

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Budżet konsumenta i podejmowanie decyzji prof. Piotr Banaszyk

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

30 listopada 2018 r.

Organizatorzy



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU

# Plan

1. Ortodoksyjna teoria wyboru konsumenta,
2. Behawioralne argumenty krytyczne,
3. Neuronauka i jej wkład interpretacyjny.

# Dochód konsumenta (Dk)

- Dk jest to całkowita kwota pieniędzy, jakimi konsument dysponuje w danym czasie i za które to pieniądze może nabywać dobra materialne i usługi zaspokajające jego potrzeby.
- Wg kodeksu cywilnego konsument to osoba fizyczna, która dokonuje z przedsiębiorcą czynności prawne niezwiązane z bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą.

# Ograniczenia budżetowe

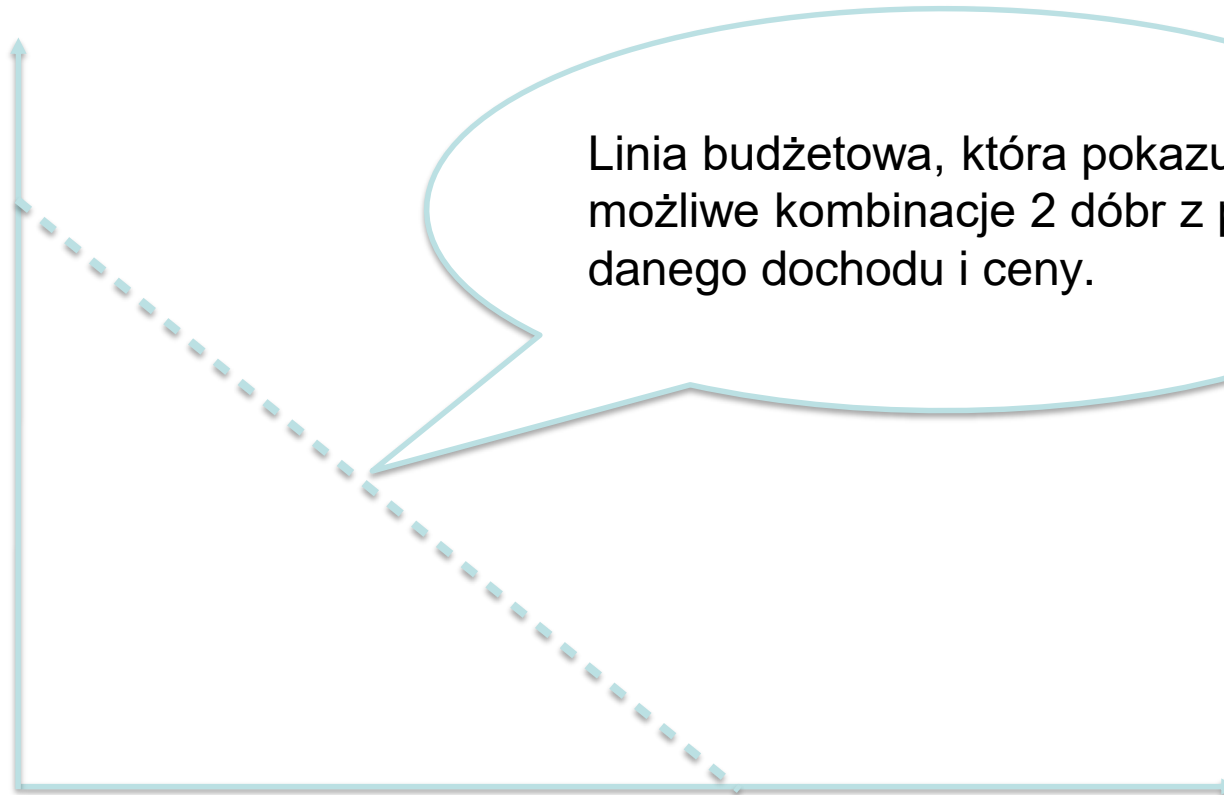
- Każdy konsument dąży do maksymalnego zaspokojenia swych potrzeb.
- Wielkość dochodu konsumenta zestawiona z poziomem cen na pożądaną przez niego dobra i usługi przesądza o jego możliwościach nabywczych.

# Koszyki dóbr i usług (Kdu)

- Kdu są zbiorem wszystkich kombinacji tych dóbr i usług, które konsument może nabyć w ramach swych ograniczeń budżetowych.
- Np. konsument dysponuje dochodem w wysokości 700 zł na tydzień. Ponieważ całodzienny posiłek kosztuje 100 zł, a np. bilet do teatru 70 zł, to może on albo codziennie jeść posiłek i nie iść do teatru, albo pójść na 10 spektakli i nic nie jeść. Między tymi skrajnościami jest wiele pośrednich możliwości.

# Ilustracja graficzna

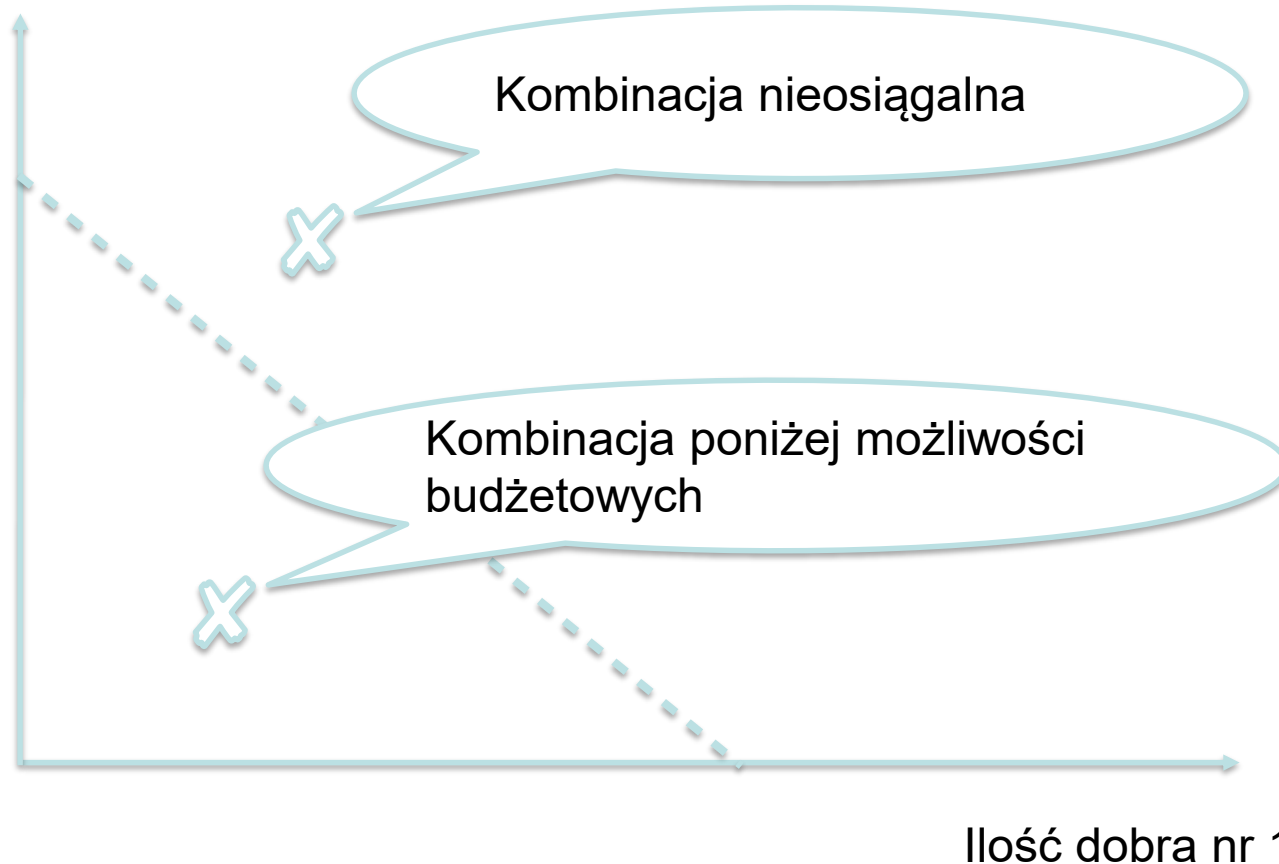
Ilość dobra nr 2



Ilość dobra nr 1

# Ilustracja graficzna

Ilość dobra nr 2





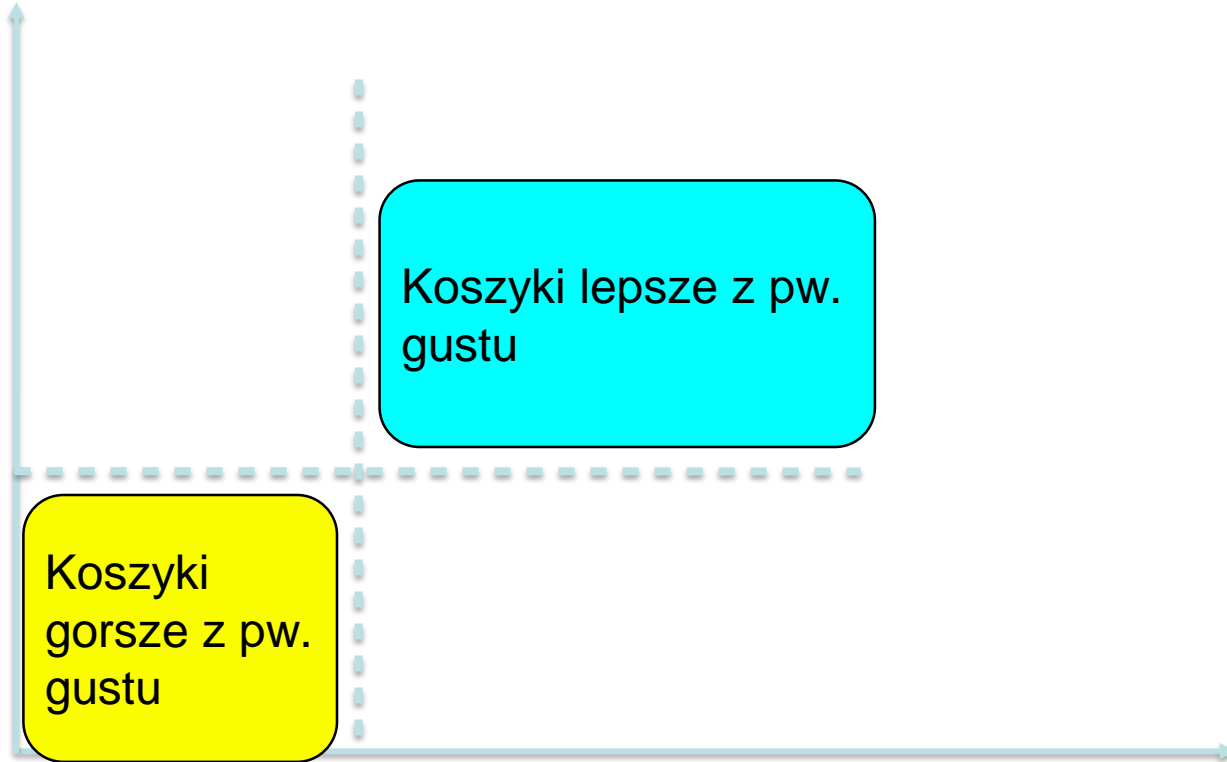
# Gust konsumenta (Gk)

- Gk to indywidualna jego skłonność do preferowania konkretnej kombinacji koszyka dóbr i usług, które najlepiej zaspokajają jego potrzeby, czyli charakteryzują się z jego punktu widzenia największą użytecznością.



# Preferencje konsumenta co do różnych koszyków dóbr i usług

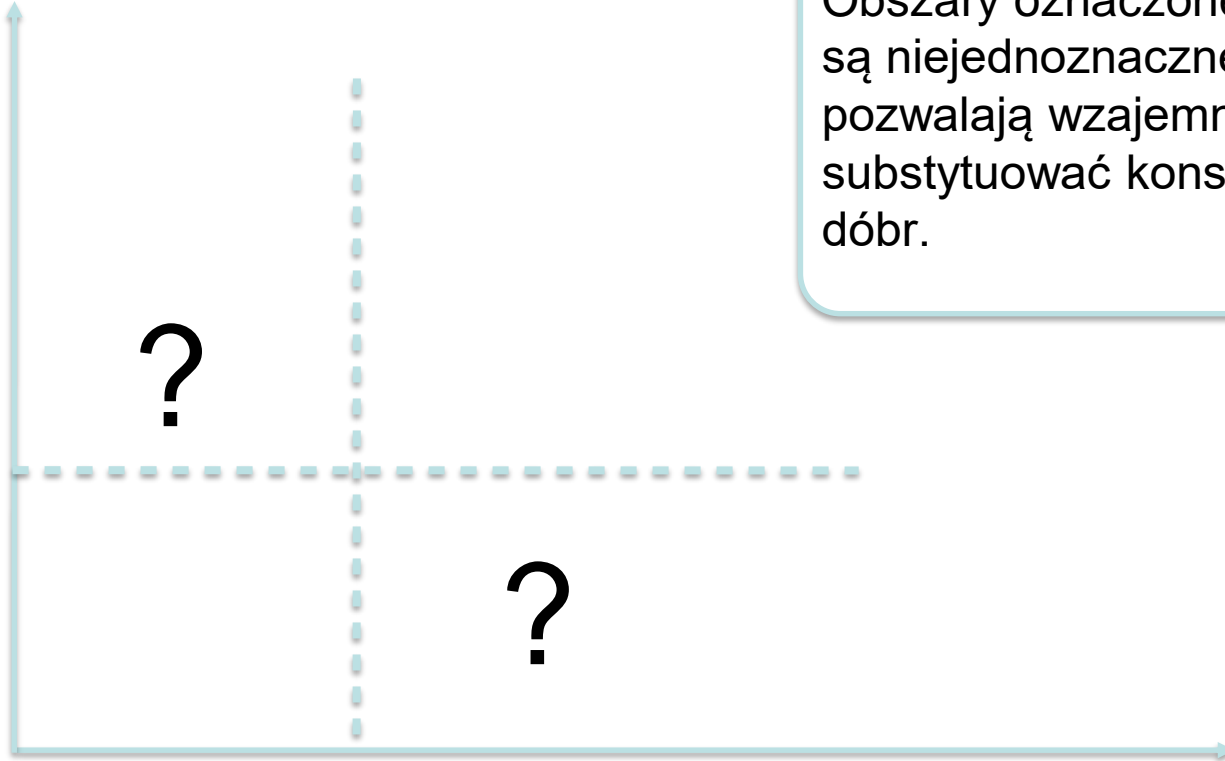
Ilość dobra nr 2



Ilość dobra nr 1

# Preferencje konsumenta co do różnych koszyków dóbr i usług

Ilość dobra nr 2



Obszary oznaczone jako ?  
są niejednoznaczne i  
pozwalają wzajemnie  
substituować konsumpcję  
dóbr.

Ilość dobra nr 1

# Krańcowa stopa substytucji (KSS)

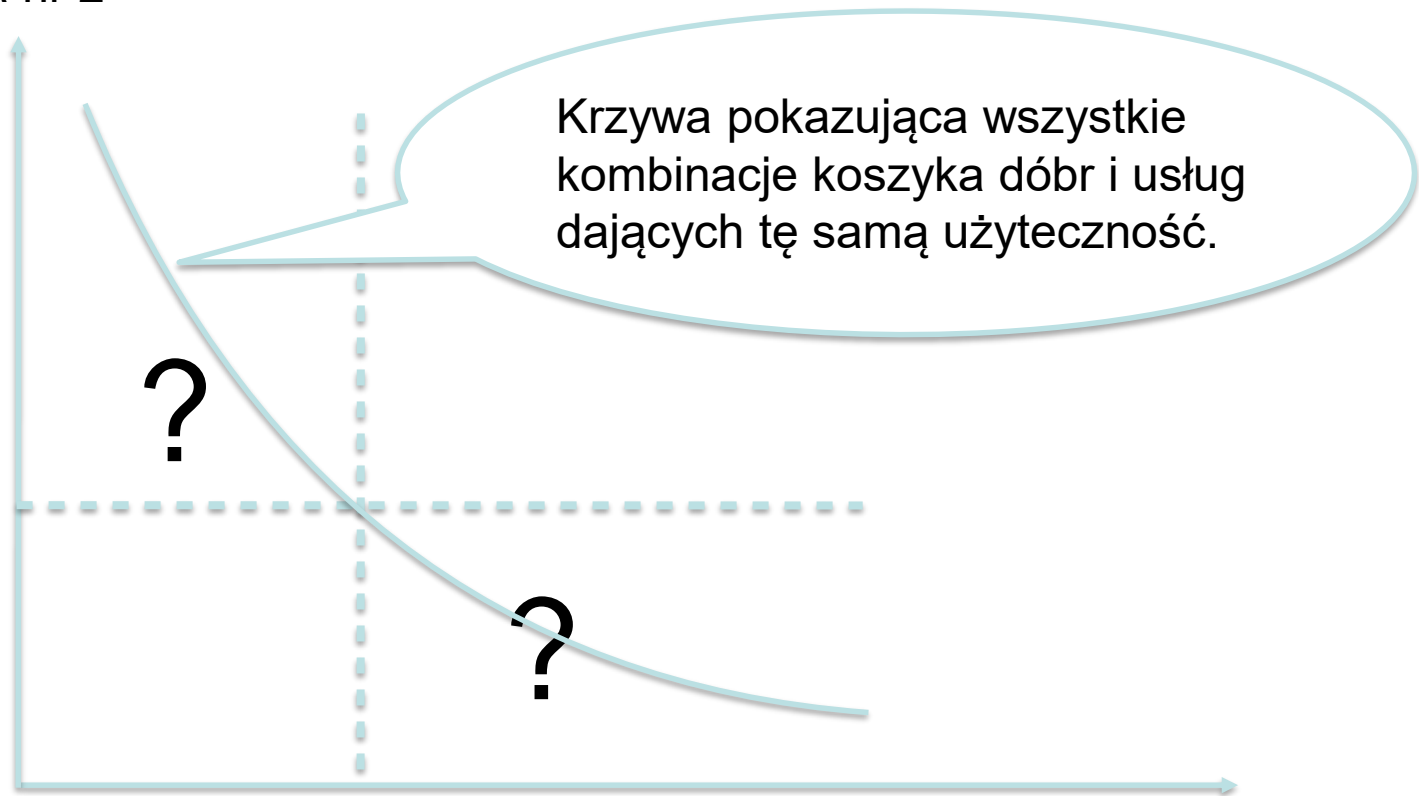
- KSS to liczba jednych dóbr, z których konsument musi zrezygnować, aby nabyć inne dobra nie zmieniając odczucia ich łącznej użyteczności.

# Dotychczasowe wnioski

1. Każdy konsument dąży do uzyskania największej możliwej użyteczności z konsumowanych dóbr i usług w ramach swych ograniczeń budżetowych,
2. Każdy konsument potrafi określić swój gust, czyli wybrać preferowaną kombinację koszyka dóbr i usług,
3. Gusty każdego konsumenta spełniają prawo malejącej krańcowej użyteczności dóbr i usług.

# Krzywa obojętności

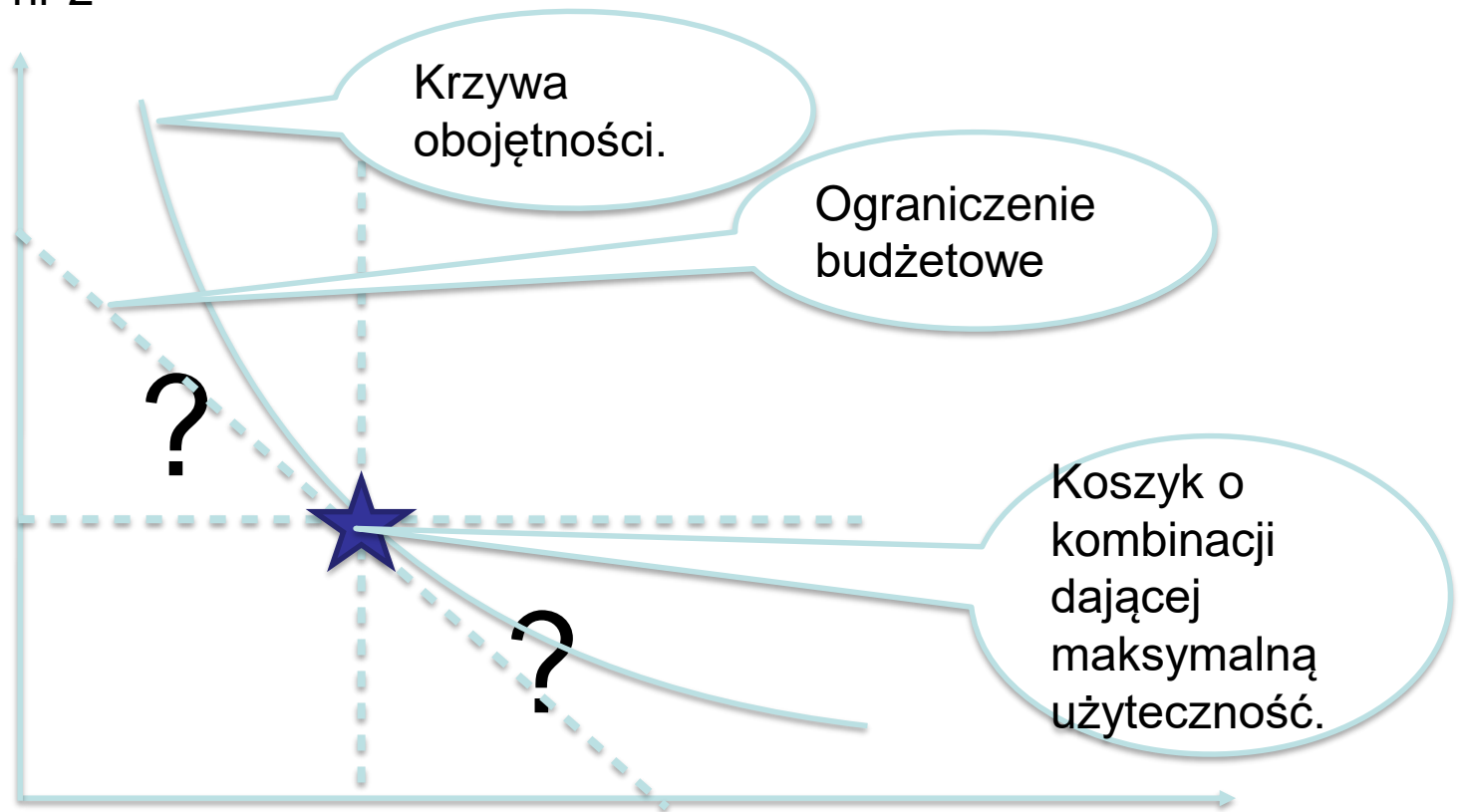
Ilość dobra nr 2



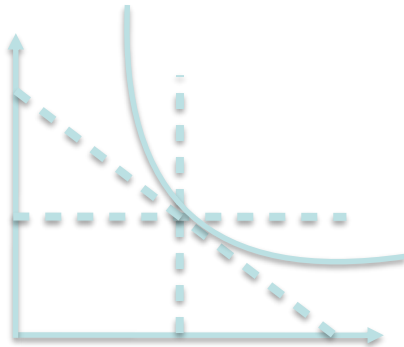
Ilość dobra nr 1

# Wybór konsumenta

Ilość dobra nr 2



Ilość dobra nr 1



# Zmiany

1. Jeśli wzrastają dochody konsumenta, to linia budżetowa przesuwana się na NE wykresu i konsument może nabyć więcej dóbr i usług,
2. Jeśli rosną ceny, to linia budżetowa przesuwana się na SW wykresu i konsument może nabyć mniej dóbr i usług,
3. Jeśli zmienia się gust konsumenta, to przesunięciu ulega krzywa obojętności.

# Dotychczasowe obserwacje

1. Zaprezentowana teoria wyboru konsumenta jest składnikiem ekonomii ortodoksyjnej,
2. Obecnie coraz popularniejsza jest jednak heterodoksyjna ekonomia behawioralna.



# EO vs. EB

- Ekonomia ortodoksyjna (EO) poszukuje optymalnego wyboru konsumenta w warunkach danych jego dochodu i gustów oraz poziomu cen na dobra i usługi.
- Ekonomia behawioralna (EB) skupia uwagę na procesie decyzyjnym konsumenta.

# Proces decyzyjny konsumenta

- Decydent nie jest absolutnie racjonalny - jest racjonalny w stopniu ograniczonym

w konsekwencji

wybiera pierwszy koszyk, który spełnia jego oczekiwania co do użyteczności (nie jest to koszyk maksymalizujący użyteczność!).

# Efekt rygla

- Konsument jest uwarunkowany kulturowo i historycznie, czyli przyzwyczajają się do osiągniętego poziomu konsumpcji

w konsekwencji

zmiany ograniczeń budżetowych i cen co najwyżej działają z opóźnieniem (konsument zadłuża się albo wydłuża okres użytkowania dóbr).

# Neuroekonomia (NEU)

- NEU bada m.in. biologiczne uwarunkowania dokonywania wyborów ekonomicznych.
- W szczególności dotyczy to:
  - Wyborów w warunkach ryzyka i niepewności,
  - Podejmowania decyzji moralnych,
  - Podejmowania decyzji w warunkach odroczonej wzmocnień,
  - Podejmowania decyzji w kontekście społecznym.

# Skracanie procesu decyzyjnego

1. W odniesieniu do decyzji powtarzalnych kalkulację zastępuje rutyna,
2. Pozytywne doświadczenie buduje lojalność konsumencką niezależnie od pojawiających się atrakcyjniejszych ofert,
3. Duże znaczenie posiada reklama.

# Kategorie decyzji konsumenckich

- Decyzje nawykowe,
- Decyzje rozważne,
- Decyzje nierutynowe,
- Decyzje impulsowe.