The Wroclaw School of Banking
Research Journal
ISSN 1643-7772 I eISSN 2392-1153
Vol. 15 I No. 3
Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły
Bankowej we Wrocławiu
ISSN 1643-7772 I eISSN 2392-1153
R. 15 I Nr 3

Wyższa Szkoła Bankowa
we Wrocławiu

The Wroclaw School of Banking
RESEARCH
JOURNAL

Altruistyczny i rywalizacyjny styl podejmowania decyzji członków gospodarstw domowych a ich role w procesie zakupu

Autorzy: Dariusz Fatuła, Adam Sagan

Abstrakt

Opracowanie omawia style podejmowania decyzji gospodarstw domowych i role pełnione przez członków gospodarstwa domowego w procesie zakupu. Wyróżniono styl kooperacyjny i rywalizacyjny w zestawieniu z pięcioma rolami w procesie zakupu (inicjator, informator, doradca, decydent i nabywca) i trzema grupami dóbr (codziennego użytku, trwałych, produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych). Zastosowano model ogólny oraz model wielogrupowy uwzględniający pozycję społeczną osoby w gospodarstwie domowym (ojca, matki lub dziecka). Wyniki uzyskane za pomocą modelu wskazują na bardziej aktywną rolę kobiet w procesie zakupu i preferowanie strategii rywalizacyjnej oraz roli inicjatora dla dóbr codziennego użytku. W obszarze dóbr trwałego użytku i oszczędzania/inwestowania wśród pań domu silniej zaznacza się wpływ pełnionych przez nie ról decydentek na strategię altruistyczną w podejmowaniu decyzji.

Słowa kluczowe: gospodarstwo domowe, zachowania rynkowe, oszczędzanie, inwestowanie
JEL: G110

Historia: otrzymano IV kwartał 2014, poprawiono 23.03.2015, zaakceptowano 15.04.2015

Wstęp

Artykuł jest poświęcony ocenie zależności między pełnionymi rolami w procesie zakupu a stylami podejmowania decyzji przez członków gospodarstwa domowego. Wyróżnione zostały dwa podstawowe style podejmowania decyzji przez członków gospodarstwa domowego: 1/ styl kooperacyjny (oparty na współpracy i koncentracji na zaspokojeniu potrzeb wspólnych gospodarstwa domowego i styl 2/ rywalizacyjno-antagonistyczny, związany z istnieniem wewnętrznej rywalizacji o zasoby (oparty na koncentracji na zaspokojeniu indywidualnych potrzeb członków gospodarstwa domowego).
W strukturze ról społecznych w rodzinie role nabywcze (inicjatora, informatora, doradcy, decydenta i nabywcy) odniesiono do podstawowych obszarów podejmowania decyzji (w zakresie konsumpcji, inwestowania i oszczędzania). Analiza zależności dokonana została w obrębie poszczególnych członków gospodarstwa domowego z uwzględnieniem efektów stałych i losowych z wykorzystaniem wielogrupowego, wielopoziomowego modelu strukturalnego.

Uwarunkowania stylów podejmowania decyzji i ról zakupowych członków gospodarstwa domowego

W licznych definicjach gospodarstwa domowego wyróżnić można trzy wspólne elementy: 1) zamieszkiwanie we wspólnym lokalu (mieszkaniu, domu), 2) łączenie dochodów oraz wydatków w celu zaspokajania indywidualnych i wspólnych potrzeb wszystkich członków gospodarstwa domowego, 3) bezpłatna wymiana czynności na rzecz innych domowników.
Wzajemne relacje między członkami gospodarstw domowych można rozpatrywać więc na wielu poziomach. Relacje psychologiczno-socjologiczne niewątpliwie wpływają na relacje ekonomiczne związane z zagospodarowaniem środków. Wpływ ten jest z pewnością obustronny

prof. UEK dr hab. Dariusz Fatuła, prof. UEK dr hab. Adam Sagan
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

– wartość dostępnych środków i sposób ich wykorzystania może wpływać na relacje niezwiązane z kwestiami ekonomicznymi.

Wśród członków gospodarstwa domowego istnieje wiele typów interakcji wzajemnych[1]. Wspomniany w definicjach gospodarstwa domowego wspólny dochód jego członków jest rozdysponowywany wg różnych ścieżek[2]. W ramach każdej ze ścieżek członkowie gospodarstwa domowego mogą kooperować lub rywalizować w celu odnoszenia korzyści z dóbr i usług kupowanych z osiąganych dochodów. Te dwa typy zachowań wynikać mogą zarówno z charakteru osób, jak i doraźnej lub długofalowej tendencji do:

- maksymalizacji korzyści całego gospodarstwa domowego (rozumianej jako utrzymanie spójności zachowań i celów, np. poprzez zakup dóbr i usług służących wszystkim, wspólne posiłki, spędzanie wolnego czasu itp.), nawet kosztem zmniejszenia zadowolenia poszczególnych członków gospodarstwa domowego – zachowania kooperacyjne,
- maksymalizacji korzyści danego lub poszczególnych członków gospodarstwa domowego (np. indywidualistyczne hobby, osobisty sprzęt elektroniczny, specyficzna odzież, którą akceptuje lub z której jest „dumna" tylko jedna osoba w przeciwieństwie do pozostałych itp.) – zachowania rywalizacyjno-antagonistyczne.

W modelu zachowań kooperacyjnych alokacja zasobów w ramach gospodarstwa domowego rozpatrywana jest najczęściej w kontekście efektywności Pareto, a w modelu zachowań rywalizacyjnych w kontekście osiągnięcia równowagi Nasha, opisanej w teorii gier. Należy zwrócić uwagę, że równowaga Nasha może, ale nie musi być efektywna w sensie Pareto. Wśród członków gospodarstw domowych nie wszyscy muszą kierować się kooperacją lub rywalizacją w dostępie do zasobów i osiąganiu celów. Często jedna lub dwie osoby postępują jak altruistyczne „patriarchalne" jednostki, a reszta jak samolubne, „egoistyczne dzieci" (Donni, Chiappori 2011, s. 2).

Równowagę Nasha w odniesieniu do podejmowania decyzji zakupowych opisać można w sposób mniej formalny jako stan, w którym nikomu nie opłaca się jednostronnie zmieniać swojej strategii decyzyjnej, gdyż prowadziłoby to uzyskania mniejszej korzyści (rozumianej jako użyteczności – zadowolenia z korzystania z dóbr, które dzięki danej strategii decyzyjnej zostaną zakupione w gospodarstwie domowym na potrzeby wspólne i indywidualne).

Optimum Pareto osiągnięte byłoby wówczas, gdyby nie dało się już zwiększyć użyteczności (rozumianej jako zadowolenia-korzyści z zakupionych produktów czy usług) poszczególnych osób i całego gospodarstwa domowego bez zmniejszenia zadowolenia innych. Zarówno równowaga Nasha, jak i optimum Pareto są intuicyjnie uświadamiane przez ludzi, choć nie rozumiane w sposób formalny. Badania w dziedzinie biologii i socjobiologii wskazują, że nawet zwierzęta w swych zachowaniach rywalizujących i kooperacyjnych dążą do specyficznie rozumianej równowagi Nasha lub optimum Pareto (Krzanowska i in. 2002). Odwołanie do tych nieuświadamianych kategorii w zachowaniach ludzi łatwiej osiągnąć poprzez badanie postaw w odniesieniu do celów indywidualistycznych i wspólnych jakie można realizować za pomocą różnych dóbr.

Badanie takich postaw jest jednak częściowo utrudnione wobec częstego niezdawania sobie sprawy z roli pełnionej w rodzinie[3]. Pytania ankietowe mogą skłaniać do uświadomienia sobie, a następnie zdeklarowania poszczególnych ról granych w procesie zakupu. W literaturze przedmiotu (Rudnicki 2000) napotkać można kilka klasyfikacji dot. wspominanych ról, łatwo zrozumiałych dla przeciętnego respondenta. Wyróżnić można następujące role:

- inicjator,
- informator,
- konsultant, doradca,
- decydent,
- nabywca,
- użytkownik,
- opiniotwórca,
- „likwidator" pozostałości poproduktowych.

W przeprowadzonych badaniach wzięto pod uwagę tylko pięć pierwszych ról pełnionych

[1] O preferencjach w ramach gospodarstwa domowego pisze m.in. J.K. Galbraith (1979, s. 80-85), G.S. Becker (1990, s. 31): gdzie twierdzi, że zawarcie małżeństwa może wynikać z wyższej użyteczności niż korzyści pozostawania w stanie wolnym lub kosztów dalszego rozglądania się za odpowiedniejszym partnerem. W innym artykule rozważa kwestie przewagi komparatywnej, która może wynikać z podziału pracy rynkowej i nierynkowej (utrzymanie domu) wśród małżonków lub wspólnie mieszkających, a „specjalizujących się" w danej aktywności: (Becker, 1973, 81:4, s. 813-846).

[2] Opis i analiza wyboru takich ścieżek przedstawiona została w artykule autorów (Fatuła, Sagan 2014).

[3] Interesujące badania w tym zakresie z różnych części świata, dotyczące zachowań kooperacyjnych i rywalizacyjnych członków gospodarstw domowych z uwzględnieniem skal ekwiwalentności, można znaleźć w: (Dagum, Ferrari, ed. 2004).

w procesie zakupu: od inicjatora do nabywcy. Role te są decydujące w procesie jednorazowego zakupu. Pozostałe role, choć istotne, występują już po procesie zakupu i mogą wpływać na ponowny zakup, co musiałoby być przedmiotem osobnej poszerzonej analizy. Style podejmowania decyzji i role w procesie zakupu odniesiono do trzech obszarów: 1) dóbr codziennego użytku, 2) dóbr trwałego użytku, 3) decyzji w zakresie oszczędzania i inwestowania (produkty finansowe). Przywoływanie konkretnych dóbr nadmiernie rozbudowywałoby ankietę i komplikowało analizowanie relacji.

Inicjator „odkrywa" produkt, przekonuje, że może być przydatny i zaspokoi konkretną potrzebę. Nie wskazuje jednak na konkretną markę, model, ilość lub miejsce zakupu. Informator poszukuje (lub korzysta z doświadczenia) danych o dostępnych markach, modelach, cenach, miejscach potencjalnego zakupu. Konsultant – doradca wskazuje, które cechy produktu i miejsca zakupu byłyby najodpowiedniejsze dla gospodarstwa domowego. Decydent na tej podstawie i po uwzględnieniu możliwości finansowych może podjąć decyzję o zakupie, przesunąć zakup w czasie lub całkowicie odmówić zakupu. Nabywca dokonuje zakupu, udając się do punktu sprzedaży, siadając przed komputerem, zamawiając telefonicznie lub w inny jeszcze sposób. Użytkownik, jak sama nazwa wskazuje, jest głównym użytkownikiem produktu, choć z produktu korzystać mogą doraźnie także inni członkowie gospodarstwa domowego. Opiniotwórca to najczęściej także użytkownik, choć opinie przekazywać mogą także inne osoby obserwujące działanie produktu lub rozmawiające na ten temat z użytkownikiem. Współcześnie opinie o produktach najczęściej wpisywane są na portalach specjalistycznych i forach internetowych, choć tradycyjna ustna forma także pozostaje ważnym elementem przekazu tego typu informacji. W przypadku forów internetowych pod rzeczywistych i niezależnych użytkowników mogą się podszywać marketingowcy, sprzedawcy lub inne osoby czerpiące materialne korzyści ze sprzedaży produktu. Z drugiej strony negatywne opinie mogą być tworzone przez przedstawicieli konkurencji, której zależy na pogorszeniu wizerunku danej marki lub konkretnego produktu. „Likwidator" pozostałości poproduktowych to ktoś, kto, mówiąc kolokwialnie, wyrzuca śmieci zawierające opakowania, resztki produktu czy zużyty produkt. Osoba pełniąca taką funkcję może mieć znaczący wpływ na ponowne decyzje o zakupie produktu, ze względu np. na stosunek do ekologii, konieczności segregowania śmieci, przestrzegania terminu ich odbioru.

Generalnie przewaga stylu kooperacyjnego w zachowaniach zakupowych członków gospodarstw domowych powinna prowadzić do większych oszczędności. Dobra i usługi służące całemu gospodarstwu domowemu są zazwyczaj dobrami trwałego użytku lub droższymi usługami i wymagają gromadzenia środków z wielu okresów. Styl ten może być preferowany zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn (decyduje o tym często charakter osoby). Może być związany z większą kontrolą wydatków i konsensusem co do celów oszczędzania.

Przewaga stylu rywalizacyjno-antagonistycznego w zachowaniach zakupowych prowadzi zazwyczaj do mniejszych oszczędności, gdyż członkowie gospodarstwa domowego starają się doprowadzić do takiego podziału środków z dochodu, aby uzyskać jak najwięcej dla zaspokojenia własnych potrzeb i realizacji partykularnych celów. Związane to jest w większej mierze z dobrami, które mogą być zakupione z bieżącego dochodu, bez konieczności oszczędzania. Styl ten, podobnie jak kooperacyjny, może być preferowany zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn, a indywidualistyczny charakter może temu sprzyjać. Wydaje się, że dzieci, szczególnie młodsze, których perspektywa czasowa nie sięga dłuższych okresów, a umiejętności samoograniczania się i planowania nie zostały jeszcze wykształcone, także preferują ten styl w zachowaniach zakupowych.

Perspektywa zmniejszenia dochodów, nadchodzącego kryzysu, kłopotów zdrowotnych czy innych niekorzystnych wydarzeń wpływających na członków gospodarstwa domowego powinna skutkować zwiększeniem udziału stylu kooperacyjnego w zachowaniach zakupowych w stosunku do stylu rywalizacyjno-antagonistycznego. „Według J. Grahama (2010, s. 204-205), postawy konsumenckie gospodarstw domowych w dobie kryzysu zmieniają się z egocentrycznych na bardziej nastawione na rodzinę lub społeczność lokalną, ponieważ wzrasta udział decyzji podejmowanych wspólnie przez wszystkich członków gospodarstwa"[4].

Poprawa sytuacji ekonomicznej, perspektywa wzrostu dochodów, brak kłopotów zdrowotnych, mogą z kolei wzmagać zachowania rywalizacyjno-antagonistyczne, szczególnie w sytuacji, kiedy wywierana jest presja otoczenia na członków gospodarstwa domowego. Może dotyczyć to kwestii rywalizacji o środki na zakup modnej odzieży, elektroniki osobistej, spędzania wolnego czasu w lokalnej społeczności itp.

[4] Cytat ze wstępu T. Zaleg (2013).

Tabela 1. Absolutne i przyrostowe wskaźniki dopasowania modeli

Model	Statystyka χ^5	Stopnie swobody	Poziom p
Jednorodny	19,43	14	0,149
Metryczny	23,04	20	0,287
Skalarny	158,05	28	0,000
Metryczny vs jednorodny	3,61	6	0,729
Skalarny vs jednorodny	138,619	14	0,000
Skalarny vs metryczny	135,009	8	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie programu Mplus 6.1.

Style podejmowania decyzji wydają się być bardziej trwałą cechą członków gospodarstwa domowego – w szczególności decydentów zakupowych. Role zakupowe natomiast mogą różnić się dla poszczególnych typów dóbr. Zbadanie zależności pomiędzy stylami podejmowania decyzji a rolami zakupowymi jest słabo rozpoznane w literaturze dotyczącej zachowań ekonomicznych gospodarstw domowych. Zastosowany poniżej model próbuje uchwycić zależności pomiędzy stylami podejmowania decyzji a rolami granymi w procesie zakupu dla wymienionych wcześniej trzech grup dóbr.

Analiza stabilności i rzetelności skali stylu podejmowania decyzji w rodzinie

W celu oceny stylu podejmowania decyzji została zbudowana skala składająca się ze wskaźników altruistycznego i rywalizacyjno-negocjacyjnego sposobu podejmowania decyzji w rodzinie[5]. Ogólnopolskie badania empiryczne obejmowały 1440 członków 440 gospodarstw domowych. Ponieważ model dotyczył analizy stylu podejmowania decyzji wśród członków gospodarstwa domowego, dokonana została ocena stabilności (inwariancji pomiaru) przekroju członków gospodarstwa domowego. Zbudowane zostały trzy modele: 1/ jednorodny, zakładający, że ładunki czynnikowe i wyrazy wolne modelu konfirmacyjnej analizy czynnikowej są swobodnie estymowane dla każdej z grup; 2/ inwariancji metrycznej, przyjmujący, że grupy cechują się jednakowymi ładunkami czynnikowymi; oraz c/ inwariancji skalarnej, w której istnieją jednakowe ładunki i wyrazy wolne w przekroju grup. Porównywanie wyników pomiaru stylu podejmowania decyzji jest w pełni możliwe, jeżeli trafny jest model z inwariancją metryczną lub skalarną. Tabela 1 przedstawia dopasowanie absolutne i przyrostowe porównywanych modeli.

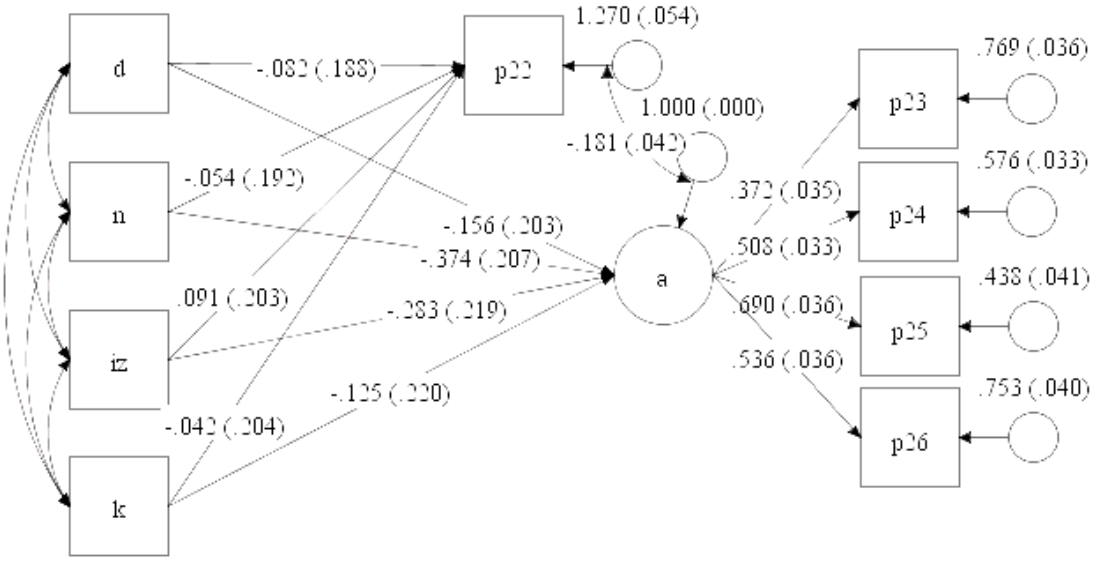
Ze wskaźników dopasowania wynika, że zarówno model jednorodny, jak i metryczny są dobrze dopasowane do danych. Wartości dopasowania przyrostowego (różnice w statystykach χ^2) wskazują, że prostszy model z inwariancją metryczną jest równie dobrze dopasowany jak model jednorodny, co pozwala na ocenę porównawczą modeli w przekroju grup (ładunki czynnikowe są nieistotnie różne w grupach).

Dopasowanie modelu z inwariancją metryczną jest poprawne. Statystyka χ^2 wynosi 23,04 przy 20 stopniach swobody i poziomie p = 0,287. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,03, a przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,97. Ocena rzetelności skali altruistycznego stylu podejmowania decyzji dokonana została na podstawie konfirmacyjnej analizy czynnikowej. Współczynnik Omega McDonalda i wskaźnik H Bentlera wskazują na graniczny poziom rzetelności skali i wynoszą odpowiednio 0,63 i 0,67.

Zbudowany model pomiarowy stał się podstawą oszacowania wpływu preferowanej roli zakupowej (decydenta, nabywcy, informatora, inicjatora zakupu i konsultanta) na styl podejmowania decyzji wśród poszczególnych członków gospodarstwa domowego. Analiza została przeprowadzona w obszarach: a/ dóbr codziennego zakupu, b/ trwałego użytku i c/ oszczędzania i inwestowania.

[5] Pozycje skali: P22 – zawsze dążę do wydzielenia osobnych środków z dochodów wspólnych rodziny na zaspokojenie moich indywidualnych potrzeb; P23 – uważam, że rodzina powinna ograniczać wydatki na indywidualne potrzeby poszczególnych osób na rzecz zaspokojenia wspólnych potrzeb (zakupu dóbr i usług użytkowanych wspólnie); P24 – dobro wspólne całej rodziny jest ważniejsze niż zaspakajanie zachcianek i przyjemności każdego członka rodziny z osobna; P25 – lepiej realizować się dzięki dobrom i usługom służącym całemu gospodarstwu domowemu niż indywidualnym zachciankom (np. hobby, gadżety) każdego członka z osobna; P26 – radość życia czerpię w większym stopniu z dóbr i usług, które służą wszystkim członkom rodziny, niż tych kupowanych na moje osobiste potrzeby.

Rys. 1. Model zależności między rolami zakupowymi a stylem podejmowania decyzji



Legenda:
d – decydent
n – nabywca
iz – inicjator zakupów
k – konsultant – doradca
p22 – wskaźnik stylu rywalizacyjno-negocjacyjnego
a – skala stylu altruistycznegoa
p23-p26 – wskaźniki stylu altruistycznego

Źródło: opracowanie własne na podstawie programu Mplus 6.1.

Style podejmowania decyzji a role zakupowe w obszarze dóbr codziennego użytku

W celu oceny zależności między rolami zakupowymi a stylem podejmowania decyzji zastosowano model strukturalny z niezależnymi zmiennymi sztucznymi reprezentującymi kategorie ról zakupowych. Jako kategoria referencyjna wybrana została rola informatora (wybór kategorii referencyjnej jest arbitralny). Zbudowane zostały 2 modele: model ogólny oraz model wielogrupowy uwzględniający pozycję społeczną osoby w gospodarstwie domowym (ojca, matki lub dziecka).

Model ogólny jest akceptowalny. Statystyka χ^2 wynosi 67,86 dla 17 stopni swobody i poziomu p = 0,000. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,05, przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,91. Graficzna postać modelu jest przedstawiona na rysunku 1.

Z modelu wynika, że role społeczne w rodzinie nie wyjaśniają w sposób istotny altruistycznego stylu podejmowania decyzji (a), jak i nie wpływają na skalę stylu rywalizacyjno-negocjacyjnego (p22) w obszarze dóbr codziennego zakupu.

W celu oceny efektu moderacyjnego, w którym zależność między rolami w rodzinie a stylem podejmowania decyzji jest moderowana przez pozycję społeczną członka rodziny (ojca, matki i dziecka), została przeprowadzona analiza wielogrupowa. Tabela 2 przedstawia parametry modelu w przekrojach międzygrupowych.

Model wielogrupowy jest dobrze dopasowany. Statystyka χ^2 wynosi 106,26 dla 73 stopni swobody i poziomu p = 0,007. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,03, przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,94.

Parametry modelu wskazują, że wśród ojców wszystkie role zakupowe (w stosunku do roli informatora) mają istotnie negatywny wpływ na podejmowanie stylu altruistycznego w procesie decyzyjnym w obszarze dóbr codziennego zakupu. Rola matki kształtuje silniejszą zależność między funkcją inicjatora zakupu a stylem rywalizacyjno-negocjacyjnym w obszarze tych dóbr. Wśród dzieci nie występują istotne zależności

Tabela 2. Parametry modelu w obszarze dóbr codziennego zakupu

Wartości parametrów regresji oznaczone jako (*) są istotne statystycznie na poziomie 0,05)				
Zmienne:	**Niezależne**			
Zależne	D	N	IZ	K
Ojciec				
A	-1,31*	-1,55*	-1,57*	-1,33*
P22	-0,58	-0,50	-0,57	0,48
Matka				
A	-0,02	-0,35	0,04	0,27
P22	0,28	0,11	0,52*	0,25
Dziecko				
A	-0,18	-0,19	-0,22	-0,33
P22	-0,28	-0,10	-0,18	-0,24

Źródło: opracowanie własne na podstawie programu Mplus 6.1.

między rolą zakupową a wyborem strategii podejmowania decyzji.

Style podejmowania decyzji a role zakupowe w rodzinie w obszarze dóbr trwałych

Model ogólny jest akceptowalny. Statystyka χ^2 wynosi 61,16 dla 17 stopni swobody i poziomu p = 0,000. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,06, przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,90.
Podobnie jak w przypadku dóbr codziennego zakupu wszystkie parametry określające zależność między stylem podejmowania decyzji a rolą zakupową są nieistotne statystycznie.
Tabela 3 przedstawia parametry modelu w przekrojach międzygrupowych. Model wielogrupowy jest nieco słabiej dopasowany. Statystyka χ^2 wynosi 135,09 dla 73 stopni swobody i poziomu p = 0,000. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,06, przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,87.
Parametry modelu wskazują, że wśród ojców wszystkie role zakupowe (w stosunku do roli informatora) mają nieistotny wpływ na podejmowanie stylu altruistycznego w procesie decyzyjnym w obszarze dóbr trwałych. Wśród matek występuje istotny dodatni wpływ roli decydenta (w porównaniu do informatora) na przyjmowanie stylu altruistycznego. Wśród dzieci nie występują istotne zależności między rolami zakupowymi a wyborem strategii podejmowania decyzji.

Style podejmowania decyzji a role zakupowe w rodzinie w obszarze oszczędzania i inwestowania

W obszarze oszczędzania i inwestowania model ogólny jest akceptowalny. Statystyka χ^2 wynosi 51,38 dla 17 stopni swobody i poziomu p = 0,000. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,05, przyrostowy

Tabela 3. Parametry modelu w obszarze dóbr trwałych

Wartości parametrów regresji (* oznaczają istotne statystycznie na poziomie 0,05)				
Zmienne:	**Niezależne**			
Zależne	D	N	IZ	K
Ojciec				
A	-0,11	-0,50	0,06	-0,14
P22	-0,24	-0,32	0,07	-0,29
Matka				
A	0,45*	-0,39	0,36	0,33
P22	-0,28	-0,07	-0,34	-0,17
Dziecko				
A	0,27	0,55	0,01	0,32
P22	0,31	0,22	0,10	0,19

Źródło: opracowanie własne na podstawie programu Mplus 6.1.

Tabela 4. Parametry modelu w obszarze oszczędzania i inwestowania

Wartości parametrów regresji (* oznaczają istotne statystycznie na poziomie 0,05)				
Zmienne:	**Niezależne**			
Zależne	D	N	IZ	K
Ogólny				
A	0,09	-0,52*	0,20	-0,21*
P22	-0,18	-0,09	-0,07	0,02
Ojciec				
A	-0,27	-0,52	0,74*	-0,39
P22	-0,19	-0,49	-0,01	-0,12
Matka				
A	0,45*	-0,46	0,41	-0,17
P22	-0,33	0,03	-0,13	0,18
Dziecko				
A	0,03	-0,75	-0,01	0,04
P22	0,36	0,18	-0,06	0,03

Źródło: opracowanie własne na podstawie programu Mplus 6.1.

wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,93.

W przypadku inwestowania i oszczędzania występują już istotne parametry na poziomie ogólnego modelu. Tabela 4 przedstawia parametry modelu ogólnego oraz w przekrojach międzygrupowych. Model wielogrupowy jest dobrze dopasowany. Statystyka χ^2 wynosi 99,93 dla 73 stopni swobody i poziomu p = 0,019. Wskaźnik średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA) wynosi 0,04, przyrostowy wskaźnik porównawczy dopasowania (CFI) równa się 0,94. Tabela 4 przedstawia strukturę parametrów modeli.

Parametry modelu wskazują, że rola nabywcy i konsultanta decyzji o inwestowaniu i oszczędzaniu ujemnie wpływa na strategię altruistyczną, niezależnie od zajmowanej pozycji społecznej w rodzinie (matki, ojca lub dziecka). Wśród ojców dodatnia zależność występuje między inicjatorem zakupu (w odniesieniu do informatora) a strategią altruistyczną. Wśród matek występuje istotny dodatni wpływ roli decydenta (w porównaniu do informatora) na styl altruistyczny w podejmowaniu decyzji.

Podsumowanie

Analiza zależności między rolami zakupowymi a stylem podejmowania decyzji wśród członków gospodarstwa domowego wskazuje na silny, moderujący wpływ pozycji społecznej danego członka w rodzinie (ojca, matki lub dziecka). Jedynie w obszarze oszczędzania i inwestowania zaobserwowano cząstkowe, bezpośrednie zależności między charakterem pełnionej roli a stylem podejmowania decyzji (niezależnie od ról rodzinnych). Być może w dziedzinie oszczędzania i inwestowania członkowie gospodarstwa domowego zauważają możliwość konkurowania między sobą o wybór celu oszczędzania na dobra służące tylko jednej osobie (np. hobby). Równocześnie kooperują, jeśli dostrzegają większe korzyści z gromadzenia środków na cele wspólne (np. artykuły agd.). W przypadku dóbr codziennego użytku rywalizacja lub kooperacja traci sens ze względu na brak czasu na przemyślane zakupy, brak sprecyzowanych preferencji lub niedostrzeganie znaczącej różnicy korzyści między kooperacją a rywalizacją.

W obszarze dóbr konsumpcyjnych zależności te są moderowane przez pozycję członka gospodarstwa domowego. Generalnie ojcowie nie podejmują altruistycznych strategii decyzyjnych, niezależnie od pełnionych ról zakupowych (nie mają również skłonności do podejmowania strategii rywalizacyjnych w tym obszarze). Przejawy rywalizacyjno-negocjacyjnej strategii występują wśród matek preferujących rolę inicjatora zakupów. Świadczyć to może o wycofywaniu się mężczyzn z procesu podejmowania decyzji zakupowych. Kobiety zaś, świadome swojej aktywnej roli w procesach zakupowych, próbują uzasadnić lub wymusić swoje zdanie przede wszystkim na etapie zainicjowania zakupu. W kolejnych etapach i tak wykonują proces zakupowy, nie muszą więc rywalizować o to z innymi członkami gospodarstwa domowego.

Również w obszarze dóbr trwałego użytku i oszczędzania/inwestowania wśród pań domu silniej zaznacza się wpływ pełnionych przez nie ról decydentek na strategię altruistyczną w podejmowaniu decyzji. Strategia ta sprzyja zakupom dóbr służących całemu gospodarstwu

domowemu (art. agd., usługi sprzyjające wspólnemu spędzaniu wolnego czasu), więc kobiety z racji pełnionych ról społecznych częściej je używają, co postrzegają jako wzmacnianie wewnętrznych więzi w ramach rodziny. Angażowanie się w decyzje o ich zakupie może dawać w takiej sytuacji zadowolenie rozumiane jako rodzaj dodatkowej użyteczności towarzyszącej produktom i usługom.
Style podejmowania decyzji (i ich zależność od pełnionych ról zakupowych) są tym samym silniej związane z rolą matki/żony w gospodarstwie domowym niż ojca/męża lub dziecka. Wyniki tych badań potwierdzają, że kobiety są bardziej aktywne w procesie zakupu, a mężczyźni i dzieci przyjmują rolę biernych uczestników tego procesu. Być może uchwycenie aktywniejszych ról mężczyzn i dzieci w procesie zakupu wymagałoby sprecyzowania pytań do konkretnych i specyficznych dóbr, które służą zaspokajaniu indywidualistycznych potrzeb członków gospodarstwa domowego.

Bibliografia

Becker G.S. (1973), *A Theory of Marriage: Part I*, „Journal of Political Economy" 81: 4.

Becker G.S. (1990), *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, Warszawa, PWN.

Dagum C., Ferrari G. (eds) (2004), *Household Behaviour, Equivalence Scales, Welfare and Powerty*, Heilderberg, New York, A Springer-Verlag Company.

Donni O., Chiappori A. (2011), *Nonunitary Models of Household Behavior: A Survey of the Literature*, in: *Household Economic Behaviors*, ed. J.A. Molina, London, Springer.

Fatuła D., Sagan A. (2014), *Strategie alokacji zasobów polskich gospodarstw domowych – analiza empiryczna*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu" nr 42.

Galbraith J.K. (1979), *Ekonomia a cele społeczne*, Warszawa, PWN.

Graham J. (2010), *Critical Thinking in Consumer Behavior: Cases and Experiential Exercises*, New Jersey, Prentice Hall.

Krzanowska H. i in. (2002), *Zarys mechanizmów ewolucji*, Warszawa, PWN.

Rudnicki L. (2000), *Zachowanie konsumentów na rynku*, Warszawa, PWE.

Zalega T. (red.) (2013), *Wpływ kryzysu na konsumpcję i zachowania konsumpcyjne gospodarstw domowych*, „Problemy Zarządzania" nr 1 (40).

Altruism and rivalization as decision-making styles of households and their role In the purchasing process

Abstract
The paper discusses decision-making styles and buying roles played by family members in the purchasing process. Two basic decision-making styles have been distinguished: 1/ altruistic--cooperative and competitive and five buying roles in the buying process (an initiator, an informant, an advisor, a decision-maker and a buyer). The analysis of decision-making styles with respect to buying roles includes three groups of goods (convenience goods, durables and savings/investment instruments). General and multi-group structural equation models have been used to test the moderation effect of the product class on the relationship between decision-making style and buying roles. The results suggest a more active role of women in the process of purchasing and a relatively stronger influence of competitive decision-making style and the role of initiator when it comes to convenience goods. As far as durables and saving/investment are concerned, the role of decision-maker among females has a stronger relation with respect to the altruistic style of decision making.

Keywords: household, consumer behaviour, saving, investing
JEL: G110