeliczeń korzyści wynikających z nabycia poszczególnych produktów. Wskazuje na to chociażby praktyka zachowania się konsumenta w sferze poszukiwania informacji.

Ewolucja pojęcia *homo oeconomicus* od jej wersji „moralnej” do „instrumentalnej” napotykała ostrą krytykę ze strony wielu znawców tematu. Jej przeciwnicy wskazywali na nierealność podstawowych założeń tej teorii. W tym kontekście teorie konkurencji niedoskonałej Joan Violet Robinson i Edwarda Hastingsa Chamberlina były tak naprawdę próbą urealnienia klasycznej koncepcji poprzez poszerzenie klasy dóbr (Robinson 1969, Chamberlin 1937).

Z kolei prace Kevina Lancastera próbowały uwzględnić w teorii popytu nie tylko użyteczność dóbr, ale także strumień użyteczności cech i charakterystyk, jakie niesie ze sobą produkt (Zalega 2008a: 145, Sagan 2004). Inne natomiast koncepcje włączają do analiz niepewność (Frank H. Knight), ryzyko (Peter C. Fishburn), koszty informacji (Agnes S. Deaton i John N. Muellbauer) czy oczekiwania (John F. Muth).

Wszystkie teorie i koncepcje konsumpcji akcentujące wpływ czynników socjodemograficznych na zachowania się gospodarstw domowych o niepewnych dochodach w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych, takie jak: koncepcja zachowania konsumenta Jacques'a Lesourne'a (1977) czy psychologiczna teoria konsumpcji George'a Katony (1975) mają w odniesieniu do tej grupy gospodarstw niewielkie znaczenie. Wynika to głównie z faktu, że koncepcje te koncentrują się nie na ograniczeniach dochodowych i cenowych, które dla gospodarstw domowych o niepewnych dochodach są najważniejsze, przesądzając tym samym o ich poziomie i strukturze konsumpcji, ale na różnorodnych behawioralnych aspektach, takich jak: stan zdrowia, zdolności do poszukiwania i przetwarzania informacji, potrzeby i pragnienia jednostek, rzeczywisty status społeczny konsumenta, a także różne role, w jakich on występuje (Katona 1975, Lesourne 1977).

Również teoria konsumpcji Gary'ego Stanley'a Beckera jest mocno zawężona, jeśli chodzi o jej przydatność w zakresie postępowania gospodarstw domowych o niepewnych dochodach. Należy pamiętać, że uproszczony sposób myślenia G.S. Beckera zakładał, że decyzje zarówno konsumpcyjne, jak i inwestycyjne opierają się na szukaniu rozwiązania wynikającego z maksymalizacji strumienia dochodów, zaś preferencje odgrywają tylko rolę przy decydowaniu o wyborze dóbr konsumpcyjnych². G.S. Becker poszerzył zakres wyborów podejmowanych przez gospodarstwa domowe i oprócz wyborów produkcyjno-konsumpcyjnych i inwestycyjnych opartych na preferencjach czasowych, wyróżnił także wybory w zakresie źródeł finansowania swojej działalności w różnych fazach cyklu życiowego (Becker 1990). Przyjął zatem w swojej teorii konsumpcji istnienie w każdym gospodarstwie domowym pewnego i stałego funduszu swobodnego wyboru, który jest w części oszczędzany lub

przeznaczany na potrzeby dalsze. Należy wszakże pamiętać, że w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach owego funduszu często brakuje, w efekcie czego w gospodarstwach tych zaspokajane są przede wszystkim potrzeby podstawowe, zaś potrzeby dalsze mają znaczenie drugoplanowe, często marginalne. Ponadto gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach ograniczone są inwestowaniem w różnych fazach cyklu życia gospodarstwa (w fazie edukacji, fazie pracy zarobkowej oraz w fazie nieaktywności zarobkowej). Trudno na przykład mówić w odniesieniu do gospodarstw domowych dotkniętych bezrobociem o zadowalających wydatkach na cele edukacyjne (kursy językowe, różnego typu szkolenia), które są pewnego rodzaju inwestycją przynoszącą dochody w okresie pracy zarobkowej, albo o wydatkach na zdrowie (dbanie o kondycję fizyczną i psychiczną). Brak inwestycji w kapitał ludzki, jaki powinien być dokonywany w fazie edukacji, nie przynosi w tych gospodarstwach domowych wymiernych korzyści w fazie aktywności zawodowej, jako wynagrodzenie z pracy. To z kolei powoduje, że osiągnane z reguły niskie dochody zaspokajają w miernym stopniu bieżące potrzeby konsumpcyjne, natomiast nie ma praktycznie oszczędności inwestowanych w różnego rodzaju formy kapitału rzeczowego i finansowego, które zabezpieczyłyby nie tylko bieżącą, lecz także przyszłą konsumpcję, a także umożliwiłyby zmianę preferencji czasowych (Zalega 2007: 112).

Współczesne teorie konsumpcji zakładają, że konsument działa z ograniczoną racjonalnością (*bounded rationality*), czyli nie jest zdolny do maksymalizowania swojej użyteczności, ponieważ niemożliwa jest znajomość całego układu możliwych alternatyw. Uwaga ta odnosi się także do gospodarstw domowych o niepewnych dochodach. Na problem ograniczonej racjonalności gospodarstw domowych zwrócił uwagę Leonid Hurwicz (1956), który stwierdził, że nie istnieje rozwiązanie problemu określenia „racjonalnego zachowania ekonomicznego” ze strony jednostki, gdyż sama racjonalność działań takiej jednostki zależy w dużej mierze od prawdopodobnego zachowania innych jednostek. Próba ominięcia tego problemu przez założenie, że każde gospodarstwo domowe ma określone wyobrażenie o tym, co robią inne gospodarstwa w danych warunkach,

jest nieskuteczna. „Racjonalne” zachowanie gospodarstwa domowego można opisać tylko wówczas, gdy można założyć *a priori*, że wzór zachowań pozostałych gospodarstw domowych jest znany. Jednak zachowanie tych pozostałych gospodarstw nie może być znane *a priori*, jeśli przyjąć, że owi „pozostali” również mają zachowywać się racjonalnie. Mamy zatem do czynienia z klasycznym impasem logicznym. Jednakże L. Hurwicz (1978) dostrzegł, że sposób na rozwiązanie tego problemu wskazuje teoria gier, która polega na odrzuceniu wąsko pojmowanej zasady maksymalizacji, jako synonimicznej z zachowaniem racjonalnym gospodarstwa domowego. Oczywiście, maksymalizacja użyteczności byłaby pożądana, ale nie może istnieć prawdziwa maksymalizacja użyteczności w sytuacji, gdy tylko jedna z kilku determinant decydujących o wyniku zostaje pod kontrolą danego gospodarstwa domowego.

Większość makroekonomicznych teorii i koncepcji konsumpcji opiera się na funduszu swobodnej decyzji. Dotyczy to zarówno teorii dochodu względnego Jamesa S. Duesenberry'ego (1952), jak i hipotezy dochodu permanentnego Milтона Friedmana (1957) oraz hipotezy cyklu życia Franco Modiglianiego, Richarda Brumberga i Alberta K. Ando (1963). Jeśli chodzi o teorię dochodu względnego, to w odniesieniu do gospodarstw domowych o niepewnych dochodach, zwłaszcza z osobami bezrobotnymi w swoim składzie, wydatki konsumpcyjne nie są moim zdaniem uzależnione od porównania wielkości dochodu danego gospodarstwa domowego z dochodami innych znanych mu gospodarstw. Nie oznacza to wcale, że motywy ich działania nie zacierają do uzyskania zbliżonego standardu konsumpcyjnego, w każdym razie nie za wszelką cenę, jak to dowodził J.S. Duesenberry (1952). Uważam, że zachowania konsumpcyjne analizowanej grupy gospodarstw domowych są głęboko zakorzenione w ich strukturze psychicznej i *de facto* wywierają istotny wpływ na kształtowanie zarówno wzorów, jak i struktur konsumpcji. Pomimo, że ograniczona ilość środków pieniężnych w tych gospodarstwach pozwala praktycznie na zaspokojenie wiscerogennych potrzeb, to jednak w wielu przypadkach górę biorą przyjęte i ustalone tradycje i wyzwaje, które formułują się w ramach określonych grup społecznych, do których przynależy gospo-

darstwo domowe. Można zatem powiedzieć, że gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach ulegają nie tylko paradoksowi sezonowemu, lecz także efektowi pokazowemu. Oba niefunkcjonalne rodzaje popytu są ściśle skorelowane z pewnymi utartymi zachowaniami nabywczymi, które wynikają z kultury i tradycji przekazywanej z pokolenia na pokolenie. Zachowaniom tym towarzyszy często znane polskie przysłowie „zastaw się, a postaw się”, ponieważ wynikają one z określonej organizacji życia społecznego, której wyznacznikami są m.in. ważne wydarzenia dla danej grupy społecznej lub zawodowej; tradycyjne święta, np. święta Bożego Narodzenia, święta Wielkanocne lub walentynki; uroczystości rodzinne, np. Pierwsza Komunia Święta, ślub i wyprawienie wesela czy narodziny dziecka, a także stosunki towarzyskie.

Należy moim zdaniem zwrócić uwagę również na to, że w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach, zwłaszcza tych, których często dotyczy problem ubóstwa, bieżąca konsumpcja zależy wyłącznie od bieżącego dochodu, a nie od poziomu dochodu w przeszłości. W przypadku, gdy dochód w tych gospodarstwach domowych w stosunku do dochodów z przeszłości obniży się jeszcze bardziej, gospodarstwa te będą skłonne do proporcjonalnego rezygnowania z osiągniętego poziomu życia (np. zakupując substytuty niższego rzędu, które są dużo tańsze, czy też rezygnując lub znacznie ograniczając zakupy wielu dóbr), gdyż brak pewności odnośnie do przyszłych dochodów oraz bardzo często brak oszczędności spowodują, że nie będą skłonne do zaciągania kredytów lub kupowania na raty. A zatem poziom konsumpcji otoczenia, zwłaszcza gospodarstw domowych zajmujących podobną pozycję społeczną, będzie miał drugoplanowe, a nie kluczowe znaczenie. Innymi słowy, oznacza to, że również efekt rygla (zapadki) w odniesieniu do gospodarstw domowych o niepewnych dochodach, zwłaszcza z osobami bezrobotnymi, ma zdecydowanie mniejsze znaczenie.

Zgodnie z hipotezą dochodu permanentnego Miltona Friedmana na zmiany konsumpcji powinny mieć wpływ jedynie elementy oddziałujące na dochód permanentny, a nie bieżący. Biorąc pod uwagę zastosowanie tej hipotezy do opisu reguł postępowania gospodarstw domowych o niepewnych dochodach w dziedzinie

podejmowania decyzji konsumpcyjnych, można powiedzieć, że jedynie jej podstawowe założenie, stwierdzające, że ludzie (przynajmniej ich większość) dążą do utrzymania konsumpcji na względnie stałym poziomie i, w miarę możliwości, unikają zbyt dużych zmian w swoim poziomie życia, ma swoje odniesienie do gospodarstw dysponujących niepewnym dochodem. Takie zachowanie jest naturalne dla krótkiego okresu. Jednak w długim okresie utrzymanie względnie stałego poziomu konsumpcji jest możliwe przede wszystkim dzięki oszczędnościom i zaciągniętym kredytom. Pojawia się problem, gdy tak, jak ma to miejsce w większości gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach, często tych oszczędności po prostu nie ma. W teorii dochodu permanentnego w ramach dochodu bieżącego wyróżnia się dochód przejściowy i stały. W przypadku gospodarstw domowych o niepewnych dochodach, poziom konsumpcji wyznaczany jest zarówno przez dochód permanentny, jak i dochód przejściowy (zgodnie z założeniami M. Friedmana dochód ten powinien być w całości oszczędzany), który również jest przeznaczany na bieżącą konsumpcję. Ponadto uważam, że w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach (zwłaszcza w gospodarstwach domowych dotkniętych problemem bezrobocia) istnieje wyraźna zależność między konsumpcją a dochodem przejściowym, podczas, gdy zgodnie z założeniami M. Friedmana brakuje takiej zależności (lub zależność jest bardzo słaba). Należy wszakże pamiętać o tym, że opisana zależność między konsumpcją a dochodem przejściowym została poddana krytyce już w 1972 r. przez Thomasa Mayera, który stwierdził, że żaden z 16 różnych testów przeprowadzonych przez M. Friedmana tak naprawdę nie potwierdził ani też nie zaprzeczył słuszności teorii dochodu permanentnego³.

O nadmiernej wrażliwości funkcji konsumpcji względem spodziewanych zmian dochodu bieżącego po raz pierwszy pisała Marjorie A. Flavin (1981). Zbudowany przez nią model, będący tak naprawdę rozszerzeniem podejścia Roberta E. Halla (1978), dobitnie wskazywał na silną zależność między tymi dwoma wielkościami. Innym zjawiskiem zaobserwowanym w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach jest nadmierna gładkość konsumpcji. Ten intrygujący postulat zaobser-

wowany przez Johna Y. Cambella i Agnusa Deatona (1989) polega na niewystarczających zmianach konsumpcji w stosunku do niespodziewanych zmian dochodu (spowodowanych np. utratą pracy). Zważywszy na fakt, że jedno zjawisko dotyczy zmian oczekiwanych, zaś drugie nieoczekiwanych, mogą one występować jednocześnie (Romer 2000: 349).

Hipoteza cyklu życia Franco Modiglianiego, Richarda Brumberga i Alberta K. Ando moim zdaniem też jest w pewnym stopniu zawężona, jeśli chodzi o wyjaśnienie specyfiki zachowań konsumpcyjnych gospodarstw domowych o niepewnych dochodach. Wynika to przede wszystkim z tego, że hipoteza ta, podobnie, jak hipoteza dochodu permanentnego, bazuje na funduszu swobodnego wyboru, analizując bieżącą i przyszłą konsumpcję, skupiając się w dużej mierze na motywach oszczędzania. Ponadto użyteczność, jaką czerpią gospodarstwa domowe, w hipotezie tej nie wynika jedynie z posiadanych aktywów i bieżącej konsumpcji, ale także z przyszłej. Funkcja użyteczności podlega ograniczeniu budżetowemu, które jest sumą zdyskontowanych dochodów z całego życia i aktywów. Należy wszakże podkreślić, że autorzy nie wprowadzili do modelu elementu niepewności, co z kolei oznacza, że gospodarstwa domowe są m.in. w stanie określić oczekiwany średni dochód i długość życia. Pominęty przez F. Modiglianiego i A.K. Ando motywem oszczędzania jest chęć zabezpieczenia się przed nagłym spadkiem dochodów (na przykład w wyniku utraty pracy) lub nagłym wzrostem wydatków (z powodu choroby). Takie niemożliwe do przewidzenia wydarzenia sprawiają, że prosty cykl życia w ujęciu F. Modiglianiego – w którym każde gospodarstwo domowe przechodzi przez fazę młodości (i zaciąga kredyty), dojrzałości (kiedy faktycznie zarabia) i starości (gdy żyje z oszczędności) – wyraźnie komplikuje. Generalnie można mówić o trzech kluczowych rodzajach niepewności wpływających na oszczędności, do których zaliczyć można np. niepewność co do przyszłych dochodów, niepewność wydatków na opiekę medyczną oraz niepewność co do długości życia. Mimo że hipoteza cyklu życia zawiera miejscami wiele upraszczających założeń, to jednak dość dobrze opisuje rzeczywistość. Zagadnienia podjęte w tej hipotezie, które mają także odniesienie do opisu zachowań nabywczych gospodarstw domowych o nie-

pewnych dochodach, koncentrują się przede wszystkim na ukazaniu (na co uwagę zwrócili późniejsi badacze), że tak naprawdę, konsumpcja nie zawsze zależy od całości życiowego dochodu, ponieważ często bardziej istotny jest dochód bieżący, osiągany w danej chwili, a także zaznaczeniu, że gospodarstwa domowe biorą pod uwagę przyszłą sytuację społeczno-gospodarczą i jej wpływ na potencjalne dochody.

Istotne znaczenie dla określenia reguł postępowania gospodarstw domowych o niepewnych dochodach ma rozszerzony model cyklu życia, na który składa się wspomniana już hipoteza cyklu życia i hipoteza dochodu permanentnego oraz teorie pozostające w ich orbicie (Browning, Crossley 2001: 2-3). Obie hipotezy stały się też punktem wyjścia dla wielu badaczy, którzy wzbogacili je, uchylając kolejne, często małowalidacyjne założenia. Problem niepewności w modelu cyklu życia został podjęty dopiero w 1978 r. przez Roberta E. Halla, który twierdził, że maksymalizacja funkcji użyteczności jest dokonywana przy występującym ograniczeniu budżetowym i założeniu, że jedynym źródłem niepewności są dochody. W każdym okresie gospodarstwa domowe tak wybierają poziom konsumpcji, aby maksymalizować oczekiwaną użyteczność. Wielkość zarobków jest znana w momencie wyboru poziomu konsumpcji. Ponadto R. Hall założył, że stopa procentowa jest co najmniej równa stopie preferencji czasu, czyli stopie dyskonta (Hall 1978: 978). Z przeprowadzonej przez R. Halla analizy wynika, że konsumpcja zachowuje się jak proces błędzenia losowego. Z założenia o kwadratowej funkcji konsumpcji wynika także fakt, że gospodarstwa domowe działają na zasadzie ekwiwalencji pewności, co oznacza, że konsumują tyle, ile konsumowałyby, gdyby przyszły dochód był równy jego wartości oczekiwanej (średniej), co z kolei oznacza, że niepewność co do przyszłego dochodu nie ma tak naprawdę wpływu na konsumpcję.

Problem niepewności w odniesieniu do zachowań nabywczych gospodarstw domowych został także poruszony w 1968 r. przez Hayne E. Leland. Zbudował on prosty model dwuokresowy, w którym przyjął, że dochód na początku jest znany, natomiast w drugim okresie znany jest jedynie subiektywny rozkład prawdopodobieństwa. Swoje rozważania oparł na założeniu addytywności funkcji konsumpcji i malejącej

absolutnej awersji do ryzyka. Rezygnuje też z tego pierwszego założenia i przyjmuje w jego miejsce, że awersja do ryzyka wobec pewnej zmiennej spada wraz ze wzrostem znaczenia tej zmiennej w podejmowaniu decyzji⁴. W przeciwieństwie do R.E. Halla, H.E. Leland dowodził, że niepewność ma wpływ na optymalny poziom oszczędności tylko wtedy, gdy trzecia pochodna po funkcji oszczędności jest większa od zera. Innymi słowy, oznacza to, że kwadratowa funkcja oszczędności nie nadaje się do opisu motywu wynikającego z niepewności, co do przyszłych dochodów i przezorności gospodarstw domowych. W przypadku, gdy warunek trzeciej pochodnej jest spełniony, wówczas nie działa zasada ekwiwalencji pewności, czyli przecenienia zdarzeń nieobciążonych ryzykiem. W efekcie niepewność przyszłego dochodu zmniejsza bieżącą konsumpcję, zwiększając tym samym oszczędności. Nieuwzględnienie czynnika niepewności w funkcji konsumpcji prowadzi do zaniżenia wartości współczynników regresji dla pozostałych zmiennych, takich jak: bieżący dochód, zdyskontowany przyszły dochód, stopy procentowe oraz aktywa (Leland 1968: 456-473).

Z kolei Agnus Deaton (1991), koncentrując się na możliwości ograniczenia akcji kredytowej, dowodził, że gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach, w przypadku braku możliwości swobodnego zaciągania pożyczek, w momencie obniżenia się dochodu (np. w wyniku utraty podstawowego lub dodatkowego źródła pracy), nie będą w stanie wyrównać swojej konsumpcji na skutek chwilowego zadłużenia. Oznacza to, że gospodarstwa domowe mniej konsumują, niż czyniłyby to w warunkach optymalnych (Deaton 1991: 1158). Agnus Deaton, podobnie jak Christopher D. Carroll i D. Weil (1992, 1997), założył, że gospodarstwa domowe cechuje niecierpliwość, zaś występowanie limitów kredytowych tłumaczy gromadzenie środków na „czarną godzinę” tzw. oszczędności buforowych, gdyż gospodarstwa domowe doskonale wiedzą, że nie będą w stanie utrzymać pożądanego poziomu konsumpcji w przypadku nagłego spadku dochodu (spowodowanego np. utratą pracy bądź nagłą chorobą). Należy w tym miejscu zaznaczyć, że w przeciwieństwie do Ch.D. Carrolla, A. Deaton założył nieskończony okres. Z kolei Ch. D. Carroll skonstruował teorie oszczędności buforowych wyłącz-

nie w oparciu o motyw przezornościowy, a także wprowadził przejściowe i permanentne szoki dochodowe oraz możliwości wystąpienia zerowych wpływów w pewnych okresach. W konsekwencji, wnioski płynące z obu tych modeli są w wielu miejscach podobne. Można zatem powiedzieć, że gospodarstwa domowe utrzymują niskie rezerwy względem dochodu permanentnego, konsumowane w okresach obniżenia dochodu (Carroll 1997: 69).

We współczesnej literaturze przedmiotu dokonuje się podziału na dwie podstawowe grupy modeli (Browning, Lusardi 1996). Pierwsze z nich to modele uwzględniające element pewności, podczas gdy w drugich wprowadza się motyw oszczędzania przezornościowego. Ponadto, w modelach uwzględniających element pewności przyjmuje się międzyokresową addytywność funkcji użyteczności, absolutną pewność, bądź maksymalizację oczekiwanej użyteczności przez gospodarstwa domowe, które cechują się racjonalnymi oczekiwaniami i kwadratową funkcją użyteczności. Z kolei gospodarstwa domowe w modelach z występującym motywem przezorności mają międzyokresowe addytywne funkcje użyteczności, a także maksymalizują oczekiwaną użyteczność i mają racjonalne oczekiwania (Browning, Lusardi 1996: 1800-1802). Kluczową różnicą jest zatem brak kwadratowej formy funkcji użyteczności w modelach uwzględniających motyw przezorności.

Teorią próbującą wyjaśnić zachowania nabywcze gospodarstw domowych o niepewnych dochodach jest także behawioralna hipoteza cyklu życia stworzona przez Hersha M. Shefrina i Richarda H. Thaler (1988). Teoria ta została stworzona jako pewnego rodzaju alternatywa dla modeli cyklu życia, wywodzi się z analizy rzeczywistych zachowań ludzi, a nie jedynie tych racjonalnych, a także opiera się na trzech podstawowych filarach: teorii samokontroli, systemie kont mentalnych oraz przyjęciu, że sposób prezentacji alternatyw ma znaczenie przy podejmowaniu decyzji. Teoria samokontroli zakłada, że gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach ulegają wewnętrznym zmaganiom z uwagi na fakt, że preferencje są niespójne w czasie. Powodzenie tych działań determinuje stopień, w jakim rzeczywiście obserwowana sytuacja zbliży się do przewidywań hipotezy cyklu życia w ujęciu A.K. Ando i F. Modiglianiego. Z uwagi na występu-

jące koszty użycia woli (które pojawiają się przy samoograniczeniu) pełne osiągnięcie stanu zakładanego przez model cyklu życia nigdy nie nastąpi (Shefrin, Thaler 1988). Jednym z rezultatów spadku kosztu użycia woli wraz ze spadkiem dochodu jest łamanie zasady proporcjonalności. Ich istnienie stanowi wyjaśnienie nadmiernej wrażliwości konsumpcji na nieoczekiwane zmiany dochodu i na jej silną zależność od bieżącego dochodu. H.M. Shefrin i R.H. Thaler wyróżnili trzy podstawowe grupy (konta), na jakie gospodarstwa domowe dzielą swój majątek. Są to bieżące dochody, bieżący majątek oraz przyszłe dochody. Teoria ta zakłada, że krańcowa skłonność do konsumpcji dla każdego z tych kont jest różna i oznacza, że najbardziej zagrożone uszczupleniem są dochody bieżące, najmniej zaś dochody przyszłe. Co więcej, dostęp do każdego z tych kont jest z psychologicznego punktu widzenia różny i naruszenie konta, jakim jest bieżący majątek czy przyszłe dochody wiąże się z pewnym dyskomfortem, wyrażonym w postaci ujemnej użyteczności, czyli niezadowolenia. Innymi słowy, wydanie pieniędzy z kont, jakimi są bieżący majątek i przyszłe dochody jest bardziej bolesne aniżeli konta, jakim są bieżące dochody, a w rezultacie użyteczność płynąca z początkowego wydatkowania środków znajdujących się na tych kontach jest niższa aniżeli użyteczność płynąca z wydatków wyczerpujących konto bieżących dochodów (Thaler 1986: 283). Wprowadzenie podziału na wspomniane trzy konta pozwoliło na wyjaśnienie wielu niezrozumiałych wcześniej zachowań nabywczych gospodarstw, w tym gospodarstw domowych o niepewnych dochodach, a także na sformułowanie nowych wskazań odnośnie do działań mających wpływać na konsumpcję. Należy także nadmienić, że uchylenie w behawioralnej hipotezie cyklu życia założeń o pełnej racjonalności konsumentów pozwoliło w istotny sposób podnieść zdolności predykcyjne modelu (Bańbuła 2006: 50).

Wąskopragmatyczne ujęcie decyzji w modelach zachowania się gospodarstw domowych utrudnia adaptację tych modeli do ogólnych koncepcji zachowania się gospodarstw domowych, rozpatrywanych na płaszczyźnie dokonywanych zakupów. Rozwój teorii postępowania gospodarstw domowych w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych i próby dostosowania teorii do rzeczywistości spowodowały,

że kluczowe założenia różnorodnych teorii i koncepcji są w coraz większym stopniu bardziej adekwatne do wielowymiarowego otoczenia, w jakim funkcjonuje współczesne gospodarstwo domowe. Jednakże różnorodność ujęć i zróżnicowanie celów, jakim służą, sprawia, że problem integracji różnorodnych elementów zachowania się w jednej kompleksowej teorii nie został jeszcze w pełni rozwiązany. Dotyczy to także gospodarstw domowych o niepewnych dochodach (Zalega 2008: 759).

5. Modele zachowania konsumenta w teoriach marketingu

Współczesny rynek jest zespołem różnorodnych powiązań między konsumentami a podmiotami oferującymi produkty bądź usługi zaspokajające ich potrzeby. Konsument, jako aktywny uczestnik rynku, podejmuje działania zmierzające do zaspokojenia wcześniej wybranych dóbr konsumpcyjnych. Wszystkie wybory i decyzje dokonywane są przez konsumenta w określonych warunkach społecznych, kulturowych i ekonomicznych, które tworzą tzw. otoczenie konsumenta. Konsument doświadcza zmian, zarówno w bliższym, jak i dalszym otoczeniu w różnym stopniu i zakresie przez uczestnictwo w procesie produkcji, wymiany i konsumpcji. Otoczenie w każdej skali tworzy ograniczenie dla działań podejmowanych przez konsumenta, zarówno w sferze rynku, jak i konsumpcji (Janoś-Kresto, Mróz 2006: 164). Zarówno permanentnie zmieniające się otoczenie konsumenta, jak i kontekstowość jego zachowania, wymuszają nie tylko interdyscyplinarny charakter analiz, lecz także rzutują na przyjęcie określonych założeń teoretycznych w procesie poznawczym. Można zatem powiedzieć, że zmiany w otoczeniu konsumenta są bodźcem do poszukiwania nowych sposobów działania bądź modyfikacji dotychczasowych oraz otwierają możliwości do zdobywania nowych doświadczeń. Współczesne teorie i analizy zachowań konsumentów, opisywane w literaturze przedmiotu, bazują głównie na założeniach wynikających z nauk podstawowych, a zwłaszcza psychologii, socjologii czy teorii mikroekonomii. Każda z wymienionych dziedzin kładzie nacisk na zupełnie inny aspekt zachowania konsumentów i znajduje najczęściej zastosowanie w wyjaśnianiu zachowań konsumpcyjnych w stosunku do różnych grup produktów.

Modelowanie zachowań konsumentów powinno uwzględniać teleologiczny charakter zachowania konsumenta. Należy pamiętać, że wszelkiego rodzaju działania podejmowane przez poszczególnych konsumentów są zawsze nakierowane na realizację konkretnego celu. Niektóre z tych działań mogą mieć przy tym charakter racjonalny (w sensie *rational*), inne zaś stanowią działania rozsądne (w sensie *reasonable*) bądź w ogóle nie uwzględniają spójności sekwencji decyzyjnych konsumentów (Helgeson 1984). Jednakże każde z tych zachowań konsumentów nakierowane jest na realizację określonego celu, jakim jest maksymalizacja użyteczności czerpanej przez konsumenta z nabywania dóbr i usług.

Zachowania konsumentów są determinowane wieloma czynnikami, wśród których najistotniejszą rolę odgrywają dwie grupy determinant, a mianowicie: czynniki indywidualne (psychologiczne) tworzące endogeniczne uwarunkowania zachowań konsumentów oraz czynniki o charakterze społeczno-kulturowym, które (wraz z czynnikami ekonomicznymi) stanowią ich uwarunkowania egzogeniczne. Niektórzy z konsumentów przywiązują się do konkretnej marki, inni nieświadomie dokonują wyboru produktów, odwołując się do ich przekonań duchowych i intuicji. Z tego też względu, modele zachowań konsumenta muszą uwzględniać pewne ograniczenia w procesie zachowania, tj. rozporządzalny dochód konsumenta, presja czasowa (rozszerzenie między czasem wolnym konsumenta i czasem pracy), normy i wartości kulturowe, ograniczenia podażowe. Wszystko to oznacza, że zachowania konsumentów to obszar, który kryje w sobie niezmierny potencjał marketingowy.

Kluczową cechą modeli zachowania konsumenta jest uwzględnienie w nich wpływu instrumentów marketingowych. Jednak modele te nie ograniczają się do opisu funkcjonowania konsumenta na rynku; starają się znaleźć odpowiedź na pytanie dotyczące wpływu czynników marketingowych (tj.: produkt i jego marka, cena i forma zapłaty, promocja i komunikacja, miejsce sprzedaży) na zachowania i wybory konsumenta. Należy jednak zaznaczyć, że determinanty te stanowią przeważnie zmienne o charakterze niezależnym, które znajdują się pod kontrolą firmy, rzutując tym samym na ostateczne reakcje ze strony konsumentów.

Większość modeli zachowania konsumenta ma charakter predykcyjny. Celem budowy modelu jest w konsekwencji możliwość uwzględniania przyszłych zachowań konsumenta na podstawie warunkujących je zmiennych marketingowych oraz zmiennych określających otoczenie konsumenta. Ze względu na złożony charakter otoczenia i kompleksowość zachowań konsumenta, analizy zachowań nabywcy wymuszają interdyscyplinarny charakter, a także konieczność przyjęcia określonych założeń teoretycznych w procesach poznawczych i decyzyjnych konsumentów.

5.1. Zintegrowane modele zachowania konsumenta

Ekonomiczne modele zachowań konsumenta nie uwzględniają w swoich analizach czynników pozaekonomicznych, jak również pomijają kwestie procesu podejmowania decyzji. W teorii zachowania konsumenta wypracowano szereg modeli teoretycznych, które uwzględniały proces podejmowania decyzji, a także brały pod uwagę wpływ czynników społeczno-psychologicznych i kulturowych. Początkowo, w tzw. etapie przednaukowym, zachowanie konsumenta poddawano obserwacji i analizowano z punktu widzenia czysto filozoficznego i społecznego (Antonides, Raaij 2003: 26). Wówczas to amerykański ekonomista norweskiego pochodzenia Thorstein Bunde Veblen badał zjawisko konsumpcji ostentacyjnej, zaś francuski filozof Gabriel Tarde akcentował istotną rolę naśladownictwa przy wyjaśnieniu zachowania konsumenta. W drugim etapie badań naukowych nad zachowaniem konsumenta skoncentrowano się na badaniach nad motywacją (lata 1940–1964). Pod koniec lat 50. XX w. Ernest Dichter wykorzystywał po raz pierwszy dla wyjaśnienia zachowań konsumenta psychoanalityczną teorię Z. Freuda. W latach 60. XX w. wyjaśniano zachowania konsumentów w kategoriach takich pojęć jak: osobowość, dostrzegane ryzyko i dysonans poznawczy. Lata 1966–1972 to okres wielkich teorii objaśniających zachowanie konsumenta. Wykorzystując dotychczasowy dorobek naukowy, opracowano wiele modeli opisujących zachowanie konsumenta na rynku. A.R. Andreasen opracował ogólny model zachowania konsumenta przy dokonywaniu wyborów, zwracając szczególną uwagę na kluczową rolę opinii, emocji i postaw przy podejmowaniu przez konsumenta wyborów (Andreasen 1965: 4). Z kolei F.M. Nicosia,

wykorzystując założenia nauk behawioralnych, zbudował teorię zachowań konsumentów, która obejmuje cztery obszary: komunikację masową, zachowania polegające na poszukiwaniu i dokonywaniu wyborów oraz konsumpcję; uwzględnił także wzajemne relacje między tymi elementami. Model ten zapoczątkował nowe kierunki badań związanych z wpływem zmiennych marketingowych na wzorce zakupów oraz analizę czynników interweniujących w relacje między zmiennymi marketingowymi a decyzją zakupów. Model ten kładzie nacisk nie tylko na wyjaśnienie sprzężenia zwrotnego, jakie występuje między firmą a konsumentem, ale także wyjaśnia naturę kształtowania się predyspozycji. Jednakże model F.M. Nicosii najlepiej opisuje czynniki, które oddziałują na zachowanie konsumenta na rynku dóbr droższych, zaliczanych do specyficznej grupy dóbr snobistycznych (Nicosia 1966: 156). Model ten może służyć do obserwacji zachowania się pojedynczego konsumenta oraz innych jednostek podejmujących decyzję (np. rodziny). J.A. Howard i J.N. Sheth opracowali model uczenia się konsumenta, który wywodzi się z teorii uczenia się I.P. Pawłowa, E.L. Thorndike'a i C. Hulla. Model oparty jest na założeniu, że konsument w procesie dokonywania zakupu zachowuje się racjonalnie, zaś sam proces nabywcy jest nieprzypadkowy i jest rezultatem bodźców, jakie płyną z otoczenia. W modelu tym autorzy uwzględnili: wejścia (bodźce rynkowe: reklama, produkty, informacja), uczenie się i wyjścia (rzeczywiste zachowanie, tj. zakup). Model Howarda-Shetha jest modelem opartym w całości na tzw. zmiennych ukrytych oraz na regułach korespondencji, wiążących zmienne ukryte z ich empirycznymi wskaźnikami. Model ten dał początek rozwojowi wielu badań dotyczących relacji, jakie zachodzą między zakresem informacji a ostateczną decyzją zakupu, równowagą motywacyjną konsumenta i kształtowaniem się lojalności konsumenta (Howard, Sheth 1969: 47). Natomiast J.F. Engel, D.T. Kollat i R.D. Blackwell opracowali model zachowania konsumenta, który zakłada istnienie centralnej jednostki sterującej, odbierającej bodźce reklamowe, określającej i rozwijającej problemy, przy czym istotna jest rola środowiska w kształtowaniu zachowań i sprzężenia zwrotnego (Engel, Kollat, Blackwell 1973: 58-59). Jest to model holistyczny o bardzo niskim stopniu weryfikacji empirycznej, jednakże mimo swojej empi-

rycznej nieidentyfikalności stanowi jeden z najpopularniejszych modeli zachowania konsumenta opisany w literaturze przedmiotu (Schiffman, Kanuk 1987). Z kolei F. Hansen (1968) zaprezentował teorię zachowań konsumenta, koncentrując się na procesie podejmowania decyzji. Na podstawie przeprowadzonych badań wykazał, że konsumenci odczuwają sprzeczność między różnymi możliwościami, między konsumpcją a oszczędzaniem oraz między motywami czysto egoistycznymi a altruistycznymi (Hansen 1972: 87-89). Jednakże wszystkie pojawiające się sprzeczności konsumenci próbują rozwiązać poprzez przetwarzanie posiadanych informacji.

Zaprezentowane zintegrowane modele zachowania konsumenta mimo wielu zasadniczych różnic, mają i pewne wspólne cechy. W modelach tych proces zakupu pojmuje się jako proces cykliczny, składający się z następujących po sobie etapów, w których konsument musi rozwiązywać odmienne problemy. Ponadto modele te mogą być wykorzystane do opisu decyzji podejmowanych zarówno przez indywidualnego konsumenta, decyzji podejmowanych w rodzinie bądź z uwzględnieniem wpływu innych osób. Inną, ważną zaletą omawianych modeli jest również to, że koncentrują się głównie na wyjaśnianiu zachowań związanych z wariantem zaspokojenia potrzeby aniżeli z jej sposobem (co może budzić pewne kontrowersje z punktu widzenia strategicznych celów działalności marketingowej).

5.2. Empiryczne modele zachowania konsumenta

Zapoczątkowana przez F. Hansena teoria zachowań konsumenta przyczyniła się w istotny sposób do rozwoju tzw. empirycznych modeli zachowania konsumenta. Najwięcej modeli empirycznych powstało w nurcie orientacji decyzyjnej. Modelowanie poszczególnych etapów procesu podejmowania decyzji stanowi jeden z najliczniejszych obszarów modeli zachowania konsumenta.

W latach 70. XX w. powstało wiele różnych koncepcji przetwarzania informacji przez konsumenta. Jedną z nich jest tzw. *teoria postaw* M. Fishbeina i I. Ajzena. Model ten znajduje się w nurcie teorii poznawczych, których przedstawicielami w marketingu są także J. Bettman, R. Lutz, N. Pessemer, R. Wilkie i N. Rosenberg.

Model postaw M. Fishbeina i I. Ajzena jest typowym przykładem kompensacyjnej reguły podejmowania decyzji. Oznacza to, że zarówno negatywne przekonanie bądź negatywna ocena dotycząca pewnej cechy lub właściwości mogą być kompensowane przez inne (pozytywne) przekonanie (Fishbein, Ajzen 1975: 61). Jednakże taki proces nie występuje w przypadku uproszczonych reguł podejmowania decyzji, przy których albo nie wszystkie właściwości brane są pod uwagę, albo wykluczona jest wymiana między właściwościami.

Kolejnym modelem opisującym zachowanie konsumenta a wywodzącym się z nurtu teorii poznawczych jest *model strukturalny* J.R. Bettmana. W modelu tym J.R. Bettman zaprezentował proces decyzyjny, jako przetwarzanie informacji, które przebiega, opierając się na programie świadomie kontrolowanym przez konsumenta, który to program utożsamiany jest z pojęciem heurystyki decyzyjnej. J.R. Bettman (1979: 16) dowodził, że na proces podejmowania decyzji wpływ mają cztery czynniki:

- 1) ograniczona zdolność świadomego przetwarzania posiadanych informacji,
- 2) dyspozycyjność i ocena informacji,
- 3) sprawność funkcjonowania endogenicznych procesów regulacyjnych,
- 4) wsteczne oddziaływanie decyzji na procesy konsumpcji i gromadzenie doświadczeń oraz wiedzy.

Na podstawie modelu strukturalnego J.R. Bettman opracował sieci decyzyjne przybierające formę rozwiniętych struktur, które odnoszą się do pozytywnego lub negatywnego rozpatrywania różnorodnych kwestii dotyczących zarówno zakupu określonego dobra, jak i wyboru jego określonej marki (Światowy 2006: 49).

Z kolei J.P. Peter i J.C. Olson (1987) zakładają, że zachowania konsumenta w fazie przedzakupowej obejmują zachowania związane z szeroko rozumianymi poszukiwaniami informacji oraz przeznaczaniem funduszy na zakup dóbr i usług. Do najważniejszych czynników wpływających na poszukiwanie informacji przez konsumenta autorzy zaliczają: otoczenie marketingowe konsumenta, uwarunkowania środowiskowe, znaczenie produktu lub usługi dla nabywcy, doświadczenie i wiedzę konsumenta oraz tzw. różnicę indywidualne. Oznacza to, że przygotowanie do zakupu to komunikacja za pomocą informacji o produkcie lub usłudze, zaś jej źródłem jest nie

tylko otoczenie marketingowe, ale także aktywność konsumenta, która sprowadza się do poszukiwania informacji o produktach, markach, cenach i miejscach sprzedaży (Peter, Olson 1987: 351).

Kolejnym, ważnym modelem opisującym postępowanie decyzyjne konsumenta w procesie zaspokajania potrzeb jest tzw. *model TOTE* według G.A. Millera, E. Galanter i K.H. Pridrama. W modelu tym zakłada się, że informacje docierające do konsumenta są sprawdzane pod względem wiarygodności, a następnie testowane w odniesieniu do wszystkich dostrzegalnych cech produktu, tj. zalety jakościowe, estetyczne czy użytkowe. Następnie dostrzeżone cechy są porównywane z wewnętrznymi standardami wyróżniającymi efekty spodziewane, tj. subiektywnie oczekiwane wartości cech. W przypadku, gdy efektem porównań jest zgodność cech, proces decyzyjny jest kontynuowany. W przypadku pojawienia się odchyłeń świadczących o niezgodności ocen, konsument poszukuje dodatkowych informacji, co z kolei wydłuża proces decyzyjny. W ten sposób model TOTE łączy się z poznawczymi teoriami równowagi, według których dysonans poznawczy jest podstawową przyczyną poszukiwania informacji przez konsumenta (Miller, Galanter, Pridram 1960: 149).

W latach 80. XX w. uwaga badaczy skupiła się, oprócz procesów poznawczych, na emocjach. Zachowanie konsumenta w kategoriach doznań ujmowali badacze w latach 90. XX wieku. Według nich istota konsumpcji wyraża się w doznaniach, emocjach – konsumpcja ma znaczenie symboliczne, a człowiek wyraża się poprzez nabywanie dóbr i usług na rynku. Najnowsze nurty badań dotyczą tzw. kategoryzacji pojęciowej, związanej z korzystaniem przez konsumentów z umysłowych schematów produktów, czynności, samych siebie, a także wiążą się z tzw. ekonomią zachowania, która zajmuje się sposobem, w jaki konsumenci postrzegają informacje.

W latach 80. XX w. został opracowany przez J.C. Mowena tzw. *model organizacyjny zachowania konsumenta*, który zawiera pięć podstawowych jednostek skorelowanych z takimi obszarami zachowań jak: proces wymiany, oddziaływania endogeniczne, oddziaływania środowiskowe, uwarunkowania marketingowe i procesy zakupu (Mowen 1993: 702–703). Oddziaływania środowiskowe umożliwiają uchwycenie

zależności, jakie występują między szeroko pojmowanymi czynnikami egzogenicznymi (tj. sytuacja konsumenta, uwarunkowania kulturowe, gospodarce lub regulacyjne) a uwarunkowaniami o charakterze czysto marketingowym, które związane są głównie z instrumentami marketing-mix oraz procedurami, takimi jak pozycjonowanie czy segmentacja.

Model organizacyjny J.C. Mowena prezentuje także procesy wymiany między konsumentem a otoczeniem, zakładając, że podstawowymi źródłami wymiany są informacje, czas i status konsumenta, a nie tylko tradycyjnie rozumiane dobra, usługi i zasoby naturalne.

Kolejnym nurtem w modelowaniu postaw konsumentów jest analiza postaw wobec reklam i marek produktów (Brown, Stayman 1992). Wśród tych modeli na szczególną uwagę zasługuje tzw. *model przeniesienia afektu*, który koncentruje się na wyjaśnieniu postaw konsumentów wobec marki zarówno na podstawie docierających informacji o produkcie, jak i przejawiania postawy wobec reklamy. Szczególnie odnosi się to do produktów, które nabywane są głównie z pobudek czysto hedonistycznych, zaś konsumenci nie dostrzegają różnic, jakie występują między poszczególnymi cechami marek produktów. Z kolei *model mediacji dwukanałowej* uwzględnia wpływ postaw (pozytywnych i negatywnych) konsumentów wobec reklamy na proces poszukiwania informacji o marce. Zarówno pozytywne, jak i negatywne nastawienie konsumentów w stosunku do reklamy danej marki wywiera istotny wpływ na głębokość i rodzaj poszukiwanej informacji o marce. W kolejnym modelu opisanym przez A. Browna i H. Staymana (1992), tzw. *modelu mediacji wzajemnej*, zachowanie konsumenta opiera się na wzajemnym wpływie postawy wobec marki i reklamy danego produktu. Natomiast *model oddziaływań niezależnych* odnosi się głównie do produktów, które nabywane są przez konsumentów sporadycznie i podyktowane są głównie względami racjonalnymi (dobra niezwykłościowe, tj. meble, artykuły RTV, AGD). W tym przypadku postawa konsumentów zarówno wobec reklamy, jak i marki kształtuje się niezależnie od siebie, co w konsekwencji oznacza, że ocena odbioru reklamy przez konsumentów nie ma żadnego wpływu na ich postawy wobec marki.

W ostatniej fazie procesu postępowania konsumenta związanej z kształtowaniem pola preferencji wyboru produktów wykorzystuje się kompensacyjne modele preferencji do których zaliczyć można modele: oczekiwanej wartości i idealnej marki, a także modele niekompensacyjne, wśród których wyróżnić należy modele: koniunkcyjny (łączny), dysjunkcyjny (rozłączny), leksykograficzny i oczekiwanej użyteczności (Peter, Olsen 1987). Pierwszy z tych modeli stosowany jest głównie do produktów zaawansowanych technicznie (np. sprzęt AGD, RTV, sprzęt komputerowy, usługi o wysokim ryzyku zakupu), zaś drugi – wykorzystywany jest w odniesieniu do produktów prostych technicznie, których proces decyzyjny w przeciwieństwie do modeli kompensacyjnych charakteryzuje się stosunkowo niskim zaangażowaniem konsumenta w zakup.

W *modelu oczekiwanej wartości*, który tak naprawdę jest interpretacją modelu postaw M. Fishbeina zakłada się, że najbardziej preferowana jest marka produktu, której oczekiwana wartość względnej ważności cechy i oceny realizacji tej cechy w danej marce jest najwyższa. Z kolei w *modelu idealnej marki* obok rzeczywistych produktów zakłada się istnienie tzw. ocen opisujących „idealną markę”. Najwyższe preferencje otrzymuje ta marka, z której oczekiwane zadowolenie konsumenta jest najwyższe.

W *modelu koniunkcyjnym (łącznym)*, zaliczanym do modeli niekompensacyjnych, najwyższe preferencje wśród konsumentów uzyskuje ta marka, w stosunku do której oceny poszczególnych cech przewyższają minimalny akceptowany standard. W przypadku, gdy przynajmniej jedna ocena jest niższa od zakładanego minimum, wówczas produkt jest wyłączany z dalszego rozpatrywania. Kolejny model niekompensacyjny, jakim jest *model dysjunkcyjny (rozłączny)*, jest lustrzanym odbiciem modelu koniunkcyjnego i różni się od poprzedniego modelu tym, że preferowana przez konsumenta marka powinna spełniać jedno kryterium. A zatem konsument w tym przypadku uwzględnia przy wyborze produktu jedną bądź kilka subiektywnie najważniejszych cech, które rozpatruje rozłącznie. W efekcie dokonuje wyboru takiego produktu, którego cechy mają stosunkowo wysoką wartość, mimo że pozostałe cechy mogą mieć wartość zdecydowanie niższą. Natomiast w *modelu leksykograficznym* wszystkie cechy marki są uwzględniane w układzie

hierarchicznym, co w konsekwencji oznacza, że marki są w pierwszej kolejności oceniane w stosunku do najważniejszej cechy, a w przypadku, gdy kilka marek posiada zbliżone oceny, wówczas bierze się pod uwagę kolejne szeregowane cechy (Gajewski 1994; Sagan 2004; Zaltman, Pinson, Angelmar 1987). W modelu eliminacji przez aspekty, konsument dokonuje hierarchizacji cech według ich ważności, a następnie przypisuje każdej z cech pożądane wartości. Oznacza to, że jeśli po pierwszej eliminacji dokonanej przez konsumenta zostanie więcej niż jedna marka, procedura zostaje powtórzona w uwzględnieniu drugiej pod względem ważności cechy, aż do momentu, gdy zostanie tylko jedna marka. Z kolei model oczekiwanej użyteczności oparty jest na zasadzie kompensacyjnej. Oznacza to, że wszystkie ujemne cechy poszczególnych produktów kompensowane są przez cechy oceniane przez konsumenta jako pozytywne. Istotą tego modelu jest przypisanie poszczególnym cechom wag nadawanych według subiektywnego uznania konsumenta. Suma wszystkich cech pomnożona przez ich wagi określa ostateczną ocenę produktu. Konsument dokonuje zatem wyboru tego wariantu, którego ogólna użyteczność jest najwyższa (Gajewski 1994: 163).

Identyfikacja postaw i źródeł decyzji konsumentów naraża wiele problemów, czego efektem jest duża ilość nurtów modelowania zachowania konsumenta, a także różne podejścia dostrzegalne w każdym z tych nurtów. Jednakże większość zaprezentowanych modeli ma stosunkowo słabe oparcie w badaniach empirycznych. Istotną wadę stanowi ich wybiórczość, co jest zrozumiałe przy uwzględnieniu dużej ilości determinant jakościowych, z natury niemierzalnych. Wszystko to powoduje, że modele te prezentują uproszczoną wizję rzeczywistości, dlatego też zaleca się pewną ostrożność w ich stosowaniu. Modele te co prawda pomagają lepiej zrozumieć zachowanie konsumenta, jednakże można je traktować jedynie jako narzędzie uzupełniające działanie innych instrumentów marketingowych wykorzystywanych w firmach (Zalega 2008b: 49).

6. Podsumowanie

W podsumowaniu możemy konstatować, że w odniesieniu do gospodarstw domowych o niepewnych dochodach:

- Gospodarstwa te w większości nie dysponują funduszem swobodnego wyboru, który jest w części oszczędzany lub przeznaczany za zaspokojenie potrzeb wyższego rzędu, czego potwierdzeniem może być stosunkowo wysoki udział wydatków na żywność oraz opłat sztynnych w wydatkach ogółem.
- W gospodarstwach, których często dotyczy problem ubóstwa, bieżąca konsumpcja zależy wyłącznie od bieżącego dochodu, a nie od poziomu dochodu w przeszłości.
- Poziom konsumpcji wyznaczany jest zarówno przez dochód permanentny, jak i dochód przejściowy, który również jest przeznaczany na bieżącą konsumpcję.
- Istnieje wyraźna zależność między konsumpcją a dochodem przejściowym.
- Zastosowanie konwencjonalnych teorii jest w dużej mierze ograniczone, ponieważ koncepcje te nie uwzględniają zarówno zmian, jakie zachodzą po stronie środków zaspokajania potrzeb, jak i zmian występujących w samych potrzebach gospodarstw domowych, a także przyjmują, że mikroekonomiczna jednostka posiada doskonałą wiedzę i doskonałe zdolności do określenia wiązki dóbr, które maksymalizują jej użyteczność.
- Teorie i koncepcje konsumpcji akcentujące wpływ czynników socjodemograficznych na zachowania się gospodarstw domowych w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych mają w odniesieniu do tej grupy gospodarstw niewielkie znaczenie.
- Behawioralna hipoteza cyklu życia stworzona przez H.M. Shefrina i R.H. Thaler'a najlepiej wyjaśnia zachowania nabywcy tej grupy gospodarstw domowych.
- Można przyjąć pewną ograniczoną racjonalność oraz perspektywiczne myślenie, optymalizację decyzji, a także dążenie do utrzymania (jeśli to tylko możliwe) stałej krańcowej użyteczności z konsumpcji, która jest funkcją długookresowego trendu.
- Zintegrowane modele zachowania konsumentów koncentrują się na wyjaśnianiu zachowań związanych z wariantem zaspokojenia potrzeby aniżeli z jej sposobem, podczas gdy w empirycznych modelach główny akcent kładzie się na teoretycznie ważne cechy i ich wzajemne relacje,

przez które odzwierciedlają się procesy psychiczne wyjaśniające dochodzenie do skutku zachowań konsumentów.

Informacje o autorze

Dr Tomasz Zalega – Katedra Gospodarki
Narodowej UW. E-mail: tomasz.zalega@wp.pl

Przypisy

- ¹ Zgodnie z kodeksem pracy, w art. 25 do umów terminowych oprócz umowy na czas określony zalicza się umowę na czas wykonywania określonej pracy oraz umowę na czas próbny, która może poprzedzać każdą z umów wymienionych wcześniej.
- ² Założenie to może mieć pełne zastosowanie tylko w przypadku, gdy mamy do czynienia z idealnym rynkiem kapitałowym (stałe oprocentowanie i niewystępowanie ilościowych ograniczeń przy zaciąganiu pożyczek w banku – relatywnie tani i łatwo dostępny kredyt w banku). Tymczasem wiadomo, że preferencje konsumpcyjne mają istotny wpływ na decyzje inwestycyjne.
- ³ Krytyczny komentarz do testów przeprowadzonych przez M. Friedmana wraz z szerokim podsumowaniem badań empirycznych nad teorią dochodu permanentnego zawarty jest w Mayer (1972, rozdz. 2–3).
- ⁴ Założenie to zostało również uwzględnione w teorii perspektywy Daniela Kahnemana i Amosa Tversky'ego (1979). Należy jednak zaznaczyć, że analiza przeprowadzona przez H.E. Leland nie uwzględnia jednak efektu pewności, czyli przeceniania zdarzeń nieobarczonych niepewnością.

Bibliografia

- Ando, A., Modigliani, F. 1963. The Life – Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implication and Tests. *American Economic Review*, t. 53.
- Andreasen, A.R. 1965. Attitudes and consumer behavior: a decision model. w: L.E. Preston (red.) *New Research in Marketing*, University of California, Berkeley, CA: Institute of Business and Economic Research.
- Antonides, G., van Racijs, F.W. 2003. *Zachowania konsumenta. Podręcznik akademicki*. Warszawa: WN PWN.
- Alderfer, C.P. 1972. *Existence, relatedness and growth*. New York: Free Press.
- Ando, A., Modigliani F. 1963. The Life – Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implication and Tests. *American Economic Review*, t. 53.
- Arrow, J.K., Hurwicz, L. 1956. *Reduction of Constrained Maxima to Saddle-Point Problems*. Berkeley: University of California Press.
- Bañbuła, P. 2006. Oszczędności i wybór międzyokresowy – podejście behawioralne. *Materiały i Studia NBP*, z. 208.
- Bąk, E. 2006. *Elastyczne formy zatrudnienia*, Biblioteka Monitora Prawa Pracy. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Becker, G.S. 1976. *The Economic Approach to Human Behavior*. London – Chicago: The University of Chicago Press.
- Baumol, W. 1972. *Economic Theory and Operations Analysis*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Becker G.S. 1990. *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*. Warszawa: PWN.
- Bettman, J.R. 1979. *An Information Processing Theory of Consumer Choice*. Reading M.A. Menlo Park: Addison-Wesley.
- Blackwell, R.D., Engel, J., Kollat, D.T. 1978. *Consumer Behavior*. Hinsdale IL: Dryden Press.
- Bogunia-Borowska, M., Śleboda, M. 2003. *Globalizacja i konsumpcja: dwa dylematy współczesności*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
- Borkowska, S. (red.) 2002. *Rynek pracy wobec integracji z Unią Europejską*. Warszawa: IPiSS.
- Browning, M., Lusardi, A. 1996. Household Saving: Micro Theories and Micro Facts. *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXIV.
- Browning, M., Crossley, T.E. 2001. *The Life Cycle Model of Consumption and Saving*, The Institute of Fiscal Studies, WPO1/15, maj.
- Browning, M., Lusardi, A. 1996. Household Saving: Micro Theories and Micro Facts. *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXIV.
- Cambell, J.Y., Deaton, A. 1989. Why is Consumption So Smooth?. *The Review of Economic Studies*, Vol. 56, No. 3.
- Chamberlin, E.H. 1937. Monopolistic or Imperfect Competition?, *Quarterly Journal of Economics*, No 51.
- Carroll, Ch.D. 1992. *The Buffer Stock Theory of Saving: Some Macroeconomics Evidence*. Brookings Papers of Economic Activity.
- Carroll, Ch.D. 1997. The Buffer-Stock Theory of Saving and the Life-Cycle/Permanent Income Hypothesis. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112, No.1.
- Deaton, A. 1991. Saving and Liquidity Constraints. *Econometrica*, Vol. 59, No. 5.
- Deaton, A. 1992. *Understanding Consumption*. Oxford: Oxford University Press.
- Duesenberry, J.S. 1952. *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard-Cambridge MA: Harvard University Press.
- Encyklopedia – Prawo nie tylko dla prawników (2002) Bielsko Biała.

- Engel, J.F., Kollat, D.T., Blackwell, R.D. (1973) *Consumer Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Fishbein, M., Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flavin, M. 1981. The Adjustment of Consumption to Changing Expectations About Future Income. *The Journal of Political Economy*, Vol. 89, No. 5.
- Friedman, M. 1957. *A Theory of Consumption Function*, Princeton: Princeton University Press.
- Gajewski, S. 1987. *Hierarchia i intensywność potrzeb konsumpcyjnych gospodarstw domowych (determinanty, zróżnicowanie i mechanizmy rozwoju)*, Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Gajewski, S. 1994. *Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing*, Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Galbraith, J.K. 1979. *Ekonomia a cele społeczne*, Warszawa: PWN.
- Galbraith, J.K. 1991. *Ekonomia w perspektywie. Krytyka historyczna*. Warszawa: PWN.
- Grzybowski, M., Zięba, A. 1996. *Współczesne systemy partyjne wybranych państw europejskich*. Kraków: Wydawnictwo Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hall, R.E. 1978. Stochastic Implication of the Live Cycle-Permanent Hypothesis: Theory and Evidence. *The Journal of Political Economy*, Vol. 86, No. 6.
- Hansen, F. 1972. *Consumer Choice Behavior. A Cognitive Theory*. New York: The Free Press.
- Helgeson, J.G. 1984. Trends in a Consumer Behavior Literature – a Content Analysis. *Journal of Consumer Research*, No. 10.
- Hodoly, A. 1971. *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*, Warszawa: KiW.
- Howard, J.A., Sheth, J.N. 1969. *The Theory of Buyer Behavior*, New York: John Wiley and Sons.
- Hurwicz, L. 1973. The design of mechanisms for allocation. *American Economic Review*, No. 63.
- Hurwicz, L., Richter, M.K. (1978) Ville Axioms and Consumer Theory. *Econometrica*, No. 4.
- Katona, G. 1975. *Psychological Economics*, Amsterdam-London-New York: Elsevier Scientific Publishing Company.
- Janoś-Kresło, M., Mróz, B. (red.) 2006 *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Kahneman, D., Tversky, A. 1979. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, Vol. 47, No 2.
- Kollat, J., Blackwell, R., Kollat, D. 1978. *Consumer Behavior*, Hinsdale: The Dryden Press.
- Kozłowski, P. 2004. *Gospodarska nieformalna w Polsce. Dynamika i funkcje instytucji*, Warszawa: INE PAN.
- Leibenstein, H. 1988. *Poza schematem homo oeconomicus*. Warszawa: PWN.
- Leibenstein, H. 1982. *Ekonomia przyszłości*. Warszawa: PWN.
- Leland, H.E. 1968. Saving and Uncertainty: The Precautionary Demand for Saving. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 82, No. 3.
- Leland, H.E. 1968. Saving and Uncertainty: The Precautionary Demand for Saving. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 82, No. 3.
- Lesourne, J. 1977. *A Theory of the Individual for Economic Analysis*, North-Holland Publishing Company, Amsterdam; North Holland Publishing Company.
- Maslow, A.H. 1963. *Theory of Human Motivation*. w: Sutermeister R.A., *People and Productivity*, New York: McGraw-Hill Book Company.
- Max-Neef, M. 1991. *Human Scale Development. Conception, Application and Further Reflections*, New York-London: Apex Press.
- Mayer, T. 1972. *Permanent Income, Wealth and Consumption: A Critique of the Permanent Income Theory, the Life-Cycle Hypothesis and Related Theories*. Berkeley: University of California Press.
- McClellan, D.C. 1975. *Power: the inner experience*. New York: Halstead.
- Miller, G.A., Galanter, E., Pribram, K.H. 1960. *Plans and the Structure of Behavior*, London-New York: Holt, Rinehart, Winston.
- Modigliani, F., Ando, A.K. (1963) The "Live Cycle" Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests. *American Economic Review*, Vol. LIII.
- Modigliani, F., Brumberg, E. 1990. *Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross – Section Data*. w: Kurihary, K.K. (red.) *Post – Keynesian Economics*. Rutgers University Press.
- Mowen, J.C. 1993. *Consumer Behavior*, New York-London: Macmillan.
- Nicosia, F.M. 1966. *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications*, Englewood Cliffs, New York: Prentice-Hall.
- Ostasiewicz, W. 2003. *Niepewność i ryzyko*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Peter, J.P., Olson, J.C. 1987. *Consumer Behavior*, Homewood 111: IRWIN.
- Philipson, J.B. 1937. Consumption Standards and Housing. *Annals of American Academy of Political and Social Science*, Vol. 190, New York: Current Developments in Housing.
- Robinson, J.V. 1969. Preface" *The Economics of Imperfect Competition*, second edition, London: Macmillan.
- Romer, D. 2000. *Makroekonomia dla zaawansowanych*, Warszawa: WN PWN.

- Rothman, R.A. 1987. *Working. Sociological Perspectives*, New York: Prentice Hall.
- Sagan, A. 2004. *Modele zachowań konsumenta*, <http://www.cem.pl/artyk009.html> z dnia 18.06.2004 r.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 1987. *Consumer Behavior*, Englewood Cliffs, New York: Prentice-Hall.
- Shefrin, H.M., Thaler, R.H. 1988. The Behavioral Life-Cycle Hypothesis. *Economic Inquiry*, No. 26.
- Światowy, G. 2006. *Zachowania konsumenckie*, Wrocław: Wydawnictwo AE we Wrocławiu.
- Thaler, R.H. 1986. The Psychology of Economics Conference Handbook. *Journal of Business*, Vol. 59, No. 4, Part 2.
- Zalega, T. 2003a. Kierunki rozwoju rynku pracy w epoce cywilizacji informacyjnej. *Nowe Życie Gospodarcze*, nr 3.
- Zalega, T. 2003b. Wpływ globalizacji na rynek pracy. *Nowe Życie Gospodarcze*, nr 4.
- Zalega, T. 2005. *Rynek pracy w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej*. w: Nowak, A.Z. (red.) *Fenomen transformacji. Próba analizy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW.
- Zalega, T. 2007. *Konsumpcja – podstawy teoretyczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW.
- Zalega, T. 2008a. *Mikroekonomia*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW.
- Zalega, T. 2008b. *Konsumpcja w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach*, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zalega, T. 2008c. Gospodarstwa domowe o niepewnych dochodach a teorie konsumpcji. *Ekonomista*, nr 6.