

**Maria Miczyńska-Kowalska**

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

e-mail: Maria.Miczynska@up.lublin.pl

---

## WSPÓŁCZESNE KIERUNKI ROZWOJU KONSUMPCJI GOSPODARSTW DOMOWYCH W POLSCE

---

### CONTEMPORARY DIRECTIONS IN THE DEVELOPMENT OF HOUSEHOLD CONSUMPTION IN POLAND

---

DOI: 10.15611/pn.2018.509.25

JEL Classification: A14

**Streszczenie:** Celem opracowania jest ukazanie kierunków rozwoju konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce w ostatnich latach. Postępowanie gospodarstw domowych zależy od wielu czynników: ekonomicznych, społecznych, kulturowych i psychologicznych. W artykule wyeksponowano uwarunkowania ekonomiczne i społeczno-kulturowe zachowań gospodarstw domowych na rynku. Czynniki ekonomiczne stwarzają możliwość zaspokojenia potrzeb konsumentów, a czynniki społeczno-kulturowe wpływają na zmiany rozwoju społeczno-ekonomicznego społeczeństwa. W pracy zwrócono uwagę na różnice w dochodach i kierunki wydatkowania gospodarstw domowych. Wykazano, że głównym czynnikiem wpływającym na kierunki wydatkowania jest dochód. Jednak nie bez znaczenia pozostają współcześnie uwarunkowania społeczno-kulturowe. Do przeprowadzenia badania wykorzystano dane pochodzące z opracowań GUS i CEBOS w latach 1989-2016 oraz opracowania własne zawarte w monografii *Zachowania konsumentów*.

**Słowa kluczowe:** konsumpcja, konsumpcjonizm, potrzeby, gospodarstwa domowe, uwarunkowania konsumpcji, kierunki wydatkowania.

**Summary:** The aim of article is to show the directions of the development of household consumption in Poland in recent years. It shows the specificity of Polish households which provide needs of their members. The procedure of households consumption depends on many factors: economic, social, cultural and psychological. The article features economic and socio-cultural behaviour of households in the market. Economic factors make possible to provide needs of consumers, and socio-cultural factors affect changes in socio-economic development of society. It is underlined that changes of households income influence the diversity of consumer money spending. It has been shown that the main factor of the direction of spending money is income. However, there are very important changes of socio-cultural conditions, too. Data from the studies of GUS and CEBOS between 1989-2016 and own study from the monograph "Consumer behaviour" were used to carry out the study.

**Keywords:** consumption, consumerism, needs, households, determinants of consumption, spending money.

## 1. Wstęp

Analizy dotyczące problematyki konsumpcji mają charakter interdyscyplinarny. Konsumpcją zajmują się ekonomiści, socjologowie i psychologowie. Z socjologicznego punktu widzenia przemiany świadomości konsumentów i ich konsumpcji powodowane są przeobrażeniami społeczno-kulturowymi i ekonomicznymi społeczeństwa. Determinanty ekonomiczne wpływają na warunki egzystencji oraz możliwość rzeczywistych kierunków wydatkowania gospodarstw domowych. Zazwyczaj ich potrzeby nigdy nie zostają zaspokojone, ponieważ przerastają możliwości finansowe konsumentów. Przedmiotem dalszych rozważań będzie wskazanie roli czynników społecznych i kulturowych w rozwoju konsumpcji, analiza potrzeb konsumentów oraz ekonomiczne uwarunkowania determinujące kierunki wydatkowania gospodarstw domowych. Przez rozwój konsumpcji rozumiane są zmiany w strukturze i poziomie konsumpcji oraz kierunek zmian wyznaczony przez konsumpcjonizm. Uwarunkowaniami zmian są czynniki ekonomiczne, w tym dochodowe. Kierunek zmian natomiast wyznaczają czynniki społeczno-kulturowe.

## 2. Konsumpcjonizm jako społeczno-kulturowy czynnik rozwoju współczesnych społeczeństw

Współcześnie konsumpcja jest jednym z głównych wyróżników wysoko rozwiniętych społeczeństw. Stanowi także czynnik rozwoju gospodarek krajów kapitalistycznych. W społeczeństwie globalnym, określanym jako konsumpcyjne, upowszechnia się hedonizm i konsumpcyjny styl życia, opierający się na materialistycznych wartościach. Hedonizm definiowany jest w *Słowniku wyrazów obcych* jako „doktryna etyczna sformułowana po raz pierwszy przez Arystypa z Cyreny (435-366 p.n.e.), a powracająca wielokrotnie w dziejach filozofii, uznająca przyjemność (rozkosz) bądź unikanie przykrości za najwyższe lub jedyne dobro, cel życia i naczelnny motyw ludzkiego postępowania; jest to postawa życiowa oparta na tej doktrynie” [Sobol (red.) 1996, s. 420].

Intensywny rozwój konsumpcji i hedonistycznego stylu życia oraz społeczeństwa konsumpcyjnego w Europie Zachodniej rozpoczął się w połowie XX w. Powstanie społeczeństwa masowej konsumpcji oraz proces przekształcania go w nowoczesne społeczeństwo masowej konsumpcji opisuje K. Romaniszyn [2007] w książce *Rzecz o pracy i konsumpcji*. Autorka przypomina, że masowa konsumpcja początkowo pojawiła się w Stanach Zjednoczonych, a później w Europie Zachodniej. Przyczyny, które doprowadziły do powstania masowej konsumpcji, to

m.in.: masowa produkcja, marketing, aktywność rynkowa polegająca na wynajdywaniu nisz na rynku konsumentów, media masowe oraz demokratyzacja w obszarze konsumpcji [Romaniszyn 2007, s. 97]. Datą symboliczną pojawienia się masowej konsumpcji jest rok 1914, w którym H. Ford wprowadził w swoich zakładach ośmiodziesiętny dzień pracy przy wynagrodzeniu pięciu dolarów za dzień w zamian za pracę przy zautomatyzowanej taśmie produkcyjnej (masowa produkcja). Dopiero po II wojnie światowej dynamiczny rozwój gospodarczy USA oraz nowo powstały system polityczny stworzył możliwość wprowadzenia masowej konsumpcji także w Europie Zachodniej. Proces religijny, społeczny, etniczny, narodowy, gospodarczy oraz ideologiczny otwierania się kultur uwidocznił się w konsumpcji towarów [Malczyńska-Biały 2012, s. 19]. Zaczęła wyłaniać się kultura konsumpcji. Rozwój konsumpcji warunkowany był także wzrostem gospodarczym, wzrostem dochodów ludności oraz zmianami w systemie wartości. W warunkach Polski, jak również innych krajów postsocjalistycznych, wzorce konsumpcjonizmu upowszechniają się bardzo szybko.

Konsumpcjonizm [Leszczak 2012, s. 13] może być rozpatrywany na płaszczyźnie społeczno-psychologicznej – jest wówczas nastawieniem światopoglądowym i odpowiednim do niego zachowaniem społecznym danej osoby; na płaszczyźnie historyczno-socjologicznej (cywilizacyjnej) – ujmowany jest ponadosobowo i traktowany jako cecha typologiczna oraz tendencja rozwojowa społeczeństwa informacyjnego, jest to więc model funkcjonowania społeczeństwa; na płaszczyźnie filozoficzno-antropologicznej, w wymiarze gatunkowym – jest to cecha gatunkowa, cecha ewolucyjna człowieka jako gatunku. W tym kontekście Z. Bauman pisał, że w społeczeństwie konsumpcyjnym „postrzeganie i traktowanie wszystkich niemal fragmentów rzeczywistości i działania, do jakich pobudzają, poddane są konsumpcyjnemu syndromowi nastawień poznawczych i wartościujących [...] przez konsumpcyjny syndrom mam na myśli znacznie więcej niż to, co zawieramy zazwyczaj w pojęciu hedonizmu – fascynację rozkoszami spożywania i trawienia czy skłonność do życia pełnego przyjemności, rozrywek i zabaw. Mam na myśli całościowy i względnie spójny obraz świata oraz mapę dróg przezeń wiodących łącznie z kodeksem ruchu drogowego [...] syndrom konsumpcyjny premiuje ulotność pragnień, nadmiar przedmiotów, pożądania i sprawne usuwanie tych, co pożądanymi przestały być” [Bauman 2007, s. 6].

W artykule przyjęto powyższe wyjaśnienie, z doprecyzowaniem, że konsumpcja stanowi naturalny etap procesu gospodarowania, wynikający z konieczności zaspokajania potrzeb, a konsumpcjonizm jest jej wynaturzoną postacią, kiedy przekracza ona naturalny, uzasadniony w odczuciu społecznym poziom [Gazda 2012, s. 44]. Z kolei przez zachowanie konsumenta będziemy rozumieć sposób, w jaki konsument hierarchizuje swoje potrzeby oraz wybiera dobra i usługi, które służą ich zaspokajaniu, oraz użytkuje posiadane dobra. Istotnym elementem zachowań konsumenckich jest nabywanie środków zaspokajających potrzeby. Zachowania

konsumenckie uwarunkowane są demograficznie, psychologicznie, społecznie, kulturowo<sup>1</sup> oraz ekonomicznie.

Konsumpcja, również w Polsce, stała się obszarem, w którym jednostki realizują własne cele. Jak pisze F. Byłok, niektórzy poszukują dóbr, które zaspokajają ich potrzeby, inni poprzez uczestnictwo w konsumpcji szukają możliwości uzewnętrznienia emocji; jeszcze inni wykorzystują konsumpcję do tworzenia własnej tożsamości, do potwierdzania pozycji zajmowanej w strukturze społecznej [Byłok 2017, s. 311].

Polscy konsumenci dążą do podnoszenia poziomu życia, a tym samym do zmniejszania dystansu dzielącego ich od konsumentów wyżej rozwiniętych krajów Europy Zachodniej [Kramer 2012, s. 7]. W krajach o wysokim poziomie rozwoju gospodarczego konsumenci zaczynają kupować coraz więcej dóbr luksusowych – tzw. zjawisko „selektywnej ekstrawagancji” – oraz kupują czasowe udziały w dobrach i usługach konsumpcyjnych, wcześniej dostępne tym, którzy płacili pełną cenę – trend „frakcyjnego posiadania” [Mróz 2009, s. 15]. Nasilanie się zjawiska konsumpcjonizmu w Polsce w ostatnich latach związane jest z poprawą sytuacji materialnej Polaków. Propagowaniu konsumpcyjnego stylu życia służą także mass media. Wzmacniają one przekonanie, że gromadzenie dóbr i korzystanie z rozmaitych usług pozwala na uzyskanie prestiżu oraz ułatwia wyróżnianie się. Zgodnie z prawem Engla, które głosi, że po osiągnięciu relatywnie wysokiego poziomu zamożności popyt na usługi rośnie szybciej niż na żywność, jak również przewyższa popyt na dobra przemysłowe, w krajach wysoko rozwiniętych następuje coraz wyższy udział konsumpcji usług. Jak już wspomniano, w krajach Europy Zachodniej widoczne jest zwiększenie skłonności do konsumpcji dóbr luksusowych. Zjawisko to podyktowane jest chęcią pokazania wzrastającego standardu życia.

### 3. Potrzeby a konsumpcja

Aby żyć i reprodukować gatunek ludzki, jednostka musi odżywiać się, pić, jeść oraz odpoczywać. W celu rozwoju psychicznego, osobowego, a nie tylko fizycznego, człowiek musi zaspokajać zarówno potrzeby materialne, jak i niematerialne. Reprodukcyjny efekt konsumpcji wzmacniany jest przez efekt motywacyjny. Przez tysiąclecia społeczeństwo podlegało rozwojowi, a tym samym jednostkom i całym grupom społecznym żyło się coraz lepiej. W tym kontekście u konsumentów można zauważyć rozwój potrzeb, który przejawia się w ich dążeniu do podnoszenia poziomu życia oraz podnoszenia prestiżu społecznego. W tym celu konsumenci zwiększają swoją aktywność gospodarczą i społeczną. Odpowiednikiem działań w sferze gospodarczej jest dochód w odniesieniu do konkretnego gospodarstwa domowego. Dochód więc warunkuje zaspokajanie potrzeb na określonym poziomie i tym sa-

<sup>1</sup> Czynniki kulturowe w społeczeństwie współczesnym zaczyna odgrywać coraz większą rolę; por. [Bartosik-Purgat 2010].

mym umożliwi osiągnięcie prestiżu społecznego. Z motywacyjnym efektem konsumpcji nie mamy do czynienia wśród grup społecznych, które znajdują się w sytuacji skrajnego ubóstwa. Należy także podkreślić, że w warunkach bardzo wysokiego poziomu życia (zaspokajania potrzeb) chęć dalszego wzrostu poziomu konsumpcji również nie będzie zbyt silna.

W socjologii analizie poddane zostają potrzeby człowieka jako uczestnika szerszej społeczności. Jednostka ujmowana jest jako członek społeczeństwa, wytwór stosunków społecznych i kulturowych w procesie historycznego rozwoju, a zarazem jako twórca potrzeb. Człowiek przyswaja potrzeby razem z wartościami, na gruncie danej kultury, w toku socjalizacji. Wraz z przemianami kulturowymi potrzeby ulegają zmianie. W socjologii badany jest wpływ środowiska kulturowego i społecznego na rozwój potrzeb, w tym m.in. wpływ rodziny jako podstawowej komórki socjalizującej przyszłych dorosłych członków społeczeństwa, wpływ kontaktów z grupami wzorotwórczymi, stylu życia, komunikacji masowej oraz promocji i reklamy. Wzrost potrzeb warunkowany jest również procesem naśladownictwa krajów wyżej rozwiniętych oraz grup wzorotwórczych. We współczesnym społeczeństwie można dostrzec wszystkie rodzaje wymienionych potrzeb.

Podobnie jak w literaturze przedmiotu nie ma jednolitej definicji potrzeb, nie ma również jednolitej, ogólnie przyjętej klasyfikacji. Ze względu na przedmiotowy charakter wyróżniamy: potrzeby materialne, niematerialne (np. wartości moralne, wiedza), potrzeby fizjologiczne, emocjonalne, intelektualne, duchowe [Szczepański 1981, s. 137]. Z punktu widzenia socjologii istotne znaczenie mają potrzeby kulturalne, a szczególnie ich formy: pożądanie dóbr, intensywność potrzeb, społeczne ich rozbudzenie, propagowanie oraz zaspokajanie [Szczepański (red.) 1977, s. 369].

Instytut Badawczy do spraw Rozwoju Społecznego przy ONZ w celu osiągnięcia porównywalności badań międzynarodowych zaleca przyjmować następujący podział: potrzeby podstawowe oraz potrzeby rzędu wyższego; materialne i kulturalne, które powstają po zaspokojeniu podstawowych potrzeb [Światowy 1994, s. 30].

Czynniki społeczno-kulturowe, hedonistyczne nastawienie do życia, chęć pokazania statusu materialnego oraz prestiżu wpływają na zachowania polskich konsumentów, którzy coraz więcej wydają na dobra luksusowe. Stanowią one urzeczywistnienie rozwijających się potrzeb Polaków. W słowniku wyrazów obcych pojęcie „luksus” definiowany jest jako warunki zapewniające komfortowe życie, zbytek, komfort; także przedmioty zaspakajające wyszukany gust, czyjeś wygórowane wymagania, np. estetyczne; „luksusowy” dotyczy z kolei przedmiotów zbytku, oznacza kosztowny, wytworny, pełen przepychu [Sobol (red.) 1996, s. 666]. Pojęcie luksusu ma jednak subiektywne konotacje. Dla Polaków luksus łączy się m.in. z drogimi, ekskluzywnymi przedmiotami, nieruchomościami, samochodami, elitarnością [Tarranko 2009, s. 68-69]. Dobra luksusowe w świadomości konsumentów podkreślają ich status i pozycję społeczną.

#### 4. Polskie gospodarstwa domowe a konsumpcja – uwarunkowania ekonomiczne

W analizie przeprowadzonej na potrzeby opracowania nad uwarunkowaniami ekonomicznymi wzięto pod uwagę sytuację ekonomiczną państwa, opisaną poziomem inflacji; kierunki wydatkowania gospodarstw domowych z uwzględnieniem poziomu wydatkowania na konsumpcję realizującą podstawowe potrzeby gospodarstw domowych, zestawione z konsumpcją zaspokajającą potrzeby rządu wyższego; wskaźnik PKB determinujący poziom zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych oraz dynamikę dochodów gospodarstw domowych, z uwzględnieniem danych o konsumpcji dóbr luksusowych.

Nastroje konsumentów determinowane są tzw. siłą nabywczą pieniądza. W sytuacji gdy jego wartość w drastyczny sposób maleje (co miało miejsce w roku 1989 i osiągnęło szczyt w 1990 r.), niezbędne stają się działania naprawcze, mające na celu poprawę sytuacji gospodarczej. Działania takie w warunkach polskich polegały na przejściu od gospodarki centralnie sterowanej do gospodarki rynkowej poprzez wdrożenie tzw. planu Balcerowicza, polegającego na bardzo szybkim (111 dni) wdrożeniu reform gospodarczo-ustrojowych. Ta drastyczna zmiana zrealizowana w rekordowo krótkim czasie wymusiła na gospodarstwach domowych podjęcie licznych działań przystosowawczych, w tym ogromne cięcia w budżecie przeznaczonym na zaspokajanie potrzeb konsumpcyjnych.

W tabeli 1. ukazano poziom inflacji w Polsce w latach 1989-2017. Dane z lat 1989-1990 jednoznacznie potwierdzają potrzebę zmiany systemu gospodarczego kraju. W dalszych latach w bardzo szybkim tempie obniżył się poziom inflacji: z 685% w roku 1990 do 127% w 1995 r., co pozwoliło na wprowadzenie reformy monetarnej (denominacji).

**Tabela 1.** Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1985-1997, rok poprzedni 100%.

Rok	1985	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Inflacja %	115,1	351,1	685,8	170,3	143	135,3	132,2	127,8	119,9	114,9
Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Inflacja %	111,8	107,3	110,1	105,5	101,9	100,8	103,5	102,1	101	102,5
Rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Inflacja %	104,2	103,5	102,6	104,3	103,7	100,9	100	99,1	99,4	102

Źródło: [<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-pot-inflacja-roczne-wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-w-latach-1950-2014>].

W latach inflacji dominowały zachowania przystosowawcze konsumentów. Pomimo że od transformacji systemowej upłynęło już kilkanaście lat, wciąż można zauważyć przewagę działań przystosowawczych podmiotów gospodarczych nad

działaniami regulacyjnymi. Działania przystosowawcze konsumentów, ze względu na wysoką inflację w latach 1989-1990, sprowadzały się m.in. do:

1. obniżania wydatków, kupowania tańszych produktów;
2. ograniczania rozmiarów konsumpcji;
3. prosumpcji;
4. dążenia do uzyskania pomocy finansowej z zewnątrz;
5. podejmowania dodatkowych prac zarobkowych.

Działania przystosowawcze skutkowały stopniowym obniżaniem się wskaźnika wydatków na towary i usługi konsumpcyjne.

**Tabela 2.** Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych na towary i usługi konsumpcyjne według grup społeczno-ekonomicznych w latach 1989-2016

Wyszczególnienie	Ogółem	Pracowników	Rolników	Pracujących na własny rachunek	Emerytów	Rencistów
Rok	%	%	%	%	%	%
1989	94,12	93,95	93,90	X	94,50	
1990	93,38	93,85	92,00	X	94,30	
1991	92,20	92,70	90,60	X	93,30	
1992	90,65	89,95	90,10	X	91,90	
1993	90,53	91,00	90,70	89,70	90,70	
1995	90,21	90,25	91,30	89,90	89,40	
1996	89,71	90,05	89,70	89,50	89,60	
1997	87,75	87,60	88,50	87,10	87,80	
1998	87,86	87,25	89,30	86,80	88,10	
2000	86,45	85,60	87,90	85,50	86,80	
2005	95,41	96,47	95,19	96,06	93,90	95,44
2007	95,49	96,40	95,78	96,12	93,80	95,37
2009	95,20	96,17	96,15	95,41	93,67	94,60
2010	95,06	95,94	95,32	95,70	93,65	94,69
2011	95,54	96,24	96,36	95,68	94,07	95,35
2012	95,43	96,28	95,62	96,28	93,95	95,02
2013	95,71	96,23	96,73	96,08	94,45	95,08
2014	95,40	96,10	96,20	95,70	94,20	94,80
2015	95,34	96,20	96,30	95,40	93,80	95,00
2016	95,52	96,21	96,50	96,15	93,80	94,94

Źródła: dla danych 1989-2000 opracowanie własne na podstawie danych o gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych ludności: dane 1985, 1990, 1992, tabela I (328) Rocznik statystyczny GUS 1993, dane 1996, 1997, tabela 1 (190), Rocznik statystyczny GUS 1998, dane 1997, 1998, tabela 1 (194), Rocznik statystyczny GUS 1999, dane 2000, tabela 1 (192), Rocznik statystyczny GUS 2001; zob. [Mickeyńska-Kowalska 2004]. Dla danych 2005-2016: opracowanie własne na podstawie [<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/>].

W tabeli 2. łącznie zsumowano wydatki na żywność, odzież i obuwie, utrzymanie i wyposażenie mieszkań, higienę osobistą i ochronę zdrowia, kulturę, oświatę, sport, wypoczynek, transport oraz łączność (konsumpcja realizująca potrzeby niższego i wyższego rzędu łącznie). Z danych wynika, że w roku 1989 (okres załamania gospodarczego skutkującego trzycyfrową inflacją) wydatki na konsumpcję stanowiły 94,12% ogółu wydatków gospodarstw domowych, natomiast w dalszym okresie zaczęły drastycznie maleć, aby w 2000 r. osiągnąć poziom 84,5%. Były to koszty transformacji systemowej. Tendencja ta dotyczy wszystkich grup społeczno-ekonomicznych.

Polskie gospodarstwa domowe w latach 1989-2000 musiały więc zaadaptować się do nowych warunków. Niepokój gospodarczy oraz zmiany na rynku pracy (bezrobocie) wymusiły ograniczenie wydatków na konsumpcję. Natomiast po roku 2001, wskutek zahamowania inflacji (poziom jednocyfrowy), ustabilizowania gospodarki oraz rynku pracy, wybierane są odmienne (od zaprezentowanych) zachowania konsumpcyjne, choć nie eliminują ich całkowicie. Są to m.in.:

1. podnoszenie wydatków konsumpcyjnych przez zamożniejsze warstwy społeczne;
2. konsumpcja „na pokaz”, wynikająca z trendów społeczno-kulturowych;
3. przejmowanie sposobów postępowania na rynku od krajów o wyższym poziomie rozwoju.

Tym samym konsumpcja w 2005 r. wróciła do poziomu powyżej 94%, który należy interpretować jako poziom konsumpcji w stabilnej gospodarce.

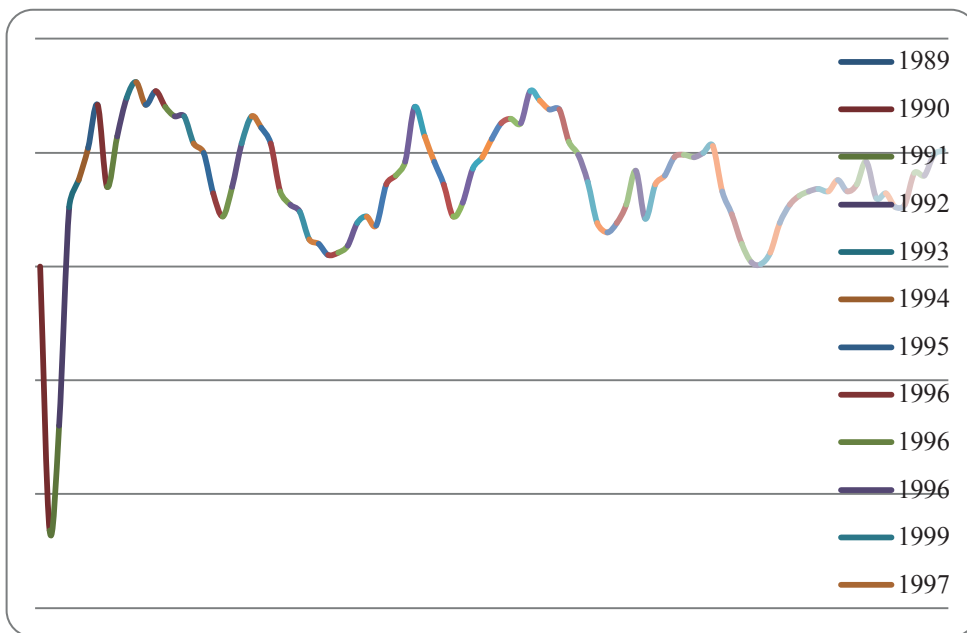
Współczesne polskie społeczeństwo jest pełne przeciwieństw. Bogactwo i bieda współwystępują obok siebie, gospodarka szybko się rozwija, potęgując jeszcze ten podział. Prowadzi to do zróżnicowania konsumpcji.

Stabilność gospodarcza kraju umożliwia zaspokajanie potrzeb gospodarstw domowych. Jednym ze wskaźników mierzących stan gospodarki kraju jest poziom dochodu wyrażony przez PKB. Na wykresie (rys. 1) pokazano dynamikę PKB w całym analizowanym okresie.

Analogicznie do inflacji, analiza wartości wskaźnika PKB kwartał do analogicznego kwartału roku poprzedniego w latach 1989-1990 potwierdza głęboką zapaść gospodarki. W kolejnych latach sytuacja gospodarcza się poprawia, a wartość wskaźnika PKB utrzymuje średnią wartość ok. 5 p.p. rocznie, z wyjątkiem lat 2001-2002 oraz 2012-2013. Systematyczny wzrost PKB przekłada się na wzrost dochodu gospodarstw domowych i poziomu konsumpcji.

Wartością obrazującą kondycję ekonomiczną gospodarstw domowych jest tzw. miesięczny dochód rozporządzalny, czyli taki, który gospodarstwo domowe może przeznaczyć na wydatki lub przyrost oszczędności. Dochód rozporządzalny jest jednocześnie miarą tempa wychodzenia z kryzysu. W tabeli 3. ukazano dynamikę wzrostu przeciętnego dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych.





**Rys. 1.** Wykres na podstawie wartości PKB niewyrównanego sezonowo, za dany kwartał w stosunku do analogicznego kwartału roku poprzedniego, dane z lat 1989-2017

Źródło: [<https://www.bankier.pl/gospodarka/wskazniki-makroekonomiczne/pkb-rdr-pol>; <https://rynek-pracy.pl/artykuly/wzrost-gospodarczy-w-polsce-na-tle-innych-krajow-unii-europejskiej>].

Po analizie z danych z tabel 1. i 3. można wyciągnąć wniosek, że hiperinflacja w latach 1989-1990 poza drastycznym obniżeniem konsumpcji wymusiła również wzrost płac. Wysoka dynamika (tj. na poziomie dwucyfrowym) tego wskaźnika utrzymywała się do roku 2009, niemniej jednak już w 1995 r. przy średnim wskaźniku wzrostu dochodu rozporządzalnego rok do roku na poziomie 127,8% zdecydowano się na reformę monetarną (denominację). W kolejnych latach wzrost dochodu utrzymywał się na poziomie od 2 do 5%. Oczywiście, najwięcej zyskali pracownicy i pracujący na własny rachunek. Ciekawym zjawiskiem jest sytuacja rolników: w latach 2014 i 2015 ich dochód rozporządzalny miał dynamikę ujemną; był to najprawdopodobniej efekt kryzysu ekonomicznego i sankcji ze strony Rosji nałożonych na polskich rolników. W roku 2016 ta grupa gospodarstw domowych wyrównała straty, co może oznaczać ugruntowanie pozycji na innych rynkach niż rosyjski.

W tabeli 4. przedstawiono poziom wydatkowania dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych na potrzeby wyższego rządu. W opracowaniu przyjęto w uproszczeniu, że zaspokojenie potrzeb wyższego rządu można zobrazować poziomem wydatków na usługi, rekreację, wypoczynek, kulturę, podróże, restauracje itp.

**Tabela 3.** Dynamika przeciętnego miesięcznego dochodu rozporządzalnego gospodarstwa domowego w latach 1990-2016

Wyszczególnienie	Średnia	Pracowników	Rolników	Pracujących na własny rachunek	Emerytów	Rencistów
Rok	%	%	%	%	%	%
1990* (**)	5160,06	4525,96	4969,17	X	6207,53	
1992*	230,56	280,72	196,76	X	219,26	
1993*	143,12	125,95	134,42	X	146,71	
1994*	133,22	133,41	130,09	136,02	132,39	
1995	131,27	129,16	137,61	129,71	130,03	
1996	126,50	131,64	121,54	126,33	125,87	
1997	124,74	121,49	128,01	126,77	122,93	
1998	106,17	112,58	92,60	105,94	111,79	
1999	107,20	108,46	101,13	109,30	107,87	
2000	109,23	111,62	110,85	110,98	103,48	
2005	119,93	109,04	132,93	122,96	143,18	100,73
2007	123,52	118,85	139,69	128,04	113,04	121,35
2009	114,44	122,74	104,40	111,62	118,18	115,38
2010	107,47	106,76	115,90	105,15	105,43	106,33
2011	102,21	103,72	96,03	101,98	104,27	104,68
2012	104,34	102,92	111,63	101,41	104,88	102,54
2013	103,41	102,01	105,27	104,12	103,96	101,33
2014	101,50	103,31	90,89	103,20	103,03	106,52
2015	103,56	102,80	99,55	106,61	103,52	103,88
2016	105,53	107,78	110,05	103,04	103,94	104,52

\* Wartości sprzed denominacji zostały przeliczone jak wartość zł w dniu denominacji; \*\* Rok 1989 został przeliczony w stosunku do roku 1985

Źródła: dla danych 1989-2000: opracowanie własne na podstawie jak w tabeli 2. Dla danych 2005-2016: opracowanie własne na podstawie jak w tabeli 2.

Uznano, że procentowy udział wydatków na te potrzeby w dochodzie rozporządzalnym gospodarstwa domowego stanowi miarę poziomu zaspokojenia tych potrzeb.

Analiza danych za lata 1985-2016 potwierdza pozytywne przemiany w strukturze wydatków polskich gospodarstw domowych na zaspokajanie potrzeb wyższego rzędu. Po transformacji systemowej nastąpił okres „zaciskania pasa”, który zakończył się po roku 2000. Natomiast po 2010 r. uśredniony poziom konsumpcji dóbr wyższego rzędu dla wszystkich gospodarstw domowych ugruntował się na dwucyfrowym poziomie. Dane zawarte w tabeli obrazują jednocześnie dysproporcję pomiędzy grupami społeczno-ekonomicznymi. Pracownicy i pracujący na własny rachunek, rozporządzający wyraźnie wyższym dochodem, posiadają większą możliwość zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych wyższego rzędu.

**Tabela 4.** Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych na rekreację, edukację, sport i wypoczynek według grup społeczno-ekonomicznych w latach 1985-2016

Wyszczególnienie	Średnia	Pracowników	Rolników	Pracujących na własny rachunek	Emerytów	Rencistów
Rok	%	%	%	%	%	%
1985	6,9	10,25	4,2	X	6,1	
1989	7,2	10,5	5,5	X	5,6	
1990	7,4	11,4	5	X	5,8	
1991	7,8	11,5	5,5	X	6,5	
1992	7,4	10,2	5,6	X	6,4	
1993	6,8	8,85	4,6	9,4	4,4	
1995	7,4	9,3	5,2	10,3	4,7	
1996	7,2	9,4	4,3	10,3	4,7	
1997	7,1	9,5	4,2	10,0	4,8	
1998	7,2	8,9	4,8	10,2	4,8	
2000	8,2	11,4	5,6	10,4	5,2	
2007	9,6	12,2	6,7	14,9	7,5	6,7
2009	9,8	12,7	7,1	14,6	7,6	7,1
2010	10,0	13,1	6,7	15,6	7,5	7,0
2011	10,0	13,3	7,3	14,8	7,6	6,8
2012	10,6	13,6	7,5	15,5	8,1	8,0
2013	9,4	11,8	7,5	14,1	7,0	6,7
2014	10,4	12,9	8,0	15,8	8,1	7,3
2015	10,6	13,0	7,3	16,0	8,2	8,3
2016	10,9	13,3	7,5	16,7	8,5	8,2

Źródła: dla danych 1989-2000: opracowanie własne jak w tabeli 3. Dla danych 2005-2016: opracowanie własne na podstawie jak w tabeli 2.

Analiza dochodów oraz poziomu wydatków na potrzeby rządu niższego i wyższego wskazuje, że gospodarstwa domowe o najwyższym dochodzie stosunkowo szybko osiągnęły relatywnie wysoki poziom wydatków na potrzeby wyższe, co stopniowo przechodzi w konsumpcję dóbr luksusowych.

Rynek dóbr luksusowy w Polsce to zjawisko nowe. Na potrzeby artykułu zostały wykorzystane dostępne najnowsze dane. Z raportu KPMG [<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pl/pdf/2017/12/pl-Raport-KPMG-Rynek-dobr-luksusowych-w-Polsce-Edycja-2017.pdf>] wynika, że w stosunku do lat poprzednich zwiększa się liczba osób zamożnych w Polsce. Stanowią one ponad 1,1 mln osób, czyli o 60 tys. osób więcej niż w 2016 r. W związku z powiększającą się liczbą osób zamożnych dobrze też wygląda sytuacja rynku dóbr luksusowych<sup>2</sup>. Najwięcej osób bogatych mieszka w województwie mazowieckim – 11 tys., w wielkopolskim i małopolskim po 4,4 tys. W Polsce największym segmentem rynku dóbr luksusowych są

<sup>2</sup> W raporcie zamożnymi określono osoby, które otrzymują miesięczny dochód powyżej 7,1 tys. zł brutto, bogatymi – powyżej 20 tys. zł brutto, bardzo bogatymi – powyżej 50 tys. zł.

samochody premium i luksusowe, kolejnym – luksusowa biżuteria i zegarki. Usługi hotelarskie i SPA (pięciogwiazdkowe obiekty) plasują się na trzecim miejscu – w stosunku do roku 2016 segment ten wzrósł w 2017 r. o 6,7% i wyniósł ok. 1,7 mld zł.

Wartość majątku zgromadzonego przez polskie gospodarstwa domowe wyniosła 1938 mld zł na koniec II kwartału 2017 r. Jest to wzrost o 9,2% w stosunku do analogicznego okresu z 2016 r. Bogaci Polacy w czasie wolnym wydają pieniądze na ekskluzywne restauracje, drogie hotele, korzystają z usług pomocy domowej, ogrodników i trenerów personalnych. 76% bogatych Polaków posiada więcej niż jedną nieruchomość. Niektórzy wynajmują mieszkania. Tylko 2% badanych twierdziło, że posiada mieszkanie za granicą. Bogaci mają jeden samochód lub dwa – odpowiednio 38% i 39%; właścicielem trzech samochodów jest co 10. ankietowany. Większość ankietowanych (60%) przyznaje, że przy zakupie towarów zwraca uwagę na cenę. Z luksusowych produktów bogaci kupują alkohol (44% twierdzi, że kupuje kilka razy w miesiącu), ubrania, buty, perfumy, kosmetyki. W I kwartale 2017 r. zarejestrowano 46,3 tys. aut kategorii premium i luksusowych. Najlepiej sprzedawaną marką jest Mercedes, potem BMW, Audi, Volvo. Luksusowe ubrania i dodatki przynajmniej raz w roku kupuje 89% respondentów. Wśród alkoholi królują wódki, produkty premium i de lux, a z kosmetyków najczęściej kupowane są perfumy – stanowią one 60% całego rynku luksusowych kosmetyków i perfum.

## 5. Zakończenie

Konsumpcja polskich gospodarstw domowych stale rośnie. Jest to związane ze stałym wzrostem poziomu PKB w Polsce, niską inflacją oraz wzrostem dochodów we wszystkich grupach społeczno-zawodowych. Obserwowana wysoka skłonność do wydatków konsumpcyjnych świadczy o rozbudzeniu potrzeb, jak również szybkim nadrabianiu zaległości z poprzedniego okresu. Na wzrost poziomu konsumpcji w Polsce mają wpływ uwarunkowania społeczno-kulturowe, w tym wzrost znaczenia konsumpcjonizmu jako wartości. Poziom konsumpcji świadczy o zajmowanej pozycji i prestiżu jednostek. Wraz z bogaceniem się społeczeństwa następuje zmiana kierunków rozwoju konsumpcji gospodarstw domowych. W Polsce w ostatnich latach można zaobserwować zmiany w sferze spożycia, zgodnie z prawem Engla [Cyrek 2013, s. 29]: spada udział wydatków na podstawowe potrzeby, zwiększają się wydatki na potrzeby wyższego rzędu, zagospodarowanie czasu wolnego i potwierdzenie swojej pozycji społecznej oraz prestiżu. Zmiany w strukturze konsumpcji widoczne są przede wszystkim w gospodarstwach domowych najbogatszych Polaków. Wśród nich wysoki poziom dochodów pozwala zmieniać strukturę wydatków w kierunku dóbr luksusowych, w tym na usługi – hotele i SPA. Co roku w miarach konsumpcji odnotowywane są zmiany zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Nie są one jednak udziałem wszystkich gospodarstw. Pogłębia się bowiem zróżnicowanie społeczeństwa polskiego, mierzone wysokością uzyskiwanych dochodów i możliwością wydatków na konsumpcję.

## Literatura

- Bartosik-Purgat M., 2010, *Kulturowe uwarunkowania zachowań konsumentów na przykładzie młodych Europejczyków*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań.
- Bauman Z., 2007, *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów*, cykl wykładów dziekańskich Gospodarka i społeczeństwo, wykład piąty, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Byłok F., 2017, *Kompetencje konsumenckie pokolenia Y w Polsce*, [w:] U. Śwadźba, R. Cekiera, M. Żak (red.), *Praca – konsumpcja – przedsiębiorczość. Świadomość ekonomiczna młodego pokolenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Cyrek M., 2013, *Sytuacja dochodowa jako determinanta struktury konsumpcji*, [w:] K. Hanusik, A. Dudek, K. Dudek (red.), *Konsumpcja gospodarstw domowych w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Gazda Z., 2012, *Konsumpcja a konsumpcjonizm. Odwołanie do historii myśli ekonomicznej*, [w:] R. Stefański (red.), *The peculiarity of Man*, nr 15, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.  
<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pl/pdf/2017/12/pl-Raport-KPMG-Rynek-dobr-luksusowych-w-Polsce-Edycja-2017.pdf> (3.04.2018).  
<http://businessinsider.com.pl/finanse/handel/rynek-e-commerce-wpolsce>.  
<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-pot-inflacja-roczne-wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-w-latach-1950-2014> (3.04.2018).  
<https://rynekpracy.pl/artykuly/wzrost-gospodarczy-w-polsce-na-tle-innych-krajow-unii-europejskie> (3.04.2018).  
<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/> (3.04.2018).
- Kramer J., 2012, *Konsumpcja – ewolucja ról i znaczeń*, *Konsumpcja i Rozwój*, nr 1.
- Konopielko Ł., Wołoszyn M., Wyrębrowicz J., 2016, *Handel elektroniczny. Ewolucja i perspektywy*, Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarzkiego, Warszawa.
- Leszczak O., 2012, *Paradoksy konsumpcjonizmu. Typologia i lingwosemiotyka*, [w:] R. Stefański (red.), *The peculiarity of Man*, nr 15, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Małczyńska-Biały M., 2012, *Ewolucja polityki konsumenckiej w Polsce po 1989 roku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Miczyńska-Kowalska M., 2004, *Zachowania konsumenckie*, Polihymnia, Lublin.
- Mróz B., 2009, *Consumo ergo sum? Rola konsumpcjonizmu we współczesnych społeczeństwach*, [w:] B. Mróz (red.), *Oblicza konsumpcjonizmu*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Romaniszyn K., 2007, *Rzecz o pracy i konsumpcji. Analiza antropologiczna*, Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków.
- Sobol E. (red.), 1996, *Słownik wyrazów obcych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Szczepański J., 1981, *Konsumpcja a rozwój człowieka*, PWE, Warszawa.
- Szczepański J. (red.), 1997, *Badania nad wzorami konsumpcji*, Wydawnictwo PAN, Warszawa.
- Świątowy G., 1994, *Zachowania konsumenckie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław.
- Taranko T., 2009, *Postawy Polaków wobec luksusu*, [w:] B. Mróz (red.), *Oblicza konsumpcjonizmu*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.