



Czesław Bywalec

Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny



Wydawnictwo C.H. Beck

Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny



Czesław Bywalec

Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny



Wydawnictwo C.H. Beck

Warszawa 2010

Wydawca: Joanna Perzyńska
Redaktor merytoryczny: Barbara Wardein
Projekt okładki i stron tytułowych: Ireneusz Gawliński
Ilustracja na okładce: Ireneusz Gawliński

Seria: Ekonomia

Recenzent: prof. zw. dr hab. Ewa Kieźel

**Publikacja dofinansowana przez
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**



© Wydawnictwo C.H. Beck 2010

Wydawnictwo C.H. Beck Sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17, 00-203 Warszawa
tel. 22 33-77-600

Skład i łamanie: Studio Graficzne MIMO, Michał Moczarski
Druk i oprawa: Elpil, Siedlce

ISBN 978-83-255-1618-5

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Terminologiczne i typologiczne problemy sfery konsumpcji	11
1.1. Pojęcie konsumpcji oraz sfery konsumpcji	11
1.2. Potrzeby konsumpcyjne – istota i rodzaje	17
1.3. Klasyfikacja konsumpcji	22
1.4. Problem ekonomicznej efektywności konsumpcji	32
1.5. Dylematy racjonalizacji konsumpcji	36
1.6. Inne kategorie sfery konsumpcji	38
Rozdział 2. Gospodarstwo domowe jako główny podmiot sfery konsumpcji	43
2.1. Istota i funkcje gospodarstw domowych	43
2.2. Zasady i organizacja funkcjonowania gospodarstwa domowego	52
2.3. Gospodarstwo domowe w systemie gospodarki narodowej	55
Rozdział 3. Przesłanki i uwarunkowania konsumpcji	60
3.1. Konsumpcja w procesie reprodukcji społecznej	60
3.2. Ujęcie mikro – uwarunkowania konsumpcji gospodarstwa domowego	61
3.3. Ujęcie makro – uwarunkowania konsumpcji społeczeństwa	91
Rozdział 4. Funkcje konsumpcji oraz prawidłowości jej rozwoju	108
4.1. Funkcje konsumpcji	108
4.2. Prawidłowości rozwoju konsumpcji	115
Rozdział 5. Konsumpcja w teorii ekonomii – ujęcie historyczne	137
5.1. Geneza i przesłanki zainteresowań ekonomii problematyką konsumpcji	137
5.2. Konsumpcja w ekonomii klasycznej	138
5.3. Marksowskie ujęcie konsumpcji	153
5.4. Konsumpcja w świetle teorii użyteczności i analizy marginalnej	155
5.5. Kooperatyzm i ekonomia społeczna Ch. Gide’a	165
5.6. Ekonomia dobrobytu	168
5.7. Początki empirycznych badań konsumpcji	174
5.8. Konsumpcja w teorii J.M. Keynesa	176

5.9. Konsumpcja w ekonomii powojennej	179
5.10. Od prymatu produkcji do prymatu konsumpcji – narodziny masowej konsumpcji	189
Rozdział 6. Konsumpcja w XXI wieku – nowe zjawiska i wyzwania	194
6.1. Nowa konsumpcja – geneza i istota	194
6.2. Ekologizacja oraz etyczne aspekty konsumpcji	195
6.3. Serwicyzacja i dematerializacja konsumpcji	198
6.4. Prywatyzacja i domocentryzacja konsumpcji	202
6.5. Homogenizacja i globalizacja konsumpcji	206
6.6. Heterogenizacja i globalizacja konsumpcji	210
6.7. Konsumpcjonizm a dekonsumpcja	213
6.8. Prosumpcja i konswestycja	220
6.9. Mediatyzacja i wirtualizacja konsumpcji	223
6.10. Polityzacja i nacjonalizacja konsumpcji	226
6.11. Gadżetyzacja oraz marketyzacja konsumpcji	232
Rozdział 7. Konsumpcja społeczeństwa polskiego na tle przemian gospodarczych i społecznych po 1989 roku	239
7.1. Gospodarka polska po 1989 roku	239
7.2. Konsumpcja a oszczędzanie	241
7.3. Industrializacja oraz serwicyzacja konsumpcji	250
7.4. Konsumpcja prywatna a konsumpcja publiczna	252
7.5. Przestrzenne zróżnicowanie warunków bytu ludności	256
7.6. Ekonomiczno-społeczny rozkład dochodów i konsumpcji	262
7.7. Tendencje rozwojowe konsumpcji	272
Podsumowanie	285
Bibliografia	287
Indeks	291

Wstęp

Współczesną fazę rozwoju gospodarczego nazywa się coraz częściej gospodarką konsumpcyjną, albo inaczej – kapitalizmem konsumpcyjnym. Wyrazem tego jest – w wymiarze praktycznym – szybki wzrost konsumpcji i wyraźna poprawa poziomu życia społeczeństw krajów wysoko i średnio rozwiniętych, a w aspekcie naukowym – dynamiczny rozwój badań konsumpcji. Konsumpcja staje się w ostatnich dekadach jedną z najważniejszych, jeśli nie najważniejszą kategorią nie tylko ekonomii, ale także innych dyscyplin społecznych, a szczególnie socjologii i psychologii. Niedysiejszy kopciuszek tych nauk zamienia się w królową.

Wybitny francuski ekonomista przełomu XIX i XX wieku Charles Gide w pracy *Zasady ekonomii społecznej* (pierwsze francuskie wydanie z 1884 roku, pisownia oryginalna w tłumaczeniu polskim z 1900 roku) pisał: „*Konsumpcja jest ostateczną przyczyną całego procesu ekonomicznego, a znaczenie jej jest znacznie większe, niżby się to wydawało wobec skromnego miejsca, które się jej najczęściej w systemie poświęca. Jest to dziedzina mało dotąd zbadana, która posłuży prawdopodobnie kiedyś do odnowienia całej nauki*” [Gide, 1900, s. 553]. To właśnie „kiedyś” rozpoczęło się niemal sto lat po wydaniu książki, czyli w ostatnich dekadach XX wieku, i nadal trwa.

Zachodzące w ostatnich dziesięcioleciach zmiany w dziedzinie warunków życia społeczeństw krajów rozwiniętych niektórzy badacze nazywają „rewolucją konsumpcyjną” lub – jak Erich Fromm – „cudem konsumpcji”. Główną przyczyną tego zjawiska był, najkrócej ujmując, szybki rozwój gospodarczy, szczególnie w pierwszym trzydziestolecu 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 zaś – wysokie zatrudnienie i szybki wzrost dochodów ludności, które – wsparte na doda-

tek kredytami i intensywnym marketingiem – umożliwiły nabywanie wytwarzanych towarów. Wysoka konsumpcja zdemokratyzowała się i przestała być przywilejem elit, a stała się zjawiskiem niemal powszechnym. Obowiązująca dawniej w teorii i praktyce gospodarczej logika produkcji została zastąpiona logiką konsumpcji. Kraje zamożne weszły w fazę cywilizacji konsumpcyjnej, ich obywatele przekształcają się w społeczności konsumentów. Konsumowanie staje się wręcz misją, powołaniem współczesnego człowieka, miarą jego sprawności ekonomicznej oraz pozycji w strukturze społecznej.

Konsumpcja przestała być – jak w wiekach wcześniejszych – biernym efektem rozwoju gospodarczego, a stała się, na zasadzie sprzężenia zwrotnego, jego ważnym, a dziś można nawet powiedzieć, że najważniejszym stymulatorem, swoistą lokomotywą. Sprawą zasadniczą we współczesnej, rozwiniętej gospodarce i w życiu społecznym nie jest już wytwarzanie dóbr, lecz ich konsumowanie; bez wysokiej i stale rosnącej konsumpcji nie będzie produkcji i rozwoju gospodarczego. Pokazał to dobitnie światowy kryzys gospodarczy lat 2008–2010. Jego główną, bezpośrednią przyczyną było załamanie się sprzedaży (a więc i konsumpcji) najważniejszych dóbr, tj. mieszkań i samochodów oraz większości komplementarnych dla nich towarów. Aby wyjść z tego kryzysu, rządy i inne ważne instytucje sfery gospodarczej (głównie banki centralne) podejmowały – i to na dużą skalę – działania niedopuszczające do głębszego spadku konsumpcji, a nawet próbujące przyspieszyć jej ponowne ożywienie. Znaczące obniżenie konsumpcji oznaczałoby spadek produkcji, czyli bankructwo wielu przedsiębiorstw, zmniejszenie podatków od sprzedaży, zwiększenie deficytu finansów publicznych, a w ślad za tym wzrost bezrobocia, narastanie niezadowolonia społecznego itp. Konkludując, kluczem do utrzymania rozwoju jest stałe zwiększanie się konsumpcji społeczeństwa. Współczesny rozwój gospodarczy stał się zakładnikiem konsumpcji.

Dynamiczny po drugiej wojnie światowej wzrost konsumpcji i jej masowa skala spowodowały zwiększenie zainteresowania konsumpcją przez inne, poza ekonomią, nauki społeczne, takie jak socjologia, psychologia, antropologia czy nawet etyka. Konsumpcja urosła do rangi zjawiska kulturowego – w najszerszym znaczeniu tego terminu, a nauka o konsumpcji jest już dziedziną wielodyscyplinarną. Obecnie nie sposób traktować o konsumpcji tylko w kategoriach jednej dyscypliny naukowej, trzeba na nią patrzeć z wielu stron, gdyż dopiero wówczas można dostrzec całą złożoność jej natury.

Rosnąca ranga konsumpcji w procesach gospodarowania i życia społecznego wymaga zwrócenia na nią większej uwagi także w programach edukacji ekonomicznej społeczeństwa, a szczególnie w dydaktyce akademickiej. Porównanie programów nauczania przedmiotów ekonomicznych w Polsce i krajach Europy Zachodniej wskazuje, że problematyka konsumpcji była u nas, i jest w dalszym ciągu, bardzo zaniedbana.

Tematem tej książki są problemy związane z istotą, typologią, determinantami, prawidłowościami oraz efektami rozwoju konsumpcji, rozważane zarówno w wymiarze mikro (jednostka ludzka, gospodarstwo domowe), jak i makro (społeczeństwo). I jakkolwiek dominuje podejście ekonomiczne, to jednak na każdym niemal kroku wskazuje się również na pozaekonomiczne aspekty i skutki konsumpcji.

Książkę starano się tak skonstruować, aby w miarę harmonijnie zostały połączone elementarne zagadnienia konsumpcji wchodzące w zakres akademickiego wykładu z takich dziedzin, jak teoria konsumpcji czy ekonomika konsumpcji, z rozważaniami o konsumpcji szerszej natury – teoretycznej i praktycznej. Dzięki temu może być ona traktowana nie tylko jako typowy podręcznik akademicki, czyli tzw. książka pierwszego kontaktu z zagadnieniami konsumpcji, ale także jako monografia naukowa z tego zakresu.

Należy podkreślić, że świadomie pominięto lub tylko zaanonsowano niektóre kwestie związane z konsumpcją, będące przedmiotem kursowego wykładu z mikroekonomii, statystyki, ekonometrii czy analizy rynku. Dotyczy to szczególnie takich zagadnień, jak: krzywe obojętności, dochodowe i cenowe funkcje popytu i podaży, metodyka pomiaru elastyczności popytu oraz podaży.

W książce można wyodrębnić dwie części. W części pierwszej, czyli w rozdziałach 1–4, dominuje akademicki wykład podstawowych problemów teoretycznych z dziedziny konsumpcji. Z tego względu rozdziały te są w znacznym stopniu podobne merytorycznie i formalnie do fragmentów moich wcześniejszych podręczników o konsumpcji, a zwłaszcza wydanej przez WN PWN w 2007 roku *Konsumpcji w teorii i praktyce gospodarowania*.

Druga, obszerniejsza część książki, składająca się z rozdziałów 5–7, ma natomiast charakter zbliżony do dyskursu właściwego dla monografii naukowych. I tak, w rozdziale 5 dokonano retrospektywnej analizy miejsca i roli konsumpcji w światowej myśli ekonomicznej od początku występowania ekonomii jako samodzielnej dyscypliny naukowej. Rozdział 6 zawiera opis i próbę oceny najnowszych zjawisk w sferze konsumpcji, a tym samym w sposobach i jakości życia współczesnych społeczeństw wysoko i średnio rozwiniętych. W rozdziale 7 przedstawiono, opierając się na bogatym materiale statystycznym, zmiany konsumpcji społeczeństwa polskiego po 1989 roku, a więc w okresie radykalnych przemian ustroju gospodarczego i społeczno-politycznego naszego państwa.

Książka jest adresowana przede wszystkim do ekonomistów, ale zapewne będzie także wielce przydatna adeptom innych dyscyplin społecznych. Jej czytelnikami mogą być ci wszyscy, którzy interesują się zagadnieniami warunków życia ludności oraz ich rozmaitymi aspektami. W szczególności zainteresowani treścią tej książki powinni być studenci, doktoranci oraz pracownicy naukowci i dydaktyczni szkół wyższych różnych kierunków i specjalności, na przykład teorii ekonomii, polityki społecznej, polityki ekonomicznej, regionalistyki, zarządzania, handlu, marketingu,

socjologii, politologii, kulturoznawstwa czy towaroznawstwa. Dla wielu przedmiotów wykładanych na tych kierunkach książka ta może być lekturą podstawową lub przynajmniej uzupełniającą.

Przydatna będzie także w praktyce gospodarczej, szczególnie osobom zajmującym się polityką gospodarczą, społeczną, demograficzną na szczeblu państwa czy regionu, badaniami społecznymi, marketingiem oraz sprawami ochrony i edukacji konsumenta w różnych sektorach i na różnych poziomach gospodarki oraz życia publicznego. Współcześnie trudno sobie wyobrazić profesjonalnego ekonomistę, menedżera, socjologa, psychologa i pedagoga społecznego, a ogólniej – dobrze wykształconego człowieka, bez znajomości praw oraz aktualnych tendencji zachowań ludzkich w sferze konsumpcji.

Rozdział

1

Terminologiczne i typologiczne problemy sfery konsumpcji

1.1. Pojęcie konsumpcji oraz sfery konsumpcji

1.1.1. Podstawowe definicje

Analizując ludzkie zachowania i działania, nietrudno dostrzec, że w swym ostatecznym wymiarze mają one charakter albo produkcyjny, albo konsumpcyjny. Ten pierwszy – produkcyjny oznacza wytwarzanie dóbr, natomiast przez wymiar konsumpcyjny należy rozumieć użytkowanie tych dóbr i zaspokajanie tym sposobem nieustannie odradzających się potrzeb człowieka. W tej pracy interesuje nas przede wszystkim drugi rodzaj ludzkiej aktywności, czyli konsumpcja i zachowania konsumpcyjne człowieka.

Istota i znaczenie konsumpcji w życiu człowieka sprawiają, że jest ona przedmiotem zainteresowania wielu dyscyplin naukowych – od przyrodniczych, poprzez techniczne, aż do społecznych. Ma to istotny wpływ na terminologię. Ta właśnie wielowymiarowość i wieloaspektowość konsumpcji obliwuje do precyzyjnych, jednoznacznych ujęć definicyjnych i takich klasyfikacji, aby mogły być zaakceptowane lub przynajmniej nie być odrzucone przez inne nauki, w zasięgu których znajdują się także badania konsumpcji.

Na początek wykładu należy wyjaśnić i zdefiniować pojęcia podstawowe, czyli **konsumpcję** oraz pokrewny jej termin – **spożycie**. Można spotkać opinie, że terminy te powinny być rozróżniane, że wyrażają odmienne treści. Przeważa jednak pogląd, że **konsumpcja** i **spożycie** są synonimami, a więc można je wyjaśniać w ten sam sposób, a różnica między nimi ma jedynie charakter semantyczny i etymologiczny.



Termin „konsumpcja” wywodzi się z łaciny (*consumptio*) i oznacza: jedzenie, spożywanie, używanie, użytkowanie dóbr, natomiast termin „spożycie” ma według etymologów rodowód polski i oznacza to samo, co konsumpcja¹. Tak więc wobec argumentów natury lingwistycznej, a przy jednoczesnym braku argumentów merytorycznych, przyjmujemy, że terminy „konsumpcja” i „spożycie” są synonimami i można je używać zamiennie.

A teraz istota konsumpcji. Można odnieść wrażenie, że zdefiniowanie tej kategorii jest łatwe, bowiem jej sens czujemy niemal intuicyjnie, spotykamy się z nią przecież na co dzień, niemal na każdym kroku. Ta łatwość jest jednak złudna i może prowadzić do powierzchownych, na ogół zawężonych i nieprecyzyjnych określeń.

Studia literatury ekonomicznej pozwalają na wyróżnienie trzech definicji (wymiarów) konsumpcji:

- konsumpcja jako akt biologiczno-psychiczny,
- konsumpcja jako proces społeczny,
- konsumpcja jako sfera reprodukcji społecznej.

W pierwszym, podstawowym znaczeniu **konsumpcja oznacza bezpośredni akt zaspokojenia potrzeby człowieka poprzez użytkowanie określonego dobra materialnego lub usługi**. Takimi aktami konsumpcji są przykładowo: spożycie posiłku, wizyta u fryzjera, przeczytanie gazety, zażycie leku, obejrzenie filmu w telewizji, zwiedzanie wystawy, przejazd samochodem, korzystanie z mieszkania. Efekty zaspokajania potrzeby w wyniku aktu konsumpcji są na ogół krótkotrwałe i po pewnym czasie następuje odnowienie się potrzeby, a wraz z tym konieczność ponownego jej zaspokojenia, a później kolejnego itd. Dotyczy to większości potrzeb człowieka, bowiem tylko niektóre z nich nie odnawiają się i są zaspokajane tylko raz w życiu (np. niektóre szczepienia profilaktyczne) bądź okresowo (np. badania lekarskie, leczenie jakiejś choroby itp.).

Powtarzające się z mniejszą lub większą częstotliwością akty konsumpcji układają się tak, jak z pojedynczych obrazków układa się film – w pewien ciąg, czyli proces, obejmujący bez wyjątku wszystkich ludzi, a więc całe społeczeństwa. W ten sposób przechodzimy do drugiej, szerszej i dynamicznej definicji konsumpcji, tj. rozumienia jej jako **procesu społecznego**. W tym właśnie znaczeniu możemy mówić o konsumpcji – jak pisał wybitny polski socjolog Jan Szczepański (1913–2004) – jako

¹ Warto dodać, że w XVIII oraz na początku XIX wieku termin „konsumpcja” funkcjonował przede wszystkim w języku medycznym jako nazwa suchot (czyli gruźlicy płuc), a także jednej z chorób roślin. W znaczeniu współczesnym (jako spożywanie, użytkowanie, zjadanie) zaczęto konsumpcję interpretować dopiero w drugiej połowie XIX wieku. Por. Bańkowski, 2000, s. 785.

„o zachowaniach konsumpcyjnych jednostek i zbiorowości, polegających na uświadomieniu i ocenie własnych potrzeb, uznawaniu ich wagi i decyzjach ich zaspokojenia; zachowaniach zmierzających do wyboru i uzyskiwania środków ich zaspokojenia, obchodzenia się ze zdobytymi środkami oraz ich spożywania itp. (...). W tym ujęciu konsumpcja dotyczy nie tylko zachowań konsumenta jako jednostki, ale także może być rozpatrywana jako proces obejmujący całe zbiorowości zaspokajające swoje potrzeby” [Szczepański, 1981, s. 134].

Trzecia definicja konsumpcji to traktowanie jej w kategoriach makroekonomicznych, czyli jako **fazy reprodukcji społecznej**, fazy kończącej cykl gospodarowania, kiedy wytworzone dobro znalazło użytkownika i stało się przedmiotem zaspokojenia jego potrzeb. Tę ostatnią fazę procesu reprodukcji społecznej nazywa się **fazą konsumpcji**. Na jej oznaczenie stosowane jest również pojęcie „**sfera konsumpcji**”, a w jej zakres wchodzi, ogólnie mówiąc, warunki życia społecznego, czyli takie kwestie, jak dochody, zaopatrzenie rynku, polityka społeczna, infrastruktura techniczna oraz społeczna – słowem, to wszystko, co ma bezpośredni związek z zaspokajaniem potrzeb społeczeństwa.

Przyjrzyjmy się dokładniej wyjściowej definicji konsumpcji, czyli aktowi zaspokojenia potrzeby człowieka w wyniku zużywania dóbr materialnych i usług. Zgodnie z zasadami logiki w definicji tej można wyróżnić dwie jej części: definiowaną (*definiendum*) oraz definiującą (*definiens*). Definiens terminu „konsumpcja” zawiera dwa elementy: społeczny i fizyczny. Ten pierwszy wyjaśnia społeczną istotę konsumpcji („...akt zaspokojenia potrzeby człowieka...”), w drugiej natomiast części wyrażona jest fizyczna istota aktu konsumowania („w wyniku zużywania dóbr materialnych i usług...”).

Z tego wynika, że konsumpcję możemy rozpatrywać w różnych aspektach i z wielu punktów widzenia. Każda z dyscyplin naukowych, w której polu zainteresowania leżą zagadnienia konsumpcji, będzie na własny użytek modyfikować tę definicję, to znaczy eksponować te jej aspekty, które są dla niej istotne. Przykładowo fizycy i chemicy potraktują konsumpcję jako zjawisko fizykochemiczne, tzn. opisz ją w kategoriach fizyki oraz chemii, medycy – jako proces metabolizmu i zaopatrywania organizmu w określone składniki budulcowe i energetyczne, psychologowie – jako proces transmisji różnych bodźców z jednych organów do drugich i wynikające z tego stany oraz zachowania człowieka, socjologowie i kulturoznawcy – jako sposób zachowań jednostek oraz zbiorowości ludzkich, szczególnie w zakresie potrzeb wyższych. Pomimo różnorodności podejść najważniejsze jest jednak, aby nie został utracony pierwotny, podstawowy sens konsumpcji, czyli uznawanie jej za sposób zaspokajania potrzeb ludzkich.

1.1.2. Segmentacja sfery konsumpcji

W rozważaniach o konsumpcji można wyróżnić cztery obszary (segmenty) tematyczne. Są to:

- potrzeby ludzkie,
- środki zaspokojenia potrzeb (przedmioty konsumpcji),
- sposoby zaspokojenia potrzeb (zachowania konsumpcyjne),
- efekty (skutki) zaspokojenia potrzeb.

Przedstawimy pokrótce każdy z tych obszarów, mogących w istocie stanowić samodzielne dyscypliny badawcze oraz dydaktyczne.

Obszar pierwszy to teoria i metodyka badania potrzeb. Pomimo dużego i interdyscyplinarnego znaczenia tej problematyki nauki społeczne nie wypracowały jakiegoś jednego, spójnego ujęcia potrzeb. Należy zresztą wątpić, czy kiedykolwiek dojdzie to stworzenia jednolitej teorii potrzeb i czy w ogóle taka teoria jest potrzebna. Natura ludzkich potrzeb jest wielce skomplikowana i podlega nieustannym zmianom. Opracowanie całościowej, rozwiniętej teorii potrzeb byłoby w gruncie rzeczy jednoznaczne ze sformułowaniem ogólnej teorii człowieka, wyjaśniającej jego funkcjonowanie i całokształt związków z otoczeniem, a to jest mało prawdopodobne.

Jakkolwiek termin „potrzeba” wydaje się jasny i intuicyjnie zrozumiały niemal dla każdego człowieka, to jednak bardzo trudno go precyzyjnie opisać. Jest on bowiem wbrew pozorom wieloznaczny, wieloaspektowy, na skutek czego ujęcia definicyjne potrzeb są zróżnicowane i często uzależnione od konkretnych celów badawczych, stosowanych metod itp. Ponadto oprócz terminu „potrzeba” można też spotkać wyrażenia o podobnej treści, bliskoznaczne, takie jak: **zapotrzebowanie, aspiracje, pragnienia, motywy, popędy, preferencje** itp. Te ostatnie pojęcia uznaje się z reguły za wyraz (sposób) ujawniania się potrzeb. Każda z dyscyplin społecznych ekspozuje zarówno w definicji, jak i w systematyce potrzeb swoje podejście wynikające z jej specyfiki. Przykładowo w psychologii akcentuje się głównie potrzeby jednostki ludzkiej, socjologię interesują szczególnie potrzeby i zachowania zbiorowości, ekonomiści zajmują się przede wszystkim potrzebami w kontekście środków i sposobów ich zaspokojenia przez dobra materialne oraz usługi.



Za potrzebę uznajemy pewien stan psychofizyczny człowieka przejawiający się w subiektywnym odczuciu braku oraz pożądaniu jakiegoś dobra lub stanu (warunków, sytuacji) [Kocowski, 1979, s. 26].

O potrzebie możemy mówić wówczas, gdy pojawiło się odczucie jakiegoś braku, braku czegoś (np. rzeczy) lub braku warunków (np. możliwości spania, wypoczynku, zabawy), i jednocześnie odczuciu temu towarzyszy chęć pozyskania pożądanego dóbr i/lub wytworzenia oczekiwanych warunków (sytuacji).

W kategoriach analizy systemowej można byłoby stwierdzić, że pojawienie się potrzeby oznacza jakieś naruszenie równowagi organizmu – równowagi wewnętrznej lub równowagi zewnętrznej, tzn. między organizmem człowieka a zewnętrznym środowiskiem fizycznym lub społecznym. Przywracanie tej równowagi to nic innego jak właśnie zaspokajanie potrzeb. Nie idzie tu o stan równowagi na jakimś stałym, niezmiennym poziomie, nie jest to więc równowaga statyczna, lecz dynamiczna. Życie i rozwój człowieka odbywają się poprzez stałe zakłócanie tej równowagi i jej przywracanie. Tę właśnie zdolność organizmu ludzkiego do zachowywania względnie stałego stanu parametrów środowiska wewnętrznego nazywa się **homeostazą**. Do innych zagadnień związanych z potrzebami powrócimy w dalszej części rozdziału.

Drugim obszarem badań sfery konsumpcji są środki zaspokojenia potrzeb, czyli przedmioty konsumpcji. Najogólniej ujmując, można wyróżnić cztery grupy tych środków:

- 1) przedmioty materialne zużywające się fizycznie w akcie konsumpcji,
- 2) przedmioty materialne o znaczeniu symbolicznym (kulturalnym, religijnym itp.),
- 3) niematerialne wartości społeczne i kulturowe,
- 4) czynności, czyli świadczenie usług.

Do pierwszej z wyróżnionych grup przedmiotów konsumpcji zaliczymy te dobra materialne, o których wartości użytkowej (użyteczności) przesądza materialna (fizyczna) ich struktura, tzn. ilość i jakość produktu. Do takich dóbr – przedmiotów konsumpcji – zalicza się np. żywność, obuwie, odzież czy trwałe dobra konsumpcyjne.

Drugą grupę tworzą te dobra, które mają strukturę materialną, ale przedmiotem konsumpcji są one nie ze względu na ową fizyczność, lecz inne, na ogół niematerialne cechy, jak np. umowne wartości nadane im przez ludzi. Do takich dóbr zaliczyć można: rzeźby, obrazy, niektóre przedmioty kultu religijnego, talizmany itp.

Trzecią grupę przedmiotów konsumpcji stanowią dobra niematerialne, a więc jakieś niematerialne wartości, jak np. wiedza, informacja, poczucie bezpieczeństwa, poprawa samopoczucia czy poprawa zdrowia.

Czwarta grupa przedmiotów konsumpcji to usługi, czyli czynności, w wyniku których zostają zaspokojone jakieś potrzeby, ale nie powstają bezpośrednio dobra materialne. Są nimi, przykładowo, takie czynności, jak: transport osobowy i towarowy, nauczanie, leczenie czy usługi naprawcze. Do kwestii terminologicznych i typ-

logicznych przedmiotów konsumpcji powrócimy w następnym fragmencie tego rozdziału.

Trzecim obszarem badań sfery konsumpcji są zachowania konsumpcyjne ludzi.



Przez zachowania konsumpcyjne rozumiemy całokształt zachowań i działań człowieka zmierzających do pozyskania środków konsumpcji oraz sposoby obchodzenia się z tymi środkami w trakcie zaspokajania potrzeb.

Można wyróżnić dwa układy instytucjonalne zachowań konsumpcyjnych człowieka:

- zachowania konsumpcyjne na rynku (tzw. zachowania nabywcze, rynkowe),
- zachowania konsumpcyjne w gospodarstwie domowym.

W pierwszym przypadku chodzi głównie o badanie preferencji konsumentów i ich sposób zachowania się na rynku, a w drugim o to, co nabywcy – konsumenci, robią z zakupionymi dobrami, a więc jak je użytkują, kto i kiedy je użytkuje itp.

Czwartym obszarem badań sfery konsumpcji są kwestie efektów, czyli skutków konsumpcji. Efekty te można podzielić na:

- dotyczące konsumenta,
- zewnętrzne, dotyczące otoczenia konsumenta.

W ramach pierwszej grupy wyróżnia się: efekty bezpośrednie oraz efekty pośrednie. Do **efektów bezpośrednich konsumpcji** zaliczymy te skutki aktu konsumpcji, które uwidaczniają się natychmiast, czyli w trakcie lub bezpośrednio po zaspokojeniu potrzeby, np. likwidacja uczucia głodu, bólu, poprawa nastroju, wyglądu itp. **Efekty pośrednie konsumpcji** są to takie efekty, które uwidaczniają się później, po upływie jakiegoś czasu od aktu konsumpcji. Mogą to być przykładowo otyłość i choroby (wskutek nieracjonalnego odżywiania, palenia papierosów, nadużywania alkoholu), wysoka liczebność inwalidów (w wyniku częstych wypadków komunikacyjnych), wysoki poziom intelektualny i etyczny społeczeństwa (na skutek upowszechnienia edukacji i uczestnictwa kulturalnego).

Efektami zewnętrznymi konsumpcji są skutki zaspokajania potrzeb odczuwane przez bliższe oraz dalsze otoczenie konsumenta, np. członków rodziny, mieszkańców osiedla, wsi. Mogą to być również efekty bezpośrednie, tj. następujące w trakcie aktu konsumpcji, albo też efekty pośrednie i przesunięte w czasie.

Wszystkie te efekty konsumpcji można wartościować i w związku z tym podzielić na:

- pozytywne,
- negatywne.

Pozytywnymi efektami konsumpcji mogą być na przykład dobre zdrowie, długie życie, poczucie zadowolenia i satysfakcji z życia, przyjazne stosunki międzyludzkie, wysoki poziom kulturalny oraz etyczny obywateli. Do **negatywnych efektów konsumpcji** zaliczymy z kolei wysoką zachorowalność, uzależnienia, patologie społeczne, wypadki komunikacyjne, konflikty społeczne itp.

1.2. Potrzeby konsumpcyjne – istota i rodzaje

1.2.1. Źródła i mechanizmy rozwoju potrzeb

Z przedstawionej definicji potrzeb wynika, że pierwszym, głównym ich źródłem i determinantą jest organizm człowieka, czyli jego struktura biologiczna i psychiczna. Drugim źródłem potrzeb są konwencje społeczno-kulturowe, wynikające z tego, że człowiek żyje wśród innych ludzi, a więc funkcjonuje w rozmaitych układach społecznych, takich jak: rodzina, środowisko pracy, grupa lokalna, grupa zawodowa, naród, w których obowiązują określone systemy wartości i reguły zachowań.

Określenie źródeł potrzeb jest często również podstawą wyjściową dla ich klasyfikacji. Bardzo popularny jest podział potrzeb na **biologiczne** i **społeczne**. Podobną w istocie genezę ma też klasyfikacja Jana Szczepańskiego; wyróżnia on potrzeby **rzeczywiste, otoczkowe i pozorne** [Szczepański, 1981, s. 146].

Potrzebami rzeczywistymi są naturalne, a więc biologiczne wymogi organizmu ludzkiego. **Potrzeby otoczkowe** to potrzeby otaczające, towarzyszące, wzbogacające potrzeby rzeczywiste. Przykładowo potrzebą rzeczywistą jest potrzeba pożywienia, czyli zaspokojenia głodu; potrzebę tę można zaspokoić kromką chleba albo też spożyciem wystawnego posiłku w wytwornej restauracji i w odpowiednim towarzystwie. Te dodatkowe warunki i czynności towarzyszące spożywaniu posiłku są właśnie zaspokajaniem potrzeb otoczkowych. Niektóre potrzeby zarówno rzeczywiste, jak i otoczkowe mogą się rozwinąć w **potrzeby pozorne**. Ich przejawem jest na przykład obżarstwo, pijaństwo, nikotynizm czy narkomania. Potrzeby pozorne nie są więc potrzebami naturalnymi, lecz sztucznymi, wytworzonymi przez człowieka,

a ich zaspokojenie jest z reguły szkodliwe dla zdrowia fizycznego lub psychicznego. Są one najczęściej wytworem snobizmu, złego gustu, bezmyślnego naśladownictwa, frustracji itp. Z biegiem czasu te właśnie potrzeby pozorne mogą się jednak „obiektywizować” i przybrać na przykład postać nałogu, a więc stać się potrzebami quasi-biologicznymi lub quasi-psychicznymi.

Na gruncie wymienionych wyżej źródeł potrzeb można się spotkać z podziałami na **potrzeby-konieczności** (a więc biologiczne) i **potrzeby-aspiracje** (a więc psychiczne i społeczne). Odmienny, często spotykany w literaturze, dychotomiczny podział potrzeb według kryterium ich źródeł to podział na potrzeby **pierwotne** i **wtórne**; sprawy klasyfikacji potrzeb zostaną przedstawione w dalszej części rozdziału.

Znamienną cechą potrzeb jest ich duże zróżnicowanie i zmienność. Każdy człowiek odznacza się odmienną, indywidualną i w istocie niepowtarzalną strukturą i dynamiką potrzeb. Większość potrzeb odnawia się, przy czym ten okres odnowienia jest bardzo zróżnicowany, np. w przypadku pożywienia okres odnowienia wynosi kilka godzin, w przypadku snu – kilkanaście godzin, zapotrzebowania na odzież – od kilku tygodni do nawet kilku lat. Cykl odnowy potrzeb może być uwarunkowany czynnikami biologicznymi (pożywienie) lub też (albo oprócz tego) czynnikami natury społecznej (moda, prestiż). Ogólnie jednak można zauważyć, że zaspokojenie wielu, albo nawet większości potrzeb nie powoduje ich ograniczenia, to znaczy zmniejszenia, ani tym bardziej zaniku, lecz rozwój innych potrzeb i to z reguły nie jednej, ale wielu (wiązki potrzeb). Na przykład zakup mieszkania (potrzeba tzw. osłony) rodzi zapotrzebowanie na rozmaite artykuły służące do wyposażenia tego mieszkania, zakup samochodu powoduje istotne zmiany w trybie życia człowieka i wywołuje szereg nowych potrzeb i zachowań (dojazdy do pracy, wyjazdy na weekendy za miasto, zapotrzebowanie na usługi naprawcze, garaż itp.). Potrzeby ludzkie nie mają więc charakteru stałego, ale dynamiczny, nieustannie się rozwijają, modyfikuje się ich struktura i hierarchia, a to wszystko sprawia, że zmianom ulega także ich podmiot, czyli sam człowiek. I jest to proces trwający całe ludzkie życie. Kwestię tę można lapidarnie spuentować słowami Ericha Fromma (1900–1980, amerykański psycholog i filozof, urodzony w Niemczech): „Człowiek zawsze umiera, zanim zdąży się w pełni narodzić” [Fromm, 2005, s. 80].

Powiązania między potrzebami ludzkimi mają charakter **substytucyjny**, **komplementarny** bądź **synergiczny**. Relatywnie najmniej jest widoczna substytucyjność (zastępowalność); występuje ona właściwie dopiero w odniesieniu do niektórych potrzeb wyższych. Niewielkie lub praktycznie żadne są natomiast możliwości substytucji wśród potrzeb niższego rzędu (tzw. potrzeb-konieczności). Wspomniano już, że zaspokojenie jednych potrzeb rodzi z reguły potrzeby nowe, które w stosunku do zaspokojonych mają charakter komplementarny (uzupełniający) lub synergiczny (wzajemnie stymulujący, potęgujący). Przykładem komple-

mentarności potrzeb może być zapotrzebowanie na benzynę czy garaż, gdy się kupiło samochód. Przykładem synergizmu mogą być potrzeby edukacyjne oraz kulturalne; wzrost poziomu zaspokojenia potrzeb oświatowych, wyrażający się we wzroście wykształcenia, stymuluje zazwyczaj rozwój potrzeb kulturalnych. Zjawiska substytucyjności, komplementarności i synergizmu będą wzrastać wraz z rozwojem i różnicowaniem się potrzeb ludzkich oraz środków i sposobów ich zaspokajania, a dotyczą przede wszystkim potrzeb wyższego rzędu (tzw. potrzeb wtórnych albo potrzeb-aspiracji).

Potrzeby są odczuwane zazwyczaj jako **pragnienia** czy **pożądania**. Pragnienia mają określony cel, albo inaczej – określoną treść przedmiotową, jaką jest na ogół jakiś produkt, czyli przedmiot lub usługa zaspokajające tę potrzebę (np. pragnienie posiadania nowych butów, mieszkania, wyższego wykształcenia, poprawy wyglądu, zdrowia). Konkretyzacja tych pragnień (pożądań) nie kończy się zazwyczaj na samym produkcie w jego ogólnym rozumieniu (np. jakieś tam buty, jakiś samochód), lecz przybiera ostatecznie postać konkretnego produktu (np. telewizor marki Sony, samochód marki Volvo).

Istotą zaspokojenia potrzeb przez poszczególne dobra jest wykorzystanie ich **wartości użytkowych (użyteczności)**. Rozróżnia się wartość użytkową dobra **podstawową** oraz **dodatkową** (w cytowanym ujęciu J. Szczepańskiego – otoczkową). Przykładowo, użytecznością podstawową samochodu jest jego zdolność do szybkiego przemieszczania ludzi i rzeczy, a użytecznością dodatkową (otoczkową) jest to, że uchodzi on często za ważny czynnik prestiżu społecznego, wyróżnienia itp.

W wyższych fazach rozwoju gospodarczo-społecznego, gdy są już zaspokojone w dostatecznym stopniu potrzeby podstawowe, dalsze modyfikacje potrzeb sprowadzają się przede wszystkim do rozwoju potrzeb **otoczkowych**. Przykładowo w odniesieniu do żywienia jest to zmiana struktury spożywanej żywności, sposobów i miejsca spożywanych posiłków. Podobnie się przedstawia sprawa rozwoju przedmiotów zaspokojenia tych potrzeb; zwiększa się przede wszystkim ich użyteczność otoczkowa, przy nieznacznym z reguły wzroście ich użyteczności podstawowej, bądź nawet jej spadku (np. w wyniku produkcji coraz tańszej i jakościowo gorszej odzieży na jeden sezon, ale zgodnej z modą, czy jednorazowych talerzy).

1.2.2. Klasyfikacja potrzeb

Klasyfikacja (systematyka) potrzeb ludzkich jest, wbrew pozorom, przedsięwzięciem bardzo trudnym. Wpływa na to przede wszystkim nieograniczoność potrzeb, ich ciągła zmienność, a także szybki rozwój środków oraz modyfikacja sposobów zaspokajania.