

MVŠO

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC 

Mikroekonomie

3. Chování spotřebitele

Omar Ameir

Cíle prezentace:

- **popsat rozdíl mezi spotřebitelem a zákazníkem**
- **odlišit ordinalistický a kardinalistický způsob měření užitečnosti**
- **definovat jednotlivé druhy statků**
- **vymezit základní charakteristiky poptávky**

Osnova prezentace

- 1. Teoretické vymezení spotřebitele**
- 2. Měření užitečnosti**
- 3. Typologie statků**
- 4. Charakteristiky poptávky**

1. Teoretické vymezení spotřebitele

Spotřebitel versus zákazník...???

1. Teoretické vymezení spotřebitele

- **Bavíme se o poptávkové straně trhu na trzích finální produkce.**
- **Spotřebitel:**
 - **ústřední postava poptávkové strany trhu;**
 - **přichází s cílem uspokojit své potřeby prostřednictvím nákupu produktů.**
- **Užitek (uspokojení):**
 - **efekt plynoucí ze spotřeby produktu (subjektivní pocit uspokojení plynoucí ze spotřeby produktu);**
 - **ukazuje směr spotřebitelských preferencí;**
 - **racionálně chovající spotřebitel se snaží svůj užitek maximalizovat.**

1. Teoretické vymezení spotřebitele

- **Užitek a užitečnost:**
 - užitek = dopad / užitečnost = vlastnost produktu (jsou spojitě nádoby);
 - užitečnost ovlivňuje rozhodování spotřebitele v tom, jak vynaloží svůj důchod, který je omezen (vždy – i u miliardáře);
 - spotřebitel se rozhoduje, jaký spotřební koš (tzn. kombinaci statků) si zvolí – racionální volba musí splňovat následující pravidlo:
 - úplnosti srovnání;
 - tranzitivity;
 - nepřesycení (raději více než méně);
 - rozmanitosti.

1. Teoretické vymezení spotřebitele

- **Užitek a užitečnost:**
 - spotřebitel (racionální) při rozhodování o nákupu produktu zvažuje dvě základní skutečnosti:
 - užitek plynoucí ze spotřeby produktu;
 - výdaje potřebné na pořízení požadovaného produktu:
 - potřebné výdaje jsou dány jejich tržními cenami;
 - je důležité rozpoznat, které náklady brát v úvahu a které ne;
 - obvykle se spotřebiteli nabízí více příležitostí (více spotřebních košů), mezi kterými se rozhoduje.

1. Teoretické vymezení spotřebitele

- **Užitek a užitečnost:**
 - Z pohledu nákladů na pořízení produktů (spotřebního koše) rozlišujeme dva typy takovýchto výdajů (nákladů) spotřebitele:
 - a) **utopené náklady** - náklady, které nemůže spotřebitel ušetřit, ať už se rozhodne pro kteroukoli alternativu (tři pojetí respektování),
 - b) **náklady příležitosti** - výnosy (užitky), které spotřebitel obětuje, když se rozhodne pro nějakou alternativu místo jiné.

1. Teoretické vymezení spotřebitele

- **Užitek jako subjektivní veličina:**
 - **potřeby každého jedince mají:**
 - **různé směry;**
 - **různou intenzitu (míru uspokojení);**
 - **různou hierarchii (dle naléhavosti);**
 - **důvody: psychologicko-sociologické;**
 - **existuje tedy subjektivní charakter užitku (užitečnosti).**

2. Měření užitečnosti

- Existují dva přístupy měření užitečnosti (a tím užitku), které vycházejí ze dvou pohledů na užitečnost:
 - kardinalistický přístup:
 - užitek a užitečnost měřit lze;
 - ordinalistický přístup:
 - užitek a užitečnost měřit nelze.

2. Měření užitečnosti

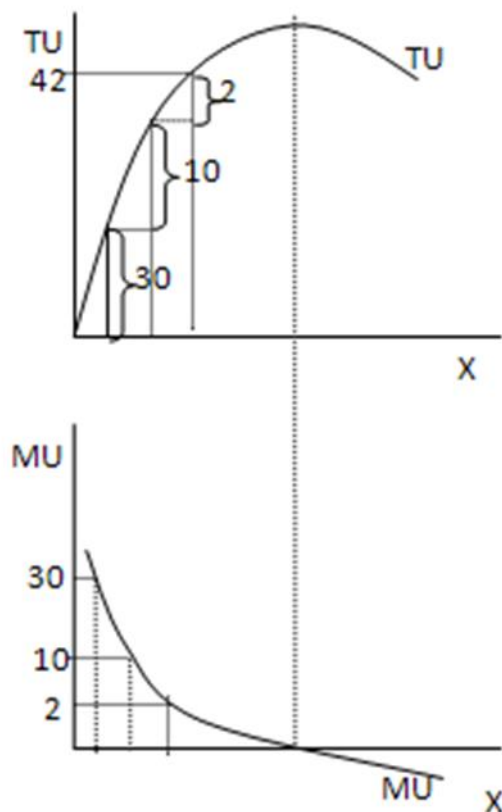
- **Kardinalistický přístup:**
 - kardinální = rozhodující;
 - jednotka měření užitečnosti (užitku) = cena, kterou spotřebitel platí za daný produkt (je tedy velmi nestabilní);
 - celkové výdaje na produkt (celková cena za produkt) = celkový užitek (užitečnost);
 - značíme TU;
 - celkové uspokojení potřeb (součet uspokojení potřeb);
 - s rostoucím množstvím spotřebovaných statků užitečnost roste;
 - po dosažení bodu nasycení může klesat.

2. Měření užitečnosti

- **Kardinalistický přístup:**
 - **přírůstek výdajů za produkt = mezní užitek (užitečnost)**
 - značíme MU;
 - **přírůstková veličina;**
 - **ukazuje změnu (zpravidla zvýšení) celkového užitku (celkové užitečnosti) přidáním jednotky spotřebovávaného statku;**
 - **zákon klesajícího mezního užitku: s růstem objemu spotřebovávaného produktu jeho mezní užitek klesá (celkový užitek narůstá pomalejším tempem).**

2. Měření užitečnosti

- **Kardinalistický přístup:**



- S růstem spotřebovaného množství se užitek spotřebitele zvyšuje stále pomaleji.
- **BOD NASYCENÍ:**
 - $\max TU = MU$ roven 0;
 - pak celkový užitek klesá a mezní je záporný.

2. Měření užitečnosti

- **Kardinalistický přístup:**
 - definuje rovnováhu spotřebitele jako rovnost mezního užitku (MU) a ceny (P);
 - je-li velikost mezního užitku stejný jako je výše ceny, spotřebitel nakupuje optimální množství zboží;
 - MU vyšší než cena = spotřebitel nakupuje málo;
 - MU nižší než cena = spotřebitel zbytečně moc.

2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup:**
 - **užitek a užitečnost měřit nelze;**
 - **spotřebitel není schopen přesně stanovit, jak velký užitek mu spotřeba produktu/spotřebního koše (mixu produktů) přináší;**
 - **dokáže však určit, který produkt (kombinace produktů) je pro něj užitečnější;**
 - **určuje pak pořadí spotřeby jednotlivých produktů (jejich kombinace) podle velikosti užitku.**

2. Měření užitečnosti

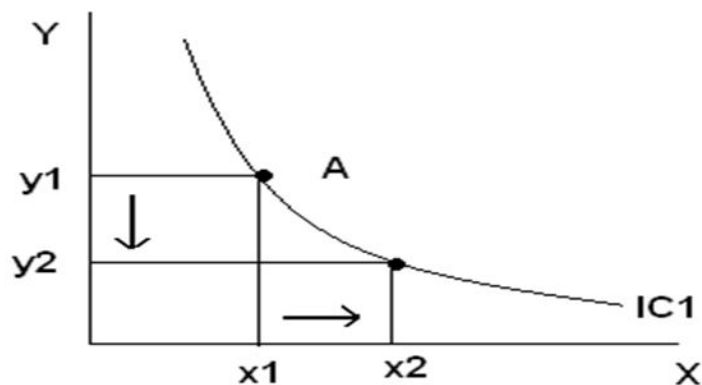
- **Ordinalistický přístup:**
 - základem tohoto měření je indifferenční analýza, neboli teorie chování spotřebitele;
 - jde o princip spotřebitelské substituce – spotřebitel vybírá mezi produkty (vzájemnými substituty) takovou kombinaci, která mu přináší stejné uspokojení
 - graficky tuto analýzu zobrazuje indifferenční křivka (IC);
 - IC znázorňuje všechny spotřební koše (kombinace produktů), které přinášejí stejnou úroveň užitečnosti – spotřebitel je zcela lhostejný (indiferentní) vůči tomu, který z těchto košů bude spotřebovávat.

2. Měření užitečnosti

- Ordinalistický přístup:

Indiferenční křivka

Sklon křivky ukazuje míru nahraditelnosti dvou statků = míru substituce



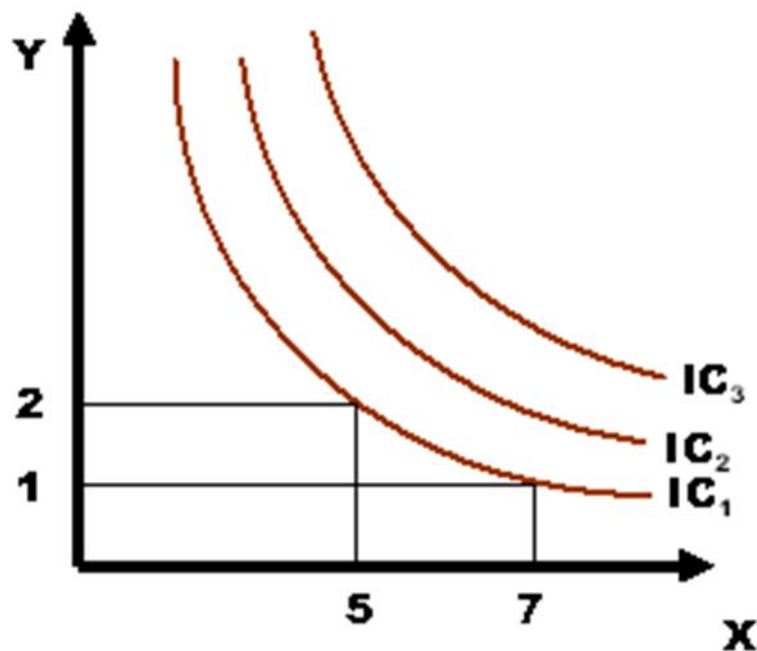
2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup:**
 - poměr, ve kterém se nahrazuje jeden statek (produkt) druhým, je míra spotřebitelské substituce – sklon indifferenční skřivky;
 - pro rozhodování spotřebitele je klíčová mezní míra substituce (MRSc), čili jak se mění tato míra v závislosti vzdálenosti od bodu 0 – sklon plus prohnutí indifferenční křivky;
 - MRSc je poměr, ve kterém spotřebitel nahradí úbytek jednoho statku přírůstkem druhého statku tak, aby se jeho uspokojení (užitek) nezměnilo.

$$\text{MRSc} = \text{MU}_x / \text{MU}_y$$

2. Měření užitečnosti

- Ordinalistický přístup:
 - soubor indifferenčních křivek tvoří indifferenční mapu.



- Každá vyšší křivka zobrazuje vyšší užitečnost spotřebitele.

2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup:**
 - **charakteristika indiferenčních křivek:**
 - **konvexnost k počátku:** mezní míra substituce se zvyšuje tím, jak spotřebitel postupuje po IC směrem nahoru (jak stále více nahrazuje statek x statkem y);
 - **klesající tvar:** snížení spotřeby jednoho statku je kompenzováno zvýšením spotřeby druhého statku;
 - **nemožnost se protnout:** pokud ano, tak je spotřebitel iracionální (nevyzná se ve svých preferencích a všechny kombinace by byly stejně uspokojivé).

2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup – Rovnováha spotřebitele:**
 - po sestavení IC doplníme rozpočtové omezení:
 - velikost důchodu (který je spotřebitel ochoten vynaložit na statky X a Y) – výška rozpočtového omezení;
 - cena statků (jejich poměr) – sklon rozpočtového omezení;
 - potom sestrojíme linii příjmů (maximálně dostupné kombinace rozdělení důchodu spotřebitele na nákup statků X a Y);
 - linie příjmů je úsečka, jejíž sklon je dán poměrem cen statků X a Y neboli mezní mírou substituce ve směně ($P_x/P_y=MRSe$).

2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup – Rovnováha spotřebitele:**
 - **rovnováha (optimum) spotřebitele:**
 - spotřebitel maximalizuje svůj užitek při daném důchodu a cenách statků;
 - spotřebitel tudíž nachází takovou kombinaci statků, která při daném důchodu a cenách uspokojuje jeho potřeby co nejlépe (**MRSc=MRSe**);
 - optimální kombinace nákupu statků X a Y (tzn. vynaložením celého rozpočtu – spotřebitel dosahuje maximálního užitku);
 - kombinace, které leží nad indifferenční křivkou, jsou pro daného spotřebitele nedostupné (nemá na ně dostatečný disponibilní důchod);
 - všechny ostatní kombinace, které se nacházejí pod linií rozpočtu, jsou cenově dostupné, nicméně přinášejí nižší míru užitku.

2. Měření užitečnosti

- **Ordinalistický přístup – Rovnováha spotřebitele:**
 - **rovnováha spotřebitele:**
 - je v reálném životě výjimečnou situací (málokdy dochází ke spotřebě rovnající se ideálnímu dotyku MRS_c a MRS_e) - často dochází z různých důvodů k vychýlení z této rovnováhy;
 - faktory působícími na změnu rovnovážného stavu jsou např.
 - nenalezení optima ze strany spotřebitele (spotřeba statků, které přinášejí menší užitek);
 - změny příjmu domácnosti;
 - změny cen statků X a Y;
 - změna preference spotřebitele.

3. Typologie statků

- **Kardinalistický a ordinalistický přístup je uplatňován pro tzv. normální typ statků.**
- **Normální typ statku (žádoucí statek) je takový, který spotřebitel:**
 - **preferuje (jeho nákupem a spotřebou uspokojuje svou potřebu a zvyšuje svůj užitek);**
 - **při snížení ceny nakoupí více;**
 - **dělení na:**
 - **nezbytné – nákup nezávisle na výši důchodu;**
 - **luxusní – nákup pouze v tedy, pokud má příjem určitou výši.**

3. Typologie statků

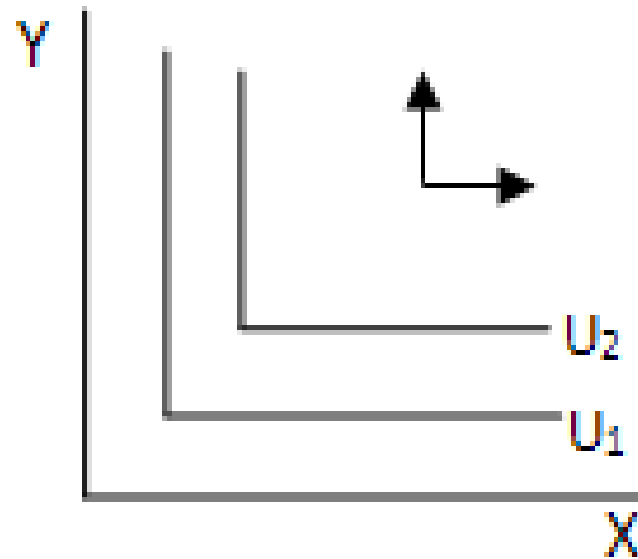
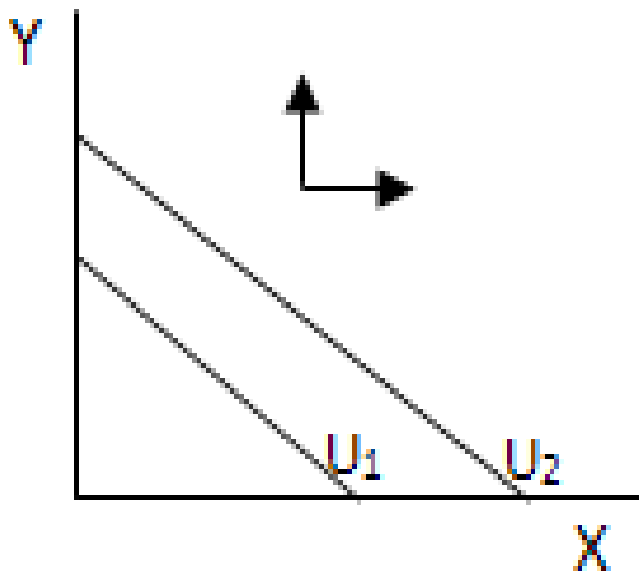
- Další statky (ve vztahu užitek ku množství produktu):
 - nežádoucí:
 - spotřeba snižuje užitek spotřebitele (někdy žádoucí pro spotřebitele s nízkým rozpočtovým omezením);
 - příklad: chemikálie, kolotoče pro spotřebitele se slabým žaludkem, maso pro vegetariána (starý rohlík);
 - lhostejné:
 - spotřeba nemá vliv na velikost spotřebitelova užitku;
 - příklad: sledování fotbalu pro ženu.

3. Typologie statků

- **Další statky (ve vztahu statek ku statku):**
 - **substituty:**
 - statky navzájem dobře nahraditelné (zaměnitelné);
 - spotřebovované zvlášť;
 - růst ceny jednoho zvyšuje poptávku po druhém;
 - např. televizor a rádio (nedokonalé substituty);
 - **komplementy:**
 - vzájemně se doplňující statky;
 - spotřebovované současně (v určitém relativně stabilním poměru);
 - růst ceny jednoho vyvolá pokles poptávky u druhého;
 - např. guláš a knedlík (nedokonalé komplementy mají typický tvar IC).

3. Typologie statků

- dokonalé substituty (rohlík a houska);
- dokonalé komplementy (květina a květináč).

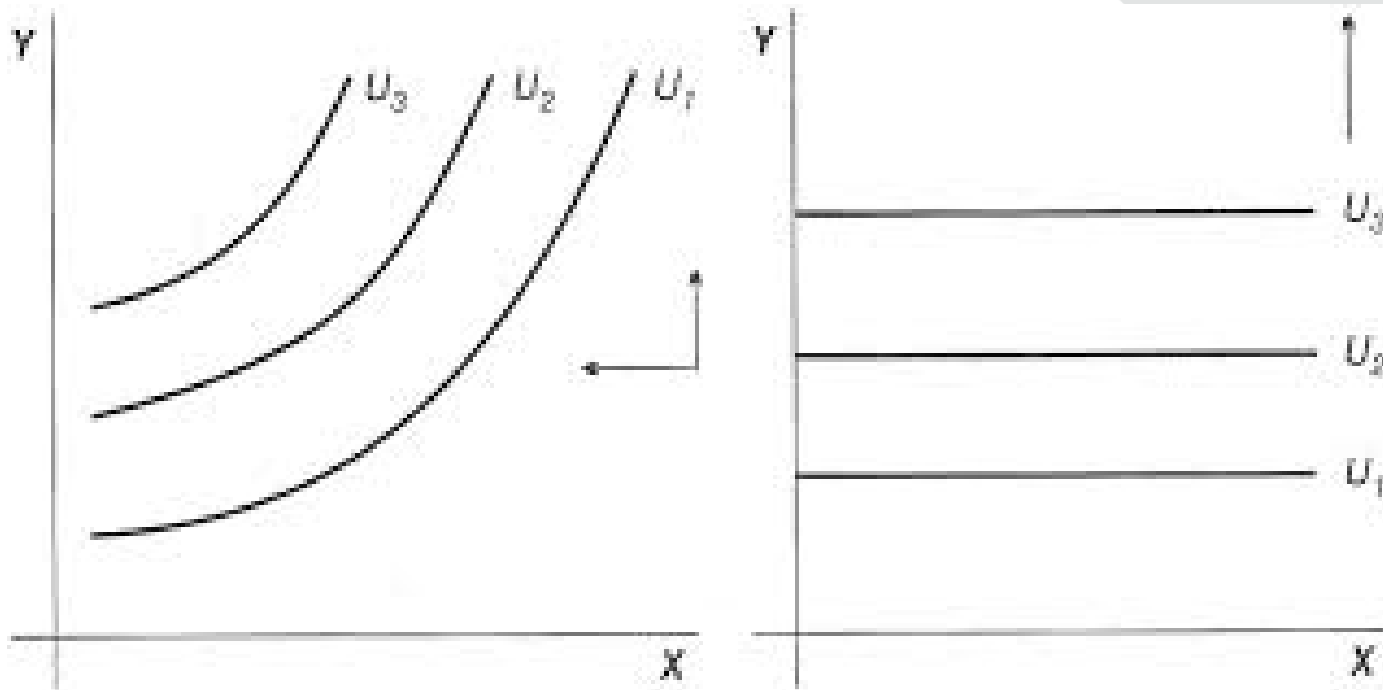


3. Typologie statků

- **Další statky (ve vztahu statek ku statku):**
 - nežádoucí:
 - spotřebitel obětuje množství statku X ne pro zvýšení množství statku Y, ale pro snížení statku Y;
 - nezávislé:
 - spotřeba nezávisí na spotřebě jiného statku
 - změna ceny jednoho zboží nemá vliv na poptávku po jiném zboží;
 - např. rohlík a šampón.

3. Typologie statků

- existují produkty (X) nežádoucí nebo nezávislé.



3. Typologie statků

- **Rohlík a čokoláda ???**
 - určité ne komplement.

- **Hamburger a Cola???**
 - určité ne lhostejnost;
 - těsně u komplementu;
 - typický tvar IC.

4. Charakteristiky poptávky

- **Obecné charakteristiky poptávky známe z minulé přednášky (zákon klesající poptávky, změna poptávaného množství vyvolaná změnou ceny, změna sklonu a pozice poptávky křivky vyvolaná jinými vlivy apod.).**
- **Je třeba doplnit dvě další souvislosti (související s chováním spotřebitele), kterými jsou:**
 - **elasticita (pružnost) poptávky;**
 - **přebytek spotřebitele.**

4. Charakteristiky poptávky

- **Elasticita poptávky:**
 - **základní východisko: zákon klesající poptávky;**
 - **citlivost reakce spotřebitelů (změna poptávaného zboží) na změny:**
 - **cen tohoto druhu zboží – cenová elasticita poptávky;**
 - **nominálního důchodu spotřebitele (příjmu spotřebitele) – důchodová elasticita poptávky;**
 - **cen jiných druhů zboží, které spotřebitel nakupuje – křížová elasticita poptávky.**

4. Charakteristiky poptávky

- **Cenová elasticita poptávky:**
 - poměr procentní změny poptávaného množství statku k procentní změně ceny tohoto statku;
 - k vyjádření slouží koeficient (eDP) – koeficient cenové elasticity poptávky;

$$eDP = \Delta Q / \Delta P$$

- ΔQ : procentní změna poptávaného množství;
- ΔP : procentní změna ceny zboží.

4. Charakteristiky poptávky

- **Cenová elasticita poptávky:**
 - **typy cenové elasticity poptávky:**
 - **nepružná (popř. dokonale nepružná) $eDP > -1$: poptávka je neelastická, změna ceny vyvolá menší procentní změnu poptávaného množství;**
 - **pružná (popř. dokonale pružná), $eDP < -1$: poptávka je elastická, poptávané množství se mění o větší procento než o jaké procento se změnila cena (reakce spotřebitele je větší);**
 - **jednotkově pružná, $eDP = -1$: poptávka jednotkově elastická, tzn. cena i množství se mění ve stejné proporci.**

4. Charakteristiky poptávky

- **Cenová elasticita poptávky:**
 - **citlivost změny poptávaného zboží na změny cen tohoto druhu zboží se liší:**
 - u různých druhů zboží – hlavní řešený problém;
 - u různých spotřebitelů (jiné národy mají jinou citlivost);
 - u různých velikostí příjmů (jinak movití spotřebitelé mají jinou elasticitu – citlivost na změnu cen).

4. Charakteristiky poptávky

- **Cenová elasticita poptávky:**
 - **Giffenův statek (opačná elasticita):**
 - s poklesem ceny statku klesá jeho poptávané množství;
 - **důvod: podřadnost statku;**
 - **různý pro různá rozpočtová omezení (stává-li se méněcenný statek stále levnějším a roste-li spotřebiteli příjem, přestává projevovat zájem o tento statek);**
 - **opačný extrém u některých luxusních statků – růst ceny zvyšuje zájem o statek (naprosto výjimečný jev objevující se pouze u velmi movitých spotřebitelů).**

4. Charakteristiky poptávky

- **Důchodová elasticita poptávky:**
 - závislost změn poptávaného množství zboží na změnách nominálního důchodu spotřebitele (příjmu spotřebitele);
 - k vyjádření slouží koeficient (e_{DI}) – koeficient důchodové elasticity poptávky;

$$e_{DP} = \Delta Q / \Delta I$$

- ΔQ : procentní změna poptávaného množství;
- ΔI : procentní změna příjmu spotřebitele.

4. Charakteristiky poptávky

- **Důchodová elasticita poptávky:**
 - **typy důchodové elasticity poptávky:**
 - **kladná ($eDI > 0$)** – platí pro normální statky včetně luxusních;
 - **záporná ($eDI < 0$)** – v případě statků méněcenných včetně Giffenova statku.

4. Charakteristiky poptávky

- **Křížová elasticita poptávky:**
 - závislost změn poptávaného množství na změnách cen jiných druhů zboží, které spotřebitel nakupuje;
 - k vyjádření slouží koeficient (e_C) – koeficient křížové elasticity poptávky;

$$e_C = \Delta Q / \Delta P_Y$$

- ΔQ : procentní změna poptávaného množství;
- ΔP_Y : procentní změna ceny zboží Y.

4. Charakteristiky poptávky

- **Křížová elasticita poptávky:**
 - **typy křížové elasticity poptávky:**
 - **kladná ($e_C > 0$) – platí pro substituty;**
 - **záporná ($e_C < 0$) – platí pro komplementy.**

4. Charakteristiky poptávky

- **Přebytek spotřebitele:**
 - základní východisko: tržní rovnováha (spotřebitel je ochoten zaplatit nejnižší požadovanou cenu ze strany prodávajícího a nabízející je ochoten prodat za co nejvyšší cenu, kterou je ochoten zaplatit spotřebitel);
 - přebytek spotřebitele ale představuje rozdíl mezi cenou, jakou by byl spotřebitel ochoten maximálně zaplatit (tržní rovnováha) a cenou, kterou na trhu skutečně platí;
 - součet všech přebytků poptávajících spotřebitelů představuje spotřebitelský přebytek dané poptávky.

Děkuji za pozornost