



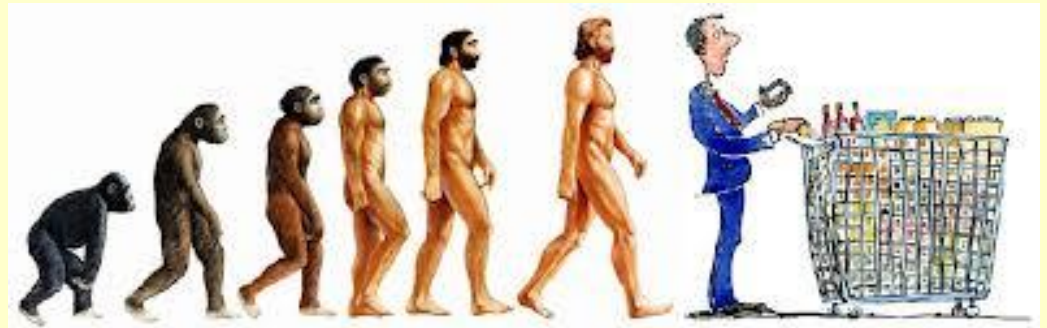
Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Maria Śmiechowska

Katedra Towaroznawstwa i Zarządzania Jakością
Akademia Morska w Gdyni

Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- Procesy globalizacji i internacjonalizacji gospodarki światowej wywierają istotny wpływ na postawy konsumpcyjne.
- Konsumpcja jest naturalnym zjawiskiem związanym z życiem jednostek.
- Zachowania konsumentów na rynku kształtują się pod wpływem wielu determinant, nie tylko *stricte* ekonomicznych, lecz także społecznych i kulturowych.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- Zygmunt Bauman zauważa, iż doszło do rewolucji w wyniku której nastąpiło przejście od konsumpcji do konsumpcjonizmu.
- Rewolucja konsumpcyjna → od społeczeństwa producentów gdzie konsumowano by zapewnić sobie możliwie trwałe bezpieczeństwo → do społeczeństwa konsumentów.



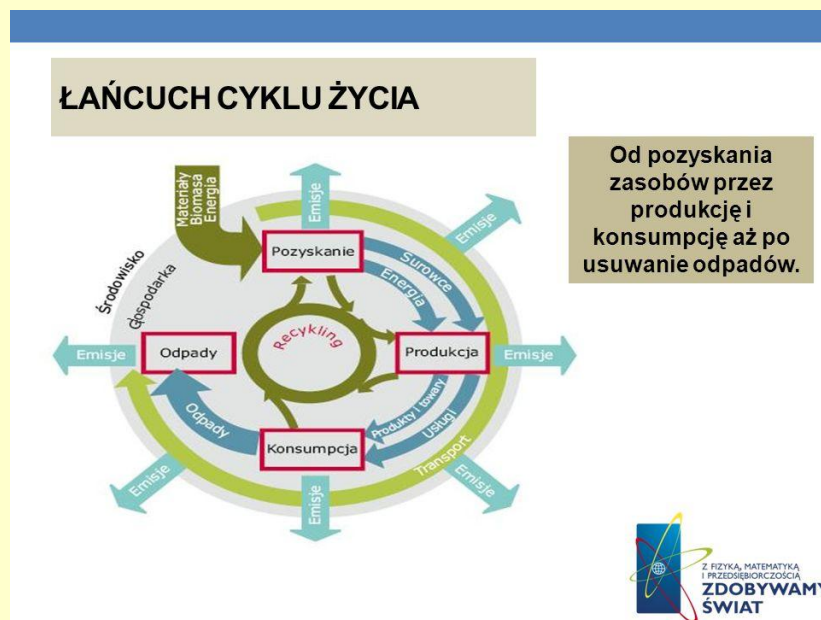
Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- Georg Ritzer uważa, że konsumpcyjne społeczeństwa cechuje przyrost środków konsumpcji, czyli miejsc, które umożliwiają nam konsumowanie na dużą skalę.
- G. Ritzer nazywa galerie handlowe „świątyniami konsumpcji”, pojęcie wskazuje na „quasi-religijny, magiczny charakter nowych miejsc”, które stały się „(...) celem pielgrzymek, które podejmujemy abyśmy mogli praktykować naszą konsumencką religię.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- Społeczeństwo konsumpcyjne oparte jest przede wszystkim na nadmiarze i marnotrawieniu.
- Średnio jeden mieszkaniec wytwarza około 524 kg śmieci rocznie. Nadmierna ilość odpadów staje się prawdziwym problemem i zagrożeniem dla środowiska.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Marnotrawstwo jest cechą charakterystyczną dla społeczeństwa globalnego. Zjawisko to dotknęło Polskę, Europę i wiele krajów na świecie, a w konsekwencji przekłada się na stan środowiska naturalnego, budżetu państwa i gospodarstw domowych.

Przyczyny tego zjawiska są bardzo różne.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

Słownik języka polskiego definiuje marnotrawstwo: „*rozzutność, niegospodarność, zużywanie bez pożytku*”.

Inna z definicji mówi, iż są to:

„wszelkie produkty przetworzone, częściowo przetworzone lub nieprzetworzone, przeznaczone do spożycia przez ludzi lub których spożycia przez ludzi można się spodziewać, a także takie, które pomimo ich wytworzenia, nie zostały przez nich spożyte”.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

W literaturze o zarządzaniu wyróżnia się kilka głównych typów marnotrawstwa:

- nadprodukcja,
- bezproduktywne oczekiwanie,
- zbędny transport,
- nadmierne lub niewłaściwe przetwarzanie,
- nadmierny stan zapasów,
- zbędny ruch,



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- wszelkiego rodzaju defekty,
- niewykorzystana kreatywność pracowników,
- marnotrawstwo w procesach rachunkowości,
- marnotrawstwo danych,
- straty jakości,
- koszty niezgodności,
- w procesach biurowych,
- marnotrawstwo czasu menedżerów.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Dlaczego marnotrawimy skoro sami dokonujemy tych nadmiernych lub niepotrzebnych zakupów i na dodatek ponosimy koszty?

- brak wiedzy o produkcie,
- promocje,
- reklama,
- zła jakość produktu,
- zakupoholizm,
- pod wpływem emocji,
- wpływ innych osób,
- ograniczone możliwości konsumpcji.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- W sferze konsumpcji nastąpiły przemiany, które możemy opisać pojęciem dekonsumpcji. Jest to tendencja polegająca na ograniczeniu dotychczasowej konsumpcji.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Według J. Rachockiej zmiany w konsumpcji polegają na:

- *ograniczeniu konsumpcji ze względu na wzrost niepewności sytuacji ekonomicznej (konsumpcja asekuracyjna),*
- *ograniczenie ilościowe konsumpcji na rzecz zwiększenia aspiracji jakościowych,*
- *ograniczenie konsumpcji w sferze materialnej na rzecz sfery niematerialnej,*
- *ograniczenie konsumpcji w celu jej racjonalizacji.*



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Joanna Rachocka stwierdza, że:

„Konsumenci w społeczeństwach wysokorozwiniętych coraz częściej ujawniają swoją świadomość ekologiczną, stąd wzrastające zainteresowanie ekokonsumpcją i ekoprzemysłem. Stają się bardziej wrażliwi na szkody wyrządzane środowisku w procesie użytkowania produktów. Zdają sobie sprawę, że ich działania mogą wywoływać uboczne efekty zewnętrzne w wymiarze nie tylko lokalnym, ale i globalnym”.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- Redefinicja wartości konsumpcyjnych w wyniku czego pojawiają się nowe kierunki takie jak ekologia czy współpraca.
- Przyczyny dekonsumpcji:
 - degradacja środowiska,
 - zmiany relacji między ludźmi,
 - osłabienie zaangażowania obywatelskiego,
 - zmiany w sposobach spędzania czasu.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- Nurty ekologiczne postulują ograniczenie konsumpcji, recykling towarów i odpadów oraz odpowiedzialne i świadome konsumowanie.
- Powstają nowe idee dotyczące wspólnoty, ekologii czy współpracy mogą dodatkowo szybko rozprzestrzeniać się dzięki nowym mediom i globalizacji.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- Z ekonomicznego punktu widzenia celem jest dążenie do realizacji aspiracji konsumpcyjnych w wyniku maksymalizacji oczekiwanej użyteczności z konsumpcji.
- Z czynników pozaekonomicznych (osobowość, styl życia, nawyki, obyczaje, tradycje, naśladownictwo, system wartości), celem konsumentów może być dążenie do osiągnięcia poziomu konsumpcji charakterystycznego dla grup społecznych, do których aspirują.

Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Pod koniec pierwszej dekady XXI w. pojawiają się *alternatywne* lub *nowe* trendy konsumenckie:

- konsumpcja kolaboratywna = zwana również konsumpcją współpracującą, *sharing*'iem, *mesh*'em lub ekonomią dzieloną.

Sharing jest modelem konsumpcji, który polega m.in. na pożyczaniu, wymianie, umowach barterowych lub płatnym dostępie do dóbr, stojącym w opozycji do własności.

Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

W ideę współkonsumpcji wpisują się trzy główne typy:

- systemy usług produktowych (*product service systems*),
- rynki redystrybucyjne (*redistribution markets*),
- współdziałanie w ramach stylu życia (*collaborative lifestyles*).



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- **Konsumpcja** – naturalny proces zaspokajanie potrzeb dzięki dobrom i usługom, podstawowy aspekt życia towarzyszący jednostkom niezależnie od czasu i historii.
- **Konsumpcjonizm** – atrybut społeczeństwa, wykorzystywanie dóbr i usług w ilości przekraczającej potrzeby jednostek przy jednoczesnym kreowaniu stale nowych potrzeb. Siła nadająca kształt współczesnym społeczeństwom.
- **Dekonsumpcja** - tendencja polegająca na ograniczeniu i zmienieniu formy dotychczasowej konsumpcji.

Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- **Alternatywne formy konsumpcji** - formy korzystania z dóbr i usług zgodne z potrzebami jednostek, oparte na wartościach innych niż proponowane przez konsumpcjonizm np. współpracy, ekologii, sprawiedliwości.
- **Kolaboratywna konsumpcja/ współkonsumpcja** – przykład alternatywnej formy konsumpcji; model ekonomiczny, stojący w opozycji do własności, oparty na wymianie, dzieleniu się, umowach barterowych, płatnym dostępie do dóbr lub udostępnianiu zasobów, zakłada również współpracę w celu zaspokojenia potrzeb, nie tylko materialnych.

Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- **System usług produktywnych** – typ kolaboratywnej konsumpcji, dobra są tu traktowane jak usługi, z których korzystać może wiele osób bez konieczności ich posiadania.
- **Rynki redystrybucyjne** – typ współkonsumpcji, który opiera się na wymianie bądź przekazywaniu używanych dóbr, tak by mogło z nich korzystać jak najwięcej osób, gdy przestaną być przydatne właścicielowi.
- **Współdziałanie w ramach stylów życia** – typ kolaboratywnej konsumpcji oparty na wymienianiu lub współdzieleniu wartości niematerialnych takich jak czas czy doświadczenie.

Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

Wpływ kryzysu ekonomicznego na konsumpcję:

- zwiększenie udziału zakupów w sklepach dyskontowych,
- staranne przygotowanie się do zakupów,
- korzystanie z obniżek i wyprzedaży,
- szukanie w Internecie informacji oraz miejsc tańszych zakupów,
- moda na gotowanie.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Nowe formy alternatywnej konsumpcji:

- samodzielny recykling (np. przerabianie starych ubrań, mebli, zabawek),
- udział w wymianach (*swap party*), *clotheswap*, *toyswap* – bezgotówkowa wymiana ubrań,



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- *cohousing* – połączenie samodzielnych mieszkań przestrzenią wspólną, użytkowaną przez wszystkich mieszkańców, np.: kuchnia, pralnia lub plac zabaw,
- *carpooling* – współdzielenie jazdy samochodem za opłatą w celu zmniejszenia kosztów dojazdu,



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

- *couchsurfing* – platforma, poprzez którą można zaoferować darmowy nocleg ludziom,
- *crowdfunding* – społeczne zbieranie funduszy na realizację określonego celu,



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- *coworking* – wynajmowanie pomieszczeń, w których można wykonywać swoją pracę,
- *room sharing* – wynajmowanie swojego pokoju w określonych terminach za pomocą serwisów internetowych,



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

- *book crossing* czyli „drugie życie książki” lub „książka-podaj dalej”,
- *studencki bank czasu* – świadczenie usług na rzecz studentów,



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

Ekominimalizm, który można uważać za nowy trend w stylu życia; myślą przewodnią *ekominimalizmu* jest ograniczanie liczby przedmiotów, które znajdują się w naszym otoczeniu; ideałem ekominimalistów jest posiadanie nie więcej niż **100 przedmiotów**. Młodzi ekominimaliści są jednocześnie fanami *e-świata*.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Znane formy ograniczenia nadmiernej konsumpcji:

- produkty ekologiczne,
- produkty *Fair trade*,
- podróżowanie autostopem,
- korzystanie z wypożyczalni.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

Nowe trendy w zachowaniach konsumenckich

Przez pojęcie „trend” rozumie się istniejący w danym momencie kierunek rozwoju w jakiejś dziedzinie bądź bardziej ogólnie – monotoniczny składnik zależności badanej cechy od czasu.

W okresie kryzysu gospodarczego znacznej modyfikacji ulegają trendy obserwowane w otoczeniu rynkowym.



Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

W warunkach pogorszenia sytuacji gospodarczej niektóre trendy:

- słabną (serwicyzacja i konsumeryzm ekologiczny),
serwicyzacja - termin określający zwiększenie proporcji usług w strukturze badanego zjawiska
- wyhamowują (konsumpcjonizm i konsumpcja ostentacyjna),



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

W okresie kryzysu gospodarczego następuje wzmocnienie postaw:

- *świadomej konsumpcji* (etyczna konsumpcja, odpowiedzialna konsumpcja),
- *konsumpcji zrównoważonego rozwoju.*

Świadoma konsumpcja jest pochodną ekokonsumpcji, konsumeryzmu i dekonsumpcji. Jest ona rozumiana jako podejmowanie wyborów konsumenckich w oparciu o wiedzę na temat ich społecznych, ekologicznych i politycznych konsekwencji.

Konsumpcjonizm a zrównowazona konsumpcja

Smart shopping jest trendem konsumenckim nabierającym na sile w okresie kryzysu gospodarczego. W dosłownym tłumaczeniu oznacza „sprytne zakupy”. Są one rozumiane jako inwestowanie własnego czasu w poszukiwanie informacji o promocjach, porównywanie cen różnych produktów.



Konsumpcjonizm a zrównoważona konsumpcja

Pojawia się nowe zagadnienie:

zrównoważonego marketingu. Powstało wiele nowych koncepcji marketingu: makromarketing, marketing ekologiczny, zielony marketing czy wreszcie marketing społeczny. W marketing zrównoważony są wpisane działania o charakterze społecznym i ekologicznym.



Piśmiennictwo

1. Juda A.: *Dlaczego konsumpcjonizm już nie wystarcza- kolaboratywna konsumpcja w Polsce na przykładzie couchsurfingu*. Kraków 2013.
2. Bauman, Z., *Konsumowanie Życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2009.
3. Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2001.
4. Zalega T.: *Alternatywne trendy konsumenckie w miejskich gospodarstwach domowych w Polsce w okresie kryzysu*. *Studia i Materiały*, 2013 (16): 56– 78, Wydział Zarządzania UW.

Piśmiennictwo

5. Wardak P., Zalega T.: *Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki*. Studia i Materiały, 2013 (16): 7– 32, Wydział Zarządzania UW.
6. Rudawska E.: *Marketing zrównoważony – nowe oblicze kapitalizmu?* Ekonomia Economics, 2013, 3(24).
7. www.studenckibankczasu
8. Rachocka J.: *Dekonsumpcja, domocentryzm, ekologizacja życia – nowe tendencje konsumenckie w rozwiniętych gospodarkach rynkowych*. [w:] Biernat T.: *Problemy globalizacji gospodarki*, wyd. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin 2003.
9. www.couchsurfing.org

Dziękuję za uwagę

