

ANNA OLEJNICZUK-MERTA

IBRKK – Warszawa

## Konsumpcja w innowacyjnej gospodarce

Trywialne na pozór pytanie o wiodący cel gospodarowania i sposoby realizacji tego celu pozostaje ciągle aktualne i wiąże się z nieustannym poszukiwaniem „dobrej” odpowiedzi. Wiodącym celem gospodarowania może być bowiem wzrost gospodarczy, rozumiany jako proces rozszerzania zdolności produkcyjnych gospodarki, wyrażony przyrostem brutto PKB i odnoszący się do opisywania zmian ilościowych w gospodarce, może być rozwój społeczno-gospodarczy, pojmowany jako długofalowy proces przemian dokonujących się w gospodarce, obejmujących zarówno zmiany ilościowe, takie jak: wzrost produkcji, zatrudnienia, inwestycji, rozmiarów kapitału, dochodów, spożycia i inne wielkości ekonomiczne, jak i zmiany o charakterze jakościowym. Wśród tych drugich występują: postęp techniczny i technologiczny, doskonalenie systemu wewnętrznych powiązań gospodarczych z gospodarką światową, wzrost poziomu kwalifikacji pracowników, zmiany unowocześniające gospodarkę, wzrost poziomu efektywności w skali mikro i makroekonomicznej, innowacje. Widać więc, że wzrost gospodarczy można osiągnąć bez rozwoju gospodarczego, zaś odwrotnie – nie.

Jako cel nadrzędny jest też wskazywany rozwój społeczny, zapewniający społeczeństwu wysoką satysfakcję z jakości życia, któremu będzie podporządkowany wzrost gospodarczy i przebieg procesów gospodarowania. Wyznaczenie samego celu gospodarowania jest zadaniem relatywnie prostym w porównaniu z problemami związanymi z wyborem i wdrożeniem sposobów jego realizacji. Nabiera ono teraz szczególnego znaczenia w Polsce z jednej strony ze względu na osiągnięty relatywnie duży postęp w rozwoju, z drugiej zaś – potrzebę dalszych i coraz większych zmian zarówno gospodarczych, jak i społecznych oraz technologicznych.

Przeobrażenia w Polsce w ostatnich latach wiążą się z tworzeniem podstaw gospodarki rynkowej i rozwojem pro wzrostowych działań gospodarczych. Jakkolwiek ich cel – rozwój gospodarki rynkowej – od początku przemian jest wyraźny i jednoznaczny, to sposób dążenia do wysokiego wzrostu gospodarczego nie ma klarownego, jednorodnego charakteru. Przeplatają się w nim elementy dwóch systemów gospodarowania: liberalnego i opartego na założeniach społecznej gospodarki rynkowej.

Pierwszy, liberalny charakteryzuje się nastawieniem głównie na działania propodażowe. Problemy konsumpcji, zwłaszcza w skali makro, są postrzegane jako wynikowa działań podażowych, co w praktyce oznacza odkładanie na przyszłość, po uprzednim osiągnięciu wysokiego wzrostu gospodarczego oraz zagwarantowaniu spójności społecznego i ekonomicznego rozwoju. Konsekwencje tego to między innymi nierówny rozwój konsumpcji i obniżenie jakości rozwoju społecznego.

Drugi sposób rozwoju społeczno-gospodarczego uwzględnia wśród czynników rozwoju również konsumpcję, tworząc z góry możliwości wzrostu popytu, między innymi przez ograniczanie bezrobocia, przygotowywanie prawnych rozwiązań propodażowych, zgodnie z ideą społecznej gospodarki rynkowej<sup>1</sup>. Jak widać, oba wskazane sposoby rozwoju gospodarki mogą przynosić w długim okresie korzystne efekty, jednakże w krótkim okresie występują pomiędzy nimi różnice, a nawet sprzeczności. W systemie liberalnym polityka propodażowa pozostaje w sprzeczności z krótkookresową polityką popytową (i wzrostem konsumpcji), a system społecznej gospodarki rynkowej może występować (i z reguły występuje) w opozycji do krótkookresowych korzyści biznesowych. Ma to przełożenie na wyniki gospodarowania w średnim i krótkim okresie, a w konsekwencji również na rozwój konsumpcji, która obecnie w gospodarkach wysoko rozwiniętych coraz powszechniej postrzegana jest jako siła napędowa wzrostu i rozwoju gospodarczego.

Jednocześnie przeobrażenia gospodarcze i społeczne są coraz silniej kształtowane przez relatywnie nowy czynnik, którym jest postępująca globalizacja, sprawiający, że liberalny system gospodarowania jest ograniczany na rzecz prorozwojowych działań państwa, mających na celu usprawnienie funkcjonowania różnych rynków krajowych, zwiększanie otwartości handlu, tworzenie klimatu inwestycyjnego<sup>2</sup>. Rozwiązania takie mają charakter systemowy i wyrażają pro wzrostowe strategie rozwoju. Strategie te coraz częściej nacechowane są nową jakością, której idea opiera się na intensyfikacji wykorzystywania w procesach gospodarowania kapitału ludzkiego, społecznego i intelektualnego wraz z określoną infrastrukturą. To sprawia, że gospodarcze priorytety strategiczne mogą być kierowane na sektor nowej gospodarki, opartej na wykorzystaniu wiedzy i technologii, ale jednocześnie na sektory gospodarki tradycyjnej. Przywiązywanie dużej wagi do rozwoju gospodarki o nowych cechach jakościowych (GOW i ICT) jest korzystne z tego względu, że pozwala na, ważny w dobie globalizacji, rozwój aktywności gospodarczej poza granicami własnego kraju i jednocześnie na wzrost globalnej produktywności, która przekłada się na zwiększanie udziału sektora technologii informatycznych i komunikacyjnych i wymusza inwestowanie w naukę, oświatę oraz inne czynniki rozwoju kapitału ludzkiego, społecznego i intelektualnego. Natomiast rozwój sektorów gospodarki tradycyjnej jest zasadny ze względu na potrzebę wykorzystywania zasobów siły roboczej i minimalizację bezrobocia, dzięki czemu sprzyja ograniczaniu skali ubóstwa, nierówności dochodowych i efektywniejszemu wykorzystaniu posiadanego kapitału. Taki kierunek rozwoju cechuje polską gospodarkę i sprawia, że nabiera ona coraz więcej cech o charakterze globalnym.

## **Innowacyjna gospodarka jako etap rozwoju gospodarczego**

Wskazane wyżej przeobrażenia i cechy obecnego etapu rozwoju gospodarczego pozwalają wnioskować i wskazywać, że szybki i skuteczny rozwój w Polsce zależy przede wszystkim od inwestowania w czynnik ludzki i zapewnienia – w pierwszej kolejności – rozwoju

<sup>1</sup> *Mechanizmy i źródła wzrostu gospodarczego*, redakcja naukowa J. L. Bednarczyk, S. I. Bukowski, W. Przybylska-Kapuścińska, CedeWu.PL Wydawnictwa Fachowe, Warszawa 2008, s.11-24.

<sup>2</sup> Por. U. Płowiec, *Kształtowanie gospodarki i społeczeństwa odpowiadających cywilizacji wiedzy*, (w:) *Innowacyjna Polska w Europie 2020. Szanse i zagrożenia trwałego rozwoju*, PWE, Warszawa 2010, s. 269-270.

sektorów technologii informatycznych i komunikacyjnych, decydujących nie tylko o rozwoju gospodarki, ale i jej nowoczesności. Nośnikami takiego rozwoju są bowiem: nauka, przemysł high-tech, usługi społeczeństwa informatycznego, usługi tworzące i wykorzystujące wiedzę i edukację. W gospodarce innowacyjnej, która opiera się na wiedzy i umiejętnościach, maleje znaczenie zatrudnienia osób z wykształceniem poniżej średniego i kapitału fizycznego (materialnego, pieniężnego, naturalnego). Rośnie natomiast rola kapitału ludzkiego, społecznego i intelektualnego i wraz z nim high-tech.

Najczęściej kapitał ludzki definiowany jest jako wiedza i umiejętności konkretnych osób, nabyte w systemie szkolnictwa, kształcenia zawodowego i kształtowania polityki zawodowej, jak również warunki psychofizyczne jednostki i kulturowe w pracy. Kapitał ten to przede wszystkim świadomość, wiedza i umiejętności człowieka oraz zdrowie, które przenikają do gospodarki i do jej mikrostruktury, którą jest gospodarstwo domowe, gdzie podejmowane są liczne i różnorodne decyzje dotyczące zakupu dóbr i usług (w tym innowacyjnych), w konsekwencji czego następuje inwestowanie w siebie i kształtowany jest model konsumpcji i styl życia, determinujący zachowania konsumentów występujących w różnych rolach społecznych i zawodowych. Kapitał ludzki wraz z kapitałem społecznym, który tworzą takie kategorie, jak: zaufanie, realizacja wartości i norm społecznych (determinowanych kulturą) wspólnych członkom grup społecznych, charakter sieci łączności wewnątrz tych grup, jak również charakter relacji społeczeństwa z państwem oddziałuje również na obszar związany z działalnością zawodową człowieka.

W dobie nowych technologii i nowych możliwości, jakie stwarza gospodarka innowacyjna, coraz częściej odnosimy się również do kapitału intelektualnego. Z reguły jest on określany jako suma wiedzy posiadanej przez ludzi tworzących społeczność i przedsiębiorstwa oraz praktyczne przekształcenie tej wiedzy w składniki jego wartości. Inaczej mówiąc, kapitał intelektualny to kapitał ludzki oraz kapitał strukturalny, obejmujący techniczne uzbrojenie kapitału ludzkiego, a więc komputery, Internet, laboratoria, patenty, know-how. O kapitale intelektualnym można mówić także w przypadku konsumentów, których wkład w budowanie zrównoważonej produkcji i konsumpcji szybko rośnie i zwraca uwagę badaczy tej problematyki.

Badania i analizy ekonomiczne pokazują, że wzrost inwestycji, a ściślej stopy inwestycji w kapitał ludzki prowadzi do wzrostu wydajności tego czynnika wytwórczego, jak również do wzrostu zasobów rzeczowych i odwrotnie – wzrost stopy inwestycji w zasoby rzeczowe sprzyja wzrostowi zasobów rzeczowych i kapitału ludzkiego<sup>3</sup>. Wprawdzie nie mówią one o sile tego oddziaływania, ale wskazują na jego wpływ na przejście gospodarki na wyższy poziom. Pozwala to sądzić, że intensyfikacja wykorzystania kapitału ludzkiego w innowacyjnej gospodarce będzie sprzyjać jej szybkiemu rozwojowi. Jednocześnie inne badania potwierdzają, że na niskim poziomie rozwoju gospodarczego kapitał rzeczowy jest dobrem rzadkim i dzięki temu stopa jego zwrotu jest wyższa niż kapitału ludzkiego<sup>4</sup>. Natomiast średnio- i długookresowy wzrost kapitału rzeczowego, który ma miejsce obecnie, sprzyja wzrostowi dochodów aktywnych jednostek, coraz szerszych grup społecznych i całego spo-

<sup>3</sup> N.G. Mankiw, D. Romer, D. N. Weil, *A contribution to the economic growth*, „Quarterly Journal of Economics”, Vol. 7, No.2, s. 420-429.

<sup>4</sup> O. Galor, O. Moav, *From physical to human capital accumulation: inequality and the process of development*, „Review of Economic Studies”, Vol. 71, No. 249, s. 1001-1026.

leczeństwa. Wówczas wydatki obejmują także inwestowanie w kapitał ludzki (m.in.: edukację, rekreację, zdrowie). Jednocześnie obniża się stopa zwrotu z kapitału rzeczowego, gdyż staje się on dobrem coraz bardziej powszechnym, dostępnym. W konsekwencji prowadzi to do takiego postępu, w którym wraz z osiąganiem wyższego poziomu rozwoju gospodarczego rośnie zapotrzebowanie na kapitał ludzki, a nawet – w miarę wzrostu zapotrzebowania na ten kapitał – maleje zapotrzebowanie na kapitał rzeczowy.

Inwestowanie w czynnik ludzki wiąże się z konsumpcją wielu różnych dóbr i usług na różnych poziomach – jednostek, gospodarstw domowych i całego społeczeństwa. To sprawia, że punkt ciężkości w działalności gospodarczej przesuwa się w kierunku konsumpcji i coraz silniej wiąże się ze sferą konsumpcji. Konsument zaś zaczyna być postrzegany nie tylko w sferze konsumpcji – jako użytkownik wielu dóbr i usług, ale także na rynku jako decydent i szerzej – w całym procesie gospodarowania. Z tego względu główną cechą współczesnej gospodarki nie jest już liberalizm ani społeczna odpowiedzialność biznesu. Głównym atrybutem współczesnej gospodarki jest wykorzystywanie wiedzy i umiejętności pracowników oraz szeroko pojętej informacji. Ważne i niezbędne staje się „wykorzystywanie w praktyce wyników prac badawczych i rozwojowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków, jak również nowego lub znacząco udoskonalonego produktu/usługi lub procesu, nowej metody marketingowej lub organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem”<sup>5</sup>.

Ten kierunek zmian pokazuje, że pole do tworzenia innowacji rozszerza się i wykracza poza dominujące dotychczas czynniki podażowe i że współczesny rozwój kształtowany jest również przez rosnące od niedawna znaczenie czynników popytowych, w tym konsumpcji. Jednoczesne wykorzystywanie podażowych i popytowych czynników innowacji jest jednym z głównych wyróżników gospodarki innowacyjnej, obok intensyfikacji kapitału ludzkiego, społecznego i intelektualne.

Nie pogłębiając analizy, można stwierdzić, że obecnie aksjomatem jest to, że między rozwojem kapitału ludzkiego i rozwojem gospodarczym występuje konwergencja. Są one wzajemnie napędzającymi się procesami<sup>6</sup>.

Dotychczasowe rozważania dają podstawę do stwierdzenia, że innowacyjność gospodarki jest funkcją co najmniej trzech zmiennych: kreatywnych ludzi, popytu na innowacje i odpowiedniego klimatu proinnowacyjnego tworzonego przez państwo.

Szczególne znaczenie kreatywności czynnika ludzkiego i popytu na innowacje wiąże się z tym, że rozmiary produkcji w coraz większym stopniu zależą nie tyle od ilości, ile od jakości nakładów pracy ludzkiej, od wydajności. Wydajność pracy natomiast jest pochodną racjonalnego odżywiania, dobrego zdrowia, wysokich kwalifikacji, innowacyjności i motywacji pracowników, a te są w linii prostej następstwem konsumpcji przez człowieka wielu różnych dóbr i usług. W takim rozumieniu wydatki konsumpcyjne zaczęły nabierać cech nakładów produkcyjnych, a zwiększanie konsumpcji stało się inwestowaniem w produkcję, w tym innowacyjną. Potwierdza to fakt, że społeczeństwa wysokiej konsumpcji są jednocześnie społeczeństwami wysokiej produkcji oraz to, że z reguły ludzie o wysokich kwalifikacjach zarabiają więcej, gdyż są bardziej wydajni.

<sup>5</sup> OECD, Eurostat 2005.

<sup>6</sup> Ł. Jabłoński, *Kapitał ludzki w wybranych modelach wzrostu gospodarczego*, „Gospodarka Narodowa” 2011, nr 1-2, s. 100.

Podobnie jest w przypadku relacji inwestycji i konsumpcji. Pojawia się coraz więcej rodzajów aktywności człowieka, które mają jednocześnie wymiar inwestycji i konsumpcji (zjawiska: prosumpcji, konfirmy i konswestycji). Potwierdza to rozwijające się zjawisko kształcenia się, które właśnie nabiera cech inwestycji w człowieka. Wiedza oraz umiejętności decydują o jego jakości i atrakcyjności na rynku pracy. Podobnie jest także z kulturą, ochroną zdrowia, rekreacją, racjonalnym żywieniem. Procesy konsumpcji są tu równocześnie inwestowaniem w jakość życia ludzkiego i tym samym w czynnik ludzki w procesie gospodarowania<sup>7</sup>. W literaturze można nawet spotkać oceny, które osiągnięte przeobrażenia i obecną sytuację określają mianem gospodarki opartej na konsumpcji. Określając zaś tę sytuację słowami P. Druckera, można powiedzieć, że „wesliśmy na ścieżkę nowoczesnego, postępującego rozwoju urynkowanej gospodarki, o aspiracjach konsumpcyjnych społeczeństwa...”<sup>8</sup>.

W świetle tego zasadne jest podjęcie analizy konsumpcji w aspekcie jej roli i funkcji we współczesnej, innowacyjnej gospodarce. Warto też postawić pytania o cechy konsumpcji i zachowania konsumentów z punktu widzenia ich wpływu na aktywizującą rolę konsumpcji w procesie gospodarowania. Wydaje się to tym bardziej zasadne, że pojawiają się już nowe wizje rozwoju, sugerujące powstanie kolejnego etapu rozwoju gospodarczego, określanego przejściem od gospodarki opartej na wiedzy do gospodarki opartej na mądrości<sup>9</sup>, podbudowanego filozofią i dowodami na to, że niezauważalna bywa granica pomiędzy wiedzą i destrukcją. Aby więc wiedza nie była wykorzystywana destrukcyjnie, powinna towarzyszyć jej mądrość, gdyż nigdy inaczej nie mówi natura, a inaczej mądrość<sup>10</sup>.

## Rola konsumpcji i konsumentów w gospodarce innowacyjnej

W innowacyjnej gospodarce czynnik ludzki i społeczny nabiera istotnie większego znaczenia niż we wcześniejszych etapach rozwoju. Odnosi się to zarówno do konsumenta jako jednostki, gospodarstwa domowego, jak również całego społeczeństwa. W odniesieniu do konsumenta można mówić o rozwoju zjawiska, w którym role producenta i konsumenta zbiegają ku równoważeniu się. Konsument staje się producentem, inwestorem, gdyż przebieg procesu konsumpcji charakteryzuje się podobnym przebiegiem jak proces produkcji. Występujące podobieństwa wskazał jako pierwszy G. S. Becker, przyjmując za punkt wyjścia określenie, że produkcja jest swoistą transformacją jednych zasobów w inne. Występujące na początku procesu produkcji surowce, półprodukty, narzędzia i ludzka praca zmieniają się w czasie trwania procesu w gotowy produkt i odpady poprodukcyjne, będące tzw. produktami negatywnymi<sup>11</sup>. Proces konsumpcji różnych produktów jest procesem ich przetwarzania w inne dobra, wartości: dodatnie, takie jak ochrona przed chłodem, ra-

<sup>7</sup> Por. A. Lizurej, *Czy życie w erze postmodernizmu wymusza postawy i zachowania konsumpcyjne? Oblicza konsumpcjonizmu*, red. B. Mróz, SGH, Warszawa 2009, s. 41; R. Kapuściński, *Lapidarium V*, Znak, Warszawa 2002.

<sup>8</sup> P. Drucker, *Spoleczeństwo pokapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 39.

<sup>9</sup> E. Mączyńska, *Dychotomia wiedzy i mądrości*, (w:) *Polska myśl strategiczna. Na spotkanie z enigmą XXI wieku*, Biuletyn PTE nr 2 (52), kwiecień 2011, s. 71.

<sup>10</sup> Cz. Michałunio SJ, *Dicta: Zbiór łacińskich sentencji, przysłów, zwrotów, powiedzeń*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010, sentencja 4839.

<sup>11</sup> G.S. Becker, *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, PWN, Warszawa 1990, s. 236-238.

dość z nabytego mieszkania, uznanie w otoczeniu bliskich, oraz ujemne, najczęściej odpady pokonsumpcyjne. Producentem zarówno dodatnich, jak i ujemnych wartości jest człowiek – konsument. Ponadto w konsumpcji, podobnie jak w produkcji, wskazać można na występowanie kosztów, jak również jej efektywność. Potwierdza to ekonomika konsumpcji, która pozwala określić zarówno korzyści, jak i koszty konsumpcji w wielu ich wymiarach. Można określać koszty utrzymania w szerokim ujęciu jako ogólne nakłady na zaspokajanie potrzeb, jak również traktować je wąsko, pomniejszając kwotę ogólnych wydatków konsumpcyjnych o wartość nabytych lub wytworzonych samodzielnie produktów – przedmiotów konsumpcji, wówczas koszty konsumpcji obejmują wyłącznie proces konsumpcji. Poza ekonomicznym aspektem procesu konsumpcji badać można społeczne, etyczne i psychiczne jego wymiary.

Natomiast rachunek efektywności konsumpcji, wyrażający relacje efektów działania do nakładów, określany jest przez stosunek efektu konsumpcji (korzyści z zaspokojenia potrzeb) do kosztów zaspokojenia potrzeb (kosztów utrzymania). Praktycznie jednak pomiar i analiza efektywności konsumpcji są utrudnione z powodu braku w pełni adekwatnych metod oraz ograniczonej możliwości kwantyfikacji kosztów i efektów konsumpcji. Prowadzone są już badania dotyczące tego problemu, a zapotrzebowanie na nie to efekt dużych zmian zachodzących w konsumpcji, liczne innowacje konsumpcyjne, jak również kreowanie nowych potrzeb wraz z rosnącym tempem moralnego starzenia się/zużycia wielu produktów. Wszystko to z jednej strony potwierdza relatywnie krótki okres poznawania i badania tych problemów konsumpcji (w nowym ich pojmowaniu i wymiarze), z drugiej zaś wskazuje na zasadność i wręcz konieczność zajęcia się efektywnością konsumpcji. Tak jak w przypadku produkcji, również w odniesieniu do konsumpcji można mówić o jej racjonalności, chociaż pojęcie to jest bardzo młode, a proces określania szczególnie trudny ze względu na wykorzystywanie między innymi subiektywnych kryteriów wynikających z indywidualnych konsumenckich systemów wartości. Racjonalna konsumpcja określana jest jako „taka, która znajduje pokrycie w budżecie konsumenta, przyczynia się do jego prawidłowego fizycznego i psychicznego rozwoju, jest zgodna z systemem wartości i nie stoi w sprzeczności z interesami innych ludzi”<sup>12</sup>. Wszystko to potwierdza, że konsumpcja postrzegana w aspekcie jednostki – konsumenta jest szczególną formą produkcji.

Warto dodać, że im konsument jest bardziej wyedukowany, innowacyjny i przedsiębiorczy, tym jego konsumpcja jest w większym stopniu innowacyjna, a on sam jest czynnikiem o dużym potencjale wpływu na rozwój innowacyjnej gospodarki.

Wynika to stąd, że konsument z jednej strony konsumuje/zużywa różne produkty (towary i usługi), z drugiej zaś inwestuje w siebie, w swój rozwój, zdobywa wiedzę, umiejętności i doświadczenie. W ten sposób człowiek korzysta z efektów gospodarki innowacyjnej i jednocześnie współtworzy ją, jest źródłem jej rozwoju. Człowiek jako uczestnik procesu wytwarzania i wymiany przyczynia się do postępu technologicznego, zarządczo-organizacyjnego, marketingowego, zaś jako konsument aktywnie uczestniczący w procesie gospodarowania (w roli prosumenta, konfirmy, inwestującego w siebie – konswestycja) rozszerza obszar swojego oddziaływania na proces gospodarowania, wykorzystując zdobytą wiedzę, doświadczenie, możliwości. Człowiek – konsument jest zatem źródłem inspiracji i działań zmierzających do urzeczywistnienia gospodarki innowacyjnej. Wpływają na to zarówno

<sup>12</sup> Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, WN PWN, Warszawa 2007.

bodźce wewnętrzne, między innymi chęć i potrzeby ludzi do posiadania coraz to większej wiedzy, jak i zewnętrzne warunki otoczenia (bogata oferta innowacyjnych dóbr i usług, zachęt ekonomicznych, wnioski płynące z zachodzących zmian globalizacyjnych), motywujące konsumentów do aktywnej, kreatywnej i efektywnej pracy oraz tworzące możliwość satysfakcjonującej, nowoczesnej konsumpcji.

Godny podkreślenia jest także fakt, że również świadomość konsumencka w zakresie kształtowania tych zjawisk i ich oddziaływania na gospodarkę, środowisko i samego człowieka jest wyższa u osób o wyżej wymienionych cechach i dzięki temu sprzyja rozwojowi innowacyjnej gospodarki, przy jednoczesnej dbałości o zrównoważony charakter gospodarki i samej konsumpcji, której rola systematycznie rośnie.

Podobnie jak indywidualnego konsumenta, również gospodarstwo domowe według współczesnego, nowego podejścia mikroekonomicznego, tzw. nowej ekonomii gospodarstwa domowego, cechuje specyficzne pełnienie funkcji produkcji. Gospodarstwo domowe pojmowane jest jako przedsiębiorstwo, które maksymalizuje funkcję produkcji, w przeciwieństwie do rozumienia wcześniejszego, według którego maksymalizowało funkcję użyteczności. Obecnie nabywane dobra, czas, wiedza i kwalifikacje członków gospodarstwa domowego stanowią nakłady gospodarstwa domowego. W rezultacie tak rozumianej produkcji gospodarstwa domowego powstają korzyści. Autor tej produkcyjnej teorii gospodarstwa domowego tak wyjaśnia jej treść: „w produkcyjnym modelu nie poprzestaje się na uznaniu gospodarstwa domowego za właściwą jednostkę analizy w teorii konsumpcji, ale wydobywa się także współzależności istniejące między wieloma decyzjami podejmowanymi przez gospodarstwo domowe, dotyczącymi podaży kreowanej przez rodzinę siły roboczej oraz wydatkowania czynnika czasu i wydatków na towary, w analizie obejmującej tylko jeden okres, natomiast w analizie obejmującej całość cyklu (tj. całe życie) – decyzjami w kwestii małżeństwa, liczebności rodziny rozmiarów i rodzaju aktywności zawodowej oraz wydatków na towary i inwestycje w kapitał ludzki”<sup>13</sup>.

Również gospodarstwo domowe, tak jak indywidualny konsument, ponosi koszty działalności związanej z konsumpcją. Można określać i analizować efektywność i racjonalność jego konsumpcji.

Rosnąca rola konsumpcji jest obecnie zjawiskiem coraz szerzej i głębiej poznawanym nie tylko w odniesieniu do jednostki – konsumenta, gospodarstwa domowego, ale także całego społeczeństwa i gospodarki. Dzieje się to za przyczyną funkcji, jakie spełnia konsumpcja w społecznym i gospodarczym życiu kraju<sup>14</sup>. Tradycyjnie spełnia ona dwie zasadnicze funkcje: gospodarczą i społeczno-kulturalną, wpływając na nie w sposób bezpośredni lub pośredni.

Spełniając funkcję gospodarczą, konsumpcja zapewnia efekty określane mianem reprodukcyjnych i motywacyjnych. Pierwsze wiążą się z zapewnianiem zdrowia, zdolności do pracy, uczestnictwa w realizacji procesów produkcji i dystrybucji, a w konsekwencji przyczyniają się do rozwoju gospodarczego. Drugie, motywacyjne zachęcają konsumentów do wysiłku fizycznego, intelektualnego i aktywności społecznej w celu podnoszenia poziomu

<sup>13</sup> G.S. Becker, *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich...*, op. cit., s. 237.

<sup>14</sup> J. Kramer, *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa 1997, s. 18-21.

zaspokajania potrzeb, prestiżu społecznego, realizacji wybranego stylu życia i konsumpcji. W konsekwencji również prowadzą do podniesienia poziomu rozwoju gospodarczego.

Należy jednak pamiętać, że ani reprodukcyjny, ani motywacyjny efekt konsumpcji nie jest zagwarantowany w każdej gospodarczej aktywności człowieka. Jest to warunkowane wieloma czynnikami, często o złożonym działaniu, które mogą dawać wyniki pozytywne, ale też negatywne. Innowacyjna gospodarka, zapewniając odpowiednio wysokie miejsce i rolę konsumpcji i konsumentów w realizacji procesów gospodarczych (dzięki stawianiu przede wszystkim na czynnik ludzki), stwarza relatywnie większe możliwości do podniesienia efektów produkcji i konsumpcji, a w konsekwencji także gospodarki, niż poprzednie systemy gospodarcze.

Spółeczno-kulturalne funkcje konsumpcji wiążą się z jej oddziaływaniem na zachowania jednostek i szerokich grup społecznych i obejmują: zapewnienie możliwości godziwego i zdrowego życia, kształtowania systemu wartości i osobowości, mobilności licznych grup społecznych. Analizując to głębiej, można stwierdzić, że do spełnienia tej funkcji niezbędna jest konsumpcja wielu różnych dóbr i usług, pomnażaniu których sprzyja innowacyjna gospodarka, dzięki umożliwianiu konsumentom spełniania ich dewizy: „jestem tym, co posiadam i tym, co konsumuję”<sup>15</sup>.

Poza wymienionymi, standardowymi funkcjami konsumpcji występują też jej nowe role. Najważniejszą nową rolą konsumpcji jest to, że jest siłą napędową wzrostu gospodarczego. O dużej sile współczesnej konsumpcji świadczy między innymi to, że gospodarka polska nie poddała się kryzysowi gospodarczemu i weszła na drogę rozwoju (pobudzenie konsumpcji i stymulowanie popytu konsumpcyjnego).

We współczesnej gospodarce ważną rolą konsumpcji w kształtowaniu wzrostu gospodarczego jest także wykorzystywanie w diagnostyce gospodarczej wskaźników koniunktury konsumentów (indeks Michigan, indeks The Conference Board). Wpływają one na zachowania uczestników giełd finansowych i towarowych, które mają odbicie w decyzjach inwestorów i producentów<sup>16</sup>.

Trzeba jednak pamiętać, że wzrost roli konsumpcji jako siły sprawczej zwiększania produkcji ma także drugą, negatywną stronę. Przyczynia się, zwłaszcza przez konsumpcję masową, do powstawania niekorzystnych zjawisk, których skutki wiążą się nawet z niszczeniem gospodarki i wypaczeniami w życiu społecznym (np. zaleganie szkodliwych odpadów pokonsumpcyjnych zwanych dobrami negatywnymi, które obciążają gospodarkę, zużywają surowce naturalne występujące w ograniczonych ilościach)<sup>17</sup>. Według ocen ekologów wysoka i często nieracjonalna konsumpcja może w niedalekiej przyszłości zaowocować wyczerpaniem się lub znacznym ograniczeniem podaży niektórych podstawowych dóbr, takich jak woda czy pożywienie<sup>18</sup>.

Współczesna konsumpcja coraz częściej ma charakter polityczny, co wiąże się z rozwojem polityzacji konsumpcji. Oznacza to upolitycznianie wielu zachowań konsumpcyjnych

<sup>15</sup> E. Fromm, *Mieć czy być?* Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 1997, s. 70.

<sup>16</sup> Cz. Bywalec, *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, C. H. Beck, Warszawa 2010.

<sup>17</sup> *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. naukowa M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.

<sup>18</sup> *Innowacyjna Polska w Europie. Szanse i zagrożenia trwałego rozwoju*, red. naukowa U. Płowiec, PWE, Warszawa 2010, s. 419-456.

oraz produktów konsumpcyjnych, a także zwiększanie roli konsumpcji w kształtowaniu życia politycznego, a więc jej wpływ na zachowania polityków i wytwarzane przez nich produkty polityczne, co w ocenie społecznej osiąga zarówno pozytywne, jak i negatywne efekty.

Od pewnego czasu ma też miejsce konsumeryzacja polityki, przejawiająca się w rządowych regulacjach sfery konsumpcji, np. tworzenie państwowych instytucji ochrony konsumentów, określanie parametrów techniczno-użytkowych wielu produktów, zalecenia co do sposobów konsumowania, czy wręcz formułowanie zakazów sprzedaży i spożywania niektórych produktów. I choć z reguły dobrze służy konsumentom, to niesie ze sobą także niewygodne i niekorzystne w skutkach rozwiązania.

Nową funkcją konsumpcji są działania organizacji ekologicznych, które według zasad postępowania są praktycznie ruchami konsumenckimi, zabiegającymi o racjonalną ekologiczną konsumpcję, realizowaną zgodnie z naturalnymi potrzebami człowieka i nie degradującą środowiska.

Wyżej wskazanym, pozastandardowym, funkcjom konsumpcji w innowacyjnej gospodarce towarzyszy konsumpcjonizm związany z szybkim i dużym wzrostem konsumpcji, nie zawsze, a raczej rzadko skierowanej na zaspokajanie autentycznych potrzeb konsumentów. Ma on z reguły wiele negatywnych skutków dla konsumentów<sup>19</sup>. Ponadto rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i konsumpcjonizmu sprawia, że konsumpcja przejmując coraz więcej funkcji pełnionych wcześniej przez produkcję i kulturę, w szerokim rozumieniu tych terminów. Dotyczy to m.in. tak ważnych kwestii jak kryteria strukturyzacji społeczeństw oraz sposoby komunikowania ludzkiej tożsamości. Wcześniej podstawowym kryterium strukturyzacji społeczeństw było „urodzenie”, obecnie zaś przedsiębiorczość, mobilność i przede wszystkim sama konsumpcja, jej rozmiary, struktura i sposób. Odwróciła się zatem kolejność rzeczy. Dziś konsumpcja przesądza w znacznej mierze o statusie człowieka.

## Zakończenie

Obecnie konsumpcja staje się jedną z ważniejszych kategorii w ekonomii i polityce społeczno-gospodarczej, a także docenianym, aktywnym elementem współczesnych procesów gospodarowania. Korzystnie oddziałuje na rozwój innowacji, które z kolei sprzyjają dalszemu rozwojowi konsumpcji. Jednak należy pamiętać, że dotychczasowe i zaledwie fragmentaryczne analizy dysfunkcji w wykorzystywaniu wiedzy i innowacji dowodzą, że nowoczesne technologie i inne efekty innowacyjności produktów, organizacji i zdarzeń obok niekwestionowanych zalet mają też swą mroczną stronę – nieuchronnie prowadzą do nieracjonalności<sup>20</sup>. Można również wymienić książki: J.C. Bogle, i J. Stiglitz<sup>21</sup>. Wskazuje się

<sup>19</sup> Zjawisko to jest szeroko opisane w literaturze. Przykładowe pozycje książkowe to: B.R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i psuje obywateli*, Muza SA, Warszawa 2008; G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, Muza SA, Warszawa 2009; G. Mathews, *Supermarket kultury*, PIW, Warszawa 2005; G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Muza, Warszawa 1999, s. 39 i dalsze.

<sup>20</sup> G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, op. cit.

<sup>21</sup> E. Mączyńska, *Dychotomia wiedzy i mądrości...*, op. cit., s. 73, cytata za: J. Stiglitz, *Freefall. Jazda bez trzymanki. Ameryka, wolne rynki i tonięcie gospodarki światowej*, PTE, Warszawa 2010; J.C. Bogle, *Dość. Prawdziwe miary bogactwa, biznesu, życia*, PTE, Warszawa 2009, s. 38.

w nich na groźne nierównowagi współczesnego świata generowane w ramach paradygmatu gospodarki opartej na wiedzy i doktryny neoliberalnej.

Odpowiedzialne myślenie o dalszym rozwoju innowacyjnej gospodarki i konsumpcji podpowiada nam kolejne pytania, na które już teraz należy szukać odpowiedzi. Są to:

- Jak współczesna konsumpcja, podlegająca globalnym trendom, będzie wpływać na dalszy rozwój gospodarki, przy uwzględnieniu specyficznej sytuacji społecznej i gospodarczej kraju?
- W jaki sposób innowacyjna gospodarka wpływa na współczesną konsumpcję: jej charakter, rozmiary, strukturę? Co warunkuje zakres i skalę tego wpływu?
- Jak mierzyć innowacyjność gospodarki? Czy miarą innowacyjnej gospodarki mogą być zmiany konsumpcji?
- W jaki sposób konsumpcja, w tym innowacyjna, „napędza” i jednocześnie weryfikuje innowacyjność gospodarki?
- Czy ma miejsce „pchanie” innowacji do konsumentów? Jaka jest skala tego zjawiska?
- W czym wyraża się w polskich warunkach „pchanie” innowacji do konsumentów? Jaka jest skala tego zjawiska?
- W czym wyraża się w polskich warunkach „ssanie” innowacji przez konsumentów? Jaka jest skala tego zjawiska?
- Jaka jest i jak jest kształtowana świadomość konsumentów, jeśli chodzi o korzyści i straty wynikające dla nich z rozwoju innowacyjnej gospodarki?
- Jakie są korzyści i straty dla gospodarki wynikające z obecnego tempa i skali wdrażania innowacji?

Opracowanie tych problemów wymagać będzie badań empirycznych, które dostarczą podstaw do diagnozy aktualnej sytuacji i przygotowania dalszej strategii rozwoju gospodarki innowacyjnej, z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju gospodarki i zrównoważonej konsumpcji.

## Bibliografia

- Barber B.R., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i psuje obywateli*, Muza SA, Warszawa 2008.
- Becker G.S., *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, PWN, Warszawa 1990.
- Bogle J.C., *Dość. Prawdziwe miary bogactwa, biznesu, życia*, PTE, Warszawa 2009.
- Bywalec Cz., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, WN PWN, Warszawa 2007.
- Bywalec Cz., *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Drucker P., *Spółczesność pokapitalistyczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Fromm E., *Mieć czy być?* Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 1997.
- Galor O, Moav O., *From physical to human capital accumulation: inequality and the process of development*, „Review of Economic Studies”, Vol. 71, No. 249.
- Innowacyjna Polska w Europie. Szanse i zagrożenia trwałego rozwoju*, red. naukowa U. Płowiec, PWE, Warszawa 2010.

- Jabłoński Ł., *Kapitał ludzki w wybranych modelach wzrostu gospodarczego*, „Gospodarka Narodowa” 2011, nr 1-2.
- Kapuściński R., *Lapidarium V*, Znak, Warszawa 2002.
- Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. naukowa M. Janoś- Kresło, B. Mróz, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
- Kramer J., *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa 1997.
- Lizurej A., *Czy życie w erze postmodernizmu wymusza postawy i zachowania konsumpcyjne? Oblicza konsumpcjonizmu*, red. B. Mróz, SGH, Warszawa 2009.
- Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N., *A contribution to the economic growth*, „Quarterly Journal of Economics”, Vol. 7, No.2.
- Mathews G., *Supermarket kultury*, PIW, Warszawa 2005.
- Mączyńska E., *Dychotomia wiedzy i mądrości*, (w:) *Polska myśl strategiczna. Na spotkanie z enigmą XXI wieku*, Biuletyn PTE nr 2 (52), kwiecień 2011.
- Mechanizmy i źródła wzrostu gospodarczego*, redakcja naukowa J. L. Bednarczyk, S. I. Bukowski, W. Przybylska- Kapuścińska, CedeWu.PL Wydawnictwa Fachowe, Warszawa 2008.
- Michalunio Cz., SJ, *Dicta: Zbiór łacińskich sentencji, przysłów, zwrotów, powiedzeń*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- OECD, Eurostat 2005.
- Płowiec U., *Kształtowanie gospodarki i społeczeństwa odpowiadających cywilizacji wiedzy*, (w:) *Innowacyjna Polska w Europie 2020. Szanse i zagrożenia trwałego rozwoju*, PWE, Warszawa 2010.
- Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Muza, Warszawa 1999.
- Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, Muza SA, Warszawa 2009.
- Stiglitz J., *Freefall. Jazda bez trzymanki. Ameryka, wolne rynki i tonięcie gospodarki światowej*, PTE, Warszawa 2010.

## Streszczenie

Artykuł ma charakter teoretycznych rozważań na temat wzajemnych powiązań i zależności pomiędzy współczesną innowacyjną gospodarką i konsumpcją. Myśl przewodnia, wokół której koncentrują się rozważania, zawarta jest w sformułowaniu: innowacyjna gospodarka sprzyja rozwojowi konsumpcji, w tym innowacyjnej, która staje się siłą napędową dalszych innowacji. Prowadzona analiza pokazuje, na tle rozwoju polskiej gospodarki, szybki rozwój konsumpcji i jej nowe role. Jednocześnie ilustruje wzajemne zależności pomiędzy rozwojem gospodarki innowacyjnej i konsumpcji, wskazując uwarunkowania rozwoju obu tych zjawisk oraz korzyści i niepożądane zjawiska. Artykuł stanowi podstawę do podjęcia empirycznej weryfikacji głównego wątku rozważań teoretycznych z tego zakresu.

**Słowa kluczowe:** konsumpcja, gospodarka, rozwój innowacyjnej gospodarki.

## Summary

The article has the nature of theoretical deliberations on the mutual relations and interrelations between the contemporary innovative economy and consumption. The key note, around which there are focused deliberations, is in the formulation: the innovative economy contributes to development of consumption, inclusive of that innovative, which becomes a driving force for further innovations. The carried out analysis shows, against the background of Polish economy, a quick growth of consumption and its new roles. At the same time, it illustrates mutual correlations between the innovative economy development and consumption, pointing out to the determinants of development of these both phenomena, advantages and unfavourable phenomena. The article is a basis for undertaking an empirical verification of the main thread of theoretical deliberations in this area.

**Key words:** consumption, economy, innovative economy development.