

UDK 658.8.001

Pregledni članak

**Doc. dr. sc. Mane Medić**  
**Ekonomski fakultet, Osijek**

## **PROMIŠLJANJA O TEORIJAMA POTROŠAČKOG PONAŠANJA<sup>1</sup>**

*Predviđanja tržišnih kretanja, koja čine nervni sustav svake prirode, od vitalnog su značaja za vođenje razvojne politike gospodarstvenih subjekata. Tržišna kretanja rezultat su potreba ljudi i iskazanih interesa (preferencija) u zadovoljavanju tih potreba. Prema tome, da bi se predvidjela tržišna kretanja, potrebno je razumjeti potrošačko ponašanje. Potrošačko se ponašanje temelji na racionalnom očekivanju, osjećaju korisnosti i preferencijama u zadovoljavanju potreba, što upućuje na zaključak da je osnova potrošačkog ponašanja neprekidna oportunitetna analiza.*

*Potrošačko odlučivanje za ili protiv neke alternative u zadovoljavanju potreba nužno se oslanja na različita mjerenja koristi (i zadovoljstva) i troškova (i napora). Izbor odgovarajućeg pristupa mora imati svoje teorijsko uporište, te se zbog toga u ovom radu identificiraju teorijske odrednice potrošačkog ponašanja.*

<sup>1</sup> Članak je dio projekta "Poduzetnička paradigma i praksa" financiranog od Ministarstva znanosti i tehnologije, od 1997. godine.

Iako su suvremene privrede veoma kompleksne, većina odluka donosi se u segmentu tržišnih kretanja (tj. u sferi potražnje i ponude). Iskustvo upravljanja na razini poduzeća i nacionalnog gospodarstva upozorava na česte greške u procjeni očekivanih događaja. Mogu li se ta očekivanja budućnosti učiniti pouzdanijim na temelju izbora adekvatnije metode (objektivne, intuitivne ili kombinirane) i jesu li, u slučaju nepouzdanog predviđanja, krive samo metode ili i teorijsko uporište primijenjenih metoda?

### **TEORIJSKE ODREDNICE POTROŠAČKOG PONAŠANJA**

U osnovi potrošačkog ponašanja uvijek su neka očekivanja vezana za zadovoljenje potreba. Ovisno o stupnju racionalnosti pri definiranju očekivanja, razlikuju se i teorijske odrednice potrošačkog ponašanja.

#### *TEORIJA OČEKIVANJA U POTROŠNJI*

Potrošnja manje fluktuirala nego društveni proizvod. U strukturi potrošnje najmanje je stabilna potrošnja trajnih dobara. Potrošnja usluga i netrajnih potrošnih dobara je ravnomjernija.

Ove su zakonitosti rezultat različitih očekivanja kojima potrošači procjenjuju svoje mogućnosti u zadovoljenju potreba. Npr. činjenica da raspoloživi prihod stanovništva fluktuirala manje od društvenog proizvoda (a potrošnja je financirana iz raspoloživog prihoda) daje određenu sigurnost u očekivanjima potrošača, koja se onda reflektiraju u potrošačkom ponašanju. Ova zakonomjernost ovisnosti potrošnje o raspoloživom prihodu stanovništva opažena je i u razdoblju od 1952. do 1986. godine u SAD-u, kada se potrošačko ponašanje moglo opisati s pomoću jednostavne Keynesove funkcije potrošnje s marginalnom sklonosti potrošnji od 0,91 (Hall, 1988:191).

$$C = 0,91Y_d,$$

gdje je: C = potrošnja;  $Y_d$  = raspoloživi prihod.

Ova funkcija potrošnje ukazuje na stalnost potrošačke sklonosti da se u promatranom razdoblju od svakog dodatnog dolara raspoloživog prihoda 91 cent troši na potrošnju, a 9 na štednju. Međutim, u pojedinim godinama pojavila su se značajna odstupanja od te jednostavne funkcije potrošnje: npr. u

razdoblju od 1973. do 1975. trošilo se značajnije manje od predviđenog (možda zbog pesimističkih očekivanja - naftna kriza?), a 1986. je trošeno više nego što je predviđeno (optimistička očekivanja?). Ipak je sustavna značajka potrošačkog ponašanja da u kratkom razdoblju potrošnja opada manje od pada raspoloživog prihoda; u dužem razdoblju pad u potrošnji hvata korak s padom prihoda, (tj. kratkoročna mariginalna sklonost potrošnji manja je od dugoročne marginalne sklonosti potrošnji).

Kao odgovor na nedostatke jednostavne Keynesove potrošnje (koja pretpostavlja da je potrošnja rezultat tekućeg raspoloživog prihoda) pojavile su se brojne teorije potrošnje temeljene na pretpostavci da potrošnja ovisi o nekom dugoročnijem definiranom prihodu. Najtrajnija je i najviše upotrebljavana teorija stalnog prihoda, koju je '50-ih godina razvio Milton Friedman i teorija životnog ciklusa, koju je istovremeno, ali neovisno razvio Franco Modigliani.<sup>2</sup>

Friedmanova teorija potrošnje ima algebarski izraz

$$C = b_p Y_p,$$

gdje je  $Y_p$  stalni raspoloživi prihod, a koeficijentom  $b_p$  je određen konstantni dio očekivanog prihoda koji je potrošač voljan potrošiti.

Friedman je svoju teoriju potrošnje temeljio na pretpostavci da potrošnja ovisi o stalnom prihodu koji je definiran kao dugoročni prihod (prosjeak prihoda tijekom nekoliko prošlih godina) čija je sadašnja vrijednost ekvivalentna obiteljskoj imovini i očekivanom budućem prihodu (svedeno na godišnju vrijednost). Sve se ostale promjene u prihodu smatraju privremenim. Zbog toga je Friedman tvrdio da je mariginalna sklonost potrošnji stalnog prihoda blizu 1, a mariginalna sklonost potrošnji povremenog prihoda bliža 0. Međutim ostaje pitanje kako potrošači definiraju vrijednost svog stalnog prihoda. Friedman pretpostavlja da potrošači revidiraju svoj očekivani prihod u tekućoj godini za dio razlike između očekivanja i ostvarenja prošle godine. Prema

tome, Friedman se ustvari koristi nekom vrstom prilagodavanja očekivane vrijednosti ove varijable (prihoda), koje se temelji na konceptu učenja na greškama.

Ando-Modiglianijeva funkcija potrošnje ima algebarski izraz:

$$C = b_1 Y_d + b_2 A,$$

gdje je  $Y_d$  raspoloživi prihod, A vrijednost imovine a  $b_1$  i  $b_2$  su koeficijenti.

Ando i Modigliani formirali su svoju teoriju potrošnje na sljedećim pretpostavkama:

1. potrošnja ovisi o dvama čimbenicima: o tekućem prihodu i ukupnoj imovini
2. potrošači nastoje stabilizirati svoju potrošnju tijekom cijelog životnog vijeka.

Kategorijom tekućeg prihoda Ando i Modigliani koriste se kao indikatorom stalnog prihoda (uz pretpostavku da vrijednost imovine ostane nepromijenjena) i u tom je slučaju mariginalna sklonost potrošnji blizu 1. Promjenu u imovini (uz danu razinu prihoda) Ando i Modigliani tumače kao povremenu, te zaključuju da je mariginalna sklonost potrošnji koja proizlazi iz promjene vrijednosti imovine blizu razine kamatne stope. Ovu teoriju potrošnje Ando i Modigliani testirali su na podacima SAD-a u razdoblju poslije II. svjetskog rata i dobili odličnu potvrdu svojih hipoteza, jer je vrijednost koeficijenta  $b_1$  bila 0,7, a koeficijenta  $b_2$  0,06 (Hall, 1988:207).

Ove su dvije teorije u značajnoj mjeri međusobno povezane i predstavljale su najvažniju osnovu za istraživanja iz područja racionalnih očekivanja u potrošnji u posljednja dva desetljeća. Hall i Taylor zato i govore o ovim teorijama pod jedinstvenim nazivom teorija očekivanja u potrošnji (Hall, 1988:197).

Teorija očekivanja se temelji na ideji da individualni potrošači donose odluke u skladu s nekim svojim očekivanjima. Za razliku od jednostavne funkcije potrošnje koja uzima u obzir samo tekući prihod, ova se teorija temelji na ideji da potrošnja u tekućoj godini ovisi o tekućem i očekivanom budućem prihodu, kao i o vjerojatnoj potrošnji u budućnosti.

Postavlja se pitanje kako se procjenjuju očekivanja? Teorije potrošnje često se koriste procjenom očekivanja na temelju ponašanja ekonomskih varijabli u prošlosti, (tj. vrši se ekstrapolacija prošlosti u budućnosti). Najčešće korištena varijanta procjene budućnosti na temelju prošlosti je upotreba pomičnih prosjeka: vrijednost neke ekonomske varijable u

<sup>2</sup> Friedman je objavio svoju teoriju u knjizi "A Theory of the Consumption Function". Princeton University Press, 1957, a teorija o životnom ciklusu objavljena je u seriji članaka, od kojih su najpoznatiji radovi F. Modiglianija i R. E. Brumberga: "Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data" u knjizi K. K. Kurihara (ed.): "Post-Keynesian Economics", Rutgers University Press, str. 388-436 i A. Ando i F. Modigliani: "The 'Life-Cycle' Hypothesis of Saving: Aggregate Implication and Tests". American Economic Review, Vol 53, March 1963, str. 55-84.

idućem razdoblju određuje se na osnovi prosječne ostvarene vrijednosti te varijable u proteklom razdoblju. Izbjegavanje prejakog utjecaja prošlosti u procjeni očekivanja moguće je ako se ponašanje ekonomskih varijabli predviđa korištenjem određenog ekonomskog modela kojim su specificirane relacije promatrane varijable s nekim drugim varijablama.

Teorija životnog ciklusa dobila je ime po tome što u fokusu svog promatranja ima ponašanje obitelji tijekom njezina životnog vijeka. Teorija stalnog prihoda nazvana je tim imenom zbog razlikovanja između stalnog prihoda, koji obitelj očekuje duže vrijeme, i promjenjivog prihoda koji obitelj uživa samo kraće vrijeme. U praksi ove teorije se razlikuju prvenstveno u tipu jednadžbe koja je korištena za izražavanje osnovne ideje o potrošaču koji se odlučuje s obzirom na svoja očekivanja i u načinu empirijske primjene ove ideje.

Teorije potrošnje Anda i Modiglianija, te Friedmana postavljene su početkom '60-ih godina. Iako obje teorije adekvatno objašnjavaju neke fenomene stvarnog svijeta potrošnje (posebno razliku između kratkoročne i dugoročne sklonosti potrošnji, te ulogu potrošnje trajnih dobara), ipak su mnogi drugi aspekti realiteta tržišnog ponašanja ostali neobjašnjeni. Glavne primjedbe na kvalitetu ovih teorija odnose se na koncept očekivanog prihoda i vremenski horizont predviđanja:

1. koncept očekivanog prihoda je nedovoljno precizno definiran (prošli, tekući, budući);
2. vremenski horizont predviđanja određen je životnim vijekom potrošača, tj. zanemaren je međugeneracijski transfer prihoda i imovine, koji također ima svoju ulogu u određivanju potrošačkog ponašanja. Jedino uz pretpostavku da je taj međugeneracijski transfer konstantan i siguran, tada ga je moguće zanemariti u određivanju potrošačkog ponašanja unutar životnog vijeka potrošača.

#### *TEORIJA RACIONALNOG OČEKIVANJA U POTROŠNJI*

U kritičnom reagiranju na Friedmanovu i Ando-Modiglianijevu teoriju potrošnje, najzanimljiviji je pristup koji u teoriju potrošnje uvodi:

1. koncept racionalnog očekivanja potrošača
2. analizu potrošačkog ponašanja na razini obitelji
3. analizu utjecaja mjera ekonomske politike na razinu potrošnje.

#### *Racionalno očekivanje*

Pretpostavkom racionalnog očekivanja koristili su se i Ando i Modigliani, kao i Friedman, ali naivnije nego što to čine suvremeniji pristupi u traženju zakonitosti u potrošnji. Naivno je pretpostaviti da će razina prihoda u budućnosti biti kao što je u trenutku promatranja. Zbog toga se inzistira na "racionalnom očekivanju", koje ne mora biti ispravno, ali predstavlja najbolje moguće predviđanje s raspoloživim informacijama, izbjegavajući greške koje se mogu predvidjeti s pomoću znanja o ponašanju u prošlosti. Prema tome, teorija racionalnog očekivanja tvrdi da ljudi ne čine stalno iste greške u predviđanju, tj. da se racionalnost ponašanja i sastoji u tome da se iskustvo koristi za izbjegavanje starih grešaka.

Primjena racionalnog očekivanja u teoriji potrošnje (posebno u Friedmanovu pristupu) ne mijenja pretpostavku o tome da potrošnja ovisi o stalnom prihodu, nego mijenja način na koji je definiran stalni prihod. Statističko određivanje stalnog prihoda na temelju prihoda iz prošlosti korigira se promjenama u tekućem prihodu koje nisu bile anticipirane. Empirijska istraživanja su pokazala da korištenjem takvog pristupa u definiranju racionalnog očekivanja, teorija potrošnje postaje "opreznija".

Naime, teorija potrošnje s racionalnim očekivanjem sugerira da je kratkoročna marginalna sklonost potrošnji čak niža nego kada se procjena potrošačkog ponašanja temelji na Keynesovoj funkciji potrošnje ili Ando-Modiglianijevoj ili Friedmanovoj funkciji potrošnje.

Zanimljivo je opažanje nekih istraživanja potrošnje sa stajališta racionalnog očekivanja da bi potrošnja trebala slijediti tzv. "slučajni hod" (random walk) (Hall, 1988:210). Pojam slučajnog hoda označava situaciju hoda prijanog mornara, koji mijenja pravac svakih nekoliko sekundi potpuno nepredvidljivo. Najbolja procjena pravca u kojem će mornar ići u sljedećih nekoliko minuta je pravac u kojem sada hoda, bez obzira kamo će ga to odvesti. U ekonomiji se koristi taj pojam da označi varijablu za koju je najbolja procjena vrijednosti u sljedećem razdoblju vrijednosti iz tekućeg razdoblja. Mnogi ekonomisti smatraju da potrošnja domaćinstva ima "slučajni hod", što znači da je najbolje predviđanje potrošnje u sljedećoj godini ako se pretpostavi da će se ponoviti ovogodišnja razina i struktura potrošnje. Logičnost ove pretpostavke je u činjenici da potrošnja najviše ovisi o razini stalnog prihoda, a budući da se on ne mijenja, to se i može očekivati ista potrošnja i

u sljedećoj godini u odnosu na promatranu. Teoriju potrošnje slučajnog hoda testirali su mnogi ekonomisti na podacima SAD-a i drugih zemalja i utvrdili ispravnost te teorije, uz napomenu da je potrošnja po ovoj teoriji značajnije ovisna o prihodu nego u slučaju teorije potrošnje s racionalnim očekivanjem.

### ***Analiza potrošačkog ponašanja na razini obitelji***

Racionalnost očekivanja kao odrednica potrošačkog ponašanja ovisi o poznavanju potrošačkog ponašanja na razini pojedinca i obitelji, te utjecaja mjere ekonomske politike na ponašanje ljudi.

Empirijska istraživanja potrošačkog ponašanja kojima se prikupljaju informacije i testiraju hipoteze o ekonomskom ponašanju pojedinaca i domaćinstava u nekom dužem vremenskom razdoblju doprinose boljem razumijevanju funkcioniranja cjeline gospodarskog sustava. Istraživanja kojima se prikupljaju takve informacije nazivaju se paneli ili longitudinalna istraživanja. Ove su informacije vrlo značajne za predviđanje potrošnje jer upozoravaju na posebnost potrošnje u ovisnosti o razini prihoda (prihodovna elastičnost potrošnje). Međutim, pri korištenju domaćinstva kao jedinice za istraživanje potrošačkog ponašanja, potrebno je naglasiti neke pretpostavke:

1. ekonomska teorija pretpostavlja da svako domaćinstvo donosi konzistentne odluke, kao da je sastavljeno od jedne osobe. Prema tome, ekonomisti u stvari ignoriraju mnoge značajne karakteristike o kojima ovisi ponašanje domaćinstva, tj. suverenitet potrošača zamjenjuju suverenitetom domaćinstva. Ovaj nedostatak ekonomske teorije primijetili su mnogi, ali su temeljit prikaz karakteristika obitelji razradili teoretičari marketinga (Kotler, 1988, 134). Npr. Kotler govori o 9 tipova obitelji s obzirom na stadij u životnom ciklusu obitelji i razlikama u potrošačkom ponašanju, koje iz toga slijede.
2. ekonomska teorija pretpostavlja da svako domaćinstvo nastoji maksimizirati svoje zadovoljstvo ili korisnost unutar ograničenja koja su dana raspoloživim resursima.

### ***Testiranje utjecaja mjera ekonomske politike na racionalnost očekivanja u potrošnji***

Racionalnost potrošačkog ponašanja uvjetovana je i poznavanjem promjena u okolini potrošača. Raznim mjerama ekonomske politike (uglavnom poreznom politikom) može se utjecati na stimuliranje ili restrikciju potrošnje, čime se povratno sa strane

potražnje djeluje na funkcioniranje ekonomskog sistema. Primjena takvih mjera izvrsna je prilika za ekonomsko testiranje nekih teorija, koje inače nije moguće testirati laboratorijski.

Razna istraživanja reagiranja potrošača na privremene i povremene promjene prihoda korištenjem pristupa racionalnog očekivanja pokazala su da je marginalna sklonost potrošnji iz privremene promjene poreza na prihod otprilike jedna polovina od marginalne sklonosti potrošnji koja proizlazi iz trajne promjene poreza na prihod građana. Ipak, interesantno je da su neka istraživanja utjecaja mjera ekonomske politike na potrošnju ukazala da se kao empirijsko pravilo može pretpostaviti da je svijet podijeljen između 50% potrošača, koji svoju potrošnju definiraju na temelju očekivanog prihoda, i 50% potrošača, koji odluke o potrošnji temelje na tekućem raspoloživom prihodu (Binder, 1981:26-53).

### **SLIČNOSTI I RAZLIKE U TEORIJSKIM PRISTUPIMA POTROŠNJI**

Koliko se funkcije potrošnje, temeljene na teoriji očekivanja ili teoriji racionalnog očekivanja, razlikuju u sposobnosti objašnjavanja činjenica o potrošnji i predviđanja potrošnje?

U ocjenjivanju promatranih funkcija potrošnje potrebno je odgovoriti na pitanja:

1. koje varijable nastoje ove teorije objasniti
2. koje pretpostavke o potrošnji ove teorije postavljaju
3. kakve su implikacije tih pretpostavki u objašnjavanju zakonitosti promatrane pojave i predviđanju promjena.

### ***O VARIJABLAMA***

U svim navedenim teorijama potrošnje (Keynes, Friedman, Ando i Modigliani) varijable su potrošnja, prihodi i štednja.

*Potrošnja:* Teorije potrošnje keynesijanskog tipa nastoje objasniti odnos izdataka za potrošnju i tekućeg prihoda domaćinstva. Teorije koje se oslanjaju na koncept stalnog prihoda (Friedman, Ando i Modigliani) nastoje objasniti zavisnost potrošnje (u smislu korištenja kupljenih proizvoda i usluga u procesu zadovoljavanja potreba) i stalnog prihoda. Izdaci za potrošnju i sama potrošnja vremenski se poklapaju kod usluga i ne-trajnih proizvoda, ali kod trajnih proizvoda ta je distinkcija značajna (npr. izdaci za kupovinu automobila i vrijeme potrošnje tog proizvoda).

*Prihodi:* Prihod kao nezavisna varijabla u keynesijanskom tipu teorije potrošnje definiran je kao stvarni prihod, dok Friedman, te Ando i Modigliani koriste dugoročniji koncept prihoda. Precizna definicija se razlikuje od teorije do teorije, ali u osnovi se odnosi na očekivani priljev prihoda tijekom dužeg vremenskog razdoblja. U teoriji životnog ciklusa Ando i Modigliani definiraju tu varijablu kao očekivani prihod domaćinstva tijekom životnog ciklusa i izražavaju je kao godišnji iznos koje domaćinstvo može potrošiti, a da ne zaduži buduće generacije.

*Štednja:* Štednja je različito definirana u opisanim teorijama. U teoriji potrošnje keyesijanskog tipa štednja predstavlja razliku između prihoda i izdataka za potrošnju, dok kod teorija koje se temelje na konceptu stalnog prihoda, štednja je definirana kao razlika između godišnjeg stalnog prihoda i stvarne potrošnje. To znači da se izdaci za kupnju trajnih dobara, onim dijelom koji je nepotrošen u tekućoj godini korištenja tog proizvoda, definiraju kao dio štednje.

#### O PRETPOSTAVKAMA

Keyesijanska teorija potrošnje temelji se na pretpostavci da izdaci za potrošnju ovise o tekućem prihodu domaćinstva, a teorije Friedmana i Ando i Modiglianija na zavisnosti potrošnje i stalnog prihoda. To znači da će dva domaćinstva koja imaju isti stalni prihod (i slične ostale relevantne karakteristike) imati sličan oblik funkcije potrošnje i u slučaju ako je njihov tekući prihod različit.

#### O IMPLIKACIJAMA

Predviđanje promjena u potrošnji korištenjem keyesijanske teorije potrošnje ovisi o promjeni u tekućem raspoloživom prihodu domaćinstva: izdaci za potrošnju rastu ili padaju ovisno o rastu ili padu tekućeg prihoda, neovisno o tome je li promjena u prihodu privremena ili stalna. Teorije potrošnje koje se temelje na konceptu stalnog prihoda u predviđanju promjena u potrošnji razlikuju utjecaje privremenog ili trajnog povećanja prihoda: privremena promjena prihoda utječeće vrlo malo na promjenu potrošnje, dok će očekivana trajna promjena prihoda djelovati značajnije.

Najvažniju statističku pravilnost koju jednostavna funkcija potrošnje ne pokazuje jest da je kratkoročna marginalna potrošnja manja nego dugoročna, što znači da se potrošnja u kratkoročnim

privrednim ciklusima u odnosu na rast prihoda povećava manje nego u dugoročnim privrednim ciklusima. Ako potrošači očekuju da će kratkoročne fluktuacije u njihovim приходima biti privremene, onda teorija očekivanja u sferi potrošnje daje odgovarajuće objašnjenje. Npr. ako potrošači očekuju da će pad njihovog prihoda u recesiji biti privremen, onda smanjenje njihove potrošnje neće biti toliko koliko bi bilo u slučaju da pad u приходima procjene trajnijim stanjem.

#### POTRAŽNJA KAO IZRAZ POTROŠAČKOG PONAŠANJA

Razumijevanje ponašanja potrošača pretpostavka je za definiranje krivulje potražnje za nekim određenim proizvodom na određenom tržišnom segmentu. Krivulja potražnje za bilo kojim proizvodom predstavlja ukupnost brojnih odluka o kupnji, koje donose potrošači uvažavajući svoju težnju za maksimiranjem vlastitog zadovoljstva u okviru ograničenja koja postavlja društveni kontekst unutar kojeg se takve odluke donose. Ovisno o definiciji korisnosti, karakteristike potrošačkog ponašanja mogu se analizirati sa stavovima:

1. marginalne korisnosti potrošača (teorija korisnosti)
2. analiza indiferencije potrošača (teorija preferencija).

#### TEORIJA KORISNOSTI

Teorija korisnosti polazi od pretpostavke da je potrošač "homo oeconomicus", koji se racionalno ponaša u situaciji izbora između napora i utrošaka, te koristi i zadovoljstva. Smatra se mogućim mjeriti korisnost u apsolutnom (novčanom) izrazu.

U ekonomskoj teoriji tako izražena korisnost naziva se kardinalna korisnost.

Opći zakon potražnje mogao bi se algebarski prikazati kao:

$$P_t = f(C_a, C_b, \dots, C_n, P, t),$$

gdje je:

$P_t$  = potražnja za proizvodom a,  $C_a$  = cijena proizvoda a,  $C_b, \dots, C_n$  = cijene drugih proizvoda,  $P$  = prihod,  $t$  = vrijeme (kao aproksimacija za one činitele koji se relativno sporo mijenjaju kao što su navike, raspodjela prihoda, stanovništvo).

Ovakav model potražnje bolje odražava realitet zavisnosti između zavisne varijable (potražnje) i nezavisnih varijabli, nego što je to slučaj s relacijom potražnje i cijene u jednostavnom modelu potražnje.

Na taj način je i dobro definiran analitički okvir unutar kojeg su specificirani pretpostavljeni utjecajni činitelji potražnje. Korištenjem ovog modela u predviđanju potrebno je dobiti odgovore na pitanja:

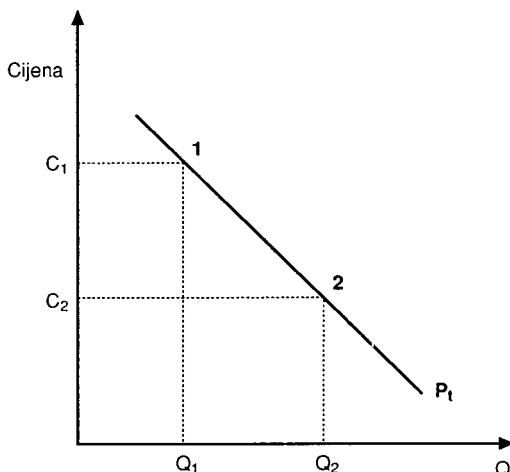
- akve će se promjene dogoditi u količini potražnje
- akve će se promjene dogoditi u strukturi potražnje.

U dobivanju odgovora na ova pitanja, otvaraju se značajni problemi korištenja modela u predviđanju potražnje. Dva su osnovna metodološka problema:

- istovremenost utjecaja nezavisnih varijabli za zavisnu varijablu
- međusobna zavisnost nezavisnih varijabli.

Uobičajeni pristup je da se zavisnost potražnje o identificiranim nezavisnim varijablama korištenjem pretpostavke *ceteris paribus*, (tj. da ostali elementi osim promatranog ostaju nepromijenjeni) svede na operativno prihvatljiv i rješiv okvir (u analitičkom i metodološkom smislu). Najčešće se pretpostavi da potražnja ovisi o cijeni promatranog proizvoda, što znači da se pretpostavlja da ostale nezavisne varijable zbog svoje konstantnosti nemaju utjecaja. Na taj se način dobije odgovor o promjeni u količini potražnje, ali u promatranom trenutku:

Slika 1. Promjene u količini potražnje

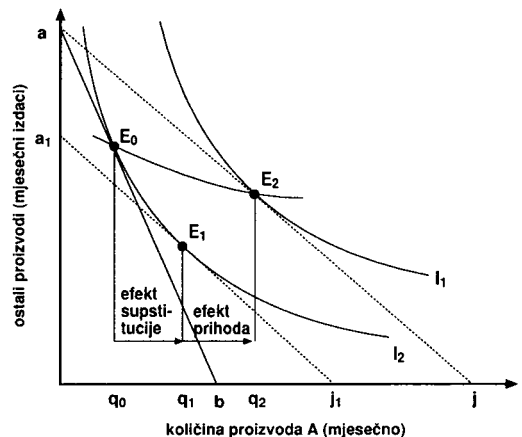


Krivulja potražnje pokazuje različitu kombinaciju cijene i količine: promjena u cijeni dovodi do promjene u količini u trenutku odlučivanja. Međutim, potrebno je naglasiti da korištenje koncepta kardinalne korisnosti (apsolutne mjerljive veličine)

pretpostavlja izdvojeno promatranje samo jednog proizvoda i njegove granične korisnosti u određenom trenutku.

Pored problema degradacije modela potrošnje na jednu nezavisnu varijablu - cijenu promatranog proizvoda u nekom trenutku, ostaje pitanje identifikacije dužine tog "trenutka". Taj "trenutak" mora biti dovoljno dug da omogući promjenu cijene i promjenu u potražnji koja slijedi tu promjenu cijene. Istodobno, taj "trenutak" mora biti toliko kratak da onemogući promjenu u navikama, distribuciji prihoda, cijenama ostalih proizvoda i ostalim dugoročnijim činiteljima potražnje, koja bi dovela do promjena u potražnji. U ovom slučaju, promjena u potražnji ostvaruje se neovisno o cijeni promatranog proizvoda i rezultat je promjena u ostalim činiteljima - nezavisnim varijablama o kojima ovisi potražnja:

Slika 2. Promjene u potražnji



Ipak, koliko je dug taj teorijski trenutak? Neki ekonomisti smatraju da se promjena u potražnji događa istovremeno s promjenom u cijeni, neki taj trenutak određuju vremenskom dimenzijom dana, a neki jednostavno kažu da ekonomska teorija ne daje vremensku dimenziju tom trenutku. Bez obzira o kakvu je stvarnom vremenu riječ, to vrijeme mora biti dovoljno dugo da omogući promjenu cijene promatranog proizvoda, ali prekratko da se dogodi bilo kakva promjena u drugim utjecajnim čimbenicima potražnje. Zbog toga se krivulja potražnje koja postoji tijekom takvog "trenutka" obično zove **tržišna krivulja potražnje**, a vrijeme u kojem je ona važeća **tržišno razdoblje**.

Ovo pitanje vremena vrlo je značajno za definiranje vremenskog horizonta u predviđanju. To je ujedno i jedan od kriterija za izbor metode predviđanja, tj. metode koja osigurava uvid u promjene tzv. tržišnog razdoblja i dugoročnije promjene, koje se događaju izvan tog razdoblja.

### TEORIJA PREFERENCIJA

Koncept kardinalne korisnosti, koji se temelji na ocjeni da se potražnja može u dovoljno kratkom razdoblju (trenutku) predvidjeti kao zavisnost od promjene u cijeni promatranog proizvoda, u suvremenim teorijama potrošačkog ponašanja zamijenjen je jednom realnijom pretpostavkom, tj. konceptom ordinalne korisnosti.<sup>3</sup> Osnovu koncepta ordinalne korisnosti čini pretpostavka da promjena u cijeni jednog proizvoda utječe na potražnju bilo kojeg proizvoda kroz utjecaj efekata supstitucije i promjene u realnim prihodima. Interesantno je da su pojmove efekta supstitucije i efekta dohotka u teoriji ponašanja potrošača razvili potpuno neovisno ruski matematičar E. Slutsky (1915:1-26) i engleski ekonomisti J. Hicks i R. Allen (1934). Ordinalna korisnost se izražava u relativnim odnosima temeljenim na usporedbi je li nešto bolje, jednako ili lošije za potrošača u procesu zadovoljenja njegovih potreba.

Iz slike 3. je vidljivo da se ukupni efekt promjene cijene nekog proizvoda na razinu potražnje

<sup>3</sup> Osnovu koncepta ordinalne korisnosti dao je talijanski matematički ekonomist V. Pareto 1909. godine u svom djelu *Manuel d'economie politique*.

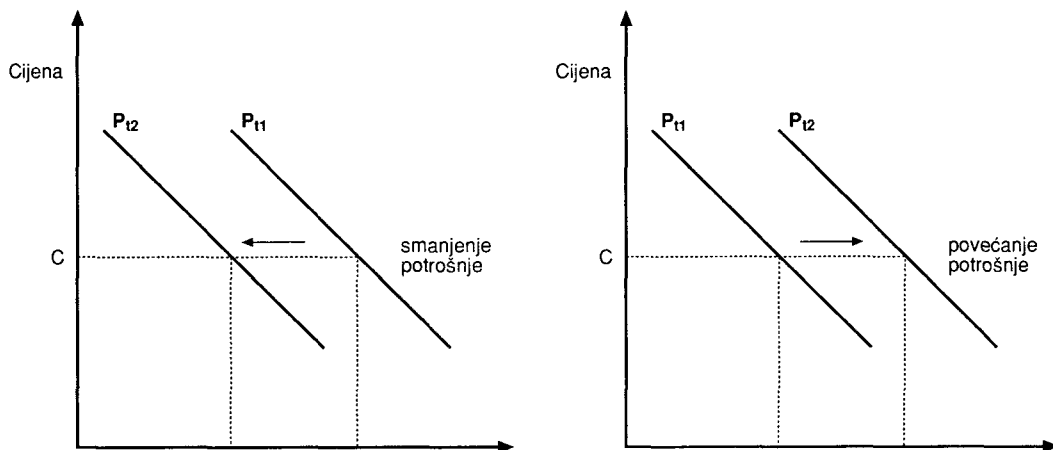
sastoji od dvaju dijelova: od efekta promjene realnog prihoda i efekta supstitucije (tj. čistog efekta promjene cijene).

Supstitucijski efekt je definiran pomicanjem krivulje prihoda oko krivulje indiferentnosti, a efekt promjene prihoda određen je paralelnim pomicanjem linije prihoda. Početna krivulja prihoda određena je točkama  $ab$ , a pad u cijeni proizvoda A pomiče tu krivulju na  $aj$ . Početno ravnotežno stanje je u točki  $E_0$  s količinom potrošnje tog proizvoda od  $q_0$ , a nakon promjene u cijeni konačno ravnotežno stanje je  $E_2$  s potrošnjom  $q_2$ . Eliminirajući efekt prihoda, pretpostavimo da se prihod domaćinstva smanji toliko koliko je potrebno da se ostane na početnoj krivulji indiferentnosti. To se dobije pomicanjem krivulje prihoda  $aj$  na paralelnu liniju bliže ishodištu dok ne tangira krivulju indiferentnosti koja prolazi kroz  $E_0$ . Točka  $E_1$  dijeli promjenu u količini potražnje na rezultat supstitucijskog efekta  $q_0q_1$  i efekta prihoda  $q_1q_2$ .

Relativno povećanje prihoda (kroz pad cijene promatranog proizvoda) prouzročilo je pomicanje krivulje prihoda udesno, što omogućava potrošaču da "skoči" na novu krivulju indiferentnosti, koja odgovara toj razini prihoda i za njega ima veću korisnost (s točke  $E_0$  na točku  $E_2$ ). Ukoliko dođe do povećanja cijene, npr. proizvoda A, tada će potrošač u okviru raspoloživog prihoda, a da si osigura istu razinu zadovoljstva izvršiti supstituciju proizvoda A jeftinijim proizvodom B, te će novi equilibrium točka biti  $E_0$ .

Prema tome, promjena potražnje prouzročena promjenom relativnih cijena pri konstantnom realnom

Slika 3. Efekti supstitucije i efekti promjene prihoda



prihodu predstavlja supstitucijski efekt. Ovisno o numeričkoj vrijednosti supstitucijskog efekta moguće je identificirati međusobni odnos proizvoda u procesu potrošnje. Taj odnos, poznat kao Hicksova klasifikacija, govori o tome da su proizvodi supstituti, komplementarni ili međusobno neovisni:

- ako je  $s > 0$ , proizvodi  $Q_A$  i  $Q_B$  su supstituti (jer su konkurentni u zadovoljavanju iste potrebe)
- ako je  $s < 0$ , proizvodi  $Q_A$  i  $Q_B$  su komplementarni (jer porastom cijene  $p_A$  pada potražnja za proizvodom  $Q_B$ ) - proizvodi  $Q_A$  i  $Q_B$  se dopunjuju u zadovoljavanju iste potrebe.
- ako je  $s = 0$ , proizvodi  $Q_A$  i  $Q_B$  su nezavisni u potrošnji.

Pretpostavka o racionalnom potrošaču se ne mijenja, tako da potrošač u okviru svojih preferencija i danog prihoda definira svoje krivulje indiferentnosti i bira onu kombinaciju proizvoda koja će mu osigurati maksimalno zadovoljstvo. Krivulja indiferentnosti opisuje alternativnu kombinaciju proizvoda koje bi domaćinstvo htjelo kupovati i kojima bi ostvarilo isto zadovoljstvo bez obzira koju kombinaciju proizvoda kupi.

Efekt supstitucije (duž krivulje indiferentnosti) i efekti promjene prihoda (nova krivulja indiferentnosti) također su značajna područja istraživanja i predviđanja u marketingu.

### KRITIČKI OSVRT NA TEORIJU KORISNOSTI I TEORIJU PREFERENCIJA

Teorija preferencija zamjenjuje rigidnu pretpostavku o ovisnosti potražnje isključivo o cijeni promatranog proizvoda s realnijom pretpostavkom da potražnja ovisi o promjenama svih cijena i o promjenama u prihodima. Osim toga, teorija preferencije

omogućava da se rezultati ekonomskih promjena direktno reflektiraju na oblik krivulje korisnosti, čime se otvaraju za analizu brojni problemi potrošačkog ponašanja.

Međutim, teorija preferencija ima nekoliko ozbiljnih ograničenja. Najvažnije ograničenje leži u zahtjevu da se krivulje indiferentnosti tumače kao pokazatelj ponašanja perfektно racionalnog potrošača koji će svoje odluke donositi isključivo unutar neke krivulje indiferentnosti. Takav metafizički potrošač pripada samo nekom idealnom svijetu, a ne realitetu. Empirija potvrđuje da takvi potrošači koji će u svom ponašanju biti vjerni idealnim krivuljama indiferentnosti ne postoje. Nasuprot tome, teorija korisnosti prihvaća potrošače onakve kakvi jesu sa svim imperfektnostima (neracionalnostima) njihova ponašanja u procesu maksimiranja individualnih korisnosti.

Obje teorije imaju ograničenja. Teorija korisnosti je manje generalizirana, ali se lakše primjenjuje, jer ne ograničava potrošača isključivo na a priori definiranu krivulju indiferentnosti. Teorija preferencija omogućava kvalitetnije generaliziranje potrošačkog ponašanja, ali je teže primjenjiva u realitetu, jer traži identifikaciju krivulje indiferentnosti za svakog potrošača i tek onda omogućava izvođenje zaključka o potražnji.

Ipak, obje teorije u osnovi su slične. Objе se temelje na konceptu racionalnog ponašanja potrošača koji teži maksimiranju svog zadovoljstva. Objе se koriste općim i jednostavnim zakonom potražnje kao analitičkim okvirom, premda teorija preferencije polazi od općeg i dolazi do jednostavnog, dok teorija korisnosti ima obrnut proces. I što je najvažnije, obje teorije imaju isto polazište u analizi tržišnog ponašanja u tome što polaze od želja i potreba potrošača, te preko procesa tržišnog prilagođavanja dolaze do potrebne strukture proizvodnje.

### LITERATURA

1. Blinder, A.: Temporary Income Taxes and Consumer Spending, *Journal of Political Economy*, Vol. 89, February 1981.

2. Hall, R. E. i J. B. Taylor: *Macro-economics*, W. W. Norton & Company Inc., New York, London, 1988.

3. Hicks, J. i R. Allen: A reconsideration of the theory of value, *Economica*, 1, 1934.

4. Kotler, P.: *Upravljanje marketingom*, knjiga I. Informator, Zagreb, 1988.



**Mane Medić, Ph. D.,**  
**Faculty of Economics, Osijek**

## **CONSIDERATIONS ON CONSUMER BEHAVIOUR THEORIES**

### *Summary*

The forecasting of market movements which make the nervous system of each economy are of the vital significance for development policy of economic subjects. The market movements are result of the need of people and present interest (preferences) in meeting these needs. To predict the market movements, therefore, is necessary to understand consumer behaviour. The consumer behaviour is based on the rational expectation, sense of usefulness and preferences in meeting the need and it refers to the conclusion that the basis of the consumer behaviour is the permanent opportunity analysis. The consumer decision-making for or against an alternative in meeting the needs, necessarily relies on the different measurements of usefulness (and pleasure) and costs (and efforts). The choice of adequate approach must have its theoretical stronghold and thus this work identifies theoretical references of the consumer behaviour.