

Józef Perenc

Ekonomiczne determinanty zachowań współczesnych nabywców

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 16, 289-308

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JÓZEF PERENC

Uniwersytet Szczeciński

EKONOMICZNE DETERMINANTY ZACHOWAŃ WSPÓŁCZESNYCH NABYWCÓW

1. Ekonomiczne determinanty zachowań nabywców indywidualnych

1.1. Gospodarstwo domowe jako podmiot podejmujący decyzje w zmiennym otoczeniu rynkowym

Do czynników ekonomicznych, determinujących zachowania nabywców indywidualnych, należą: dochody konsumentów oraz ceny produktów. Analizując ekonomiczne determinanty zachowań nabywców indywidualnych, należy brać pod uwagę fakt, że jednostki nie działają w odosobnieniu. Decyzja jednej osoby jest powiązana z decyzjami i warunkami panującymi wśród osób dzielących wspólny budżet. W ten sposób określa się **gospodarstwo domowe**, które jest jednym z najważniejszych podmiotów gospodarczych. Te podmioty czynią wiele starań, aby zaspokoić potrzeby swoich członków. Ogół gospodarstw domowych dysponuje dużą częścią dochodu narodowego, który w większości jest przeznaczany na spożycie indywidualne lub zbiorowe. Reformy społeczno-gospodarcze od 1989 roku spowodowały istotne zmiany w konsumpcji i zachowaniach nabywców polskich gospodarstw domowych.

U. Grzega¹ przez gospodarstwo domowe rozumie podmiot gospodarujący, który tworzą ludzie wraz z zasobami czasu, wiedzy, umiejętności i pieniędzy

¹ Por. U. Grzega, *Gospodarstwo domowe jako przedmiot badań. Sytuacja polskich gospodarstw domowych w okresie transformacji*, w: *Konsumencki proces decyzyjny i jego determinanty*, E. Kieźel (red.), AE Katowice 2006, s. 9–35 oraz Z. Kędzior, K. Karcz, *Modele zachowań gospodarstw domowych i przedsiębiorstw (lata 2000–2010)*, AE Katowice 1998, s. 18.

oraz dóbr materialnych. Kompleksowa analiza gospodarstw domowych pozwala na wyodrębnienie:

- celów funkcjonowania gospodarstwa domowego,
- podmiotów konsumpcji,
- środków zaspokojenia potrzeb,
- czynności składających się na proces funkcjonowania wybranych podmiotów.

Podstawowe decyzje gospodarstw domowych są efektem komunikowania się poszczególnych członków i determinowane są takimi czynnikami, jak: grupa społeczno-ekonomiczna, faza w cyklu życia danej rodziny, układ ról w rodzinie, postrzegane ryzyko decyzji, znaczenie zakupu, presja czasu. Zasadniczym motywem zachowań gospodarstw domowych jest dążenie do maksymalizacji wartości użytkowej (poprzez połączenie rachunku ekonomicznego oraz czynników pozaekonomicznych). Członkowie gospodarstw domowych są: wytwórcami, nabywcami i konsumentami. Odzwierciedleniem tych ról są podejmowane działania w sferze zarobkowania, wydatkowania, wytwarzania wartości użytkowej oraz konsumpcji.

Analizując sytuację materialną gospodarstw domowych (która jest rozumiana jako wielkość i struktura dochodów), należy uwzględnić zmiany czasowe. Na przestrzeni lat 2000–2008, pod wpływem prowadzonej przez państwo polityki cenowo-dochodowej, zmieniła się istotnie sytuacja materialna polskich gospodarstw domowych. Największy wzrost dochodów w tym okresie wystąpił w gospodarstwach pracodawców i pracujących na własny rachunek. Dochody w tej grupie gospodarstw domowych wzrosły prawie około 60%. Dla gospodarstw osób pracujących fizycznie najemnie oraz mających niezarobkowe źródło dochodów obniżył się z około 74% do 68–70%. W podsektorze pracodawców pracujących na własny rachunek w gospodarstwach rolnych indywidualnych obniżył się z 5% w latach 1990–1995 do około 4,5% w latach 2005–2008. Dynamikę realnych dochodów do dyspozycji brutto w sektorze gospodarstw domowych obrazuje tabela 1.

Na powyższym zestawieniu wyraźnie widać powolne zmiany realnej siły nabywczej ludności w Polsce. Jedynie w latach 2005–2008 nastąpił istotniejszy przyrost płac i poprawa siły nabywczej gospodarstw domowych.

Rozmiar konsumpcji gospodarstw domowych jest uzależniony od wysokości posiadanych dochodów, oszczędności, rozmiarów kredytów, pożyczek oraz od cen towarów i usług. Ważną determinantą jest dochód rozporządzalny gospodarstwa domowego.

Tabela 1

Dynamika realnych dochodów w sektorze gospodarstw domowych w latach 1991–2008

Rok	Ogółem w %
1991	100,0
1995	106,2
2000	100,8
2001	102,2
2002	100,3
2003	100,9
2004	101,7
2005	109,2
2006	109,9
2007	111,3
2008	114,5

Źródło: Roczniki statystyczne GUS, Warszawa, 1999–2009.

Na przestrzeni lat 2000–2007 kształtował się on tak, jak obrazuje to tabela 2.

Tabela 2

Dochody rozporządzalne gospodarstw domowych na 1 osobę w latach 2000–2007

Lata	Dochód w zł	2000=100%
2000	610,51	100,0
2001	644,48	105,6
2002	664,21	108,8
2003	680,50	111,5
2004	735,40	120,5
2005	761,46	124,7
2006	834,68	136,7
2007	928,87	152,1
2008	1045,52	171,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Budżety gospodarstw domowych*, GUS Warszawa 2001–2008, *Mały Rocznik Statystyczny Polski* 2009.

Jak można zauważyć na podstawie powyższych informacji, budżety gospodarstw domowych w analizowanym okresie systematycznie rosną i stwarzają możliwość wzrostu konsumpcji. Ale oprócz wzrostu dochodów i konsumpcji rosły także ceny towarów i usług (porównaj tabelę 3).

Tabela 3

Wskaźniki cen w latach 2000–2007

Lata	Rok do roku	2000=100%
2000	110,4	100,0
2001	105,5	105,5
2002	101,8	107,4
2003	101,1	108,6
2004	104,3	113,2
2005	102,4	116,0
2006	101,1	117,2
2007	103,2	121,1
2008	105,2	127,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Budżety gospodarstw domowych*, GUS Warszawa 2001–2008, Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007, 2008, 2009.

Na przestrzeni analizowanych lat wystąpił 27,4% średni wzrost cen, przy czym niektóre z wydatków stanowiących istotną pozycję budżetów domowych wzrosły znacznie bardziej – przykładowo ceny najmu mieszkań wzrosły o 50,2%, nośników energii o 42,2%.

1.2. Wpływ ceny na zachowania nabywców

Ogólna zależność między ceną a zmianami popytu, określana w naukach ekonomicznych jako prawo popytu, polega na tym, że wraz ze spadkiem cen (przy innych czynnikach niezmiennych) wzrasta wielkość popytu oraz odwrotnie. Ceny i popyt zmieniają się więc w różnych kierunkach. Zależność ta może być rozpatrywana w dwóch wymiarach²:

- jako zależność między zmianami ogólnego poziomu cen a zmianami globalnego popytu,
- jako zależność między zmianami cen na konkretny przedmiot wymiany (produkt, usługę) a zmianami popytu na ten przedmiot, zgłaszanego przez podmioty rynku.

² W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa 1994, s. 88.

Zmiany cen, powodujące zmiany w popycie, w zależności od elastyczności popytu powodują powstawanie efektów ilościowych lub cenowych³:

Efekt ilościowy – występuje wówczas, gdy w wyniku zmiany wielkości popytu zmienia się wielkość sprzedaży. Wartość tej zmiany wielkości sprzedaży jest nazywana efektem ilościowym i jest mierzona iloczynem wielkości zmiany popytu i poziomu ceny, na jakim ta zmiana miała miejsce.

Efekt cenowy – występuje wówczas, gdy w wyniku zmiany ceny zmienia się wielkość sprzedaży. Wartość tej zmiany wielkości sprzedaży jest nazywana efektem cenowym i jest mierzona iloczynem różnicy cen i popytu stałego dla poziomu obu cen.

Wpływ ceny na wielkość popytu może być różny. W naukach ekonomicznych, w celu prześledzenia związków i zależności ceny z popytem, dokonuje się obliczeń cenowej elastyczności popytu. **Przez elastyczność popytu należy rozumieć określenie, jak bardzo jest czuły popyt na zmiany czynników determinujących go.** Formalnie miarę tę wyznacza się jako stosunek względnej zmiany popytu do względnej zmiany czynnika objaśniającego popyt⁴. Miernik elastyczności cenowej popytu, przybierając różne wartości, świadczy o różnej reakcji popytu na cenę, i tak:

- wskaźnik elastyczności cenowej wynoszący zero oznacza brak zmian popytu względem ceny,
- wskaźnik elastyczności cenowej mieszczący się między zero a jeden oznacza popyt nieelastyczny względem ceny (zmiana ceny powoduje nieproporcjonalnie mniejszą zmianę popytu),
- wskaźnik elastyczności cenowej wynoszący jeden oznacza popyt proporcjonalny (zmiany cen powodują proporcjonalnie taką samą zmianę cen),
- wskaźnik elastyczności cenowej większy od jeden oznacza popyt elastyczny (zmiana ceny powoduje nieproporcjonalnie większą zmianę wielkości popytu),
- wskaźnik elastyczności zbliżający się do nieskończoności oznacza popyt doskonale elastyczny względem ceny.

Zazwyczaj przyjmuje się, że dla popytu doskonale nieelastycznego charakterystyczne są produkty o niewielkim znaczeniu dla konsumentów z punktu widzenia osiąganego efektu dochodowego (np. zwykły chleb); dla popytu nieela-

³ J. Bazarnik, T. Grabiński, E. Kąciak, S. Mynarski, A. Sagan, *Badania Marketingowe*, AE Kraków, Warszawa – Kraków 1992, s. 75.

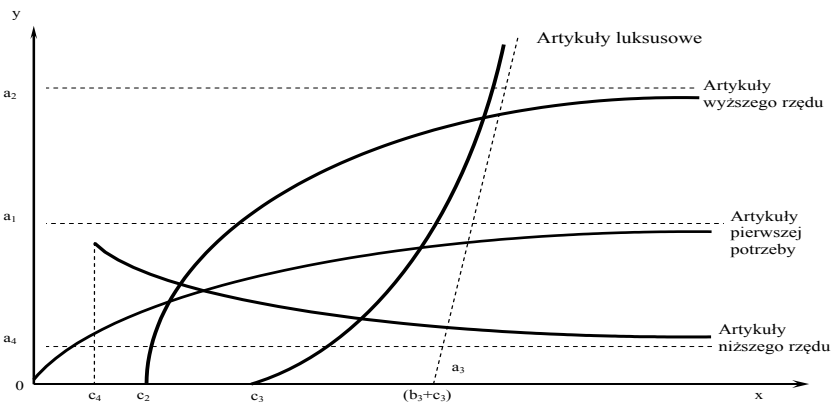
⁴ R. Głowacki, J. Kramer, L. Żabiński, *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 1981, s. 131; J. Hozer, *Mikroekonometria*, PWE, Warszawa 1993, s. 67.

stycznego charakterystyczne są produkty należące do dóbr niższego rzędu lub produkty, których zużycie nie może być w pełni regulowane przez konsumentów (np. paliwo samochodowe); dla popytu proporcjonalnego charakterystyczne są produkty wybieralne (np. proszek do prania); dla popytu elastycznego charakterystyczne są produkty wyższego rzędu i luksusowe (np. zestaw kina domowego); dla popytu doskonale elastycznego charakterystyczne są produkty prestiżowe i luksusowe (np. dzieła sztuki).

Dodatkowo można ogólnie stwierdzić, że produkt o wyższym stopniu trwałości charakteryzuje się wyższymi wskaźnikami elastyczności cenowej niż produkt o niższym stopniu trwałości. Poziom elastyczności zależy również od stopnia pilności potrzeb – im wyższy stopień pilności potrzeb tym mniej elastyczny popyt na produkty, za pomocą których może być zaspokojony. Zmniejszenie łatwości zaspokajania potrzeby prowadzi do wzrostu elastyczności popytu. Elastyczność jest także mniejsza na rynkach, na których dominują zmonopolizowane struktury podmiotowe.

1.3. Wpływ dochodów na zachowania nabywców

Rozważania o elastyczności cenowej popytu nie uwzględniają dochodów konsumentów. Zależność między wydatkami i dochodami konsumentów została dostrzeżona i opracowana przez niemieckiego statystyka – Ernesta Engla. Rozwinięciem jego rozważań i uszczegółowieniem krzywych Engla były krzywe Tornquista⁵, przedstawione na rysunku 1.



Rys. 1. Krzywe Törnquista

Źródło: S. Mynarski, *Analiza rynku*, PWN, Warszawa 1987, s. 57.

⁵ Por. *Marketing Problems na dziś i jutro*, J. Perenc (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009.

Najogólniej można stwierdzić, że wraz ze wzrostem dochodów rośnie wielkość popytu. Nie jest to jednakże wzrost proporcjonalny dla wszystkich rodzajów dóbr. Na podstawie zaprezentowanych krzywych można stwierdzić, iż udział wydatków na żywność maleje w miarę wzrostu dochodów. Ponadto, wraz ze wzrostem dochodów maleje ilość pieniędzy wydawanych na artykuły niższego rzędu (choć nie spada całkowicie – istnieje pewne minimum, obrazowane na rysunku przez prostą a4, poniżej którego ilość pieniędzy na artykuły niższego rzędu nie spada). Wydatki na artykuły pierwszej potrzeby rosną na ogół wolniej niż dochody, przy czym istnieje pewne maksimum (linia a1 na rysunku 1), powyżej którego wydatki te, mimo wzrostu dochodów, nie rosną. Również wydatki na artykuły wyższego rzędu, które do pewnego momentu rosną szybciej niż dochody, po osiągnięciu określonego poziomu rosną wolniej, zbliżając się do maksimum (linia a2 na rysunku 1). Jedynie wydatki na dobra luksusowe rosną szybciej niż dochody, przy czym nie istnieje wyraźne maksimum – popyt na te artykuły będzie w zasadzie nieograniczony, uzależniony jedynie ilością pieniądza do dyspozycji nabywcy (co jest obrazowane jako krzywa a3 na rysunku 1).

Sytuację polskich gospodarstw domowych w zakresie struktury wydatków przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4

Przeciętne miesięczne wydatki na 1 osobę w gospodarstwach domowych

Wyszczególnienie wydatków	Kwota dochodu rozporządzalnego	Procent dochodu rozporządzalnego
1	2	3
Żywność i napoje bezalkoholowe	231,49 zł	25,6%
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	23,51 zł	2,6%
Odzież i obuwie	49,73 zł	5,5%
Użytkowanie mieszkania i nośniki energii	170,91 zł	18,9%
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego	49,73 zł	5,5%
Zdrowie	43,40 zł	4,8%
Transport	91,33 zł	10,1%
Łączność	43,40 zł	4,8%
Rekreacja i kultura	71,44 zł	7,9%

1	2	3
Edukacja	10,85 zł	1,2%
Restauracje i hotele	18,09 zł	2,0%
Inne towary i usługi	47,02 zł	5,2%
Pozostałe wydatki (odliczywszy wydatki na towary i usługi konsumpcyjne)	38,88 zł	4,3%
Kieszonkowe nieuwzględnione w podziale według rodzajów wydatków	14,47 zł	1,6%
SUMA	904,27	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2009.

W przypadku przeciętnego gospodarstwa domowego w Polsce największą część wydatków zajmuje żywność (25,6%), następnie koszty związane z utrzymaniem mieszkania i nośników energii (18,9%). Do istotnych pozycji można również zaliczyć koszty transportu (10,1%).

1.4 Wybrane pozostałe czynniki ekonomiczne wpływające na zachowania nabywców indywidualnych

Obok analizy popytu, jego elastyczności oraz dochodu należy również uwzględnić reakcje psychologiczne nabywców, które mogą znacznie odbiegać od ogólnych teorii ekonomicznych. I tak, **obniżka cen**, która według klasycznej teorii powoduje, że nabywcy wzmagają popyt na określone produkty, może być interpretowana przez nich w następujący sposób⁶:

- produkt wkrótce zostanie zastąpiony przez nowy model,
- produkt jest wadliwy i nie sprzedaje się dobrze,
- firma ma kłopoty finansowe i może wypaść z rynku, przestając dostarczać części zapasowe,
- cena jeszcze bardziej spadnie – oplać się czekać,
- obniżono jakość produktu,

co w konsekwencji nie tylko nie doprowadza do wzrostu popytu, ale przeciwnie – powoduje jego spadek.

Natomiast **podwyżka cen** nie zawsze jest postrzegana przez nabywców w sposób niekorzystny (tzn. że więcej trzeba zapłacić za ten sam produkt). Czę-

⁶ Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie wdrażanie i kontrola*, Gebethner i ska, Warszawa, 1994, s. 471.

sto dopiero po podwyżce ceny produkt zostaje dostrzeżony przez nabywców i zaczyna istnieć w ich świadomości. Interpretacja podwyżki może przybierać różne formy, np.:

- produkt sprzedaje się doskonale i może być już wkrótce niedostępny,
- produkt ma niezwykle wysoką wartość,
- sprzedawca jest chciwy i chce wykorzystać klientów (szczególnie jeśli bliscy konkurenci oferują ten sam produkt po niższych cenach).

Badania prowadzone w zakresie czynników ekonomicznych wpływających na nabywcę wykazują, że nabywcy są najbardziej wrażliwi na wzrost lub spadek tych cen produktów, które kosztują dużo w stosunku do ich dochodów lub kupowanych często. Natomiast w niewielkim stopniu zauważają wyższe ceny produktów relatywnie tanich lub tych, które kupują bardzo rzadko.

Ponadto w naukach ekonomicznych dostrzega się istnienie paradoksów – sytuacji, gdy zmiana ceny powoduje odwrotne rezultaty niż wynikałoby to z klasycznej teorii popytu. Jednym z nich jest **paradoks Veblena** (Veblen's paradox), dotyczący dóbr luksusowych i najbogatszych grup społecznych, polegający na wzroście wielkości popytu na dobra luksusowe mimo wzrostu cen tych dóbr. Przyczyna tego zjawiska tkwi w chęci ukazania przez najzamożniejsze grupy społeczne swojego statusu materialnego za sprawą posiadanych dóbr luksusowych. Przykładami tego rodzaju dóbr są rzadkie dzieła sztuki i markowe ubiory znanych projektantów mody. Drugim znanym paradoksem jest **paradoks Giffena** – sytuacja ekonomiczna, w której popyt na dane dobro wzrasta pomimo wzrostu ceny. Sytuacja taka ma miejsce przy bardzo niskich dochodach konsumentów i przy wzroście cen dóbr niższego rzędu, zwanych dobrami Giffena. Cena dobra Giffena jest relatywnie niższa od innych substytutów lub dane dobro nie posiada bliskich substytutów (np. chleb), dlatego popyt rośnie.

Nie należy również zapominać o ścisłym związku ceny z jakością (obiektywną i postrzeganą przez konsumenta). Maksymalizując swoją użyteczność, konsument będzie się bowiem starał wybrać taką opcję zakupu, która pozwoli osiągnąć mu możliwie jak najwyższą (a przynajmniej satysfakcjonującą) jakość za możliwie najniższą cenę. Jeżeli najbardziej ogólnie zdefiniować wartość dla konsumenta jako stosunek otrzymanych korzyści do poniesionych kosztów, to w praktyce często okazuje się, że najbardziej optymalnym wyborem dla wielu osób nie jest produkt najtańszy, lecz o wyższej cenie, oferujący jednak wyższą jakość.

2. Determinanty finansowe i inwestycyjne polskich przedsiębiorstw

2.1. Wpływ czynników ekonomicznych na decyzje nabywcze przedsiębiorstw

Decyzje nabywcze różnią się na rynku dóbr przemysłowych i konsumpcyjnych, stąd właściwe jest osobne przedstawienie determinant ekonomicznych w decyzjach nabywczych, oddzielnie dla nabywcy indywidualnego i instytucjonalnego. Do cech odróżniających rynek dóbr przemysłowych od rynku dóbr konsumpcyjnych można zaliczyć⁷:

1. **Popyt pochodny (indukowany).** Charakter popytu na dobra przemysłowe jest pochodny w stosunku do popytu na dobra konsumpcyjne. Jeżeli maleje popyt na dobra konsumpcyjne, to maleje również popyt na dobra przemysłowe zaangażowane w proces produkcji tych dóbr.
2. **Popyt jest znacznie mniej elastyczny (nieelastyczny) względem cen w przypadku dóbr przemysłowych niż konsumpcyjnych.** Reakcja na wzrost cen polega przede wszystkim na poszukiwaniu substytutów, tańszych źródeł zakupu. Nieelastyczność popytu wiąże się ściśle również z technologią wytwarzania⁸. Niska cena dóbr przemysłowych może być również utożsamiana z niską ich jakością.
3. **Fluktuacja popytu.** Zmiany popytu na rynku dóbr przemysłowych są zarówno większe, jak i głębsze niż na rynku dóbr konsumpcyjnych. Wzrost popytu na dobra konsumpcyjne o określony procent może prowadzić do znacznie większego wzrostu popytu na wyposażenie niezbędne do wytworzenia dodatkowej produkcji. Zjawisko to określa się zasadą akceleracji. Z kolei niekiedy nawet niewielki (np. 10%) spadek popytu na towary konsumpcyjne może spowodować całkowite załamanie popytu na dobra inwestycyjne. Zjawisko takie można było zaobserwować w Polsce na początku lat dziewięćdziesiątych, gdy spadek popytu na dobra konsumpcyjne spowodował bardzo poważne trudności przedsiębiorstw wytwarzających artykuły gospodarstwa domowego, meble oraz odzież. Aby uniknąć trudności produkcyjnych i finansowych podczas fluktuacji oraz zrównoważyć sprzedaż w ciągu cyklu koniunktury gospodarczej, wielu producentów zaczyna dyferencjować swoje produkty oraz rynki docelowe.

⁷ Por. M. Urbaniak, *Uwarunkowania marketingu przemysłowego*, „Przegląd Ekonomiczny”, PTE – Oddział Poznański, lato – jesień 1996.

⁸ Por. B. Dubois, Ph. Kotler, *Marketing Management*, Publi-Union 1989, s. 215.

4. **Mniejsza liczba nabywców.** Sprzedawca na rynku dóbr przemysłowych współpracuje zwykle z dużo mniejszą liczbą nabywców niż sprzedawca na rynku dóbr konsumpcyjnych. Kotler podaje jako przykład Goodyeara – producenta opon. W przypadku gdy Goodyear jest kooperantem, los tego przedsiębiorstwa zależy w dużej mierze od uzyskania zamówień od jednego z trzech dużych producentów samochodów w Stanach Zjednoczonych. Natomiast w sytuacji, gdy Goodyear sprzedaje opony konsumentom, ma do czynienia z potencjalnym rynkiem 112 mln posiadaczy samochodów⁹.
5. **Koncentracja nabywców.** Cechą charakterystyczną rynku dóbr przemysłowych jest na ogół wysoki wskaźnik koncentracji zakupów. Często kilku dużych nabywców dokonuje większości zakupów. W Polsce dużą koncentrację można zauważyć w przypadku przemysłów: hutniczego, wydobywczego, elektromaszynowego, samochodowego.
6. **Wysoka wartość obrotów.** Obroty na rynkach dóbr surowcowych, maszyn i urządzeń oraz usług finansujących działalność gospodarczą przewyższają obroty na rynku dóbr konsumpcyjnych i są bardziej skoncentrowane, np. transakcje giełdowe na rynkach surowców oraz na rynkach papierów wartościowych.
7. **Geograficzna koncentracja producentów i nabywców.** W większości krajów, w tym także w Polsce, przemysł jest skoncentrowany w kilku największych ośrodkach. Na przykład koncentracja przemysłu stoczniowego występuje głównie na Pomorzu, przemysłu wydobywczego i hutniczego – na Górnym Śląsku. Taka geograficzna koncentracja producentów pozwala zredukować koszty sprzedaży.
8. **Bliskie związki pomiędzy dawcą i nabywcą.** Bliskie związki pomiędzy sprzedawcami i klientami są wynikiem mniejszej liczby znaczących klientów oraz ich dominacją nad dostawcami. Dostawcy muszą często dostosowywać swoją ofertę do indywidualnych wymagań klienta. Nierzadko też współpracują z nabywcą przy określaniu wymagań technicznych (specyfikacji jakościowych) oraz warunków dostawy, uczestniczą w seminariach organizowanych przez klientów, na których są omawiane ich wymagania jakościowe i warunki współpracy.
9. **Duży udział zakupów bezpośrednich.** Nabywcy częściej dokonują zakupów bezpośrednio u producenta (na podstawie długoterminowych umów)

⁹ por. Ph. Kotler: *Marketing. Analiza, planowanie...*, s. 190

niż przez pośrednika. Dotyczy to szczególnie artykułów technicznie złożonych lub/i drogich. Na rynku dóbr przemysłowych relacje między przedsiębiorstwami bazują na wzajemnym zaufaniu i lojalności w znacznie większej skali, niż ma to miejsce na rynku dóbr konsumpcyjnych.

10. **Mniejszy udział obrotu towarowego z udziałem pośredników**, zwłaszcza gdy chodzi o handel hurtowy i detaliczny. Blisko 60% obrotu surowcami i maszynami odbywa się bezpośrednio pomiędzy producentami i odbiorcami dóbr przemysłowych.
11. **Występowanie transakcji wiązanych**. Nabywcy dóbr przemysłowych dokonują często wyboru dostawców, którzy są jednocześnie ich klientami.
12. **Brak anonimowości uczestników rynku**. Większość zawieranych transakcji ma formę pisemnej umowy.
13. **Profesjonalny charakter zakupów**. Dobra przemysłowe są nabywane przez wykwalifikowanych zaopatrzeniowców. Profesjonalne podejście oraz większa możliwość oceny informacji technicznych pozwalają na dokonywanie zakupów na możliwie najkorzystniejszych warunkach. Zmusza to niejako producentów dóbr przemysłowych do ciągłego doskonalenia swoich produktów oraz dostarczania dokładnych danych technicznych dotyczących oferowanych wyrobów.
14. **Powszechne stosowanie leasingu, dzierżawy**. Wielu nabywców na rynku dóbr przemysłowych po to, by nie angażować zbyt dużych zasobów kapitałowych, dzierżawi lub bierze w leasing wyposażenie. Dotyczy to głównie maszyn i urządzeń produkcyjnych, samochodów dostawczych i służbowych oraz specjalistycznego wyposażenia projektowo-badawczego¹⁰.
15. **Wpływ znacznie większej liczby osób na proces zakupu**. Mogą to być m.in. specjaliści od zamówień, technicy, inżynierowie, kierownicy i dyrektorzy różnych szczebli, podmioty doradzające, itp.

Na nabywców instytucjonalnych silny wpływ wywierają:

- czynniki otoczenia,
- czynniki wynikające z funkcjonowania przedsiębiorstwa – należą do nich konkretne cele, kierunki działania, procedury (np. określone w przepisach odstępy czasowe, etapy, tryby postępowania), struktura organizacyjna,
- czynniki interpersonalne, związane ze składem grupy lub komisji podejmującej decyzje nabywcze,

¹⁰ por. Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie...*, s. 189–191

- czynniki osobowe są charakteryzowane przez: osobiste motywacje, przekonania i preferencje każdego z uczestników procesu podejmowania decyzji zakupu,
- czynniki ekonomiczne.

Wpływ czynników ekonomicznych zależy w dużej mierze od kondycji finansowej przedsiębiorstwa i warunków, w jakich funkcjonuje – co zostanie przedstawione na przykładzie przedsiębiorstw polskich w dalszej części rozdziału.

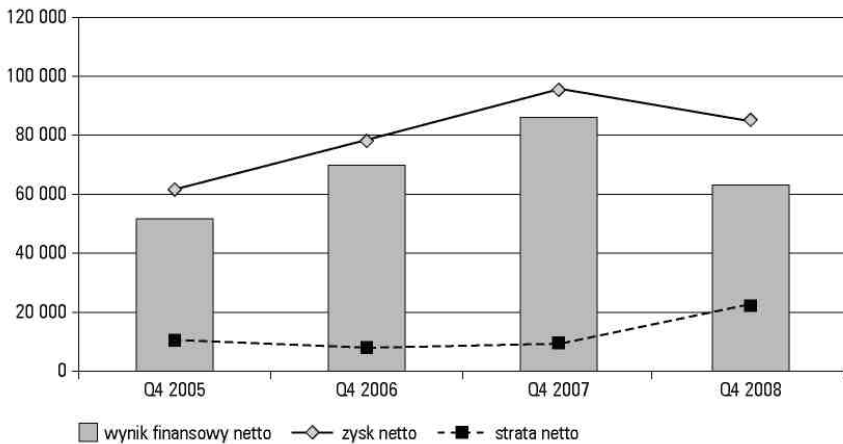
2.2. Ogólna ocena kondycji finansowej polskich przedsiębiorstw

Analizując ekonomiczne determinanty zachowań nabywczych przedsiębiorstw, należy dokonać ogólnej oceny ich kondycji finansowej. W IV kwartale 2008 roku jeszcze bardziej – w porównaniu z wcześniejszymi kwartałami – pogorszyły się wskaźniki finansowe polskich przedsiębiorstw, spadła zarówno rentowność sprzedaży, jak i rentowność ogółem, wzrósł zaś wskaźnik poziomu kosztów; odzwierciedleniem zmian, jakie zachodzą w otoczeniu finansowym przedsiębiorstw, jest ujemny wynik na działalności finansowej.

Rok 2008, a szczególnie jego druga połowa, przyniósł pogorszenie wskaźników ekonomiczno-finansowych przedsiębiorstw. Pomimo tego, że poziom przychodów stale się podnosił, w IV kwartale przedsiębiorstwa odnotowały spadek zysków. Przychody z całokształtu działalności wyniosły w ubiegłym roku 1 905 751,8 mln zł, czyli więcej niż rok wcześniej. Jednocześnie wzrosły koszty uzyskania przychodów, w konsekwencji czego spadł wynik finansowy netto (z 86 248,7 mln zł do 62 996,4 mln zł). O pogarszającej się sytuacji sektora przedsiębiorstw świadczy fakt, że owe osłabienie wyniku finansowego netto spowodowane było nie tyle zmianami w zyskach netto (które zaczęły spadać dopiero w IV kwartale 2008 roku; spadek 10%), ile znaczącym zwiększeniem straty netto (o 141,6%) – por rys 2.

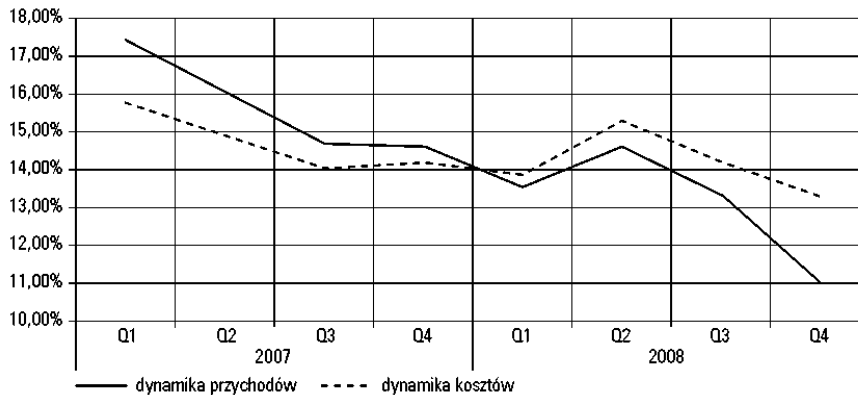
Decydującą rolę odgrywają jednak nie poziomy, a zmiany w dynamikach poszczególnych wielkości – w 2008 roku koszty nadal rosły szybciej (o 13,3%) niż przychody (11,0%), w efekcie czego poziom wskaźnika kosztów znów się podniósł, tym razem z 93,5% do 95,8%. Największy udział w tym wzroście kosztów miały koszty związane z wynagrodzeniami (o 0,7 pkt. proc.) i usługami obcymi (o 0,6 pkt. proc.). Światowy kryzys finansowy powinien tę tendencję odwrócić – obecnie przedsiębiorstwa uważniej przyglądają się kosztom i starają się je ograniczać. W pierwszej kolejności obcinane są koszty osobowe, które są najbardziej elastyczne (koszty związane z wypłatą premii i nagród, koszty wyjazdów służbowych i rozliczania delegacji). W drugiej kolejności przedsiębiorcy oszczędzają na sile roboczej. Jak wskazują badania przeprowadzone przez NBP,

w 2009 roku co czwarte przedsiębiorstwo planuje redukcję zatrudnienia, a jedynie co dwudzieste chce zatrudnić dodatkowych pracowników. Sytuacja taka, w połączeniu z powszechnym oczekiwaniem na powrót emigrantów zarobkowych, negatywnie wpłynie na stopę bezrobocia, co z kolei bardzo osłabi presję płacową (por rys 3).



Rys. 2. Wynik finansowy netto przedsiębiorstw w Polsce (w mln zł)

Źródło: dane GUS.



Rys. 3. Dynamika przychodów z całokształtu działalności i dynamika kosztów w latach 2007–2008

Źródło: GUS.

Znamienne jest uzyskanie przez polskie przedsiębiorstwa ujemnego wyniku na działalności finansowej. W III kwartale 2008 roku wyniósł on -0,8 mld zł, a w IV kwartale już -17,2 mld zł. Ujemny wynik na działalności finansowej to odzwierciedlenie zmian, jakie w ostatnim czasie zaszły w otoczeniu przedsiębiorstw: wzrósł koszt obsługi kredytów (podwyżki stóp procentowych w I połowie roku), notowania firm na giełdzie były rekordowo niskie, a kurs walutowy ulegał dużym wahaniom.

Tabela 5

Sytuacja finansowa przedsiębiorstw – wybrane wyniki i wskaźniki ekonomiczne w 2007 i 2008 roku

Pozycja finansowa	2007		2008	
	II kw.	IV kw.	II kw.	IV kw.
	(w mld zł)			
Przychody z całokształtu działalności	802,9	1 716,6	920,0	1 905,8
Koszty uzyskania przychodów z całokształtu działalności	750,5	1 611,8	865,4	1 825,9
Wynik na działalności finansowej	1,9	3,9	1,5	-17,2
Wynik finansowy brutto	52,5	104,9	54,8	79,9
Wynik finansowy netto	42,8	86,2	44,3	63,0
Zysk netto	48,3	95,5	52,5	85,3
Strata netto	5,5	9,2	8,2	22,3
Nazwa wskaźnika	(w %)			
Wskaźnik poziomu kosztów	93,5	93,9	94,0	95,8
Wskaźnik rentowności ze sprzedaży	6,0	5,6	5,5	5,0
Wskaźnik rentowności obrotu netto	5,3	5,0	4,8	3,3
Wskaźnik rentowności obrotu brutto	6,5	6,1	6,0	4,2
Wskaźnik płynności I stopnia	32,9	33,8	31,9	33,3
Wskaźnik płynności II stopnia	99,8	99,0	98,9	94,8

Źródło: GUS.

W II połowie 2008 roku – poza wskaźnikiem poziomu kosztów – pogorszyły się wskaźniki rentowności. Rentowność ze sprzedaży spadła o 0,6 pkt. proc. (do 5,0%). Jeszcze bardziej, bo o 1,7 pkt. proc. spadła rentowność obrotu netto (do

3,3%). Wobec słabnącego popytu, a także już dziś znacząco zmniejszonych zamówień produkcji i jednocześnie konieczności ograniczeń marż na sprzedawane produkty, oczekiwać należy utrzymania się tego spadkowego trendu rentowności.

Wypracowana przez ostatnie lata nadwyżka finansowa powoduje, że w polskich przedsiębiorstwach płynność finansowa utrzymuje się na wysokim poziomie. Średni okres płatności zobowiązań pozabankowych na koniec 2008 roku wyniósł 37 dni. Ściąganie należności wymagało z kolei 42 dni. Niepewność jutra sprawiła, że nieznacznie (do 39%) wzrósł odsetek firm deklarujących zapewnienie płynności przez utrzymanie wyższych środków finansowych. Pomimo wzrostu kosztów kredytów, nadal bardzo duża grupa przedsiębiorstw (92%) nie ma problemów ze spłatą zobowiązań kredytowych.

Pomimo pogorszenia wyniku na działalności finansowej oraz zmniejszenia zysku netto należy zwrócić uwagę na zwiększające się przychody z całokształtu działalności.

2.3. Uwarunkowania zmian w przemyśle

W przemyśle najdotkliwiej pierwsze skutki spowolnienia gospodarczego odczuli eksporterzy, a także firmy zajmujące się przetwórstwem przemysłowym; bieżący portfel zamówień i bardzo niski popyt (głównie zagraniczny) pozwala przypuszczać, że zła sytuacja jeszcze się pogłębi.

Przedsiębiorstwa zajmujące się przemysłem można podzielić na dwie grupy: przedsiębiorstwa produkujące na rynek krajowy i przedsiębiorstwa kierujące swoją produkcję na eksport. O ile pierwsza z nich nie zdołała jeszcze w 2008 roku odczuć pogarszającej się koniunktury i w grupie tej nastroje nadal były optymistyczne, o tyle eksporterzy zdecydowanie narzekali na skutki kryzysu. Pogorszenie sytuacji eksporterów nastąpiło już w pierwszej połowie roku na skutek aprecjacji złotego. Nie poprawiło jej osłabienie złotego w IV kwartale 2008 roku (pogłębiające się w pierwszych miesiącach 2009 roku), gdyż efekt tego osłabienia został skutecznie zduszony znacznym spadkiem popytu zagranicznego. Popyt, który do tej pory stanowił główne koło zamachowe rozwoju przedsiębiorstw, obecnie stał się największą barierą ich rozwoju. Wśród eksporterów co czwarte przedsiębiorstwo uznaje, że niewystarczający popyt może zagrozić funkcjonowaniu firmy. Tak złych ocen sytuacji nie odnotowano wśród eksporterów od 2000 roku.

Szybkie pogorszenie koniunktury odnotowano również w branży meblarskiej, której produkty są jednymi z najlepszych towarów eksportowych, a ich

udział w ogólnym eksporcie Polski wynosi ok. 6% (co stanowi ok. 80% całej polskiej produkcji meblarskiej). Zaobserwowane po raz pierwszy od kilku lat pogorszenie sytuacji znalazło swoje odzwierciedlenie w zmniejszonej liczbie zamówień i we wzroście zapasów. Według GUS, już w I kwartale 2008 roku sprzedaż spadła o 12% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Jeszcze gorzej sytuacja wyglądała w przypadku firmy Swarzędz SA, która zamiast spodziewanych zamówień wartości ok. 3,5–4 mln zł miesięcznie, w ostatnim kwartale 2008 roku zrealizowała zamówienia o wartości 1,5 mln zł. W marcu br. Nadzwyczajne Zgromadzenie Akcjonariuszy zdecydowało o likwidacji spółki oraz powiązanej z nią Fabryki Mebli Kościan.

Równie źle wygląda sytuacja pozostałych przedsiębiorstw przetwórstwa przemysłowego. Zgłaszają one zmniejszenie portfela zamówień, mają problemy z płynnością i doświadczają spadków rentowności ze sprzedaży. Ich kondycję dodatkowo pogłębią zapewne cięcia wydatków, w tym przede wszystkim administracji państwowej, która do tej pory utrzymywała określony poziom zamówień.

2.4. Zmiany w budownictwie

Największym problemem firm z branży budowlanej nie jest już brakująca siła robocza, a zmniejszony popyt wynikający przede wszystkim z restrykcyjnej polityki kredytowej banków. Skutkiem pogarszającej się sytuacji w branży jest duży odsetek upadających firm.

Budownictwo to sekcja, która bardzo szybko odczuła światową recesję. Chociaż wyniki finansowe z pierwszych trzech kwartałów 2008 roku nie wskazywały jeszcze na kryzys (poprawa wyniku finansowego netto w budownictwie była najwyższa spośród całej grupy badanych przedsiębiorstw i wyniosła 57,6%), to pogorszenie w tej sekcji postępuje zdecydowanie najszybciej. W wyniku światowego kryzysu finansowego banki z końcem 2008 roku obostrzyły kryteria przyznawania kredytów hipotecznych, co bardzo silnie osłabiło popyt na usługi firm budowlanych. Zaczęły one odnotowywać przestoje w produkcji, wielu deweloperów nie może dokończyć rozpoczętych inwestycji, a kilkudziesięcioprocentowe marże, do jakich przez ostatnie dwa lata deweloperzy przyzwyczaili klientów, zaczęły topnieć w oczach. Bariera stanowiąca wcześniej podstawową bolączkę firm budowlanych – pozyskanie rąk do pracy – straciła teraz na znaczeniu. Deweloperzy coraz częściej uskarżają się również na problemy z uzyskaniem środków finansowych na kontynuację rozpoczętych prac; tu również banki obostrzyły warunki udzielania kredytów (np. wymagania dotyczące zabezpie-

czeń). Spadek popytu na nowe mieszkania bezpośrednio przekłada się na spadek popytu na materiały budowlane, które w efekcie tego tanieją. W lutym 2009 roku nastroje przedsiębiorców z branży były najgorsze od dziewięciu lat.

O złej sytuacji świadczyć może także najwyższy udział przedsiębiorstw budowlanych wśród bankructw ogółem. W 2008 roku ubyłoby z branży 411 firm, a szacuje się, że to nie koniec upadłości, bowiem postępowanie upadłościowe rozpoczęto w kolejnych 55 firmach związanych z budownictwem. Procesy upadłościowe w Polsce są procesami długotrwałymi, w związku z czym efekty słabnącej koniunktury zaczną ujawniać się w bieżącym roku.

2.5. Zmiany w usługach i handlu

Wahania kursu walutowego i ogólnoświatowy kryzys wpływają na usługi i handel; największe pogorszenie odnotowuje branża turystyczna, która w ubiegłym roku miała rekordowo wysokie obroty.

Wśród usług na szczególną uwagę zasługuje turystyka, boleśnie doświadczająca skutków wahań kursów walutowych. Deprecjacja złotego podnosi koszty zagranicznych urlopów wypoczynkowych i wycieczek nawet o 30%. Komunikaty poszczególnych biur podróży coraz częściej informują, że ze względu na wahania kursów firmy turystyczne będą rezygnować z ofert *last minute*. Wśród dodatkowych ograniczeń popytu na usługi turystyczne wymienić należy: niepewność sytuacji, groźbę utraty pracy, rosnące koszty już zaciągniętych przez gospodarstwa domowe zobowiązań finansowych (wzrost rat zaciągniętych kredytów walutowych). Porównując obecny portfel zamówień z ubiegłorocznym, który okazał się rekordowo wysoki, wiele firm turystycznych zaczyna rozważać zwolnienia personelu.

2.6. Spowolnienie inwestycyjne

Wobec słabnącego popytu na swoje wyroby przedsiębiorstwa rezygnują z podejmowania nowych inwestycji. Aby pokryć zapotrzebowanie rynkowe wystarczają istniejące moce przerobowe, a zgromadzone zapasy towarów gotowych pozwalają firmom nawet ograniczać produkcję.

Trudno jest oczekiwać, by przedsiębiorstwa podejmowały nowe procesy inwestycyjne, jeśli doświadczają one tak dużych spadków popytu na swoje produkty i usługi. Według badań przeprowadzonych przez NBP, w 2009 roku zamierza inwestować jedynie co trzecia firma, podczas gdy jeszcze rok temu odsetek ten wynosił 54% przedsiębiorstw. Z planów inwestycyjnych wycofują się przede wszystkim firmy z sektorów najbardziej dotkniętych skutkami kryzysu,

czyli eksporterzy (inwestycje deklaruje 21% firm) i przedstawiciele przetwórstwa przemysłowego (inwestycje deklaruje 13% firm). Warto jednocześnie zauważyć, że owe plany dotyczą w przeważającej części inwestycji niskonakładowych, które nie zwiększają potencjału produkcyjnego (przez ostatnie dwa lata takie inwestycje planowało ok. 42% badanych przedsiębiorstw), ale koncentrują się na innowacjach powodujących redukcję kosztów (są deklarowane najczęściej, bo przez co trzecią firmę). Nic dziwnego, że w takich okolicznościach firmy nie planują zwiększania mocy produkcyjnych, gdyż, jak pokazują statystyki, dotychczasowa produkcja zdecydowanie pokrywa zgłaszany popyt rynkowy, coraz częściej nawet go przewyższając, czego efektem jest utrzymujący się wysoki poziom zapasów (głównie towarów i produktów gotowych).

Badania przeprowadzone przez NBP na początku 2009 roku wskazują, że ponad 20% firm deklaruje zbyt wysoki poziom zapasów towarów gotowych. W grupie dużych firm eksportujących odsetek ten jest jeszcze wyższy i wynosi 30%. Zmniejsza się także bieżący portfel zamówień, co powoduje, że przedsiębiorstwa planują nie tylko powstrzymanie się od nowych inwestycji, lecz chcą nawet ograniczyć dotychczasowy poziom produkcji. Inną przyczyną niechęci do podejmowania inwestycji przez polskie przedsiębiorstwa są rosnące koszty kredytów (obniżkom stóp procentowych towarzyszą rosnące opłaty bankowe i wzrost kosztów zabezpieczenia kredytu). Zmniejsza się nie tylko odsetek firm deklarujących podjęcie nowych inwestycji, ale spada również udział firm pragnących kontynuować inwestycje już rozpoczęte (z blisko 100% do ok. 90% firm).

Podstawowym źródłem finansowania inwestycji w dalszym ciągu pozostają środki własne, a w drugiej kolejności kredyty bankowe. Struktura finansowania będzie się zmieniać, co potwierdzają już pierwsze badania NBP z 2009 roku. Z jednej strony zaczną kurczyć się środki zgromadzone przez przedsiębiorstwa przez okres dobrej koniunktury, z drugiej zaś – coraz trudniej przedsiębiorstwom uzyskać kredyt. Nieco inaczej wygląda sytuacja przedsiębiorstw publicznych, które nie ograniczają inwestycji w tak dużym stopniu jak firmy prywatne. Nadziejemy należy wiązać z inwestycjami samorządowymi, w dużym stopniu refinanceowanymi ze środków UE. W sytuacji światowego kryzysu to one stanowią będą istotną część inwestycji w Polsce. Przykładem podjętej inicjatywy jest rozbudowa sieci szerokopasmowej czy kolejne etapy remontów i budów dróg w Polsce.

ECONOMICAL DETERMINANTS OF HUMAN BEHAVIOUR**Summary**

The article shows main considerations of behaviour of nowadays customers.

The behaviour of households and their members is determined by the buying power, tastes, likes and other main determinants of nowadays customers.

Some of these determinants have no direct influence from producers and distributors, and the others have only indirect influence. It is good when these determinants are well known to marketers.

Translated by Józef Perenc