Działalność placówek naukowych

DOROTA SZEPIENIEC-PUCHALSKA
IBRKK — Warszawa

Sprawozdanie z konferencji naukowej pt. *Konsumpcja a rozwój regionów*

W dniu 14 stycznia 2011 r. w siedzibie Ministerstwa Gospodarki w Warszawie odbyła się konferencja naukowa pt. *Konsumpcja a rozwój regionów*, zorganizowana przez Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur we współpracy z Ministerstwem Gospodarki. Nawiązywała ona do 50-lecia badań konsumpcji prowadzonych w Instytucie. Honorowy patronat nad konferencją objął Wicepremier, Minister Gospodarki Waldemar Pawlak. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele wielu ośrodków akademickich: Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Uniwersytetu w Białymstoku, Politechniki Częstochowskiej, Uniwersytetu Opolskiego, Uniwersytetu Rzeszowskiego, Uniwersytetu Szczecińskiego, Wyższej Szkoły Umiejętności w Kielcach, Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy, Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu, SGH i SGGW w Warszawie, a także Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej oraz Ministerstwa Gospodarki oraz IBRKK.

Uroczystego otwarcia konferencji dokonał Dyrektor IBRKK, dr hab. R. Michalski, który powitał gości i w krótkim wystąpieniu podkreślił wieloletnie doświadczenia Instytutu (wcześniej: Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji) w badaniu konsumpcji oraz wagę poruszanej problematyki. Następnie głos zabrała Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Gospodarki, G. Henclewska, zwracając uwagę na rolę konsumpcji we współczesnym świecie, a także na równoważność producentów i konsumentów na rynku. Konsumenci, mając coraz większe oczekiwania i wymagania, zaczynają kształtować strukturę i wielkość sprzedaży, wpływając tym samym na producentów. Wprawdzie świadomość i oddziaływanie polskich konsumentów są jeszcze dużo niższe, niż ma to miejsce w wysoko rozwiniętych krajach Unii Europejskiej, ale realizowany obecnie model gospodarki służy wzrostowi tej świadomości. Konsument staje się coraz bardziej świadomym i odpowiedzialnym podmiotem na rynku, a jego system wartości wpływa i kształtuje system wartości producenta, na którym są wymuszane określone działania, np. dotyczące ochrony środowiska. Pani Minister podkreśliła, iż badania konsumpcji i jej roli są niezwykle

ważne, a ministerstwo chce w jak najszerszym zakresie korzystać z ich wyników i podejmować decyzje na ich podstawie. Na zakończenie swojego wystąpienia podziękowała za 50 lat wytrwałości w badaniami konsumpcji oraz wyraziła nadzieję, że Instytut utrzyma wiodącą w nich pozycję. Następnie Dyrektor IBRKK podziękował pracownikom, którzy zainicjowali badania konsumpcji w Instytucie oraz wręczył listy gratulacyjne oraz kwiaty prof. dr hab. A. Kusińskiej i prof. dr T. Pałaszewskiej-Reindl.

Prof. T. Pałaszewska-Reidl w krótkim wystąpieniu podziękowała pani Minister za cenne uwagi, stanowiące dobre wprowadzenie do konferencji i dyskusji. Podkreśliła, że 50 lat badań konsumpcji pomogło w szybkim przejściu do nowej rzeczywistości po transformacji ustrojowej. Wspomniała też nieobecnych już naukowców, zajmujących się badaniami konsumpcji i mających duży wpływ na ich rozwój — prof. A. Hodolego, który pierwszy zwrócił uwagę na konsumenta i gospodarstwo domowe, oraz prof: B. Kołodziejka, prof. Z. Zielińską i prof. J. Altkorna.

W kolejnym punkcie programu głos zabrała dr hab. A. Olejniczuk-Merta, wspominając o rozwoju badań konsumpcji, które przez wiele lat nie były problematyką wiodącą. W ostatnim ćwierćwieczu obserwuje się wiele nowych trendów w konsumpcji — zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, np. konsumpcjonizm, ubóstwo, zjawisko wykluczenia społecznego. Dlatego istotnym zagadnieniem są odpowiedzi na pytania, jak ograniczyć niekorzystny wpływ konsumpcji na rozwój społeczno-gospodarczy i środowisko oraz jak zniwelować istniejące różnice w poziomie konsumpcji. Za wiodące nurty konferencji uznała: teoretyczne i praktyczne problemy badania konsumpcji, jej miejsce i rolę w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego oraz związki między konsumpcją a rozwojem regionu. Dyskusja na sformułowane w programie konferencji tematy odbyła się w trzech panelach.

W panelu I — *Od prymatu produkcji do prymatu konsumpcji* — któremu przewodniczył prof. dr hab. Cz. Bywalec (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie), uczestniczyli: prof. dr hab. J. Kramer (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach), prof. dr T. Pałaszewska-Reindl (Wyższa Szkoła Umiejętności w Kielcach), prof. dr hab. H. Szulce (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu), prof. dr hab. J. Karwowski (Zachodniopomorska Szkoła Biznesu) oraz prof. dr hab. L. Żabiński (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach). Dyskusja przebiegała wokół następujących tematów:

- *Prymat konsumpcji nad produkcją — prawda czy złudzenie*?,
- *Teoretyczne i praktyczne aspekty prymatu konsumpcji nad produkcją i jego efekty: gospodarcze, społeczne i etyczne,*
- *Quo vadis consumptio*?

Prof. dr hab. Cz. Bywalec podkreślił, że badaniami konsumpcji zajmują się obecnie nie tylko ekonomiści, lecz także — a może przede wszystkim — socjologowie. Zaznaczył, ze w pierwszej fazie nowoczesności każdy musiał być producentem, ale w ostatniej trzeba być przede wszystkim konsumentem. Przywołał cytat, iż XIX-wieczny cud produkcji zrodził XX-wieczny cud konsumpcji. W XX w. celebrytami stali się idole konsumpcji, podczas gdy kiedyś byli to idole pracy. Po krótkim wprowadzeniu przewodniczący oddał głos panelistom. Prof. dr T. Pałaszewska-Reindl stwierdziła, że konsumpcja jest zjawiskiem masowym i towarzyszy nam jeszcze przed narodzinami, a także po śmierci, przekraczając granice ludzkiego życia. Konsumpcja jest prymatem funkcjonowania wszystkich gospodarek, w tym unijnej, liczącej ok. 0,5 mld konsumentów. Pani profesor zwróciła też uwagę na wiele ruchów i działań społecznych, jak ekologów, żywieniowców, związanych np. z racjonalizacją oszczędzania energii, które chronią konsumentów i służą racjonalizacji konsumpcji.

W tej części dyskusji panelowej wspominano też o prekursorskich badaniach konsumpcji, prowadzonych w Polsce w latach 80. XX w. przez prof. dr hab. J. Kramer. Obecnie w warunkach gospodarki rynkowej prof. J. Kramer postrzega problemy własności jako ważne dla kształtowania konsumpcji. W dyskusji padło nawet stwierdzenie, że konsument jest tym, co konsumuje i posiada.

Zwrócono uwagę na niebywały wzrost konsumpcji prowadzący do konsumpcjonizmu. Nadmiernej konsumpcji towarzyszy równocześnie rosnące marnotrawstwo i coraz większa ilość odpadów i śmieci. Jak podkreśliła prof. dr hab. H. Szulce, obecnie rozwój gospodarczy można byłoby mierzyć wielkością nie produkcji czy konsumpcji, ale śmietników. Receptą na te negatywne zjawiska może być zrównoważona konsumpcja — stwierdził prof. dr hab. J. Karwowski. Prof. dr hab. L. Żabiński w swojej wypowiedzi dodał, iż ważną rolę mogłaby odegrać polityka konsumpcji. Wskazał na związek rozwoju konsumpcji ze zmianami własności, czego potwierdzeniem jest zjawisko zastępowania posiadania jako warunku koniecznego do konsumpcji dostępem do dóbr materialnych np. poprzez leasing. Podkreślił też duży (chociaż tylko pośredni) wpływ na konsumpcję czynnika alienacji procesów finansowych od gospodarczych i wskazał na zasadność zmiany w tym zakresie.

Dyskutanci zwrócili uwagę, iż problematyka związana z konsumpcją jest interdyscyplinarna i powinna być rozpatrywana w kontekście innych dziedzin nauki (socjologii, psychologii, technologii) i w różnych przekrojach (mikro, makro). We współczesnym świecie konsumpcja przestała być już wyrazem potrzeb, a stała się wyrazem pozycji w społeczeństwie. Równocześnie sytuacja różnych grup konsumentów jest zróżnicowana — wśród tych najbogatszych, których potrzeby są już zaspokojone, mamy do czynienia z nadkonsumpcją, prowadzącą do marnotrawstwa, w grupie średniej — z naśladownictwem wysokich klas, a w klasie dolnej — z emigracją tam, gdzie wyższa konsumpcja, lub wzrostem przestępczości. Można powiedzieć, że konsumpcja stała się motorem migracji. Wysoka konsumpcja w Europie i USA przyciąga fale emigrantów. Trzeba eksportować konsumpcję, wysyłając dobra do uboższych krajów i w ten sposób doprowadzić do rozprzestrzeniania się cywilizacji konsumpcyjnej w krajach Trzeciego Świata.

Panel II, zatytułowany *Miejsce i rola konsumpcji w społeczno-gospodarczym rozwoju kraju*, poprowadziła prof. dr hab. U. Łangowska-Szczęśniak (Uniwersytet Opolski), a wzięli w nim udział: prof. dr hab. K. Gutkowska (SGGW), prof. dr hab. E. Kieżel (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach), prof. dr hab. K. Mazurek-Łopacińska (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu), prof. dr hab. H. Mruk (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu) oraz dr hab. M. Janoś-Kresło (SGH). Wybranymi tematami do dyskusji w tej części konferencji były:

- *Aktywna rola konsumpcji w społeczno-gospodarczym rozwoju kraju,*
- *Uwarunkowania konsumpcji w skali makroekonomicznej*,
- *Nowe trendy w zachowaniach konsumentów na rynku*,
- *Od konsumpcjonizmu do zrównoważonej konsumpcji*.

We wprowadzeniu do dyskusji prof. dr hab. U. Łangowska-Szczęśniak stwierdziła, że bez konsumpcji nie ma kapitału ludzkiego. Klasyczna ekonomia stawiała problem dążenia w konsumpcji do maksymalizacji: im więcej tym lepiej, konsumenci muszą mieć możliwość coraz lepszego zaspokajania potrzeb, co w efekcie może prowadzić do nadkonsumpcji. Obecnie nacisk kładzie się na optymalizację konsumpcji. Prof. dr hab. K. Mazurek-Łopacińska podkreśliła, iż dominująca pozycja producentów sprawiała, że to oni ustalali kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego. Ta asymetria została zniesiona w dobie informatyzacji na rzecz zrównoważonego układu na rynku między producentami a konsumentami. Obecnie od oczekiwań i kreatywności konsumentów zależą mechanizmy napędzania procesów produkcyjnych oraz rozwój gospodarczy kraju i regionów. Prof. dr hab. H. Mruk, cytując Z. Baumana „pokolenie uczestniczące w rewolucji nie dostrzega rewolucji" wskazał na współczesne inicjowanie i urzeczywistnianie dużych zmian w konsumpcji przez samych konsumentów. Podkreślił istotną rolę nowych trendów konsumpcyjnych w tworzeniu szans dla rozwoju społecznego i gospodarczego kraju. Mówił też o negatywnych konsekwencjach dużego wzrostu konsumpcji, poruszając przy tym odpowiedzialność nauki za taki rozwój oraz potrzebę budowy scenariuszy rozwoju na podstawie analizy istniejących trendów. W dyskusji panelowej padały głosy, iż cała sfera wytwórcza, jeśli rozpozna nowe trendy w konsumpcji, może przygotować nowe produkty i wpływać na zachowania konsumentów, ponieważ konsumpcja nie jest aktem jednorazowym, a zachowania konsumpcyjne są ści-

śle powiązane z działalnością konsumentów w innych sferach. Prof. dr hab. E. Kieżel zauważyła, że w okresach słabego wzrostu społeczno-gospodarczego konsumpcja pełni rolę reprodukcyjną i służy głównie zaspokojeniu potrzeb. Z czasem jej oddziaływanie jest bardziej złożone — sprzyja humanizacji spożycia i rozwojowi człowieka. Prof. dr hab. K. Gutkowska podkreśliła interdyscyplinarność procesu konsumpcji i konieczność wielostronnego spojrzenia na związek między rozwojem społeczno-gospodarczym a poziomem konsumpcji. Im niższy poziom rozwoju gospodarczego, tym niższy poziom zaspokajania potrzeb i jakość życia. Wieloaspektowość konsumpcji podkreślali także pozostali uczestnicy panelu.

Dr hab. M. Janoś-Kresło zwróciła uwagę, iż rozwój zrównoważony to wyższy poziom rozwoju społeczno-gospodarczego i wyższa jakość życia, a ważnym problemem jest, co zrobić, aby nadmierna konsumpcja była zgodna ze zrównoważonym rozwojem. Dysproporcje w skali konsumpcji obserwuje się także w Polsce i tylko edukacja wszystkich podmiotów rynkowych (producentów, dostawców, konsumentów) może wymusić pożądane zachowania służące ochronie środowiska.

Uczestnicy panelu przedstawili podstawowe uwarunkowania konsumpcji, do których zaliczono m.in. poziom dochodów, zmiany liczby ludności, w tym struktury wieku, zmiany społeczne (wzrost poziomu wykształcenia, emancypacja ekonomiczna młodzieży i osób starszych) oraz systemu wartości, a także politykę państwa (pieniężną, dochodową, gospodarczą, społeczną). Zmiany następują także wśród samych konsumentów, którzy są coraz lepiej wyedukowani, ale nie zawsze postępują zgodnie z posiadaną wiedzą. Zachowania konsumentów nadal odzwierciedlają hierarchę wartości skierowaną na siebie, a nie na środowisko. W Polsce wśród makroekonomicznych uwarunkowań konsumpcji istotną rolę pełnią także czynniki transformacji ustrojowej gospodarki, integracji europejskiej i proces globalizacji. Polacy są jeszcze na etapie konsumpcjonizmu, wzorujemy się na celebrytach i zachowaniach innych społeczeństw, a proces zrównoważonego rozwoju przebiega powoli.

W panelu III pt. *Związek między konsumpcją a rozwojem w regionu,* któremu przewodniczyła dr hab. J. Witek (Uniwersytet Szczeciński), udział w dyskusji wzięli: prof. dr hab. K. Hanusik (Uniwersytet Opolski), prof. dr hab. S. Makarski (Uniwersytet Rzeszowski), prof. dr hab. T. Żabińska (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) oraz dr hab. A. Dąbrowska (IBRKK) i mgr A. Szymańska (IBRKK). Tematy tej części konferencji to:

- *Jakościowe i ilościowe aspekty zróżnicowania konsumpcji w regionach,*
- *Rola konsumpcji w rozwoju regionu,*
- *Produkty regionalne szansą dla regionu*.

W zagajeniu do dyskusji dr hab. J. Witek stwierdziła, iż konieczne jest wspólne prowadzenie szeroko zakrojonych badań regionalnych przez różne ośrodki naukowe. Następnie przedstawiła zmiany w strukturze konsumpcji, jakie nastąpiły po transformacji ustrojowej w końcu lat 80. i w latach 90. XX w. Zwróciła uwagę, iż gospodarstwa domowe przejmują obecnie wiele nowych ról i zadań w procesie gospodarowania i przybliżyła koncepcję konfirmy (połączenia konsumenta i firmy). Poziom rozwoju gospodarczego w województwach, mierzony wysokością PKB na 1 mieszkańca, jest bardzo zróżnicowany, co pociąga za sobą również nierówności w poziomie konsumpcji.

Prof. dr hab. S. Makarski podkreślił rolę etnocentryzmu regionalnego i znaczenie kojarzenia regionu z produktami regionalnymi. Zarejestrowane produkty regionalne są wizytówką regionu, a wśród nowych trendów w zachowaniach konsumpcyjnych coraz większe znaczenie odgrywa powrót do starych, sprawdzonych receptur i produktów, co stanowi szansę na wypromowanie regionów. W dyskusji podkreślano również, iż przez pojęcie produktu regionalnego można rozumieć także określoną specjalizację danego regionu, np. atrakcyjność turystyczną. Prof. dr hab. T. Żabińska zwróciła uwagę na różnorodne aspekty związane z rozwojem regionalnym, rozumianym nie tylko w układzie wojewódzkim, lecz również w układach: wieś–miasto i duże ośrodki miejskie–małe miasta. To właśnie w takich układach mamy do czynienia z większymi

nierównościami w konsumpcji niż w układzie wojewódzkim. Dr hab. A. Dąbrowska stwierdziła, że jakościowe i ilościowe aspekty zróżnicowania konsumpcji w regionach powinny być uwzględniane przez władze centralne i regionalne. Podkreśliła też znaczenie serwicyzacji i wirtualizacji społeczeństwa i regionów oraz zwróciła uwagę na problem wykluczenia społecznego i informacyjnego. Mgr A. Szymańska stwierdziła, że nie zawsze wysokość wydatków odzwierciedla poziom zaspokojenia potrzeb, a badania empiryczne wskazują na spadek zadowolenia społeczeństwa z poziomu życia, choć pod tym względem nie obserwuje się dużego zróżnicowania regionalnego. W finansowaniu konsumpcji coraz istotniejszą rolę spełniają kredyty, dlatego konieczne jest edukowanie konsumentów w kierunku zwiększania ich odpowiedzialności przy zaciąganiu pożyczek.

Po dyskusjach panelowych głos zabrali goście uczestniczący w konferencji. Prof. dr hab. F. Bylok zaapelował o współpracę różnych ośrodków badawczych przy organizowaniu bardzo kosztownych badań empirycznych. Dr hab. K. Świetlik skonstatowała, iż mimo wszystko o konsumpcji mówi się jeszcze stosunkowo niewiele. Tymczasem wyniki badań Eurostat-u wskazują, iż poziom szczęśliwości Polaków wciąż jest dużo niższy niż w innych krajach UE, co świadczy o tym, iż nie osiągnęliśmy jeszcze satysfakcjonującego poziomu konsumpcji. Rzetelne badania zróżnicowania konsumpcji w regionach są więc bardzo potrzebne. Prof. A. Kusińska podkreśliła, iż w społeczeństwie polskim wzrasta rola wartości związanych z własnym rozwojem, karierą i wykształceniem. Rośnie też przedsiębiorczość Polaków, także w regionach słabiej rozwiniętych, co dobrze rokuje dla ich rozwoju.

W podsumowaniu konferencji dr hab. A. Olejniczuk-Merta podkreśliła znaczenie wieloaspektowych badań konsumpcji, tak w skali całego kraju jak i poszczególnych regionów. Wskazała również zasadność modyfikacji metod badawczych i nowe podejście związane z interdyscyplinarnym badaniem tej problematyki oraz na zasadność integracji środowiska w dalszych badaniach nad konsumpcją.

Bogactwo, zróżnicowanie i wielowątkowość problemów poruszanych podczas dyskusji panelowych znajduje odzwierciedlenie w publikacji pt. *Konsumpcja a rozwój regionów,* wydanej z okazji konferencji przez IBRKK.