



**Maria Balcerowicz-Szkutnik**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Ekonomii  
Katedra Analiz i Prognozowania Rynku Pracy  
maria.balcerowicz-szkutnik@ue.katowice.pl

## ZMIANY MODELU KONSUMPCJI JAKO EFEKT PROCESÓW GLOBALIZACYJNYCH – PRÓBA OCENY ISTNIEJĄCYCH ZWIĄZKÓW

**Streszczenie:** Proces globalizacji, którego konsekwencją są rozszerzające się zmiany o charakterze gospodarczym, społecznym i politycznym, wpłynął również na zachowania konsumentów i postawę konsumentów w odniesieniu do rynku pracy. Celem artykułu jest wskazanie, czy procesy globalizacyjne mogą wpływać na występowanie nowych trendów w konsumpcji na polskim rynku, a ponadto istotne będzie podjęcie próby oceny siły tego wpływu. Analizy szczegółowe opierają się na danych zgromadzonej w bazach GUS i Eurostat, a wykorzystane metody badawcze to metody statystyczne i ekonometryczne pozwalające na syntetyczny opis badanych zjawisk. W podsumowaniu zwrócono uwagę na nowe trendy widoczne w zachowaniach konsumentów, mianowicie na hedonizm konsumpcyjny, ekologizację konsumpcji i dekonsumpcję.

**Słowa kluczowe:** model konsumpcji, globalizacja, rynek pracy.

**JEL Classification:** J21, H31, J42.

### Wprowadzenie

Istotny wpływ na wzrost liczebności konsumentów wytwarzanych dóbr miał dynamiczny rozwój społeczno-gospodarczy widoczny na przełomie XX i XXI wieku obejmujący praktycznie wszystkie regiony świata, włączając Chiny, Indie i kraje Europy Środkowo-Wschodniej. Nastąpiły również w znacznym stopniu zwiększenie i poszerzenie populacji społeczeństwa konsumpcyjnego. Wiadomo, że popyt konsumpcyjny dynamizuje rozwój produkcji, a zmiany na rynku dóbr konsumpcyjnych wpływają na szereg zjawisk o charakterze społecznym, gospodarczym i kulturowym zarówno o znaczeniu pozytywnym, jak i negatywnym. Konsumpcja pozwalająca na zaspokojenie potrzeb jednostek może

stać się celem życia i czynnikiem stymulującym ich działanie, zaś swoboda wyboru nabywanych produktów daje możliwość ujawnienia preferencji konsumpcyjnych. Jednocześnie w coraz większym stopniu struktura konsumpcji określa miejsce jednostki w społeczeństwie i prowadzi do wyrażania siebie poprzez rosnące aspiracje konsumpcyjne. Jest to przejaw konsumpcjonizmu i dotyczy przede wszystkim krajów bogatych, ale w coraz szerszym stopniu obejmuje społeczeństwa krajów o niższych dochodach i niższym standardzie życia.

Celem artykułu jest próba oceny związku rozszerzającego się procesu globalizacji ze zmianą wymagań konsumentów wynikających z możliwości korzystania z innych, bardziej dogodnych i korzystnych form zakupów, wzrostu poziomu dochodów rozporządzalnych i pojawieniem się nowych trendów w ich oczekiwaniach. Za konsekwencje procesu globalizacji należy uznać również zmiany widoczne na rynku pracy przejawiające się w nowej postaci struktury zatrudnienia, w rozszerzaniu się zakresu serwicyzacji i zmianie zachowań konsumenckich [Balcerowicz-Szkutnik, 2015]. Podjęta będzie zatem w oparciu o dostępne dane analiza dynamiki zarówno struktury zatrudnienia, jak i przeciętnego miesięcznego dochodu rozporządzalnego na 1 osobę z uwzględnieniem typów gospodarstw domowych i dynamiki spożycia indywidualnego. Jednocześnie zaznaczony będzie, widoczny już w coraz szerszej skali, hedonizm konsumpcyjny przejawiający się w znajdowaniu przyjemności i czerpaniu radości z posiadania określonych dóbr (zazwyczaj dóbr luksusowych) nie zawsze potrzebnych czy użytecznych. Przeciwwagą dla hedonizmu konsumpcyjnego jest ekologizacja konsumpcji jako przejaw wzrastającej świadomości ekologicznej społeczeństwa wobec zagrożeń stanu środowiska naturalnego, na co także zostanie w artykule zwrócona uwaga.

## **1. Przejawy zmian w modelu konsumpcji**

Okres formowania się i rozwoju gospodarki wolnorynkowej w przypadku Polski wpłynął w zdecydowany sposób na strukturę konsumpcji wynikającą w znacznej mierze ze wzrostu dochodów osobistych indywidualnych konsumentów i gospodarstw domowych. Było to konsekwencją ogólnego wzrostu stopy życiowej społeczeństwa, rozwoju produkcji i dystrybucji dóbr i usług oraz wynikało z ogólnych zmian uwarunkowań ekonomicznych rozwoju gospodarki. Akcesja Polski do struktur unijnych w zdecydowany sposób przyspieszyła zmniejszenie różnicy w poziomie życia pomiędzy naszym krajem a wyżej rozwiniętymi członkami Unii Europejskiej. Dynamikę zmian podstawowych wielkości charakteryzujących sytu-

ację społeczno-ekonomiczną Polski, a jednocześnie mających wpływ na poziom konsumpcji w grupie konsumentów indywidualnych i gospodarstw domowych, w ostatniej dekadzie charakteryzuje systematyczny wzrost. Zmiany wybranych parametrów w odniesieniu do roku poprzedniego zawiera tabela 1.

**Tabela 1.** Dynamika zmian wybranych wielkości makroekonomicznych dla Polski w latach 2008-2017 w odniesieniu do roku poprzedniego = 100

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Produkt krajowy brutto</b>	102,8	103,6	105	101,6	101,4	103,3	103,8	103	104,6
<b>Spożycie ogółem</b>	103,6	102,8	102	100,5	100,8	102,8	102,8	103,4	104,4
<b>Spożycie indywidualne w sektorze gospodarstw</b>	103,5	102,6	103,3	100,8	100,3	102,6	103	103,9	104,8
<b>Wskaźniki cen towarów</b>	103,1	102,7	104,3	103,7	010,9	100	99,1	99,4	102
<b>Dochód realny do dyspozycji brutto</b>	102	101,4	101,4	100,1	102,8	103,2	104,5	104,3	103,4
<b>Przeciętne realne wynagrodzenie brutto</b>	105,1	101,9	101,4	100,9	100,8	102,8	103,5	106,1	x
<b>Stopa bezrobocia rejestrowanego</b>	12,1	12,4	12,5	13,4	13,4	11,5	9,7	8,2	6,6
<b>Wskaźnik zatrudnienia 15-64</b>	59,3	58,9	59,3	59,7	60	61,7	62,9	64,5	66,1

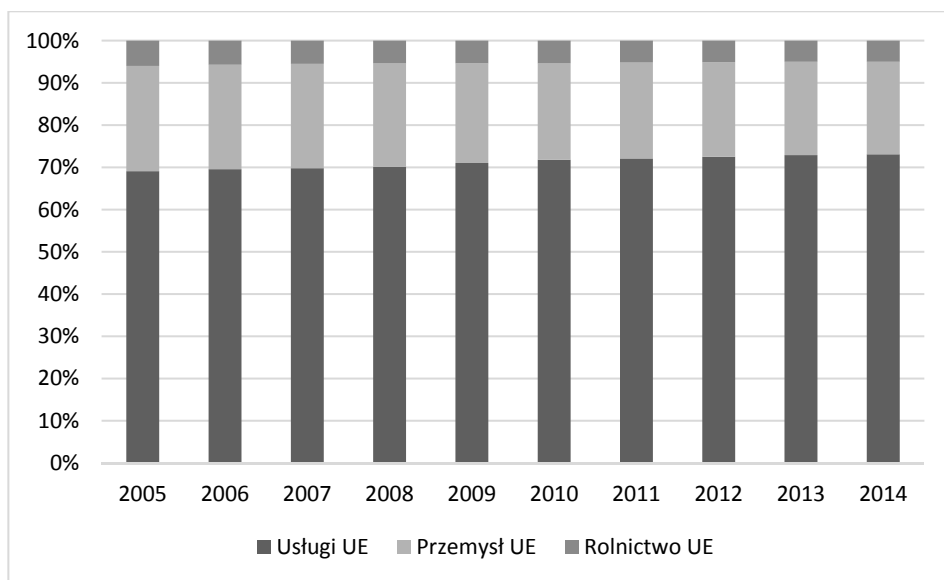
Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 1].

Na podstawie danych z tabeli 1 można zauważyć, że wzrost podstawowych parametrów charakteryzujących rozwój gospodarki przekłada się bezpośrednio na poprawę warunków życia ludności, a osiągane wyższe dochody zapewniają większe możliwości konsumpcyjne i zwiększenie zakresu niezależności finansowej. Z prowadzonych badań szczegółowych [Sobczyk, 2014] wynika, że zmienia się nie tylko wysokość wydatków konsumpcyjnych, ale również ich struktura. Zmniejszył się udział wydatków na żywność z 19,9% w roku 2008 do 17,2% w roku 2016, podobnie wydatki na użytkowanie mieszkań (opłaty za energię, gaz i inne paliwa) uległy zmniejszeniu o 1,3% (z poziomu 22,5% w roku 2008 do 21,2% w roku 2016). Natomiast wzrosły w znacznym stopniu wydatki na cele zdrowotne (3,9% w 2008 roku i 5,5% w 2016 roku), korzystanie z usług hotelarskich i restauracji (2,8% w 2008 roku i 3,8% w 2016 roku) oraz kulturalno-rekreacyjnych (w podobnym stopniu). Trendy widoczne na polskim rynku są w znacznym stopniu zbieżne z podobnymi zmianami widocznymi w innych krajach unijnych [Bono, Cracolici, Cuffaro, 2017; Menozzi, Sogari, Mora, 2017; Kyto, Jarvelainen, Mustonen, 2018]. Można zatem w jednoznaczny sposób stwierdzić, że procesy globalizacyjne kształtują nowy obraz rzeczywistości zarówno w skali makro, jak i mikro [Balcerowicz-Szkutnik, 2015].

## 2. Rynek pracy w warunkach globalizacji

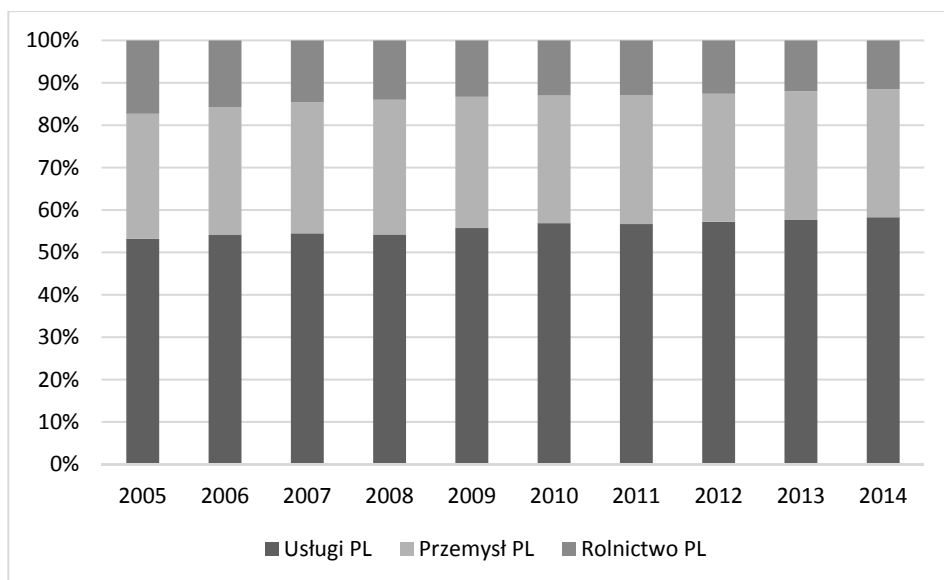
Nie bez znaczenia jest w nowych warunkach gospodarczych zmiana struktury rynku pracy. W związku z nowymi trendami i wymaganiami konsumentów pojawia się potrzeba tworzenia nowych miejsc pracy w sferze usług [Dreyer i in., 2017; Choi, 2018; Xavier, 2018], co wynika zarówno z obsługi konsumenta czy użytkownika określonych dóbr (usługi hotelarskie, turystyka i wypoczynek, dbanie o zdrowie w szerokim zakresie), jak i szybkiego rozwoju branży IT i możliwości komunikacji z wykorzystaniem nowych źródeł [Skórska, Balcerowicz-Szkutnik, Wąsowicz, 2016]. Serwicyzacja gospodarki istotnie zmienia charakter pracy, stosunki pracy i jej organizację. Praca usługowa staje się mniej standardowa, wymaga bardziej zindywidualizowanego dostosowania się do jej specyficznych cech. Następuje wzrost zadaniowych i okresowych kontraktów o pracę, a zmniejsza się udział pracy w oparciu o długookresowe umowy o pracę. Upowszechnia się elastyczna organizacja i stosowanie elastycznego czasu pracy zarówno w odniesieniu do dnia pracy, tygodnia, roku, jak i całej kariery zawodowej. Coraz powszechniejsza staje się praca zdalna, nazywana również telepracą [Sroka, 2018]. Występują segmentacja rynku pracy oraz podział na rynki lepsze i gorsze. Odmienne są na nich nie tylko sama praca, ale i wynagrodzenia, które stają się coraz bardziej zróżnicowane. Na rynkach lepszych wzrasta znaczenie wysokich kwalifikacji (w pracy o charakterze twórczym, a także odtwórczym). Wywołuje to wzrost zainteresowania kształceniem. Wzrastają aspiracje edukacyjne rodziców i dzieci, jak też popyt na wysoko wykwalifikowanych pracowników z zagranicy. Na rynkach gorszych pracują osoby o niskich kwalifikacjach i są to głównie migranci z krajów będących na niższym etapie rozwoju (tzw. krajów wysyłających) [Balcerowicz-Szkutnik, Skórska, 2017].

Analizując szczegółowo zmiany struktury rynku pracy w okresie ostatnich kilkunastu lat, można zauważyć, że następuje sukcesywne przeniesienie natężenia poziomu zatrudnienia ze sfery przemysłu i rolnictwa do sfery usług (rys. 1a i 1b oraz tabela 2). Zakres analiz zawężono do lat 2005-2014 ze względu na niepełny dostęp do danych za lata późniejsze (po 2014 roku) dla państw UE.



**Rys. 1a.** Struktura zatrudnienia według sektorów w UE za lata 2005-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 2].



**Rys. 1b.** Struktura zatrudnienia według sektorów w Polsce za lata 2005-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 2].

**Tabela 2.** Struktura zatrudnienia według sektorów w Polsce i UE ogółem w latach 2005-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Usługi EU</b>	69,1	69,5	69,8	70,1	71,1	71,8	72,1	72,5	72,9	73,1
<b>Usługi PL</b>	53,2	54,1	54,5	54,3	55,8	56,8	56,7	57,3	57,8	58,3
<b>Przemysł EU</b>	24,9	24,7	24,7	24,5	23,6	22,8	22,7	22,4	22,1	21,9
<b>Przemysł PL</b>	29,5	30,2	30,9	31,8	31,0	30,1	30,4	30,2	30,3	30,2
<b>Rolnictwo EU</b>	6,0	5,7	5,5	5,4	5,4	5,4	5,2	5,1	5,0	5,0
<b>Rolnictwo PL</b>	17,3	15,7	14,6	14,0	13,3	13,0	12,9	12,6	12,0	11,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 2].

Na podstawie przytoczonych danych można zauważyć, że zarówno w Polsce, jak i ogółem w państwach UE we wszystkich latach cytowanego badania poziom zatrudnienia w usługach zdecydowanie przekraczał poziom zatrudnienia w pozostałych sektorach, czyli w przemyśle i rolnictwie. Zatrudnienie w rolnictwie jest w Unii Europejskiej na niskim poziomie i nie przekracza 6%, a w porównaniu z Polską jest dwukrotnie, a nawet w roku 2005 trzykrotnie niższe. Natomiast w Polsce przekracza ono 10%, co można, w porównaniu z innymi państwami unijnymi, uznać za swoisty ewenement, bowiem np. w Anglii odsetek zatrudnionych w rolnictwie w roku 2012 był równy 1,5%. Przyczyn zmniejszonego poziomu zatrudnienia w przemyśle można upatrywać przede wszystkim w zmianie technologii produkcji z wymagającej wysokiego poziomu zatrudnienia na typ produkcji nowoczesny, oparty w znacznym stopniu na automatyzacji i ograniczający bezpośrednią pracę człowieka, co prowadzi do zmniejszenia zapotrzebowania na siłę roboczą. Innym elementem wpływającym na zmniejszenie poziomu zatrudnienia w przemyśle jest poszukiwanie tanich rynków pracy w państwach poza strukturą unijną. Często są to Chiny lub inne państwa azjatyckie. Proporcje w zatrudnieniu w sferze usług i w przemyśle różnią się zdecydowanie i sięgają od wartości 1,9 do 5,18, oznaczającej niemal dwukrotnie lub ponad pięciokrotnie większe zatrudnienie w usługach niż w przemyśle w przypadku Polski i Anglii. Tendencje zmian tych zależności w latach 2005-2014 są wyraźnie wzrostowe, co w ujęciu postępu gospodarczego nie napawa optymizmem [Balcerowicz-Szkutnik, 2014].

Polska jako nowy partner gospodarczy w strukturach unijnych nie ustrzegła się przed falą zmian struktury gospodarki i widocznych w coraz szerszym zakresie zmian w strukturze zatrudnienia. Serwicyzacja gospodarki w skali makro osiągała wprawdzie niższy poziom niż w innych państwach UE, co jest wyraźnie widoczne na rys. 1a i 1b, ale wzrostowe tempo jej zmian utrzymuje się podobnie jak w innych państwach unijnych. W przypadku Polski występuje również wy-

rażna feminizacja zatrudnienia w sferze usług. Poziom zatrudnienia kobiet przekracza w znacznym stopniu zatrudnienie mężczyzn (tabela 3). Sytuacja w przypadku zatrudnienia w przemyśle jest odwrotna i zatrudnienie kobiet w stosunku do mężczyzn nie przekracza 44%.

**Tabela 3.** Stosunek poziomu zatrudnienia kobiet i mężczyzn według sektorów w Polsce w latach 2005-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Usługi</b>	1,544	1,553	1,561	1,598	1,593	1,583	1,596	1,605	1,616	1,598
<b>Przemysł</b>	0,439	0,437	0,435	0,413	0,392	0,383	0,390	0,382	0,380	0,393
<b>Rolnictwo</b>	0,933	0,920	0,934	0,979	0,985	0,940	0,903	0,879	0,845	0,816

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 2].

Przyczyn takich relacji można się dopatrywać przede wszystkim w rodzajach profesji zaliczanych do sfery usług, wykonywanych przez kobiety i mężczyzn. Wiele zawodów, przede wszystkim w handlu, szkolnictwie, gastronomii czy służbach porządkowych, jest zdecydowanie zdominowanych przez kobiety. Ponadto w zawodach uznawanych wcześniej za typowo męskie w coraz większym zakresie pracują kobiety. Wprawdzie są mniej dyspozycyjne czasowo z racji obowiązków rodzinnych i macierzyńskich, i z tego powodu mniej chętnie widziane przez pracodawców, ale może to właśnie skłania je częściej do podejmowania pracy w usługach niż w przemyśle.

### 3. Struktura dochodów i wydatków

Przejawem zmieniających się trendów w konsumpcji indywidualnej i skłonności do podnoszenia standardu życia codziennego jest zmiana struktury wydatków możliwa w związku z podwyższeniem wielkości dochodów uzyskiwanych z pracy. Ich podłożem w zachowaniach konsumenckich są głównie zwiększona troska o zdrowie, wygodę życia czy dążenie do komfortu i luksusu. Pojawiające się widoczne zmiany w konsumpcji mają różny zasięg w przypadku różnych grup konsumenckich. Niektóre z nich przyjmują formę megatrendów, a inne pozostają właściwe jedynie dla wąskich grup odbiorców. Jest to ściśle powiązane z ogólną koniunkturą gospodarczą mającą zdecydowany wpływ na osiągnięte dochody społeczeństw i pozostający w rękach potencjalnych nabywców dochód rozporządzalny. Według klasyków przedmiotu istnieje silny związek pomiędzy dążeniem do zwiększonej konsumpcji a wzrostem dochodów potencjalnych nabywców, co jest w pełni uzasadnione.

Analiza poziomu dochodów realnych do dyspozycji brutto w sektorze gospodarstw domowych ogółem w Polsce w latach 2000-2016 wskazuje na ich systematyczny wzrost. Szczególnie dynamiczne zmiany w odniesieniu do wcześniejszych okresów były widoczne w latach 2008-2016 (tabela 4). W porównaniu z rokiem 2000 dochód realny brutto wzrósł w roku 2010 o około 30%, a w roku 2016 już o ponad 50%. Rozważając relacje w odniesieniu do roku 2005 – momentu wejścia Polski w struktury unijne, czyli właściwego, dynamicznego rozwoju procesów globalizacyjnych związanych z konsumpcją i rynkiem pracy – właśnie w tym okresie można zauważyć wskazany niemal 44-procentowy wzrost dochodów realnych.

**Tabela 4.** Dynamika zmian dochodu realnego do dyspozycji brutto w sektorze gospodarstw domowych w Polsce w latach 2008-2016

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Rok poprzedni = 100</b>	104,4	105,1	101,9	101,4	100,9	100,8	102,8	103,5	106,1
<b>Rok 2000 = 100</b>	120,7	126,9	129,3	131,1	132,3	133,4	137,1	141,9	150,6
<b>Rok 2005 = 100</b>	115,4	121,3	123,5	125,3	126,4	127,4	131,0	135,6	143,9
<b>Rok 2010 = 100</b>	x	x	100	101,4	102,3	103,1	106,0	109,7	116,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 1].

Równie dynamiczny okazał się wzrost przeciętnego miesięcznego realnego wynagrodzenia brutto w gospodarce narodowej (tabela 5). Zmiany poziomu przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia kształtują się na zbliżonym poziomie względem zmian dochodu realnego.

**Tabela 5.** Dynamika zmian przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w gospodarce narodowej w Polsce w latach 2008-2016

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Rok poprzedni = 100</b>	105,9	102,0	101,4	101,4	100,1	102,8	103,2	104,5	104,3
<b>Rok 2000 = 100</b>	127,1	129,6	131,4	133,2	133,3	137	141,4	147,8	154,2
<b>Rok 2005 = 100</b>	116,2	118,5	120,2	121,9	122,0	125,4	129,4	135,2	141,0
<b>Rok 2010 = 100</b>	x	x	100	101,4	101,5	104,3	107,6	112,4	117,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 1].

Analizując uzupełniająco strukturę wydatków na poszczególne dobra codziennego użytku i dobra luksusowe, należy stwierdzić, że wystąpiła zdecydowana zmiana w zakresie tej struktury. Jest to naturalny skutek wzrostu stopy życiowej i zarazem potrzeba zaspokojenia określonych ambicji nabywców. Również udział wydatków na dobra wyższego rzędu, dobra luksusowe i usługi, a obniża się udział na żywność. W roku 2016 w stosunku do wybranych lat,



czyli roku 2000, 2015 i 2010, udział wydatków na żywność i napoje alkoholowe był odpowiednio równy 114%, 106% i 98%, przy czym wystąpił wyraźny spadek wydatków na napoje alkoholowe, tytoń i inne używki, w tym narkotyki, do poziomu 78% w stosunku do 2010 roku. Zdecydowany wzrost wydatków zaobserwowano w grupie dóbr określonych mianem odzież i obuwie, ponieważ w roku 2016 w stosunku do 2000 roku wzrost był niemal czterokrotny (379%), w stosunku do 2005 roku trzykrotny (298,4%), a w stosunku do 2010 roku prawie dwukrotny (181,7%). Widoczne są również korzystne zmiany w zakresie wydatków na użytkowanie mieszkań (ok. 212,3% i 183% w roku 2016 w stosunku do 2000 roku i 2005 roku), na zachowanie zdrowia (w roku 2016 odpowiednio 240,4%, 193% i 154, 2% w stosunku do lat 2000, 2005 i 2010) oraz na rekreację, kulturę i edukację (w roku 2016 to 169,7% w porównaniu z rokiem 2000, 168,2% w porównaniu z 2005 rokiem i 124,2% w porównaniu z rokiem 2010).

Jak wskazują analizy prowadzone w okresie 2000-2016 (oraz w zawężonych okresach 2005-2016 i 2010-2016) w ramach badania budżetów gospodarstw domowych, nastąpił nie tylko wzrost wydatków konsumpcyjnych, ale również istotnie zmieniła się struktura konsumpcji. Udział wydatków na żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, wynoszący w 2010 roku 27,1%, obniżył się w 2016 roku do poziomu 22,9%, ale nadal jest to poziom zdecydowanie przekraczający średni poziom państw wysoko rozwiniętych, gdzie nie sięga 18%. Drugie miejsce w strukturze wydatków zajmują użytkowanie mieszkań, zapotrzebowanie na wodę, energię elektryczną i inne nośniki ciepła oraz ogólne prowadzenie gospodarstwa domowego. Jest to poziom zbliżony do poziomu właściwego wielu krajom unijnym i sięga 20,5% oraz charakteryzuje się nieznaczną dynamiką (wahania typu wzrost lub spadek w sąsiednich latach nie przekraczają 1 p.p.). Zwiększył się udział wydatków na większość usług, w tym w szczególności na usługi gastronomiczne, hotelarskie, rekreację i kulturę oraz transport z 20,4% w 2010 roku do 23,6% w 2016 roku. Kolejnym ważnym elementem w strukturze wydatków są wydatki na zdrowie, których odsetek wynoszący w roku 2010 4,1% wzrósł w 2016 roku do 5,9%.

Zachodzące zmiany w poziomie i strukturze konsumpcji polskich gospodarstw domowych świadczą o ich stopniowym unowocześnianiu. Mniejsze spożycie żywności, a zwłaszcza żywności wysoko przetworzonej o niskim poziomie wartości odżywczych, może świadczyć o racjonalizacji odżywiania, pod warunkiem zwiększenia poziomu spożycia produktów wysokowartościowych, takich jak mięso lub ryby czy owoce i warzywa. Wzrost wydatków na użytkowanie mieszkań jest często równoważny z wyposażeniem mieszkania w podstawowy sprzęt gospodarstwa domowego, taki jak lodówki, pralki czy telewizory. Zwięk-

szeniu ulega zatem komfort życia codziennego i podnosi się ogólny poziom życia. W ostatnich latach (praktycznie po roku 2010) zauważyć można wysoką dynamikę wzrostu wyposażenia gospodarstw domowych w komputery osobiste z dostępem do Internetu oraz rozwój telefonii komórkowej. Dostępność na rynku i posiadanie nowoczesnych dóbr trwałego użytku stają się dla części konsumentów sposobem podkreślenia statusu społecznego i podniesienia swojej wartości. Zatem poprzez zmniejszające się różnice w wyposażeniu gospodarstw domowych w nowoczesne dobra trwałego użytkowania zacierają się różnice pomiędzy grupami społeczno-zawodowymi, co można uznać za kolejny przejaw globalizacji.

#### **4. Nowe trendy w konsumpcji – moda czy sposób na kryzys**

Zmieniające się uwarunkowania konsumpcji o charakterze ekonomicznym, społecznym lub kulturowym skutkują pojawieniem się nowych trendów w zachowaniach konsumenckich. Bezpośrednimi przyczynami zmian mogą być: chęć zachowania zdrowia, wygoda życia, dążenie do podnoszenia komfortu życia i osiągania luksusu czy snobizm i indywidualizm. Wśród trendów i megatrendów zaliczanych do nowej konsumpcji wyróżnia się przede wszystkim ekologizację konsumpcji i dekonsumpcję [Gardocka-Jałowiec, 2012], a także hedonizm konsumpcyjny.

Pierwszy z nich jest rezultatem wzrastającej świadomości ekologicznej społeczeństwa i stanowi źródło obaw o szybki rozwój postępującego procesu degradacji środowiska. Ekokonsumpcja obejmuje przede wszystkim spożywanie żywności ekologicznej i zachowania proekologiczne w funkcjonowaniu gospodarstwa domowego. Uzyskanie żywności spełniającej wymagania norm ekologicznych jest bardziej kłopotliwe, niż wytworzenie żywności w podstawowym procesie produkcji. Spełnienie szeregu dodatkowych wymogów pozwala na przyznanie żywności ekologicznej odpowiednich certyfikatów, a jednym z podstawowych warunków produkcji jest uzyskiwanie jej z surowców roślinnych lub zwierzęcych pochodzących z gospodarstw ekologicznych niestosujących nawozów sztucznych, pestycydów, antybiotyków lub hormonów. Powoduje to niższą wydajność produkcji i odpowiednio wyższą pracochłonność. W konsekwencji produkty ekologiczne są droższe od konwencjonalnych i tym samym przeznaczone dla zawężonej grupy konsumentów dbających w większym stopniu o zdrowie swoje i swojej rodziny.

Innym przejawem wzrastającej dbałości o zdrowie sporej rzeszy polskich konsumentów jest rozwój rynku żywności funkcjonalnej, czyli kierowanej do określonej grupy nabywców. Są to produkty wzbogacone o dodatkowe substan-

cje korzystne dla organizmu (np. witaminy lub odpowiednie kultury bakterii), a ich nabywcami mogą być osoby starsze, dzieci lub osoby z określonej grupy ryzyka zdrowotnego. Zainteresowanie rynkiem żywności ekologicznej lub funkcjonalnej w Polsce ciągle rośnie, jednak nie osiąga poziomu notowanego w wysoko rozwiniętych krajach UE. W państwach unijnych zainteresowanie nabywaniem produktów eko wskazuje ok. 35% konsumentów, podczas gdy w Polsce żywność certyfikowaną kupuje ok. 9% społeczeństwa.

Kolejnym przejawem ekologizacji jest dekonsumpcja, czyli proces zmniejszania wielkości konsumpcji do rozmiarów racjonalnych [Grinstein, Nisan, 2009]. Bezpośrednimi stymulantami dekonsumpcji mogą być wzrost świadomości prozdrowotnej, obniżenie rangi konsumpcji w ogólnym systemie wartości i traktowanie jej nie jako celu w życiu, lecz jako środek do życia. Nie musi wiązać się to z całkowitą rezygnacją z konsumpcji określonych dóbr, ale jedynie z ich korektą. Do poprawy poziomu i jakości życia zwolennicy dekonsumpcji nie dążą poprzez zwiększenie swojego stanu posiadania, lecz w drodze umiejętnego wykorzystania informacji i osiągnięć techniki do rozsądnego zaspokajania potrzeb. Ważna jest przy tym umiejętność oceny istniejących potrzeb – czyli ustalenie rzeczywistej niezbędności produktu czy wystąpienie niezbędności wymuszonej przez innych. Zatem dekonsumpcja jest racjonalną, świadomą, odpowiedzialną i etyczną konsumpcją. Często jest to ograniczenie ilości konsumpcji na rzecz jakości czy zmniejszenie konsumpcji w sferze materialnej na korzyść sfery niematerialnej. Według zwolenników racjonalnej konsumpcji należy kierować się zasadą 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), czyli ograniczanie, ponowne użycie i odzyskiwanie. Formą ekokonsumpcji jest również popularyzująca i promująca społeczności lokalne konsumpcja lokalna lub regionalna nastawiona przede wszystkim na wykorzystywanie w życiu codziennym produktów z terenów najbliższych miejscu zamieszkania konsumenta.

Do przejawów dekonsumpcji można również zaliczyć rozwijający się ruch *slow food* promujący powolny tryb życia jako przeciwieństwo wszechobecnego *fast food* oznaczającego życie szybkie, w ciągłym biegu. Są to dwa przeciwstawne modele życia i konsumpcji, czyli życie powoli, zdrowo i racjonalnie w zestawieniu z szybko, nieracjonalnie i niezdrowo. Istotną barierą w wyborze życia w wersji *slow* lub *fast* są cena produktów (racjonalne są droższe) i czas (szybkie wymagają mniej wysiłku i są czasoszczędne). Zatem częściej konsumenci wybierają produkty tańsze i szybkie w użyciu. Generalnie ideę zmiany modelu konsumpcji zauważyć można wśród konsumentów młodszych i należy mieć nadzieję, że będzie to proces o wzrastającym natężeniu.

Zmiany w modelu konsumpcji wynikające bezpośrednio ze zwiększonej dostępności na rynku nowoczesnych dóbr trwałego użytku przejawiają się wśród sporej rzeszy konsumentów jako sposób podkreślenia statusu społecznego i określenia swojej wartości poprzez przynależność do grupy posiadaczy tych dóbr. Upowszechnia się przez to hedonizm konsumpcyjny rozumiany jako znajdowanie przyjemności i czerpanie radości z posiadania tych dóbr. U podstaw tych zachowań znajdują się naśladownictwo, snobizm i ostentacja konsumencka. Naśladownictwo często jest spowodowane brakiem własnego wzorca w życiu i wynika z potrzeby przyjęcia cudzych wzorców za własne poprzez kupowanie tych samych produktów, wybieranie tych samych miejsc wypoczynku lub rozrywki i powielanie sposobu ubierania lub odżywiania. Często obowiązuje zasada „owczego pędu”, tj. potrzeba posiadania określonych dóbr, dlatego że inni je mają.

Zdecydowanie przeciwny naśladownictwu jest snobizm konsumpcyjny polegający na nabywaniu produktów oryginalnych, nietypowych lub wręcz jednostkowych, tak aby poprzez ich posiadanie odróżnić się od innych konsumentów. Często są to dobra o niskiej użyteczności, które po ich prezentacji ulegają zniszczeniu lub zapomnieniu, ale poprzez oryginalność stanowią podstawę zadowolenia nabywcy.

Przedmiotem zadowolenia stają się również posiadanie i użytkowanie dóbr luksusowych, podkreślających bogactwo właściciela oraz nabywanych „na pokaz”, jest to wówczas przejaw konsumpcji ostentacyjnej. Hedonizm konsumpcyjny jako zjawisko psychospołeczne ma jeszcze więcej odmian oraz stanowi przedmiot badań i analiz specjalistów z wielu dziedzin, podobnie jak ekokonsumpcja, dekonsumpcja, wirtualizacja, domocentryzm czy konsumpcja zrównoważona.

## **Podsumowanie**

Zachodzące w ostatnich dziesięcioleciach zmiany warunków życia społeczeństw krajów rozwiniętych nazywa się najczęściej „rewolucją konsumpcyjną”. Główną przyczyną tego zjawiska był szybki rozwój gospodarczy, szczególnie w pierwszym trzydziestoleciu po drugiej wojnie światowej. Rozwój ten przyniósł ze sobą – z jednej strony – masową produkcję relatywnie tanich towarów konsumpcyjnych, dzięki dużej skali produkcji i nieustannym innowacjom produktowym, z drugiej strony – wysokie zatrudnienie i szybki wzrost dochodów ludności, które umożliwiły szersze nabywanie wytwarzanych towarów. Wysoka konsumpcja przestała być przywilejem elit, a stała się zjawiskiem niemal powszechnym. Kraje zamożne weszły w fazę cywilizacji konsumpcyjnej, ich obywatele przekształcają się w społeczność konsumentów. Zapewnienie odpowied-

niego modelu konsumpcji wymaga właściwego poziomu obsługi, a dokładniej usługi, stąd nierozzerwalność tych dwóch fenomenów gospodarczych. Istnieją jednak sposoby, dzięki którym konsumenci mogą wyrażać swoje obawy odnośnie do funkcjonowania rynków poprzez swoje decyzje dotyczące konsumpcji: mogą zbojkotować firmy, które uważają za nieodpowiedzialne lub mogą celowo kupować produkty od firm, które uważają za odpowiedzialne (tzw. *boycott*) [Hoffmann i in., 2018]. Rynek konsumenta będzie zatem ulegać dalszym przemianom i można się spodziewać, że postępująca globalizacja będzie mieć na te przemiany znaczny wpływ.

## Literatura

- Balcerowicz-Szkutnik M. (2014), *Serwicyzacja i zmiana modelu konsumpcji jako echo procesów globalizacyjnych* [w:] W. Szkutnik (red.), *Problemy społeczno-ekonomiczne w relacjach międzynarodowych. Analiza modelowa w rozwoju regionów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice, s. 13-22.
- Balcerowicz-Szkutnik M. (2015), *Globalizacja i jej wpływ na współczesny rynek pracy – próba oceny*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 242, s. 24-38.
- Balcerowicz-Szkutnik M., Skórska A. (2017), *The Influence of Globalisation Process on Migration Dynamics in EU States* [w:] Proceedings of 16<sup>th</sup> International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, ZU University of Zilina, The Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications, Department of Economics, October, s. 2028-2036.
- Bono F., Cracolici M.F., Cuffaro M. (2017), *A Hierarchical Model for Analysing Consumption Patterns in Italy Before and During the Great Recession*, “Social Indicators Research”, Vol. 134, Iss. 2, s. 421-436.
- Choi W. (2018), *Consumption-based Capital Asset Pricing Models: Issues and Controversies*, “Review of Quantitative Finance and Accounting”, Vol. 50, Iss. 1, s. 181-205.
- Dreyer B., Lüdeke-Freund F., Hamann R., Faccar K. (2017), *Upsides and Downsides of the Sharing Economy: Collaborative Consumption Business Models’ Stakeholder Value Impacts and Their Relationship to Context*, “Technological Forecasting and Social Change”, Vol. 125, s. 87-104.
- Gardocka-Jałowiec A. (2012), *Deconsumption and the Standard of Living in the Aspect of Social Cohesion in the European Union* [w:] Proceedings of 10th International Scientific Conference on Hradec Economic Days 2012 PTII, Hradec Kralove, Czech Republic, s. 61-65.
- Grinstein A., Nisan U. (2009), *Demarketing, Minorities and National Attachment*, “Journal of Marketing”, Vol. 73, Iss. 2, s. 105-122.

- Hoffmann S., Balderjahn I., Seegebarth B., Mai R., Peyer M. (2018), *Under Which Conditions Are Consumers Ready to Boycott or Buycott? The Roles of Hedonism and Simplicity*, "Ecological Economics", Vol. 147, s. 167-178.
- Kyto E., Jarvelainen A., Mustonen S. (2018), *Hedonic and Emotional Responses after Blind Tasting Are Poor Predictors of Purchase Behavior*, "Food Quality and Preference", Vol. 70, Special Iss., s. 49-56.
- Menozzi D., Sogari G., Mora C. (2017), *Understanding and Modelling Vegetables Consumption Among Young Adults*, "LWT – Food Science and Technology" Vol. 85, Special Iss., Part B, s. 327-333.
- Skórska A., Balcerowicz-Szkutnik M., Wąsowicz J. (2016), *Globalization as the Determinant of High-tech Sectors Development* [w:] Proceedings of 16<sup>th</sup> International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, ZU University of Zilina, The Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications, Department of Economics, October, s. 2028-2036.
- Sobczyk G. (2014), *Współczesna konsumpcja – nowe trendy na polskim rynku*, „Zeszyty Naukowe WSEI”, seria „Ekonomia”, nr 9(2), s. 87-104.
- Sroka A. (2018), *Is Telecommuting the Future of Business* [w:] Proceedings of 9th International Scientific Conference "Analysis of International Relations 2018. Methods and Models of Regional Development. Winter Edition", Publishing House of the University of Economics in Katowice, Katowice, s. 147-154.
- Xavier M.F. (2018), *Eating in the Food Market: Supply, Consumption and Restaurants in the Transformation of Two Different Models Promoting Urban Markets (Barcelona and Madrid)*, "Revista Espanola de Sociologia", Vol. 27, Iss. 2, Special Iss., s. 267-280.
- [www 1] <https://bdm.stat.gov.pl/> (dostęp: 14.08.2018).
- [www 2] <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (dostęp: 15.08.2018).

#### THE CHANGES IN CONSUMPTION MODELS AS AN EFFECT OF GLOBALIZATION PROCESSES - AN ATTEMPT TO EVALUATE EXISTING RELATIONS

**Summary:** The consequences of the broadening globalisation process taking place in the last decade are changes in economic, social and political structure. The main aim of this article is to indicate how globalisation processes may influence the appearance of new consumption trends on the Polish market. The article is dedicated to the analysis of dynamics of changes in employment structure in the basic sectors of economy connected with changes of the model of consumption, treated as an echo of globalisation processes. Additionally, the received and distributed income of the society will be analysed in the general context. Analyses are based on data gathered from the CSO and Eurostat, while statistical and econometric research methods are allowing for synthetic description of researched phenomena.

**Keywords:** globalisation, model of consumption, labour market.