

## ROZDZIAŁ 4

### ZMIANY W KONSUMPCJI I ZACHOWANIACH POLAKÓW W ŚWIETLE ZAŁOŻEŃ HIPOTEZY DOCHODU RELATYWNEGO

#### Wprowadzenie

Dla ekonomistów, podobnie jak dla socjologów czy psychologów społecznych, oczywisty jest fakt, że poziom i struktura indywidualnej konsumpcji, a wcześniej jeszcze indywidualne zachowania rynkowe konsumenta są nie tylko powiązane z, ale wręcz uzależnione od konsumpcji i zachowań innych nabywców. A jednak niewielu badaczy z dziedziny ekonomii zajmuje się identyfikacją i analizą tego typu zależności, „porzucając” te wątki na obrzeżach głównego nurtu rozważań ekonomicznych lub zdając się na osiągnięcia innych dyscyplin naukowych w tym względzie. W efekcie teoria społecznego uwarunkowania popytu, zapoczątkowana przez prace T. Veblena, a następnie rozwijana przez J.S. Duesenberry’ego, G. Katonę, H. Leibensteina, czy M. Granovettera wydaje się mało popularna w porównaniu z elementami głównych modeli ekonomicznych.

Efektem tego niezbyt przychylnego traktowania tematyki oddziaływań społecznych na spożycie i wzajemnej zależności wzorów konsumpcji różnych grup ludności jest brak szerszych opracowań na ten temat, a przede wszystkim brak badań empirycznych podejmowanych w celu weryfikacji wysuniętych kiedyś i nowo powstających hipotez opisujących przejawy wpływu jednych konsumentów na drugich. Tymczasem studia poświęcone identyfikacji i analizie takich oddziaływań są niezbędne dla prawidłowego rozpoznania uwarunkowań i wielkości spożycia w danym kraju. Dlatego też w wielu najnowszych pracach z zakresu konsumpcji i zachowań konsumentów podkreśla się szczególną rolę prawidłowości psychospołecznych w kształtowaniu postępowania współczesnego konsumenta.

Z drugiej strony warto zauważyć, że dokonujące się obecnie w Polsce przemiany społeczno – gospodarcze, polityczne i kulturowe wywołują nasilone przekształcenia w postępowaniu nabywców, co z kolei prowadzi do określonych modyfikacji w faktycznym przebiegu rozpoznanych wcześniej prawidłowości konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych.

Z tych właśnie względów w obecnym opracowaniu podjęto próbę określenia, czy zmiany we wzorach spożycia realizowanych przez polskie gospodarstwa domowe oraz w postępowaniu konsumentów, zachodzące w ciągu ostatnich kilkunastu lat, odpowiadają założeniom hipotezy dochodu relatywnego opracowanej przez J. S. Duesenberry’ego. Wprawdzie badania nad wzorami spożycia mają w naszym kraju długoletnią tradycję (Beskid, 1974); (Szczepański, 1977) i dorobek naukowy w tym zakresie jest bogaty<sup>1</sup>, to jednak kwestie socjologicznych i społecznych uwarunkowań zmian w tych wzorach nie były szerzej poruszane (Sikorska, 1979), chyba że przez socjologów (Łaciak, 2007 i inne w tym opracowaniu), a rezultaty licznych studiów nad poziomem i strukturą spożycia zasadniczo nie były wykorzystywane do weryfikacji założeń hipotezy dochodu relatywnego.

W obecnych rozważaniach, które są efektem jednego z kilku etapów studiów nad naśladownictwem w konsumpcji i zachowaniach konsumentów, wykorzystano źródła wtórne,

---

<sup>1</sup> Zob. wyniki badań prowadzonych przez J. Kramer, A. Kusińską, Z. Kędzior, K. Mazurek – Łopacińską.

a wśród nich literaturę przedmiotu, ze szczególnym uwzględnieniem opracowań dotyczących zmian w konsumpcji i zachowaniach konsumentów w ciągu ostatnich lat oraz rezultaty systematycznie prowadzonych przez GUS badań budżetów gospodarstw domowych za lata 1993 – 2007<sup>2</sup>.

W pierwszej kolejności dokonano krytycznej analizy i podsumowania prezentowanych w literaturze informacji na temat założeń hipotezy dochodu relatywnego oraz powiązanych z nią teorii. Na tej podstawie doprecyzowano takie pojęcia jak efekt naśladownictwa i efekt demonstracji oraz scharakteryzowano ich przejawy.

Poszukując możliwości weryfikacji hipotezy dochodu względnego podjęto decyzję o rozbiciu rozważań na dwie części – dotyczące wzorów konsumpcji i przejawów zachowań konsumpcyjnych – zgodnie z tym, jak kształtują się opisywane przez Duesenberry'ego zjawiska i prawidłowości. Dlatego najpierw poddano analizom dane długookresowe dotyczące dochodów i wydatków, w tym konsumpcji dóbr żywnościowych i produktów trwałego użytkowania w wybranych gospodarstwach domowych. Spośród wszystkich klasyfikowanych przez GUS typów gospodarstw domowych do analiz wybrano cztery, czyli: gospodarstwa pracowników, z uwzględnieniem pracujących na stanowiskach robotniczych i nierobotniczych, gospodarstwa pracowników użytkujących gospodarstwo rolne oraz gospodarstwa pracujących na własny rachunek<sup>3</sup>. Dokonano ich klasyfikacji z punktu widzenia ich pozycji w hierarchii społecznej, a następnie obliczono przeciętną i krańcową skłonność do konsumpcji tych gospodarstw oraz przeanalizowano ich wzory konsumpcji dóbr żywnościowych i wybranych dóbr trwałego użytku.

W dalszej kolejności bazując na studiach literatury rozważano szczególnie istotne tendencje w zachowaniach poszczególnych grup konsumentów oraz scharakteryzowano je z punktu widzenia założeń hipotezy dochodu relatywnego.

### **Hipoteza dochodu relatywnego – główne założenia teorii**

Hipoteza dochodu relatywnego opracowana przez J. S. Duesenberry'ego, podobnie jak i inne teorie tego typu<sup>4</sup>, opisuje relacje pomiędzy dochodami ludności a poziomem wydatków i oszczędności, lecz jej odmienność tkwi w tym, że podkreśla ona rolę efektów zewnętrznych w konsumpcji, jakie wynikają z wzajemnych kontaktów poszczególnych gospodarstw domowych (Mason, 2000). Duesenberry zaobserwował, że oddziaływania społeczne zachodzące między konsumentami prowadzą do współzależności wzorów spożycia realizowanych przez różne grupy gospodarstw domowych, kształtując konsumpcję i zachowania konsumentów zarówno w długim, jak i w krótkim okresie. Koncepcja ta została przedstawiona w pracy „Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior”, choć pierwsze wnioski na temat roli wpływów społecznych w kształtowaniu decyzji konsumpcyjnych wysunął T. Veblen i są one w znacznym stopniu zbliżone do późniejszych obserwacji J. Duesenberry'ego (McCormick, 1983).

Zgodnie z hipotezą dochodu względnego, w procesie zaspokajania potrzeb ludzie

---

<sup>2</sup> Stałe reprezentacyjne badania budżetów gospodarstw domowych prowadzone są w przekroju podstawowych typów społeczno – ekonomicznych. Od 1993 r. było to sześć podstawowych grup gospodarstw domowych na podstawie kryterium przeważającego źródła utrzymania. W 2005 r. wprowadzono zmiany w formacie gromadzonych informacji i od tego momentu uwzględnia się pięć podstawowych typów gospodarstw domowych, gdyż zrezygnowano z odrębnego ujmowania gospodarstw pracowników użytkujących gospodarstwo rolne.

<sup>3</sup> Pozostałych gospodarstw domowych nie uwzględniono m.in. dlatego, że sytuacja społeczna, jak i ekonomiczna tych gospodarstw znacznie odbiega od sytuacji rodzin uwzględnionych w analizach, a dodatkowo od 2000r. GUS nie publikuje danych dla gospodarstw domowych utrzymujących się z niezarobkowych źródeł.

<sup>4</sup> Takie jak hipotezy dochodu absolutnego, permanentnego, cyklu życia – zob. szerzej (Bywalec, Rudnicki, 2002, s. 110 i dalsze); (Bywalec, 2007, s. 118 i następne).

generalnie zachowują się podobnie i porównują własną konsumpcję (osiągnięty standard) z poziomem spożycia realizowanego przez innych. Jednak równocześnie konsumenci konkurują z innymi w dążeniu do podnoszenia standardu życia, zaś satysfakcja czerpana przez konsumentów (gospodarstwa domowe) z dotychczas spożywanych dóbr jest odwrotnie proporcjonalna do rozmiarów konsumpcji realizowanej przez innych konsumentów (gospodarstwa) (Światowy, 1994). Zdaniem Duesenberry'ego, podstawą zmian w poziomie i strukturze konsumpcji jest współzależność preferencji konsumentów należących do różnych grup, a „częstotliwość i siła bodźców skłaniających do zwiększenia wydatków konsumpcyjnych zależy od częstotliwości kontaktów z dobrami lepszymi jakościowo od tych, które zazwyczaj się spożywa” (Gajewski, 1994). Jeśli dochody i stan posiadania wszystkich gospodarstw domowych rosną w jednakowym tempie, to brak przesłanek do zmiany proporcji wydatków na konsumpcję i oszczędności w wydatkach ogółem, ponieważ relatywna pozycja każdego gospodarstwa nie zmienia się. Jednak im częściej konsumenci stykają się z dobrami wyższej jakości, tym szybciej i skuteczniej zmieniają nabyte przyzwyczajenia używania dóbr niższej jakości, a zaobserwowane wzory spożycia i zachowania konsumpcyjne osób godnych naśladowania są dla nich impulsem do osiągnięcia podobnych standardów. Wtedy to następuje ograniczenie oszczędzania i wzrost wydatków konsumpcyjnych w celu zaspokojenia nowych potrzeb, co znajduje odzwierciedlenie we wzroście przeciętnej i krańcowej skłonności do konsumpcji gospodarstw domowych.<sup>5</sup> Jeśli natomiast gospodarstwo domowe dysponuje ponadprzeciętnymi (w stosunku do swojej grupy odniesienia) środkami konsumpcji, to przyrost dochodów przeznaczy raczej na oszczędności i zużytkuje je dopiero po pewnym czasie.

Oznacza to, że pojedynczy konsument odczuwa presję (impuls) w kierunku zmiany (zwiększenia) swoich wydatków konsumpcyjnych, wtedy, kiedy ma okazję obserwować lepsze (jakościowo i ilościowo) wzory spożycia<sup>6</sup>, realizowane przez osoby godne naśladowania, zazwyczaj zajmujące wyższą pozycję w hierarchii społecznej. W tym ujęciu wzrost wydatków na spożycie jest próbą osiągnięcia podobnych standardów, jakie osiągnęły już te lepiej sytuowane osoby oraz zademonstrowania ich innym. Takie właśnie zjawisko Duesenberry określa mianem efektu demonstracji (pokazowego), który jest jednym z najlepiej znanych i najczęściej przywoływanych w literaturze elementów hipotezy dochodu relatywnego.

Poza dokonaniem powyższych obserwacji związanych z efektem pokazowym, Duesenberry zauważył też, że największy wpływ na decyzje konsumenta mają członkowie tej samej grupy społecznej, do której on należy (a zatem osoby o podobnych dochodach, podobnym prestiżu), ponieważ pomiędzy ludźmi dysponującymi zbliżoną siłą nabywczą, o zbliżonym statusie istnieje swoista więź, wyrażająca się we wzajemnym naśladowaniu cech i struktury spożycia oraz w dążeniu do podobnego stanu posiadania, zwłaszcza w odniesieniu do dóbr trwałego użytku (Krasiński, Piasny, Szulce, 1984). Z tym właśnie spostrzeżeniem wiąże się spopularyzowane przez Duesenberry'ego sformułowanie: „keeping up with the Joneses”, które opisuje zjawisko naśladownictwa wśród sąsiadów, znajomych, rodziny (Uchitelle).

Warto jednak zauważyć, że tendencja wyrażona w ten sposób przez Duesenberry'ego wynikała między innymi z ówczesnych warunków, a mianowicie ogólnej sytuacji społeczno – ekonomicznej amerykańskiego społeczeństwa w okresie, w którym Duesenberry dokonywał

<sup>5</sup> Przekiętna skłonność do konsumpcji jest mierzona jako udział wydatków konsumpcyjnych w dochodach gospodarstwa domowego, natomiast krańcowa skłonność do konsumpcji to iloraz przyrostu wydatków konsumpcyjnych i przyrostu dochodów w wybranym okresie.

<sup>6</sup> Na podstawie rozważań prezentowanych w literaturze (np. Szczepański, 1981) w obecnej pracy przyjęto, że wzór konsumpcji/zachowań konsumentów opisuje rzeczywiste, obserwowalne postępowanie konsumentów lub faktyczny poziom i strukturę realizowanej przez nich konsumpcji.

swoich obserwacji. Dochody w obrębie dominującej w społeczeństwie klasie średniej były względnie wyrównane, jedną z podstawowych rozrywek były sąsiedzkie spotkania i pogawędki, a przeciętnemu panu Smith'owi bardziej zależało na tym, by być jak inni (utrzymać dotychczasową pozycję), aniżeli wyprzedzić znajomych Jones'ów (Schor). Nic zatem dziwnego, że Duesenberry znalazł potwierdzenie dla powszechnego występowania zjawiska, które tu określać będziemy jako efekt naśladownictwa. Przez ten właśnie efekt będziemy odtąd rozumieć naśladowanie wzorów spożycia i zachowań konsumpcyjnych pochodzących z najbliższego otoczenia konsumenta, a zatem realizowanych przez grupy i osoby zajmujące podobną do niego pozycję w hierarchii społecznej. W tym ujęciu efekt naśladownictwa jest przejawem tzw. naśladownictwa wewnątrzgrupowego, podczas gdy efekt demonstracji jest przykładem naśladownictwa międzygrupowego, ponieważ opiera się na wykorzystaniu wzorców pochodzących spoza grupy, do której należy dany konsument. A zatem obydwa efekty różnią się przede wszystkim wykorzystaniem przez konsumentów różnych grup (osób) odniesienia (i reprezentowanych przez nie różnych standardów), jednak istotą obydwu prawidłowości jest naśladowanie.

Przejawy efektów naśladownictwa i demonstracji w konsumpcji oraz zachowaniach konsumentów kształtują się odmiennie w długim i krótkim okresie. Wydaje się, iż w krótkim okresie skłonność do naśladownictwa/demonstracji determinuje przede wszystkim:

- preferencje i postawy konsumentów wobec produktów, marek, miejsc zakupu, wykorzystywanych źródeł informacji, wobec różnych zachowań rynkowych (np. dokonywania zakupów przez Internet, w „second-handach” czy w niedzielę),
- bieżące - konkretne decyzje poszczególnych konsumentów, np. takie, jak: wybór produktu i marki w obrębie kategorii produktowej, określenie potrzeb, jakie zostaną zaspokojone i ustalenie kolejności ich zaspokajania,
- zwyczaje nabywcze i konsumpcyjne, m.in. to gdzie i jak często dokonują zakupów poszczególnych produktów, co jadają, z jakich produktów trwałego użytku i usług korzystają.

Można zatem uznać, że przejawy występowania efektów naśladownictwa i demonstracji w krótkim okresie sprowadzają się głównie do kształtowania różnorodnych aspektów zachowań konsumentów, podczas gdy w długim okresie zmiany obserwowane w zachowaniach konsumentów nakładają się na siebie i utrwalają nie tylko w skali pojedynczych gospodarstw domowych, ale także w skali dużych grup społecznych, a nawet całego społeczeństwa. W rezultacie, krótkookresowe skutki występowania efektów naśladownictwa i demonstracji prowadzą do istotnych przemian we wzorach spożycia poszczególnych grup konsumentów i gospodarstw, czyli: w kierunkach wydatkowania środków, w zasadach ich rozdziału pomiędzy grupy produktów, potwierdzając tendencje zaobserwowane przez Duesenberry'ego.

W tym miejscu ważne jest podkreślenie złożonych długookresowych procesów ogólnoeconomicznych stymulowanych przez występowanie efektów naśladownictwa i demonstracji. Na początku określone uwarunkowania społeczno - gospodarcze umożliwiają pewnym grupom ludności realizowanie konkretnych wzorów konsumpcji. Następnie to właśnie te wzory stają się wzorcami i przedmiotem naśladowania dla członków tych oraz innych grup społecznych, co przyjmuje postać efektów naśladownictwa i demonstracji. A wreszcie, korzystanie z owych wzorców, czyli uleganie mechanizmom opisanym przez Duesenberry'ego, prowadzi do przemian we wzorach zachowań konsumpcyjnych naśladowców. Ich efektem są stopniowe zmiany obrazu konsumpcji realizowanej przez całe społeczeństwo, ale także przemiany gospodarcze, stymulowane przez fakt, że konsumenci o rozbudzonych aspiracjach konsumpcyjnych i wyższych oczekiwaniach względem produktów wymuszają na przedsiębiorstwach działania w kierunku wzbogacania i udoskonalania oferty. Należy tu zauważyć, że relacja wzór konsumpcji – wzorzec konsumpcji jest swego rodzaju

sprężeniem zwrotnym, bowiem proces przechodzenia jednej kategorii w drugą wywołuje zazwyczaj reakcję w odwrotnym kierunku.

Warto też podkreślić, że w dłuższej perspektywie występowanie efektu naśladownictwa w jego czystej postaci prowadzi do powstania i wzmocnienia międzygrupowych różnicowań odnoszących się do konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych, ponieważ każda grupa koncentruje się na realizacji własnego, odrębnego wzoru spożycia, powielanego przez poszczególnych członków grupy. Jednak równoległe istnienie efektu pokazowego zapewnia niwelowanie tego typu różnic i rozprzestrzenianie się wzorów konsumpcji poza pierwotnymi grupami, wtedy, kiedy są one przejmowane przez członków kolejnych grup i klas społecznych. Zjawiska te można obserwować zarówno w skali kraju, jak i świata (Sikorska, 1979).

Po scharakteryzowaniu poszczególnych założeń i prawidłowości zaobserwowanych przez Duesenberry'ego<sup>7</sup> w świetle teorii ekonomii, poszukiwano ich odzwierciedlenia w autentycznych zachowaniach konsumentów oraz realizowanych przez nich wzorach spożycia.

### **Analiza zmian w konsumpcji wybranych grup gospodarstw w świetle hipotezy dochodu względnego**

Jak wspomniano, zasadnicza część założeń hipotezy dochodu relatywnego Duesenberry'ego objaśnia związek między dochodami i wydatkami gospodarstw domowych w długim okresie. W pierwszej zatem kolejności poddano analizie przeciętną i krańcową skłonność do konsumpcji wybranych gospodarstw, aby ocenić ich wartości pod kątem założeń tej hipotezy.

W związku z powyższym konieczne było dokonanie swoistej klasyfikacji gospodarstw z punktu widzenia ich pozycji w hierarchii społecznej. W tym wypadku posłużono się uproszczeniem i wykorzystano pojedyncze kryterium osiąganego dochodu (inne dane charakteryzujące pozycję społeczną danej grupy gospodarstw nie były dostępne w budżetach gospodarstw domowych). Na podstawie analizy przeciętnych miesięcznych dochodów pieniężnych per capita uzyskiwanych w wybranych grupach gospodarstw stwierdzono, że zasadniczo we wszystkich latach omawianego okresu najwyższe dochody uzyskiwały gospodarstwa pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych, a w następnej kolejności gospodarstwa pracujących na własny rachunek (por. tab. 1).

Tabela 1. Przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny per capita w wybranych gospodarstwach domowych w latach 1993 – 2007

Rok	Gospodarstwa domowe							
	pracowników na stanowiskach nierobotniczych		pracujących na własny rachunek		pracowników na stanowiskach robotniczych		pracowników użytkujących gospodarstwo rolne	
	zł	%	zł	%	zł	%	zł	%
1993	226	100	218,85	96,8	150,06	66,4	145,37	64,3
1994	300,77	100	297,69	99,0	200,92	66,8	194,56	64,7
1995	390,95	100	386,13	98,8	257,01	65,7	260,8	66,7
1996	523,59	100	487,81	93,2	329,4	62,9	321,4	61,4

<sup>7</sup> Z hipotezą dochodu relatywnego wiąże się jeszcze jedna obserwacja, to jest hipoteza o nieodwracalności konsumpcji (tzw. efekt rygła), zgodnie z którą konsumpcja inaczej reaguje na wzrost dochodów, a inaczej na ich spadek. Zob. (Bywalec, 2007, s. 129 – 130); (Deaton, Muellbauer, 1999, s. 329). Jednak ze względu na swój odmienny charakter (zjawisko to wynika w większym stopniu z działania na konsumentów czynników psychologicznych niż społecznych) oraz fakt, że występowanie tej akurat prawidłowości zostało wielokrotnie potwierdzone empirycznie, nie była ona przedmiotem rozważań w obecnym opracowaniu.

1997	641,14	100	618,39	96,5	395,16	61,6	397,74	62,0
1998	725,61	100	655,11	90,3	441,05	60,8	419,36	57,8
1999	792,36	100	716,01	90,4	472,98	59,7	438,37	55,3
2000	894,45	100	794,67	88,8	517,94	57,9	483,58	54,1
2001	921,5	100	808,22	87,7	528,92	57,4	509,73	55,3
2002	931,86	100	843,24	90,5	530,68	56,9	511,12	54,8
2003	972,82	100	860,2	88,4	545,91	56,1	521,28	53,6
2004	1068,53	100	935,12	87,5	558,3	52,2	542,27	50,7
2005	1062,82	100	977,1	91,9	565,78	53,2	---	---
2006	1125,06	100	1102,62	98,0	622,73	55,4	---	---
2007	1232,24	100	1251,07	101,5	700,95	56,9	---	---

*Uwaga:* Dochód gospodarstw domowych pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych = 100

Źródło: opracowanie własne na podstawie Budżetów Gospodarstw Domowych GUS z lat 1993 - 2007. GUS, Warszawa.

Wyjątkiem był ostatni rok analiz – 2007 – kiedy to dochody pracujących na własny rachunek nieznacznie przekroczyły dochody gospodarstw pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych. Dochody tych dwóch grup były zresztą dość zbliżone, szczególnie w latach 1993 – 1995 oraz 2006 – 2007. Natomiast pozostałe dwie grupy gospodarstw osiągały znacznie niższe przeciętne dochody, przy czym wyższy dochód odnotowano dla gospodarstw pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych. Obecnie średnie dochody obu tych grup stanowią zaledwie połowę dochodów uzyskiwanych przez pracowników na stanowiskach nierobotniczych. Na tej podstawie wyznaczono a priori następującą „hierarchię” wybranych typów gospodarstw domowych:

1. gospodarstwa pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych,
2. gospodarstwa pracujących na własny rachunek, w tym reprezentanci wolnych zawodów,
3. gospodarstwa pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych,
4. gospodarstwa pracowników użytkujących gospodarstwo rolne.

Przystępując do analizy skłonności do konsumpcji charakterystycznej dla różnych grup gospodarstw (por. tab. 2), przyjęto założenie, że pierwsze dwie grupy gospodarstw domowych reprezentować będą klasę średnią, natomiast dwie pozostałe – klasę niższą (robotników i chłopów). Jest to oczywiście pewne uproszczenie, ponieważ wiele gospodarstw domowych należących do pierwszej lub drugiej grupy może reprezentować klasę wyższą lub wysoką średnią, zależnie od faktycznie uzyskiwanego dochodu, poziomu wykształcenia głowy rodziny, miejsca zamieszkania. Jednak założenie to jest w dużym stopniu zgodne z tym, co podaje literatura na temat wewnętrznego zróżnicowania klasy średniej, w obrębie której można wyróżnić nie tylko dwie części (starą i nową klasę), ale także zaobserwować istotne rozbieżności pomiędzy dochodem, pozycją zawodową i prestiżem społecznym poszczególnych członków (Kłos, 2002).

Jak wynika z tabeli 2, w rozważanym okresie nastąpiły istotne zmiany w przeciętnej skłonności do konsumpcji badanych gospodarstw domowych. W 1993 r. we wszystkich typach gospodarstw skłonność ta była bardzo wysoka (wyniosła średnio 0,96, a najwyższa była w przypadku gospodarstw osób pracujących na własny rachunek, które w tym czasie przeznaczały na cele konsumpcyjne niemal 99% swoich dochodów), jednak do roku 1997 stopniowo spadała. W latach 1998 – 1999 odnotowano kolejny znaczący przyrost przeciętnej skłonności do konsumpcji we wszystkich gospodarstwach za wyjątkiem rodzin pracowników użytkujących gospodarstwo rolne.

Tabela 2. Przeciętna i krańcowa skłonność do konsumpcji w wybranych gospodarstwach domowych w latach 1993 – 2007

Rok	Gospodarstwa domowe													
	pracowników na stanowiskach nierobotniczych			pracujących na własny rachunek			pracowników na stanowiskach robotniczych			pracowników użytkujących gospodarstwo rolne				
	wydatki (K)	dochód rozporządzalny (D)	K/D	wydatki (K)	dochód rozporządzalny (D)	K/D	wydatki (K)	dochód rozporządzalny (D)	K/D	wydatki (K)	dochód rozporządzalny (D)	K/D		
1993	215,28	226	0,95	216,44	218,85	0,99	142,59	150,06	0,95	138,84	145,37	0,96		
1994	278,44	300,77	0,93	284,63	297,69	0,96	185,49	200,92	0,92	183,36	194,56	0,94		
1995	356,51	390,95	0,91	359,01	386,13	0,93	234,68	257,01	0,91	222,94	260,8	0,85		
1996	465,57	523,59	0,89	449	487,81	0,92	298,7	329,4	0,91	280,69	321,4	0,87		
1997	574,85	641,14	0,90	546,55	618,39	0,88	353,49	395,16	0,89	352,59	397,74	0,89		
1998	692,86	725,61	0,95	632,98	655,11	0,97	414,75	441,05	0,94	380,4	419,36	0,91		
1999	767,75	792,36	0,97	705,12	716,01	0,98	456,79	472,98	0,97	409,04	438,37	0,93		
2000	824,65	894,45	0,92	739	794,67	0,93	483,32	517,94	0,93	457,32	483,58	0,95		
2001	842,61	921,5	0,91	762,15	808,22	0,94	490,08	528,92	0,93	478,72	509,73	0,94		
2002	856,87	931,86	0,92	797,57	843,24	0,95	486,91	530,68	0,92	478,78	511,12	0,94		
2003	900,62	972,82	0,93	817,24	860,2	0,95	500,92	545,91	0,92	484,58	521,28	0,93		
2004	972,88	1068,53	0,91	854,74	935,12	0,91	518,42	558,3	0,93	515,46	542,27	0,95		
2005	940,32	1062,82	0,88	869,8	977,1	0,89	505,93	565,78	0,89	---	---	---		
2006	990,06	1125,06	0,88	955,26	1102,62	0,87	551,97	622,73	0,89	---	---	---		
2007	1060,79	1232,24	0,86	1093,81	1251,07	0,87	609,24	700,95	0,87	---	---	---		
krańcowa skłonność do konsumpcji (ΔK/ΔD)			0,84	krańcowa skłonność do konsumpcji			0,85	krańcowa skłonność do konsumpcji			0,85	krańcowa skłonność do konsumpcji		0,95

*Uwaga:* Przeciętna skłonność do konsumpcji została obliczona jako udział wydatków na osobę w dochodach rozporządzalnych per capita, natomiast krańcowa skłonność do konsumpcji jako stosunek przyrostu wydatków konsumpcyjnych i przyrostu dochodu w latach 1993 – 2007.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Budżetów Gospodarstw Domowych GUS z lat 1993 - 2007. GUS, Warszawa.

Te ostatnie dopiero w późniejszym okresie zaczęły zwiększać swoją skłonność do konsumpcji, podczas gdy w pozostałych typach gospodarstw skłonność ta wykazywała tendencję malejącą. Ostatecznie w roku 2004 – ostatnim, w którym były możliwe analizy dla wszystkich 4 wybranych typów gospodarstw – najwyższą przeciętną skłonność do konsumpcji odnotowano właśnie w gospodarstwach pracowników użytkujących gospodarstwo rolne (0,95), nieco niższą w gospodarstwach pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych (0,93), zaś dwie pozostałe grupy gospodarstw domowych w 2004 r. przeznaczają na wydatki konsumpcyjne ok. 91% swoich dochodów. Od roku 2005 ogólnodostępne dane publikowane w Budżetach gospodarstw domowych nie uwzględniają gospodarstw pracowników użytkujących gospodarstwo rolne, dlatego w tym ostatnim okresie możliwa była jedynie analiza skłonności do konsumpcji pozostałych trzech grup rodzin. Jak się okazało, w latach 2005 – 2007 przeciętna skłonność do konsumpcji spadała we wszystkich trzech typach gospodarstw, osiągając w 2007 roku zbliżony poziom 0,86 – 0,87.

Krańcowa skłonność do konsumpcji w całym badanym okresie była najniższa w przypadku gospodarstw pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych (0,86), podobna dla gospodarstw osób pracujących na własny rachunek oraz zatrudnionych na stanowiskach robotniczych (0,87), natomiast najwyższa w gospodarstwach pracowników użytkujących gospodarstwo rolne (0,97).

Powyższe obserwacje świadczą o tym, że w analizowanym okresie decyzje badanych

gospodarstw domowych dotyczące podziału dochodu między konsumpcję i oszczędności były w znacznym stopniu zgodne z założeniami hipotezy dochodów względnych. Wskazuje na to szczególnie niższa krańcowa skłonność do konsumpcji gospodarstw o wyższym statusie oraz wyższa krańcowa skłonność do konsumpcji gospodarstw o niższym statusie, to jest pracowników użytkujących gospodarstwo rolne. Tak wysokie wskazanie może świadczyć o tym, że członkowie tych ostatnich gospodarstw w większym stopniu niż reprezentanci pozostałych typów gospodarstw przeznaczają przyrost swoich dochodów na zwiększanie wydatków konsumpcyjnych, podejmując próbę „dogonienia” wzorców spożycia (standardów) realizowanych przez zamożniejsze grupy ludności, których konsumpcję i zachowania konsumpcyjne mają okazję obserwować. Może to zatem potwierdzać występowanie efektu demonstracji w zachowaniach gospodarstw z najuboższej grupy.

W dalszej kolejności poddano porównaniom i ocenie wzory konsumpcji realizowane przez wybrane gospodarstwa w zakresie żywności oraz dóbr trwałego użytkowania, aby ustalić, czy także w tendencjach ich zmian można odkryć przejawy działania naśladownictwa i efektu demonstracji.

Rozważając temat spożycia żywności w badanych gospodarstwach domowych można stwierdzić, że w odniesieniu do wielu artykułów spożywczych wzory konsumpcji poszczególnych typów gospodarstw są już zbliżone lub występuje tendencja do ich ujednolicenia (z pewnymi wyjątkami). Jak wynika z analizy, wzorce konsumpcji poszczególnych grup gospodarstw są zbliżone w odniesieniu do podstawowych artykułów spożywczych (relatywnie tanich) i bardziej zróżnicowane w zakresie relatywnie drogich produktów żywnościowych. Uznane przez nas za wzorcowe grupy gospodarstw, czyli gospodarstwa osób pracujących na własny rachunek oraz pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych realizują tzw. droższe wzorce konsumpcji, jednocześnie zużywając mniejsze ilości niektórych artykułów spożywczych. Członkowie gospodarstw domowych reprezentujących klasę średnią konsumują mniej pieczywa, mąki, cukru i warzyw niż reprezentanci niższej klasy. Jednocześnie wykazują przeciętnie wyższe spożycie relatywnie droższych artykułów, takich jak sery, napoje mleczne i jogurty, ryby i przetwory rybne, masło oraz owoce. Natomiast porównywalne dla obu grup są poziomy spożycia makaronu, kasz, ryżu i płatków, mięsa, kawy i herbaty. W odniesieniu do konsumpcji tych produktów można zatem mówić o naśladownictwie wewnątrz klas i między nimi.

Wraz ze wzrostem dochodów ludności i podnoszeniem się poziomu życia konsumpcja żywności będzie coraz bardziej wyrównana w poszczególnych typach gospodarstw, choć z pewnością ważne są też zmiany jakościowe w jej obrębie i udoskonalanie struktury spożycia wyrobów żywnościowych, a zatem realizacja coraz doskonalszych wzorów konsumpcji, wspierana m.in. przez mechanizm efektu demonstracji.

Stopniowe zbliżanie się wzorów spożycia żywności powoduje też, że bardziej istotnym wyznacznikiem różnic między gospodarstwami staje się konsumpcja dóbr pozażywnościowych i usług, a głównie wyposażenie gospodarstw w dobra trwałego użytkowania. Lata 90-te XX w. można zaliczyć do okresu intensywnego podnoszenia standardu wyposażenia gospodarstw domowych w te ostatnie dobra. Zjawisko to miało miejsce od początku transformacji, mimo znacznego spadku dochodów realnych znacznej części społeczeństwa. Było to wynikiem m.in. tego, że ceny sprzętów trwałego użytku rosły wolniej niż ceny innych dóbr nieżywnościowych, a ponadto ze względu na inflację konsumenci uciekali od „gorącego pieniądza”. Natomiast od połowy lat 90-tych istotny wpływ na wzrost zakupów dóbr trwałego użytku miało upowszechnienie udogodnień w postaci systemów sprzedaży ratalnej i łatwo dostępnych kredytów, nie wspominając o zwiększonej podaży i niespotykanej dotąd dostępności tego rodzaju produktów, głównie markowych (Kieźel, 2004); (Kuśmierczyk, Piskiewicz, 2000).

Mimo tak sprzyjających okoliczności ujawniły się w tym okresie i nadal występują



dysproporcje w wyposażeniu gospodarstw domowych reprezentujących różne grupy społeczno – zawodowe. Korelacja pomiędzy poziomem i źródłem uzyskiwanych dochodów a stanem posiadania dóbr trwałego użytku jest szczególnie wyraźna w przypadku artykułów, które nie są uważane za niezbędne do funkcjonowania gospodarstwa domowego. Najlepiej wyposażone, szczególnie w dobra ponadstandardowe, są gospodarstwa pracujących na własny rachunek oraz pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych. Na takie lepsze wzory spożycia wpływa nie tylko wyższy poziom dochodów tych grup, ale także inny rodzaj aktywności zawodowej, wyższy poziom wykształcenia członków tych rodzin, niższa liczebność oraz raczej miejski adres zamieszkania (Sytuacja gospodarstw domowych w 2003r. w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych); (Kuśmierczyk, Piskiewicz, 2000). Warto jednak podkreślić, że to właśnie stopień wyposażenia gospodarstwa domowego w dobra trwałego użytku jest szczególnie uzależniony nie tylko od wpływu czynników ekonomicznych, ale również społeczno – demograficznych oraz psycho–społecznych, w tym od działania mechanizmów naśladownictwa i demonstracji.

Można uznać, że dwie zamożniejsze grupy spośród analizowanych gospodarstw domowych realizują wzorcową strukturę konsumpcji pod względem spożycia dóbr trwałego użytkowania. Staje się ona bodźcem do uruchomienia efektu demonstracji, a zatem pobudza członków mniej zamożnych gospodarstw, w tym pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych oraz pracowników użytkujących gospodarstwo rolne, do osiągnięcia podobnych (lub przynajmniej częściowo zbliżonych) standardów konsumpcji dóbr trwałych. Nawet jeśli bezpośrednie kontakty reprezentantów klasy średniej i niższej są raczej ograniczone w codziennym życiu, to okazuje się, że w obecnych czasach wiedza o wzorach konsumpcji realizowanych przez inne (także zamożniejsze) grupy społeczne przepływa swobodnie z klasy do klasy. Jest ona coraz bardziej upowszechniona, ponieważ wzory te są dokładnie zobrazowane w mediach - w licznych filmach i programach telewizyjnych. To w nich ujawniane są standardy w zakresie urządzania i wyposażenia mieszkań, a także użytkowania innych dóbr trwałego użytku (samochodów, sprzętu elektronicznego itp.) czy korzystania z usług, charakterystyczne dla osób zajmujących określone pozycje społeczne. Poprzez obserwację dostępnych w ten sposób wzorów konsumpcji klasy średniej, członkowie mniej zamożnych gospodarstw domowych uzyskują wiedzę o możliwościach udoskonalania spożycia, szczególnie w odniesieniu do dóbr trwałego użytkowania, a następnie wykorzystują tę wiedzę, aby w szerszym lub węższym zakresie zmieniać strukturę swojej konsumpcji.

### **Ocena wybranych tendencji zmian w zachowaniach konsumenckich Polaków z perspektywy hipotezy dochodu relatywnego**

Najbardziej charakterystyczną tendencją w zachowaniach konsumentów, jaką można zaobserwować w analizowanym okresie lat 90-tych ubiegłego wieku i początku XXI stulecia, jest mnogość tendencji. Zmiany polityczne i gospodarcze doprowadziły do sytuacji, w której konsumenci zaczęli dysponować nierealną przez wiele lat możliwością swobodnego wyboru produktów. Bogactwo oferty rynkowej wzbudza we wszystkich konsumentach intensywne pragnienie korzystania z coraz większej ilości coraz lepszych produktów. Jednocześnie pojawiły się takie udogodnienia, jak zakupy na raty lub na kredyt, dzięki którym to pragnienie można faktycznie zaspokoić. Z drugiej strony, przemiany kulturowe i obyczajowe wzmacniają w konsumentach poczucie swobody, niezależności od nikogo i niczego, wyrażane między innymi na rynku w procesach zaspokajania potrzeb. Czy w obliczu takich tendencji, ma jeszcze sens pytanie o zależność wzorów zachowań konsumpcyjnych? Okazuje się, że tak, ponieważ wiele zjawisk, będących wyrazem ucieczki od norm, wpływu innych ludzi, szeroko pojętej zależności, jest tylko ucieczką pozorną.

Lata dziewięćdziesiąte XX w. to okres intensywnych przemian wzorów zachowań konsumpcyjnych w Polsce. Społeczeństwo polskie nabrało znamion cywilizacji konsumpcyjnej, w której spożycie staje się siłą napędową kulturowego i społecznego rozwoju, a oscylujące wokół niego zjawiska są podstawowym wyznacznikiem struktury społecznej, osobowości, stylu życia czy miejsca w hierarchii społecznej. Kultura masowa, popularna i środki masowego przekazu wyznaczają granice czasu pracy i czasu wolnego sprzyjając unifikacji zachowań i tworzeniu się masowego społeczeństwa konsumpcyjnego. Masowo powstające centra handlowe i parki rozrywki ułatwiają organizację życia społecznego i rodzinnego, powodując zanik tradycyjnych wartości i zanurzenie się we wszystkim, co zapewnia natychmiastową przyjemność. Okres ten bywa nazywany „czasem radości czerpanej z obcowania z przedmiotami” (Bogunia – Borowska, Śleboda, 2003); (Nowalska).

Wydawałoby się, że charakterystyczne dla ostatnich lat zjawiska domocentryzmu, prywatyzacji konsumpcji i jej wirtualizacji (Bywalec, 2007) stanowią szczególne „zagrożenie” dla występowania efektów naśladownictwa i demonstracji. U ich podstaw tkwią bowiem indywidualizacja stylu życia i ucieczka w prywatność. Ta ostatnia prowadzi do ograniczenia kontaktów społecznych, co z kolei uniemożliwia obserwowanie, a następnie wykorzystywanie wzorców zachowań konsumpcyjnych oferowanych przez innych konsumentów. Tymczasem zamknięcie się w obrębie świata wewnętrznego wyznaczonego przez ramy własnego gospodarstwa domowego oznacza często, iż podstawowym kanałem kontaktu ze światem zewnętrznym stają się mass media, kreujące rzeczywistość dla domocentrycznie zorientowanych konsumentów i nie tylko zresztą dla nich. Oznacza to, że zamiast podglądać mieszkanie sąsiada Kowalskiego przez niezastłonięte okna, konsumenci podglądają obecnie Mostowiaków, Burskich czy inne serialowe rodziny, a nawet „zwykłe” rodziny Malinowskich, które zdecydowały się na udział w jednym z reality show i które tym samym stają się wzorcami w odniesieniu do sposobów zaspokajania potrzeb, aspiracji i stylu życia w ogóle. A zatem nie ma mowy o całkowitej rezygnacji z hasła „to keep up with the Joneses”, a jedynie o nowym jego brzmieniu: „dogonić Lubiczów”, które z pewnością mogłoby widnieć na sztandarach znacznej części polskich rodzin.

Co więcej, mówi się, że o ile elementem tradycyjnego wzoru zachowań konsumpcyjnych jeszcze kilkanaście lat temu było dążenie do homogenizacji spożycia i posiadania tego, „co ma sąsiad”, o tyle dziś jest to cel niewystarczający - przejawem nowoczesnego wzoru zachowań konsumentów jest manifestowanie poprzez konsumpcję swojego miejsca w strukturze społecznej oraz dążenie do posiadania więcej „niż ma sąsiad” (Nowalska). Oznacza to, że relatywnie częściej możemy spotkać się z przejawami demonstracji niż naśladowania, tym bardziej, że po okresie jednolitej szarości czasów socjalizmu ludzie bardzo szybko nauczyli się zauważać różnice dotyczące ubierania, odżywiania, wyposażenia domu, czy sposobów spędzania czasu wolnego. Konsumpcja stała się czynnikiem ułatwiającym rozpoznawanie grup społecznych o różnym statusie, ale szczególnie tych dysponujących dużymi zasobami środków finansowych.

Poza zjawiskami, które mogą ograniczać, chęć często tylko pozornie, wzajemną zależność zachowań konsumpcyjnych Polaków oraz redukować ich skłonność do naśladownictwa, istotną tendencją, która sprzyja występowaniu efektu demonstracji jest obserwowana w ostatnich latach znaczna mobilność społeczna. Zdecydowana większość Polaków podejmuje próby polepszenia własnej sytuacji materialnej i realizuje intensywne działania, które mają doprowadzić do zmiany ich położenia społecznego. Aspiracje konsumpcyjne rozwinięte w latach 70-tych ubiegłego wieku są teraz wzmacniane przez te zjawiska, o których już wspomniano, jak bogata oferta rynkowa, czy dostęp do informacji o zachowaniach konsumpcyjnych innych grup społecznych, a także innych społeczeństw. Rozwijają się zarówno aspiracje dotyczące zaspokojenia potrzeb materialnych, jak i

niematerialnych. Ukierunkowują one doraźne i długookresowe plany życiowe coraz większej liczby osób, które postrzegają własne miejsce w społeczeństwie nie tyle przez pryzmat posiadanych dóbr, co poprzez szanse osiągnięcia wyższej pozycji społecznej.

Jeśli chodzi o zmiany w zachowaniach polskich konsumentów wywołane znaczną mobilnością społeczną, to należy zauważyć, że nie tylko zwiększa się poziom innowacyjności ludności oraz znacząco wzrasta popyt na niektóre produkty (w tym domy i ich wyposażenie oraz inne symbole statusu), ale przede wszystkim rośnie skłonność do postaw prestiżowych<sup>8</sup> oraz podatność na efekty demonstracji i naśladownictwa w stosunku do grup aspiracyjnych (Kusińska, 2000). Konsumenty, którzy zmieniają swoje położenie społeczne poszukują nowych wzorców konsumpcji, a wchodząc do nowych środowisk (grup i klas społecznych) dostosowują swoje zachowania konsumpcyjne do norm obowiązujących w tych grupach, naśladowując postępowanie członków tych grup o dłuższym stażu oraz demonstrując poprzez konsumpcję zmianę swojego statusu społecznego. H. Leberstein wyraża opinię, że w państwach o szybkich przemianach społecznych, a do takich z pewnością należy Polska, najpierw wzrasta popyt na dobra konsumpcyjne świadczące o określonym statusie społecznym konsumentów, zwłaszcza tych młodych, przechodzących do wyższej grupy społecznej, mniejsze zaś są ich motywacje do zakładania rodziny i posiadania dzieci (Leberstein, 1975).

Ze względu na ograniczone ramy opracowania nie ma możliwości, aby omówić wszystkie tendencje zmian obserwowane w zachowaniach konsumentów, tym bardziej, jeśli uwzględni się wspomnianą na początku tej części różnorodność i wielotorowość tych zmian. Ostateczne wnioski z całości rozważań prezentuje ostatnia część opracowania.

## Podsumowanie

Zgodnie z zebranymi informacjami, można stwierdzić, iż zasadnicza część założeń zaprezentowanych przez Duesenberry'ego w hipotezie dochodu względnego sprawdza się w odniesieniu do konsumpcji i zachowań polskich konsumentów na przełomie XX i XXI wieku. Wstępnie potwierdzono współzależność wzorców konsumpcji realizowanej przez wybrane grupy gospodarstw domowych. Wśród badanych gospodarstw wyróżniono te, które reprezentują klasę średnią (gospodarstwa pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych i pracujących na własny rachunek) i które w wielu zakresach stanowią wzorzec dla gospodarstw reprezentujących klasę niższą (czyli rodzin pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych i pracowników użytkujących gospodarstwo rolne). Dokonane porównania zarówno poziomu, jak i struktury konsumpcji realizowanej w tych grupach gospodarstw prowadzą do wniosku, że w odniesieniu do niektórych produktów/grup potrzeb wzory spożycia obu klas już się upodobniły lub wykazują tendencję do upodobnienia, natomiast w przypadku innych występuje wyraźna granica między klasami. Wskazuje to na możliwość występowania efektu demonstracji

W analizowanym okresie występowały i nadal występują dysproporcje w wyposażeniu gospodarstw domowych reprezentujących różne grupy społeczno – zawodowe. Korelacja pomiędzy poziomem i źródłem uzyskiwanych dochodów a stanem posiadania dóbr trwałego użytku jest szczególnie wyraźna w przypadku artykułów, które nie są uważane za niezbędne do funkcjonowania gospodarstwa domowego. Najlepiej wyposażone są, szczególnie w dobra ponadstandardowe (takie, jak zmywarki, kuchenki mikrofalowe, wieże HI-FI, magnetowidy, urządzenia do odbioru telewizji satelitarnej, komputery osobiste, kamery wideo) gospodarstwa osób pracujących na własny rachunek oraz pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych. A zatem można uznać, że te dwie grupy

<sup>8</sup> Można do nich zaliczyć paradoks Veblena, konsumpcję ostentacyjną (na pokaz) czy efekt snobizmu (Vigneron, Johnson, 1999).

gospodarstw realizują wzorcową strukturę konsumpcji także pod względem spożycia dóbr trwałego użytkowania.

Realizowane przez mniej zamożne typy gospodarstw wzory spożycia stopniowo ulegają doskonaleniu, w czym można upatrywać przejawów działania efektu demonstracji. Jednocześnie widoczna jest skłonność tych gospodarstw do naśladowania wzorów spożycia realizowanych przez gospodarstwa zajmujące sąsiednie miejsca w hierarchii społecznej.

Badając z kolei charakterystyczne zjawiska w zachowaniach konsumpcyjnych w Polsce końca XX i początku XXI wieku można pokusić się o stwierdzenie, że wbrew pozorom część zaobserwowanych tendencji w pełni odzwierciedla założenia wysunięte przez Duesenberry'ego. Pomimo takich zjawisk, jak dekokolektywizacja czy ucieczka w prywatność znajdujących odzwierciedlenie w zachowaniach konsumentów i ograniczających ich skłonność do imitowania postępowania innych osób, równolegle toczą się procesy homogenizacji konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych, pobudzone przez dostęp do ujednoliconej bogatej oferty rynkowej. Szczególnie częste w dzisiejszych czasach sytuacje przechodzenia z klasy do klasy skłaniają konsumentów wędrujących po szczeblach drabiny społecznej do korzystania z wzorców spożycia nowej grupy odniesienia, ponieważ im szybciej zaadaptują styl życia i sposoby konsumpcji środowiska, do którego wchodzi, tym szybciej zostają przez nie wchłonięci i zaakceptowani.

Ujawniane przez większość Polaków przejawy zachowań konsumpcyjnych, niezależnie od tego, czy polegają na upodobnieniu się do pewnych wzorców czy też na ich całkowitym odrzuceniu, mają na celu zademonstrowanie czegoś innym, co jest w pełni zgodne z teorią Dusenberry'ego. Nabywanie lub nie określonych marek, specyficzne sposoby urządzenia mieszkania czy spędzania czasu wolnego, korzystanie z konkretnych usług, to sposoby na wyrażenie siebie – swojego podobieństwa lub swojej odrębności od innych. W tym ujęciu niemal każde zachowanie konsumenta jest do pewnego stopnia jego usytuowaniem się wobec wzorców dostępnych w otoczeniu społecznym – nabywca albo je akceptuje, albo neguje, ale zazwyczaj stanowią one dla niego punkt odniesienia. Tak szerokie spojrzenie na procesy naśladowania i demonstrowania sprawia, że można w pełni przyjąć założenia hipotezy dochodu relatywnego także w odniesieniu do krótkiego okresu i skali mikro – zachowań pojedynczych konsumentów.

Podsumowując obecne rozważania należy podkreślić, że mamy świadomość, iż przedstawione tu wnioski są obarczone licznymi mankamentami. Badania te będą jednak kontynuowane z myślą o usunięciu ograniczeń obciążających obecne analizy oraz celem zebrania dodatkowych informacji. W pierwszej kolejności zostaną one uzupełnione o wyniki badań pierwotnych, których realizacja jest przewidziana na ten rok.

## **BIBLIOGRAFIA:**

1. Beskid L., (1974), Ewolucja wzorów spożycia ludności pracowniczej w Polsce, *Ekonomista*, nr 3
2. Bogunia – Borowska M., Śleboda M., (2003), *Globalizacja i konsumpcja. Dwa dylematy współczesności*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków
3. Bywalec Cz., (2007), *Konsumpcja*, WN PWN, Warszawa
4. Bywalec Cz., Rudnicki L., (2002), *Konsumpcja*, PWE, Warszawa
5. Deaton A., Muellbauer J., (1999), *Economics and consumer behavior*, Cambridge University Press, Cambridge
6. Gajewski S., (1994), *Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź

7. Kieźel E. (red.), (2004), *Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów*, PWE, Warszawa
8. Kasiński Z., Piasny J., Szulce H., (1984), *Ekonomika konsumpcji*. PWE, Warszawa.
9. Kusińska A., (2000), *Ewolucja zachowań konsumentów w świetle badań nad typologią konsumentów*, w: *Rynek i konsumpcja. Raporty z badań – rok 1999*. IRWiK, Warszawa.
10. Kuśmierczyk K., Piskiewicz L., (2000), *Zmiany poziomu życia gospodarstw domowych w latach 1990 – 1999*, w: *Rynek i konsumpcja. Raporty z badań – rok 1999*, IRWiK, Warszawa
11. Lebenstein H., (1975), *The Economic Theory of Fertility Decline*, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 89, nr 1
12. Łaciak B., (2007), *Konsumpcja w Polsce czasu transformacji - wzory prezentowane i realizowane*, w: *Co nas łączy, co nas dzieli?: XIII Ogólnopolski Zjazd Socjologiczny*, red. J. Mucha, E. Narkiewicz-Niedbalec, M. Zielińska, Wyd. Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra
13. Mason R., (2000), *The Social Significance of Consumption: James Duesenberry's Contribution to Consumer History*, *Journal of Economic Issues*, nr 3 (September)
14. McCormick K., (1983), *Duesenberry and Veblen: The Demonstration Effect Revisited*, *Journal of Economic Issues*, December
15. Nowalska D., *Rekonstrukcja wzorów zachowań konsumpcyjnych wśród kobiet na przykładzie województwa śląskiego*, <http://www.sbc.org.pl/Content/4452/doktorat2693.pdf>, (stan na dzień 15.04.2009)
16. Schor J., *The Overspent American*. Opracowanie dostępne na stronie internetowej: <http://www3.niu.edu/~td0raf1/history468/apr0911.htm> (stan na dzień 25.04.2009).
17. Sikorska J., (1979), *Spółeczno-ekonomiczne różnicowanie wzorów konsumpcji w pracowniczych gospodarstwach domowych*. Ossolineum, Wrocław
18. Światowy G., (1994), *Zachowania konsumenckie*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.
19. *Sytuacja gospodarstw domowych w 2003 r. w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych*. GUS, [http://www.stat.gov.pl/dane\\_spol-gosp/warunki\\_zycia/sytu\\_gosp\\_domo/2003/sytu\\_gosp\\_domo\\_2003.doc](http://www.stat.gov.pl/dane_spol-gosp/warunki_zycia/sytu_gosp_domo/2003/sytu_gosp_domo_2003.doc) (stan na dzień 15.03.2009)
20. Szczepański J. (red.), (1977), *Badania nad wzorami konsumpcji*, Ossolineum, Wrocław.
21. Szczepański J., (1981), *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, PWE, Warszawa
22. Uchitelle L., *Keeping Up With the Gateses?*. Komentarz z 3.05.1998 r. dostępny na stronie internetowej: <http://www.phoenix.liu.edu/~uroy/eco54/histlist/schor1.htm> (stan na dzień 25.04.2009).
23. Vigneron F., Johnson L., (1999), *A Review and a Conceptual Framework of Prestige-Seeking Consumer Behavior*, *Academy of Marketing Science Review*, nr 1