

1

Konsument XXI wieku

ZAGADNIENIA

- Wartości i potrzeby
- Cechy współczesnego klienta
- Konsumpcja, konsumpcjonizm, edukacja konsumencka

Ciągle czegoś potrzebujemy

Przyszłość każdego społeczeństwa zależy od dążeń życiowych jego członków, a zachowania ludzi są regulowane przez ich potrzeby. Potrzeby człowieka mają subiektywny charakter, różne źródła i różne właściwości. W najszerszym zakresie zajmuje się nimi psychologia, która określa rolę poszczególnych potrzeb w zachowaniu człowieka.

ZAPAMIĘTAJ

Źródła potrzeb są związane z wymaganiami organizmu człowieka i warunkami przyrodniczymi, a także cechami osobowości (np. potrzeba uznania, rozwoju osobistego) i otoczeniem społecznym (opinia społeczna, warunki pracy i zatrudnienia, tryb życia, formy kontaktów między ludźmi).

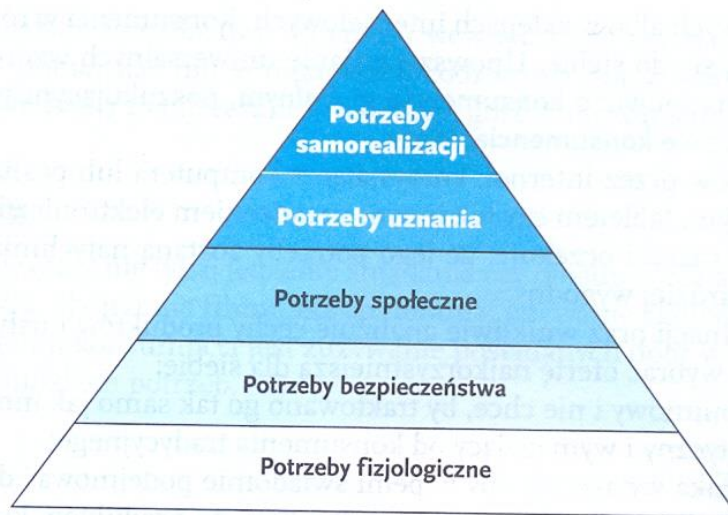
Z ekonomicznego punktu widzenia **potrzebę** najczęściej definiujemy jako uświadomiony – w pełni albo tylko częściowo – stan odczuwania braku określonych produktów, tzn. towarów i usług. W tym sensie potrzeba jest określana nie tylko jako stan braku czegoś, ale również jako czynnik, który uruchamia **motywy** do pewnych działań. Działania te mają zmienić sytuację i prowadzić do osiągnięcia wyznaczonych celów.

ZAPAMIĘTAJ

Motyw to przyczyna pobudzająca człowieka do działania lub powstrzymująca go przed działaniem albo przeszkadzająca w działaniu.

Nie istnieje jedna wyczerpująca teoria **motywacji człowieka**. Do najczęściej stosowanych należą:

- teorie oparte na potrzebach – podkreśla się tu znaczenie czynników wewnętrznych, które powodują, że człowiek postępuje w określony sposób; najbardziej znana jest teoria hierarchii potrzeb, sformułowana przez amerykańskiego psychologa Abrahama Masłowa (1908–1970), tzw. piramida potrzeb A. Masłowa (rys. 1.1);
- teorie wartości, które zakładają, że wartości cenione przez człowieka mobilizują go do działania i wydajnej pracy.



Rys. 1.1. Piramida potrzeb A. Maslowa

Potrzeby cechuje wielka różnorodność i z tego powodu odpowiednio je klasyfikujemy. Przedmiotem badań ekonomistów są głównie potrzeby konsumpcyjne:

- indywidualne i zbiorowe,
- w zakresie dóbr materialnych i usług,
- jednorazowe i powtarzalne,
- teraźniejsze i przyszłe.

Zaspokojenie potrzeb mobilizuje ludzi do wysiłku, sprzyja pozytywnej postawie oraz zadowoleniu z życia. Zaspokojeniu potrzeb powinna towarzyszyć zawsze odpowiedzialność za dziedzictwo naturalne. Chodzi zatem o umiejętność łączenia interesów gospodarczych z interesami ochrony środowiska.

Konsument – człowiek sterowany czy sterujący

Wszyscy jesteśmy **konsumentami**, a nasze zachowania oraz wzory konsumpcji cały czas się zmieniają. Niektórzy z nas przywiązują się do marki, a inni są skłonni przepłacać bez konkretnego powodu. Jeszcze inni nieświadomie wybierają produkty, które odwołują się do ich przekonań i intuicji. Nie do końca wiadomo, co skłania ludzi do wydawania pieniędzy w taki czy inny sposób. Przyjmuje się, że konsument działa racjonalnie i jest dobrze poinformowany. Życie pokazuje jednak coś innego – ludzie niekiedy irracjonalnie szkodzą sobie i innym, wpadają w nałogi, a nieustanne robienie zakupów staje się niekiedy lekarstwem na stres, depresję i nudę.

ZAPAMIĘTAJ

Konsument to osoba fizyczna, która dokonuje czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. W ekonomii konsumentem jest osoba nabywająca od przedsiębiorcy towar lub usługę.

Konsumenta chronią przepisy prawa¹. Wielu konsumentów nie poprzestaje na nabywaniu rodzimych produktów, ale kupuje też wyroby znanych firm zagranicznych, np.

¹ Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie...

w centrach handlowych albo w sklepach internetowych. Konsumentów w różnych zakątkach świata upodabniają się do siebie. Upowszechnianie uniwersalnych wzorców konsumpcji powoduje, że można mówić o **konsumentach globalnym**, poszukującym tych samych produktów i usług, oraz o **e-konsumentach**, którzy:

- dokonuje zakupów przez internet, korzystając z komputera lub posługując się telefonem komórkowym, tabletem czy też innym urządzeniem elektronicznym;
- ma coraz mniej czasu i oczekuje, że jego potrzeby zostaną natychmiast zaspokojone; staje się coraz bardziej wygodny;
- poszukuje informacji oraz wnikliwie analizuje cechy produktów i usług zamieszczane w internecie, by wybrać ofertę najkorzystniejszą dla siebie;
- nie chce być anonimowy i nie chce, by traktowano go tak samo jak innych;
- jest bardziej krytyczny i wymagający od konsumenta tradycyjnego;
- jest ciekawy i szuka wyjaśnień, aby w pełni świadomie podejmować decyzje o zakupie towaru czy usługi – ma to zapewne związek z tym, że produktów kupowanych przez internet nie można przymierzyć, dotknąć, powąchać itp.;
- łatwiej nawiązuje kontakt z firmami oferującymi produkty do sprzedaży; może przekazywać im swoje opinie (pozytywne i negatywne) o zakupionych towarach;
- chętnie dzieli się doświadczeniami z innymi e-konsumentami.

Prosument. Autorem tego określenia jest amerykański pisarz futurysta Alvin Toffler (ur. 1928). Prosument to ktoś więcej niż konsument. To osoba, która ma dużą wiedzę o produktach i usługach związanych z jego ulubioną marką i dzieli się tymi wiadomościami z innymi.

ZAPAMIĘTAJ

Prosument to aktywny konsument, współtwórca (kreator) produktu i współuczestnik jego promocji; słowo *prosument* to połączenie dwóch angielskich słów: *producer* i *consumer*.

W dobie interaktywnych mediów prosumentów przybywa – możemy tak nazwać np. tych, którzy tworzą opinie o produktach na forach internetowych.

Grupy klientów. Określenie *konsument* zastępowane jest terminem *klient* (kontrahent, odbiorca, nabywca itp.).

ZAPAMIĘTAJ

Klient to każda osoba, która pragnie nabyć jakiegokolwiek towar lub usługę, np. nabywca w sklepie, zaopatrzeniowiec w firmie produkcyjnej, gość w hotelu lub restauracji, pasażer linii lotniczych.

Wyróżniamy klientów indywidualnych i instytucjonalnych oraz klientów wewnętrznych i zewnętrznych.

Klienci indywidualni to takie osoby, które, kupując na rynku towary i usługi, podejmują decyzję samodzielnie, dla siebie i za własne pieniądze (na swój rachunek). **Klienci instytucjonalni** to wszelkiego typu organizacje, przedsiębiorstwa, instytucje państwowe i samorządowe, które, kupując na rynku towary i usługi, są reprezentowane przez upoważnione osoby, działające w imieniu i na rachunek tych instytucji.

Często używamy pojęcia **klient wewnętrzny** na określenie osoby, która pracuje w danym przedsiębiorstwie i jest, w pewnym sensie, obsługiwana przez innych pracowników

tego przedsiębiorstwa. Przykładowo, klientem wewnętrznym asystentki jest jej szef, ponieważ to ona – pomagając mu w organizacji codziennej pracy – obsługuje jego biuro. Z kolei **klient zewnętrzny** to interesant w urzędzie, gość w restauracji itp.

Konsumpcja

Konsumpcja nazywamy nie tylko jedzenie śniadania czy obiadu w restauracji, ale także wizytę u kosmetyczki, obejrzenie filmu, zakup ubrania, używanie samochodu.

W mikroekonomii konsumpcją jest zużywanie posiadanych dóbr w celu bezpośredniego zaspokojenia ludzkich potrzeb.

ZAPAMIĘTAJ

Mikroekonomia bada poszczególne elementy tworzące gospodarkę, takie jak gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa, oraz funkcjonowanie struktur rynkowych; analizuje sposób działania oraz zachowania na rynku producentów i konsumentów, sprzedawców i nabywców.

W makroekonomii konsumpcją są wydatki gospodarstw domowych na zakup dóbr i usług.

ZAPAMIĘTAJ

Makroekonomia bada gospodarkę narodową jako całość i dąży do wykrycia prawidłowości i ich zmian oraz do określenia optymalnej polityki gospodarczej.

Konsumpcję można podzielić ze względu na:

- przedmiot konsumpcji:
 - konsumpcja dóbr materialnych, czyli konsumpcja żywności oraz artykułów przemysłowych,
 - konsumpcja usług – materialnych, np. transport, remont, i niematerialnych, np. edukacja, ochrona zdrowia;
- źródło finansowania:
 - konsumpcja prywatna – konsumowanie dóbr i usług opłaconych lub wytworzonych przez daną osobę, np. zakup produktów żywnościowych,
 - konsumpcja publiczna – konsumowanie dóbr i usług finansowanych ze środków publicznych, np. korzystanie ze zbiorów biblioteki publicznej, nauka w szkole publicznej.

Konsumpcję można też podzielić na bieżącą i przyszłą.

PRZYKŁAD

Człowiek może przeznaczyć swoje środki pieniężne na zakup określonego dobra lub usługi w danym momencie, np. na wycieczkę z Poznania do Gdańska, co nazywamy konsumpcją bieżącą. Może jednak także powiększać swoje oszczędności i skosztować je dopiero po upływie pewnego czasu, np. przeznaczyć pół roku później na wycieczkę do Włoch.

Konsumpcjonizm

Od końca XIX w., jako efekt rozwoju gospodarczego, urbanizacji i migracji, obserwujemy zjawisko nazywane konsumpcjonizmem (nadkonsumpcją).

Konsumpcjonizm propaguje ideę „więcej i szybciej” i nazywany jest chorobą cywilizacyjną. Jej symptomy to: uczucie ciągłego niezadowolenia, znużenia i napięcia nerwowego, pośpiech, poczucie nieustannego braku czegoś i wynikająca stąd potrzeba ciągłego kupowania, tzw. zakupoholizmu.

ZAPAMIĘTAJ

Konsumpcjonizm to nadmierna konsumpcja dóbr materialnych i usług, czyli taka, która nie jest usprawiedliwiona rzeczywistymi potrzebami ludzkimi i nie liczy się z kosztami społecznymi, ekologicznymi i indywidualnymi.

Mówiąc o konsumpcjonizmie, nie możemy pominąć zjawiska **makdonaldyzacji** (od nazwy McDonald's). Autor terminu, amerykański socjolog George Ritzer (ur. 1940), wskazuje dziedziny życia, w których zaczynają dominować takie działania jak w barze szybkiej obsługi (ang. *fast food*). Chodzi o dążenie do jak największej sprawności w działaniu, o produkowanie i konsumowanie jak największej ilości w jak najkrótszym czasie. Jednak makdonaldyzacja niesie nie tylko zagrożenia. To właśnie dzięki niej człowiek prawie natychmiast może zaspokoić swoje potrzeby i wybierać spośród tańszych odpowiedników towarów luksusowych. Z pojęciem konsumpcjonizmu łączy się także zjawisko rozmycia granic między rzeczywistością a fikcją. Wpływ na to ma niekiedy reklama. Jest ona potrzebna, by informować i wychowywać, nie powinna jednak nadużywać siły sugestii w kształtowaniu wyobrażeń ludzi, narzucaniu opinii oraz sposobów zachowań.

Konsumpcja zrównoważona

Przeciwwagę konsumpcjonizmu stanowi **konsumpcja zrównoważona**. Zjawisko to polega na konsumowaniu dóbr w stopniu zaspokajającym potrzeby człowieka, z jednoczesnym zmniejszeniem zużycia zasobów naturalnych oraz materiałów szkodliwych dla środowiska. Chodzi o to, żeby współczesne działania nie ograniczyły możliwości i praw następnym pokoleń do konsumpcji. Ze zjawiskiem konsumpcji zrównoważonej wiąże się pojęcie konsumenta odpowiedzialnego.

ZAPAMIĘTAJ

Konsument odpowiedzialny to konsument znający swoje prawa i umiejący je egzekwować, ale przede wszystkim to uczestnik rynku świadomie dokonujący wyborów.

Edukacja konsumentka

W uświadomieniu negatywnych skutków, jakie niesie konsumpcjonizm, pomaga **edukacja konsumentka**. Obejmuje ona ważne aspekty ochrony konsumenta, takie jak: zdrowie, wyżywienie, zapobieganie chorobom wywoływanym przez nieodpowiednie żywienie i niewłaściwy styl życia, bezpieczeństwo produktu, dochodzenie roszczeń, ekologia, mechanizmy reklamy i marketingu oraz gospodarowanie pieniędzmi.

Prawo do edukacji konsumentkiej w Europie gwarantuje *Traktat amsterdamski* z 1999 r. Na jego mocy Wspólnota Europejska oraz państwa członkowskie mają obowiązek promo-

wania edukacji konsumenckiej. W związku z tym w większości państw europejskich, również w Polsce, edukację konsumencką wprowadzono do wielu przedmiotów szkolnych.

Określenia konsumpcjonizm nie należy mylić z konsumeryzmem.

Konsumeryzm

ZAPAMIĘTAJ

Konsumeryzm to ruch społeczny mający na celu ochronę interesów konsumentów.

Działania organizacji chroniących konsumenta mają bogatą tradycję w naszym kraju. Główną funkcję w tym zakresie pełni w Polsce **Federacja Konsumentów**. Jest to dobrowolne, samorządne i trwałe stowarzyszenie konsumentów, samodzielnie określające swoje cele, program i struktury organizacyjne. Informacje o dokonaniach i celach Federacji Konsumentów można znaleźć na stronie internetowej: www.federacja-konsumentow.org.pl.

2

Ostrożnie z zasobami

ZAGADNIENIA

- Rodzaje zasobów
- Prawo malejącej użyteczności
- Kryteria klasyfikacji dóbr ekonomicznych

Zasoby

Zasoby to jedno z podstawowych pojęć ekonomii. Zasoby zasadniczo są ograniczone co do ilości i wartości. Jeśli jakiś zasób wydaje się nieograniczony, występuje obfitość i w ilościach przewyższających potrzeby ludzi, to obecnie nie istnieje problem gospodarowania tym zasobem. Do niedawna dotyczyło to powietrza i wody, ale dzisiaj człowiek musi nimi gospodarować rozsądnie.

ZAPAMIĘTAJ

Zasoby obejmują ludzi i wszystkie rzeczy wykorzystywane przez człowieka do produkcji dóbr i usług w celu zaspokojenia potrzeb.

Ekonomiści wyróżniają dwa pojęcia:

1. czynniki wytwórcze,
2. czynniki produkcji.

ZAPAMIĘTAJ

Czynniki wytwórcze to ziemia, praca i kapitał.

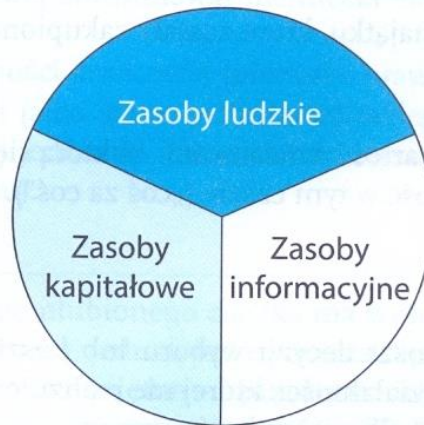
Z czynnikami produkcyjnymi mamy do czynienia wówczas, gdy analizujemy konkretny proces produkcyjny, który wymaga ściśle określonych nakładów.

ZAPAMIĘTAJ

Do **czynników produkcji** zaliczamy: zasoby naturalne (ziemia) – dostarczane przez naturę, a nie przez ludzi; zasoby kapitałowe – kapitał rzeczowy i finansowy; zasoby ludzkie (praca) – wiedza, umiejętności itd. (termin ten to pewien skrót myślowy, ponieważ ludzie nie są zasobem, lecz dysponują zasobami w postaci wiedzy, zdolności itp.); technologia – wiedza dotycząca konkretnej metody wytworzenia jakiegoś dobra lub uzyskania określonego efektu przemysłowego lub usługowego; talent przedsiębiorczości – sposób organizowania za-

Współcześnie zasoby wykorzystywane przez wszelkiego rodzaju organizacje, w tym przedsiębiorstwa, ujmujemy następująco (rys. 2.1):

- zasoby ludzkie (praca) – umiejętności, wiedza, zdolności oraz predyspozycje wszystkich osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie; sposoby sensownego wydatkowania ludzkiej energii (fizycznej i umysłowej);



Rys. 2.1. Zasoby przedsiębiorstwa

- zasoby kapitałowe – rzeczowe (surowce, budynki, maszyny itp.) i finansowe (środki pieniężne, papiery wartościowe i inne);
- zasoby informacyjne – informacja i wiedza uważane są obecnie za najważniejsze niematerialne składniki majątku firmy; informacja zwiększa wiedzę o otaczającej rzeczywistości oraz umożliwia komunikowanie się pracowników i kierownictwa; wzbogaca też wiedzę indywidualną pracowników, pozwala podejmować decyzje i daje przewagę nad konkurentami (wiedza technologiczna, tradycja, marka firmy).

Rzadkość zasobów

Charakteryzując zasoby, pamiętajmy, że ich ilość jest ograniczona, a tę ograniczoność nazywamy w ekonomii **rzadkością**. Fakt, że coś stanowi dobro rzadkie, nie oznacza, że osiągalne są tylko bardzo małe ilości tego dobra. Chodzi o to, że ilość danego dobra okazuje się niewystarczająca do zaspokojenia potrzeb wszystkich ludzi.

Dary natury i wytwory pracy ludzkiej

Nasze potrzeby niemal zawsze przekraczają możliwości ich zaspokojenia. W języku potocznym mówimy, że czegoś jest ciągle za mało. Mówiąc o rzeczach, których jest za mało, ekonomiści mają na myśli dobra przynoszące nam zadowolenie – w odróżnieniu od np. zatrutego środowiska naturalnego, przestępczości czy bałaganu. Dobra obejmują naturalne zasoby przyrody, rzeczy oraz usługi wytworzone przez ludzi, służące do zaspokajania potrzeb. Dobra dzieli się na: dobra wolne i dobra ekonomiczne (gospodarcze).

Dobrami wolnymi, których mamy zazwyczaj w obfitości, obdarzyła nas natura. Najbardziej oczywisty przykład to powietrze. Innym przykładem może być piasek – na Saharze piasek jest dobrem wolnym, ale nie w Polsce. W miarę wzrostu liczby mieszkańców naszego globu dóbr wolnych ubywa.

Dobrami ekonomicznymi są produkty pracy ludzkiej. Produkty takie powstają w wyniku uprawiania (np. zbóż), uzdatniania (np. wody do picia), hodowli (np. bydła), wydobywania (np. węgla), przetwarzania (np. mąki). Dobrami ekonomicznymi są również usługi oraz prawa

(licencje, patenty, oprogramowanie komputerowe). Wszystkie dobra ekonomiczne to produkty pracy, ale nie wszystkie są towarami. Przykładowo, obiadu domowego przygotowanego dla rodziny nie nazwiemy towarem – w przeciwieństwie do restauracyjnych dań i usług kelnera.

ZAPAMIĘTAJ

Towary to wszelkie składniki majątku, które zostały zakupione w celu dalszej odprzedaży.

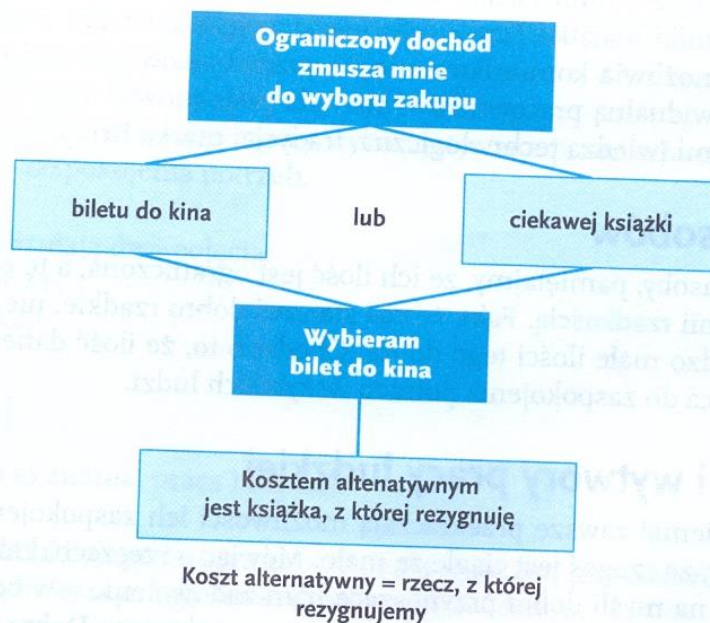
Koszt alternatywny

Kosztem alternatywnym jest wartość działalności, na którą się nie zdecydowaliśmy, ponieważ wybraliśmy inną działalność w tym czasie („coś za coś”).

ZAPAMIĘTAJ

Koszt alternatywny (inaczej koszt decyzji wyboru lub koszt utraconych możliwości) to koszt mierzony wartością tej działalności, której nie realizujemy lub z której rezygnujemy, aby zwiększyć inną działalność albo rozpocząć nową.

Konieczność dokonywania wyborów ekonomicznych wynika ze sprzeczności między rzadkością zasobów a nieograniczonym charakterem ludzkich potrzeb. Nie możemy mieć wszystkiego czego chcemy – jesteśmy zmuszeni żyć na miarę naszych możliwości.



Rys. 2.2. Koszt alternatywny

Użyteczność dóbr

Z pojęciem dobra wiąże się bezpośrednio jego użyteczność.

ZAPAMIĘTAJ

Użyteczność oznacza stopień akceptacji towaru przez jego użytkownika, wyrażający się w zadowoleniu z konsumpcji lub posiadania tego towaru.

Użyteczność określa subiektywny pożytek lub zadowolenie płynące z konsumowanych czy posiadanych dóbr. Szerzej – to satysfakcja i przyjemność wynikające z korzyści, a osiągnięte przez konsumentów w wyniku użycia (konsumpcji) jakiegoś dobra. Wartość użyteczności pozwala subiektywnie określić, ile zadowolenia dostarczają konsumentowi zużywane przez niego produkty. Teorię zachowania konsumenta i pierwsze podstawowe zasady użyteczności krańcowej sformułował niemiecki ekonomista Herman H. Gossen (1810–1858).

Prawo malejącej użyteczności krańcowej (pierwsze prawo Gossena) głosi, że w miarę zwiększania się konsumpcji (albo stanu posiadania) jakiegoś dobra, użyteczność (zadowolenie) z każdej następnej jednostki jest coraz mniejsza (każda potrzeba w miarę jej zaspokajania ulega nasyceniu).

PRZYKŁAD

Konsumpcja pierwszego ulubionego ciastka ma wysoką użyteczność, a drugiego – użyteczność wciąż dodatnią, jednak już mniejszą. Spożycie trzeciego ciastka może okazać się dla konsumenta obojętne – będzie mieć użyteczność zerową (nie jest już ani przyjemnością, ani nie sprawia przykrości). Zjedzenie kolejnych ciastek może już sprawiać przykrość – ma więc ujemną użyteczność (objedzenie, ból brzucha, zbyt duża ilość cukru, rozterki związane z przytyciem itp.).

Klasyfikacja dóbr ekonomicznych

Dobra ekonomiczne (gospodarcze) stanowią przedmiot gospodarowania. Nie tylko są wytwarzane przez człowieka, lecz także mogą być gromadzone i przechowywane oraz przemieszczane – stanowią przedmiot wymiany i są dzielone w społeczeństwie w określony sposób.

1. Dobra ekonomiczne (gospodarcze) można klasyfikować według różnych kryteriów.

Ze względu na przeznaczenie dobra gospodarcze dzielimy na:

- produkcyjne
- konsumpcyjne.

Dobra produkcyjne, inaczej **środki produkcji**, pośrednio zaspokajają potrzeby ludzkie i służą do wytwarzania nowych dóbr (maszyn i urządzeń). Środki produkcji dzielimy na środki pracy i przedmioty pracy. Środki pracy umożliwiają i ułatwiają człowiekowi pracę. Są one wyprodukowane przez człowieka. W miarę rozwoju człowiek posługuje się coraz bardziej skomplikowanymi środkami pracy. Wymaga to od niego zdobywania nowych kwalifikacji i uzupełniania posiadanych – musi się ich uczyć. Oddziałując na przedmioty pracy, otrzymujemy produkty zaspokajające nasze potrzeby.

ZAPAMIĘTAJ

Środki pracy to narzędzia, maszyny, urządzenia, budynki fabryczne i środki transportu, za pomocą których człowiek oddziałuje na przedmioty pracy.

ZAPAMIĘTAJ

Przedmioty pracy to surowce, materiały oraz ziemia, na które skierowana jest praca człowieka.

2. **Dobra konsumpcyjne** bezpośrednio zaspokajają potrzeby ludzkie. Do dóbr tych należą