

PREFERENCJE KONSUMPCYJNE A STRUKTURA WYDATKÓW GOSPODARSTW DOMOWYCH W POLSCE

Irena Woroniecka-Leciejewicz

Wyższa Szkoła Informatyki Stosowanej i Zarządzania, Warszawa ul. Nowelska 6
Instytut Badań Systemowych PAN, 01-447 Warszawa, ul. Nowelska 6

Małgorzata Terwińska

absolwent Wydziału Informatycznych Technik Zarządzania Wyższej Szkoły
Informatyki Stosowanej i Zarządzania, 01-447 Warszawa, ul. Nowelska 6

Praca prezentuje analizę zmian w strukturze konsumpcji i preferencji gospodarstw domowych w Polsce, jakie zaszły po transformacji gospodarczej począwszy od 1990 roku. Przedmiotem badań jest także identyfikacja różnic w strukturze preferencji konsumpcyjnych między różnymi grupami gospodarstw domowych, w szczególności pracowników, rolników oraz emerytów i rencistów. Do oszacowania preferencji wykorzystano model racjonalnych decyzji konsumenta, w którym zakłada się, że konsument dokonuje wyboru optymalnego koszyka konsumpcyjnego maksymalizując funkcję użyteczności przy ograniczeniu budżetowym na wydatki. Przedstawione są wyniki oszacowań uzyskane dla współczynników preferencji w zakresie podstawowych grup towarów i usług konsumpcyjnych oraz wybranych grup artykułów żywnościowych nabywanych przez gospodarstwa domowe w Polsce. Uzyskane wyniki wskazują na istotne zmiany w hierarchii preferencji w okresie transformacji oraz duże zróżnicowanie występujące w tym zakresie między różnymi typami gospodarstw domowych.

1. Wstęp

J. Kramer, ekonomista od lat zajmujący się badaniami sfery konsumpcji w gospodarce polskiej, charakteryzuje związek między wydatkami ludności a zachowaniami konsumpcyjnymi, będącymi wyrazem indywidualnych preferencji, motywów działania i podejmowania decyzji w sposób następujący: „wydatki gospodarstw domowych są fotografią zachowań konsumpcyjnych w skali makroekonomicznej” (Kramer, 1997). Niniejsza praca jest poświęcona właśnie analizie wzajemnych relacji między strukturą wydatków gospodarstw domowych a hierarchią preferencji konsumpcyjnych.

Rolę konsumpcji w gospodarce podkreślał również wybitny polski ekonomista Edward Lipiński. Wyrażoną przez niego opinię, że „konsumpcja jest najpotężniejszą siłą wytwórczą współczesności” (Bywalec, Rudnicki, 2002, s. 9) można

potraktować z jednej strony dosłownie, nie sposób bowiem wyobrazić sobie, aby w obecnych czasach produkować bez posiadania rzetelnej wiedzy z zakresu konsumpcji. Co więcej, właśnie ta wiedza jest punktem wyjścia i kluczowym argumentem przy tworzeniu strategii zarządzania oraz strategii marketingowych, stanowi także ważny czynnik w kształtowaniu polityki gospodarczej. Z drugiej strony obserwujemy coraz większe zainteresowanie problematyką konsumpcji także wśród naukowców i to nie tylko wśród ekonomistów. Zagadnienia konsumpcji stanowią przedmiot badań również psychologów i socjologów, a także specjalistów z dziedzin interdyscyplinarnych. Dzieje się tak dlatego, że jak dowodzą wyniki badań naukowych, istnieją silne związki pomiędzy konsumpcją a sferą potrzeb człowieka, fazami cyklu życia, mechanizmami zachowań konsumpcyjnych, ich przesłankami natury psychologicznej i społecznej oraz uwarunkowaniami o charakterze racjonalnym, ekonomicznym. Zmiany gospodarcze i społeczne, które zaszły i wciąż zachodzą w Polsce znajdują odzwierciedlenie także w zmianach wzorców konsumpcyjnych i preferencji gospodarstw domowych. Dane statystyczne wskazują, że zmieniamy swoje przyzwyczajenia, sposób odżywiania się, spędzania wolnego czasu. Obserwujemy i ulegamy trendom mody dotyczącym ubioru i wyglądu, ale także urządzenia i wystroju mieszkań i domów, zmieniamy też swoje preferencje odnośnie wykształcenia i ochrony zdrowia. Wszystkie te czynniki, w powiązaniu ze zmianami zasobności naszych portfeli, wpływają na poziom i strukturę konsumpcji.

Ekonomiści wyrażają opinię, że transformacja zmieniła dotychczasową hierarchię potrzeb, głęboko ingerując w system preferencji konsumpcyjnych. J. Kramer wskazuje na cztery podstawowe przesłanki zmian w zachowaniach konsumpcyjnych polskich gospodarstw domowych w okresie transformacji: zmiany w dochodach realnych, ograniczenie konsumpcji zbiorowej, zmiany relacji cen konsumpcyjnych, pojawienie się rynku konsumenta-nabywcy w miejsce rynku producenta-sprzedawcy (Kramer, 1997; Kramer, Kędzior, Zabiński, 1995). Szczególną uwagę autor zwraca na spadek dochodów realnych *per capita* na początku lat dziewięćdziesiątych, na rozwarstwienie gospodarstw domowych pod względem dochodów i konsumpcji oraz na znaczenie szarej strefy w uzyskiwaniu środków do życia. Towarzystwo temu ograniczenie konsumpcji zbiorowej w wyniku wprowadzenia odpłatności za niektóre dobra i usługi dotąd nieodpłatne (np. w zakresie ochrony zdrowia, oświaty, komunikacji publicznej). Wskazuje się na występowanie w związku z tym zjawiska manifestowania przez znaczną część społeczeństwa *deprywacji względnej*, czyli odczucia frustracji, rozczarowania z powodu subiektywnego odczucia zubożenia, względnego (w porównaniu z zamożniejszymi gospodarstwami domowymi) pogorszenia warunków egzystencji. Nie bez znaczenia pozostaje zjawisko konwergencji charakteryzujące procesy przenikania wzorców konsumpcyjnych, któremu towarzyszą znane w zachowaniach nabywców *efekty demonstracji* i *efekty naśladownictwa*, por. np. Garbarski (2001).

Znajomość preferencji konsumpcyjnych jest użyteczna w modelowaniu decyzji konsumpcyjnych gospodarstw domowych oraz prognozowaniu wielkości i struktury spożycia. Problem wyboru struktury konsumpcji jest postrzegany jako ważny nie tylko w analizie zachowań konsumenta, ale i w kontekście całej gospodarki, ponieważ to właśnie popyt konsumpcyjny jest popytem pierwotnym, generu-

jącym wtórny popyt na czynniki produkcji: pracę i kapitał oraz popyt na dobra pośrednie, tzn. na energię, surowce, materiały i półprodukty. Tak więc, zmiany w strukturze popytu konsumpcyjnego mają istotny wpływ na zmiany w strukturze zatrudnienia, produkcji, majątku trwałego i zużycia pośredniego. Decyzje gospodarstw domowych dotyczące struktury konsumpcji odgrywają niebagatelną rolę w kształtowaniu najważniejszych zmian strukturalnych w gospodarce narodowej, oczywiście, obok innych czynników przyczyniających się do zmian strukturalnych w gospodarce, takich jak postęp techniczny czy aktywna polityka ekonomiczna państwa, odgrywających znaczącą rolę w kształtowaniu zmian strukturalnych w gospodarce narodowej. Na wzajemne powiązania między sferą konsumpcji i produkcji na tle współzależności w gospodarce narodowej wskazują między innymi w swojej monografii, poświęconej zagadnieniom konsumpcji, Bywalec i Rudnicki (2002).

W niniejszej pracy wykorzystano metodę kwantyfikacji preferencji konsumpcyjnych opartą na modelu decyzyjnym konsumenta, przedstawioną w publikacjach Woronieckiej (2002, 2003). Metoda ta została zastosowana do zbadania preferencji konsumpcyjnych w odniesieniu do podstawowych grup towarów i usług, a także zmian, jakie dokonały się w okresie transformacji w Polsce w zakresie wzorców i przyzwyczajzeń konsumpcyjnych. Przedmiotem badań jest także identyfikacja różnic w strukturze wydatków i preferencji między różnymi grupami gospodarstw domowych oraz analiza zmian w tym zakresie, jakie miały miejsce w Polsce po transformacji gospodarczej począwszy od 1990 roku. Struktura optymalnego koszyka w modelu konsumenta odzwierciedla strukturę popytu i zależy, z jednej strony od preferencji konsumpcyjnych, które są parametrami funkcji użyteczności, z drugiej - od relacji cenowych nabywanych dóbr. Zakładając, że konsumenci podejmują decyzje zgodnie z prezentowanym w pracy modelem decyzji optymalnych; obserwując przy tym skutki tych decyzji, a więc zakupy realizowane przez konsumentów przy danych cenach; posiadając także informacje o cenach rynkowych - można wnioskować o preferencjach, którymi kierowali się konsumenci przy podejmowaniu decyzji. W pracy pokazano, że w szczególnych warunkach, struktura preferencji może być utożsamiana ze strukturą wydatków konsumpcyjnych.

Stosując takie podejście oszacowano wartości współczynników preferencji dla polskich gospodarstw domowych ogółem oraz w podziale na różne rodzaje gospodarstw domowych, m. in.: pracowników, rolników oraz emerytów i rencistów. Badaniem objęto podstawowe grupy towarów i usług konsumpcyjnych, takie jak: żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie, mieszkanie, higiena osobista, zdrowie, transport i łączność, edukacja, kultura i rekreacja, a także główne grupy artykułów żywnościowych nabywanych przez gospodarstwa domowe, takie jak: pieczywo i produkty zbożowe, mięso, ryby, nabiał i jaja, tłuszcze, owoce i warzywa, cukier i inne wyroby cukiernicze, używki, kawa, herbata i napoje bezalkoholowe.

2. Czynniki kształtujące poziom i strukturę konsumpcji

Czynniki, które określają indywidualną konsumpcję podzielić można, w sposób najbardziej ogólny, na czynniki ekonomiczne i pozaekonomiczne. Jedne i drugie wpływają z różną siłą i w różny sposób zarówno na poziom jak i na strukturę konsumpcji. Niektóre z nich należą do kategorii, które w stosunkowo łatwy sposób można zmierzyć i wyrazić w liczbach. Ta cecha pozwala na bezpośrednią analizę ich oddziaływania na konsumpcję. Należy tu wskazać przede wszystkim na czynniki ekonomiczne, z których większość mierzonych jest poprzez systematyczne badania statystyczne. Uzyskane tą drogą dane stanowią przedmiot różnorodnych analiz, które pozwalają zaobserwować zmiany w poziomie i strukturze konsumpcji. Należy przy tym pamiętać, że wszystkie czynniki, ekonomiczne i pozaekonomiczne, występują zwykle równocześnie i działają wielokierunkowo, przez co trudno jest statystycznie wyliczyć ich wpływ na konsumpcję (Kramer, 1997, s. 79). Szerszy przegląd i charakterystykę czynników kształtujących poziom i strukturę konsumpcji przedstawiono w pracy magisterskiej M. Terwińskiej (2006). Jedną z klasyfikacji ekonomicznych czynników konsumpcji obejmuje następujące kategorie (por. Krasiński, Piasny, Szulce, 1984, ss. 171-217): dochody ludności, oszczędności i kredyty, ceny, zasoby materialne ludności, podaż i jakość pracy handlu.

Dochody są jednym z najważniejszych czynników wywierających wpływ na poziom konsumpcji indywidualnej. Każde gospodarstwo domowe dąży do tego, aby przy danych dochodach, w sposób najlepszy i najpełniejszy zaspokoić indywidualne potrzeby członków gospodarstwa oraz gospodarstwa domowego jako całości. Cel ten najtrudniej jest osiągnąć gospodarstwom mniej zamożnym, które w szczególności są zmuszone do racjonalnego gospodarowania. Niskie dochody są bowiem dużym ograniczeniem dla konsumpcji w wielu gospodarstwach domowych i często konieczne jest ustalenie określonej hierarchii i struktury wydatków konsumpcyjnych. Można, zatem, przyjąć, że z ekonomicznego punktu widzenia, grupy gospodarstw o niskich dochodach postępują racjonalnie, przy czym racjonalność ta jest wynikiem strategii z konieczności nastawionej na przetrwanie (Grzeża, 2005, s. 45). W szczególnie trudnej sytuacji są te gospodarstwa domowe, których dochody stanowią zaledwie minimum socjalne, czy nawet minimum egzystencji. Minimum socjalne określane jest jako pieniężna równowartość koszyka dóbr zapewniającego indywidualnemu konsumentowi reprodukcję sił życiowych, posiadanie i wychowanie potomstwa oraz utrzymanie więzi społecznych. Z kolei minimum egzystencji rozumiane jest jako poziom dochodów zapewniający nabycie dóbr konsumpcyjnych pozwalających tylko na utrzymanie człowieka przy życiu, w stanie zdrowia i zdolności do pracy (Deniszczuk, Sajkiewicz, 1996, s. 146). Jak wskazują badania statystyczne, problem ten dotyczy znacznej części polskiego społeczeństwa. W roku 2003 zasięg ubóstwa skrajnego, za którego granicę przyjęto właśnie minimum egzystencji, oszacowano na około 12%, a odsetek osób żyjących w gospodarstwach domowych, w których poziom wydatków był niższy od minimum socjalnego wyniósł około 59% (strona internetowa www.stat.gov.pl). Jest to sytuacja, która niepokoi z co najmniej dwóch powodów. Po pierwsze, z roku na rok zasięg ubóstwa wzrasta. Po drugie, wzrost ubóstwa dokonywał się w ostatnich latach przy

jednoczesnej poprawie przeciętnej sytuacji materialnej ogółu Polaków, co może świadczyć o rosnących nierównościach w sytuacji dochodowej społeczeństwa.

Do ważnych czynników ekonomicznych kształtujących konsumpcję należy też zaliczyć oszczędności i kredyty. Spojrzenie na oszczędności jako czynnik kształtujący konsumpcję w krótkim okresie może doprowadzić do wniosku, że im więcej oszczędzamy, tym mniej środków przeznaczamy na konsumpcję. Takie podejście odnosi się jednak tylko do konsumpcji bieżącej. Decyzje dotyczące oszczędzania, uwzględniające dłuższy horyzont czasowy, są ściśle związane z motywami, wśród których należy wymienić: oszczędzanie na starość na przyszłą edukację potomstwa, oszczędzanie dla znaczącego polepszenia poziomu życia, dla zysku, dla bezpieczeństwa. Należy zauważyć, że wszystkie, poza ostatnim z wymienionych motywów oszczędzania, sprowadzają się do chęci zgromadzenia środków na przyszłą konsumpcję. Mimo, że tak wiele przemawia za oszczędzaniem, poziom oszczędności polskich gospodarstw domowych pozostaje na stosunkowo niskim poziomie, sprzyjając tym samym konsumpcji bieżącej. W ostatnich latach skumulowane oszczędności gospodarstw domowych stanowiły około 30% PKB. Dla porównania w krajach, które wchodziły w skład Unii Europejskiej przed przystąpieniem Polski, średni poziom oszczędności osób fizycznych wynosił 200% PKB. Odmienna jest także struktura oszczędzania. W większości krajów Unii oszczędności lokowane są głównie w papiery wartościowe, w Polsce natomiast około 70% oszczędności umieszczanych było na lokatach, a tylko około 9% trafiało na rynek kapitałowy¹.

Ostatnim z wymienionych wcześniej czynników ekonomicznych jest poziom zaopatrzenia rynku, stan infrastruktury usługowo-handlowej i jakość funkcjonowania systemu dystrybucji. Jeszcze kilkanaście lat temu zarówno podaż jak i infrastruktura usługowo-handlowa były na bardzo niskim poziomie. Przemiany gospodarcze okresu transformacji radykalnie zmieniły tę sytuację. Pod omawianymi względami Polska nie różni się w chwili obecnej od krajów Europy Zachodniej. Należy zaznaczyć, że mówiąc o poziomie zaopatrzenia rynku jako czynniku wpływającym na zachowania konsumpcyjne oraz zgłaszany popyt, mamy na względzie nie tylko wielkość podaży, ale również jakość i nowoczesność dóbr konsumpcyjnych. Szybki postęp techniczny oraz łatwy dostęp do informacji o nowych produktach sprawiają, że obecnie konsumenci częściej i chętniej niż w poprzednich latach wymieniają niektóre dobra na nowe.

Przechodząc do charakterystyki czynników pozaekonomicznych kształtujących potrzeby konsumpcyjne i preferencje, należy wymienić (Bywalec, Rudnicki, 2002, s. 56): czynniki biologiczne i ekologiczne oraz czynniki społeczne i kulturowe. Potrzeby motywują ludzi do działania. Są siłą napędową zachowań konsumenckich, będącą źródłem preferencji konsumenckich oraz w konsekwencji popytu konsumpcyjnego.

Kolejnym ważnym czynnikiem jest aktywność zawodowa społeczeństwa i poziom wykształcenia. Sprawą oczywistą jest, że osoba pracująca, uzyskująca

¹ www.europolforum.pl

wynagrodzenie za pracę posiada większe możliwości konsumpcyjne niż osoba niepracująca, inna jest także struktura konsumpcji osób pracujących i niepracujących. Dzieje się tak między innymi dlatego, że fakt posiadania pracy ogranicza czas wolny. Z tego powodu osoby pracujące chętniej i częściej sięgają na przykład po wysoko przetworzoną żywność czy też korzystają z usług konsumpcyjnych, które pozwalają oszczędzić czas. Sposób i siła oddziaływania zatrudnienia na strukturę konsumpcji zależy także od płci, wieku oraz miejsca zamieszkania. Poziom wykształcenia kształtuje konsumpcję dwojako: z jednej strony rozwija potrzeby, z drugiej zaś umożliwia ich zaspokajanie. W miarę wzrostu świadomości i wiedzy, potrzeby człowieka podlegają ewolucji. Osoby lepiej wykształcone w większym stopniu odczuwają potrzeby wyższego rzędu, dążąc zarazem do ich zaspokojenia. Mają również większy zasób informacji o rynku, przez co ich decyzje konsumpcyjne są bardziej świadome. Ponadto wyższe wykształcenie oznacza często wyższe dochody, a co za tym idzie większe możliwości konsumpcyjne (Żelazna, Kowalczyk, Mikuta, 2002, ss. 100-101).

Aby zrozumieć, w jaki sposób więzi z otoczeniem wpływają na kształtowanie zachowań konsumpcyjnych należy odwołać się do wiedzy socjologicznej z zakresu funkcjonowania grup społecznych formalnych i nieformalnych oraz ich wpływu na nasze wartości i przekonania, skłonność do przyjmowania kulturowych symboli ważnych dla grupy, z którą się utożsamiamy, nasze motywacje i zachowanie w ramach określonych ról społecznych. Grupy te stanowią dla jednostki tzw. grupy odniesienia (por. Turner, 1998, ss. 103-108, oraz Gajewski, 1994, s. 97), wśród których można wyróżnić grupy odniesienia komparatywne, statusowe – zarówno aspiracyjne jak i negatywne, oraz normatywne. Wszystkie one, choć w wyniku nieco odmiennych mechanizmów, kształtują przekonania, postawy, wartości i wzorce postępowania jednostki. Badania marketingowe wskazują, że siła wpływu grup odniesienia jest różna w zależności od produktu i marki oraz aktualnego cyklu życia produktu. W fazie wzrostu otoczenie wywiera istotny wpływ zarówno w przypadku produktu jak i marki, w fazie dojrzałości wpływ otoczenia jest większy w przypadku marki niż produktu, w fazie spadku grupy odniesienia słabo oddziałują zarówno w zakresie produktu jak i marki (Kotler, 1999, ss. 163-165).

Naturalnym dążeniem człowieka jest posiadanie czasu wolnego oraz powiększanie jego zasobów. Konsumpcja stała się współcześnie najpopularniejszą formą spędzania wolnego czasu. Stąd, chcąc zwiększyć swój czas wolny, człowiek dąży do zwiększenia rozmiarów konsumpcji, czemu służą tzw. dobra czasoszczędne, tj. produkty i usługi oszczędzające czas, w odróżnieniu od tzw. dóbr czasochłonnych, określanych jako towary i usługi, które służą wykorzystaniu czasu wolnego. Sposób wykorzystania czasu wolnego jest wyrazem chęci zaspokojenia określonych potrzeb. Wyróżnia się trzy grupy potrzeb, zaspokajanych poprzez różny rodzaj aktywności w wolnym czasie (Rogoziński, 1992, ss. 33-37). Pierwszą grupą są potrzeby naturalne, nazywane także organicznymi, są one zaspokajane poprzez relaks, regenerację i rekreację za pomocą produktów i usług czasochłonnych podstawowych. Kolejną grupą potrzeb, których zaspokajanie możliwe jest dzięki posiadaniu czasu wolnego, są potrzeby środowiskowe, prospołeczne. Człowiek zaspokaja swoje potrzeby środowiskowe poprzez kontakty rodzinne i towarzyskie

oraz naśladownictwo i budowanie prestiżu. Osiągnięciu tego celu sprzyja konsumpcja dóbr prestiżowych, luksusowych. Trzecią, ostatnią grupą są potrzeby kulturalne, które są motywacją dla kształcenia oraz obcowania z wartościami.

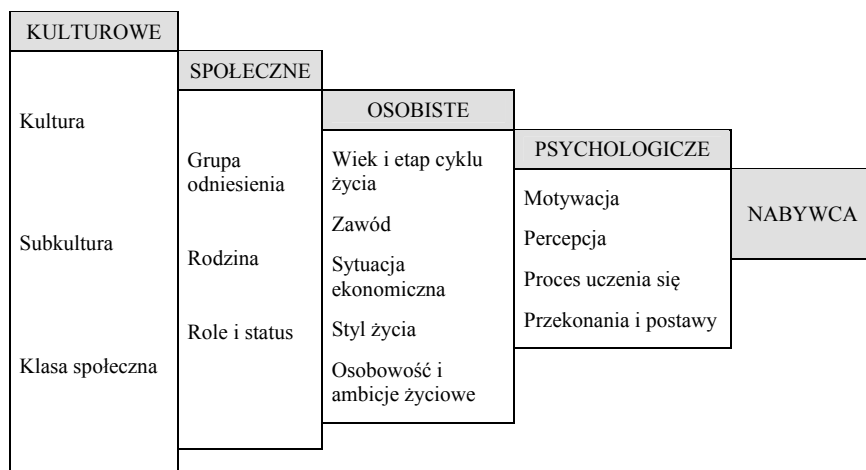
Istnieją także inne współzależności pomiędzy czasem wolnym, a przemianami w wielkości i strukturze konsumpcji. Czas wolny można mianowicie potraktować przedmiotowo – jako dobro konsumpcyjne. Z tego punktu widzenia mówić można o rynku na czas wolny, rynku czasu wolnego oraz rynkach dla czasu wolnego (Rogoziński, 1992, ss. 42-43). O rynku na czas wolny możemy mówić wówczas, gdy dążenie do posiadania czasu wolnego lub powiększenia jego zasobów, odbywa się poprzez substytucję czasoszczędną. Przejawia się to na przykład we wzmożonym popycie na dobra czasoszczędne i w dążeniu do skracania czasu pracy. Rynek czasu wolnego jest z kolei rynkiem, na którym spotykają się nabywcy i sprzedawcy towarów i usług, a przedmiotem transakcji są dobra umożliwiające wykorzystanie i spędzenie wolnego czasu. Rynki dla czasu wolnego są natomiast rynkami wspomagającymi rynek czasu wolnego. Wspomaganie to następuje poprzez usprawnianie obsługi rynku wolnego czasu. Rynki dla czasu wolnego z wykorzystaniem czasu wolnego. Czas wolny oraz wzorce konsumpcyjne, styl życia i przyzwyczajenia przyczyniają się do generowania popytu na określone towary i usługi. Popyt ten przybiera różne formy, które ujawniają się z różną siłą, w różnym czasie. Efektem ewolucji popytu związanego z czasem wolnym są dostosowania po stronie podaży, a także rozwój rynku związanego z czasem wolnym. Ponieważ zmiany te zachodzą cyklicznie, wyodrębniono trzy główne fazy rozwoju tego rynku. Tabela 1 przedstawia zestawienie zjawisk charakterystycznych dla poszczególnych faz rozwoju rynku. Pozwala to zauważyć silny wpływ czynnika czasu wolnego na kształtowanie się konsumpcji. Człowiek, kierując się własnymi priorytetami i upodobaniami decyduje o tym, czy czas wolny będzie jedynie czasem konsumpcji, czy też konsumpcja będzie tylko jednym ze sposobów realizowania czasu wolnego. Oznacza to ustalenie określonych relacji pomiędzy czasem wolnym i konsumpcją, m. in. stopnia zredukowania czasu wolnego do konsumpcji (Rogoziński, 1992, s. 31).

Przy omawianiu czynników kształtujących konsumpcję nie sposób pominąć czynników kulturowych. Ponieważ kultura w dużej mierze kształtuje zachowania człowieka, musi więc zarazem oddziaływać na jego zachowania jako konsumenta. Kotler (Kotler P., 1999) proponuje model czynników wpływających na zachowanie konsumenta, przedstawiony na Rys. 1, zgodnie z którym czynniki kulturowe wywierają największy wpływ na zachowanie konsumenta i to właśnie od nich zależy oddziaływanie wszystkich innych czynników. Pojęcie kultury jest niezwykle szerokie, dotyka bowiem wielu sfer życia człowieka. Z tego powodu użyteczne jest wyodrębnienie trzech głównych komponentów tworzących kulturę (Blok, 2005, ss. 145-146): kultury duchowej, społecznej i materialnej. Wszystkie one są ze sobą powiązane pod względem przyczynowo-skutkowym - wyrazem kultury materialnej są dobra konsumpcyjne, których kulturowy charakter można wyjaśnić odnosząc się do wzorców zachowań konsumpcyjnych, przynależnych do kultury społecznej oraz do systemów wartości funkcjonujących w sferze kultury duchowej.

Tabela 1. Fazy rozwoju rynku związanego z czasem wolnym

Faza I (wstępna)	Faza II (ekspansji)	Faza III (stabilizacji)
pojawienie się i rozwój rynku na czas wolny	obok rynku na czas wolny pojawia się rynek czasu wolnego	obok rozwarstwiającego się rynku czasu wolnego pojawiają się rynki dla czasu wolnego
Zachodzące zjawiska		
na skutek postępu technicznego masowo produkuje się określone dobra trwałego użytku; dostępność takich dóbr sprawia, że staje się potrzebny czas na ich użytkowanie; zwiększenie zasobów czasu wolnego jest celem osiąganym w dużej mierze poprzez wybierania produktów czasoszczędnych; dominacja prodomowych form wykorzystania czasu wolnego	dobra czasoszczędne wywierają wpływ na konsumpcję dóbr czasochłonnych; potrzeby związane z czasem wolnym tworzą wyodrębnioną grupę, wokół której tworzy się wydzielony segment rynku; powstawanie wyraźnych różnic w postawach konsumentów, widocznych w różnych formach spędzania wolnego czasu; wzrost znaczenia pozadomowych form spędzania wolnego czasu	czas wolny staje się powszechnie dostępny; zjawiska substytucji zachodzą głównie w obrębie dóbr czasochłonnych; czas wolny stymuluje popyt na dobra czasochłonne; następuje rozwarstwienie rynku na subsegmenty; dochodzi do równowagi między domowymi i pozadomowymi formami spędzania wolnego czasu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rogoziński K. (1992), ss. 62-63



Rys. 1. Szczegółowy model czynników wpływających na zachowanie konsumenta.
Źródło: Kotler (1999), s. 161

Jednym z istotniejszych aspektów oddziaływania kultury na konsumpcję jest wpływ globalizacji na powszechną wymianę dóbr na rynkach międzynarodowych. Skuteczne promowanie tych samych towarów konsumpcyjnych na różnych rynkach jest możliwe dzięki poznaniu różnic kulturowych istniejących między tymi rynkami oraz różnic wewnątrz kulturowych (Blok, 2005, ss. 150-153). Odmienność kulturowa, kształtująca konsumpcję na danym obszarze może wynikać między innymi z:

obyczajów, tradycji, wyznawanej religii, systemów wartości, symboliki, etc. Te determinanty odrębności kulturowej są wykorzystywane w reklamie, która tworzy i zarazem jest środkiem przekazu wzorów, wartości i norm konsumenckich. Reklama powiązana jest zatem z kulturą społeczną, choć ma w rzeczywistości jedynie cel komercyjny polegający na pobudzaniu potrzeb i w efekcie prowadzi do wzrostu konsumpcji konkretnego dobra (Blok, 2005, ss. 242-246).

3. Metoda identyfikacji preferencji z wykorzystaniem modelu optymalnych decyzji konsumenta

W modelu decyzyjnym konsumenta zakłada się, że konsument-nabywca dokonuje wyboru optymalnego koszyka konsumpcyjnego, składającego się z n dóbr, maksymalizując jego użyteczność przy ograniczeniu budżetowym na wydatki. Ograniczenie budżetowe konsumenta odzwierciedla możliwości finansowania wydatków konsumpcyjnych, zależą one od wysokości dochodów i cen rynkowych dóbr nabywanych przez konsumenta. Użyteczność całkowita rozumiana jest jako miara poziomu satysfakcji osiągniętej przez konsumenta ze spożycia określonej ilości poszczególnych dóbr i usług. Zależy ona nie tylko od ilości konsumowanych dóbr, ale także od potrzeb i preferencji konsumpcyjnych. Preferencje, z kolei, stanowią odzwierciedlenie wzorców konsumpcyjnych, stylu życia, gustów, przyzwyczajzeń konsumpcyjnych, tradycji regionalnych i narodowych, wyznawanych wartości, etc. W tym znaczeniu optymalny koszyk konsumpcyjny powinien być rozumiany jako koszyk w największym stopniu zadowalający konsumenta. Jako funkcję użyteczności przyjęto funkcję o stałej elastyczności substytucji CES. Jej parametrami są parametry: preferencji i substytucji.

Przyjmuje się, że popyt zgłaszany przez konsumenta, czyli koszyk konsumpcyjny, który jest skłonny nabyć przy danych cenach, dochodach i preferencjach konsument, jest rozwiązaniem następującego zadania optymalizacji:

$$\begin{aligned}
 & U(q_1, q_2, \dots, q_n) \rightarrow \max \\
 & \sum_{i=1}^n p_i q_i \leq B \\
 & q_i \geq 0 \quad (i=1, \dots, n) \quad ,
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

gdzie:

$U(q_1, q_2, \dots, q_n)$ - funkcja użyteczności,
 (q_1, q_2, \dots, q_n) - koszyk składający się z n dóbr i usług konsumpcyjnych, przy czym q_i oznacza ilość dobra i ;
 p_i - cena dobra i ; ($i=1, \dots, n$);
 B - ograniczenie budżetowe (dyspozycyjny dochód konsumenta, kwota przeznaczona na wydatki konsumpcyjne).

Do opisu użyteczności koszyka konsumpcyjnego można zastosować np. funkcję o stałej elastyczności substytucji (funkcję CES) o następującej postaci:

$$U = \left(\sum_{i=1}^n \lambda_i q_i^{-\rho} \right)^{-\frac{1}{\rho}}, \quad (2)$$

gdzie:

q_i - ilość dobra i ; ($i=1, \dots, n$);
 λ_i - współczynnik preferencji w odniesienia do dobra i , $\lambda_i \in (0,1)$;

$$\sum_{i=1}^n \lambda_i = 1 ;$$

ρ - parametr substytucji funkcji CES (zależność współczynnika elastyczności substytucji σ od parametru ρ jest następująca: $\sigma = 1/(1+\rho)$).

Pochodne cząstkowe funkcji użyteczności mają następującą postać:

$$\frac{\partial U}{\partial q_i} = \lambda_i \left(\frac{U}{q_i} \right)^{\rho+1}, \quad i = 1, \dots, n \quad (3)$$

Funkcja Lagrange'a Φ jest równa:

$$\Phi = U + \alpha \left(B - \sum_{i=1}^n p_i q_i \right), \quad (4)$$

gdzie: α - mnożnik Lagrange'a.

Z warunku, że pochodne cząstkowe funkcji Lagrange'a w punkcie optymalnym przyjmują wartości zerowe:

$$\frac{\partial \Phi}{\partial q_i} = \lambda_i \left(\frac{U}{q_i} \right)^{\rho+1} - \alpha p_i = 0, \quad i = 1, \dots, n \quad (5)$$

uzyskuje się zależności:

$$\lambda_i \left(\frac{U}{q_i} \right)^{\rho+1} = \alpha p_i, \quad i = 1, \dots, n. \quad (6)$$

Korzystając z powyższych zależności można określić relacje między zmiennymi q_i ($i=1, \dots, n$). Stosunek zmiennej q_i do zmiennej q_k wyraża się wzorem (Gadomski, Woroniecka, 1998, 1999):

$$\frac{q_i}{q_k} = \left(\frac{p_k \cdot \lambda_i}{p_i \cdot \lambda_k} \right)^{\frac{1}{\rho+1}}, \quad i, k = 1, \dots, n. \quad (7)$$

Przy założeniu, że $\sum_{i=1}^n p_i q_i = B$, uzyskuje się formułę obliczeniową na zestaw koszyka konsumpcyjnego:

$$q_k = \frac{B}{\left(\frac{p_k}{\lambda_k}\right)^{\rho+1} \cdot \sum_{i=1}^n p_i \left(\frac{\lambda_i}{p_i}\right)^{\rho+1}}, \quad k = 1, \dots, n \quad (8)$$

Formuła ta może być wykorzystywana w modelu odzwierciedlającym zachowanie konsumenta i jego decyzje określające poziom i strukturę popytu. Na decyzje te mają wpływ ceny poszczególnych dóbr oraz preferencje konsumpcyjne.

Informacje na temat preferencji konsumpcyjnych można czerpać bezpośrednio z badań ankietowych indywidualnych konsumentów lub gospodarstw domowych, z wywiadów, testów (w badaniach konsumentów najczęściej stosowane są testy preferencji zaliczane do technik porządkujących). Jednak badania ankietowe stanowią źródło danych zarówno pracochłonne, konsekwencją tego jest ich wysoki koszt, jak i, z różnych względów, nie w pełni wiarygodne. O preferencjach konsumpcyjnych można również wnioskować pośrednio na podstawie zachowań konsumenckich, przede wszystkim tych, które znajdują odzwierciedlenie w dostępnych danych statystycznych. Dane te dotyczą budżetów gospodarstw domowych, w tym uzyskiwanych dochodów, oszczędności, wydatków konsumpcyjnych na różne towary i usługi, a także wskaźników cen konsumpcyjnych mających wpływ na koszty utrzymania i dochody realne.

W niniejszej pracy podjęto próbę kwantyfikacji preferencji konsumpcyjnych, przy założeniu, że konsument podejmuje decyzje w sposób racjonalny, zgodnie z przedstawionym w pracy modelem. Zadanie optymalizacyjne konsumenta pozwala na wyznaczenie optymalnej struktury popytu na poszczególne dobra. Stosunek popytu na dobro i (q_i) do popytu na dobro k (q_k) wyraża się wzorem (7). Z tej zależności można wyprowadzić wzajemne relacje preferencji w odniesieniu do poszczególnych dóbr. Relacja preferencji dobra i w stosunku do dobra k jest wyrażona wzorem (Woroniecka, 2002, 2003):

$$\frac{\lambda_i}{\lambda_k} = \left(\frac{q_i}{q_k}\right)^{\rho+1} \cdot \frac{p_i}{p_k}, \quad i, k = 1, \dots, n. \quad (9)$$

Do obliczeń wykorzystano dane statystyczne o nominalnych wydatkach gospodarstw domowych w Polsce oraz wskaźnikach cen dóbr konsumpcyjnych za lata 1990-1999. Informacje te stanowiły bazę do określenia struktury wydatków realnych. Na podstawie znanej struktury konsumpcji (struktury wydatków realnych) oraz relacji cenowych obliczono parametry preferencji dla poszczególnych grup towarowych w kolejnych latach przyjmując jedną z grup towarów i usług konsumpcyjnych jako grupę odniesienia. Następnie dokonano standaryzacji uzyskanych parametrów preferencji tak, aby ich suma była równa jeden: $\sum_{i=1}^n \lambda_i = 1$. Wybór produktu odniesienia nie miał wpływu na wyniki obliczeń.

Należy zauważyć, że dla parametru substytucji $\rho = 0$ (elastyczność substytucji jest wtedy równa 1), tzn. dla przypadku, gdy jako funkcję użyteczności przyjmujemy potęgową funkcję typu Cobba-Douglasa, relacje preferencji w odniesieniu do poszczególnych dóbr są wyrażone następującym wzorem:

$$\frac{\lambda_i}{\lambda_k} = \frac{q_i p_i}{q_k p_k}, \quad i, k = 1, \dots, n. \quad (10)$$

Ma to bardzo klarowną interpretację, w tym uproszczonym przypadku struktura preferencji jest utożsamiana ze strukturą wydatków konsumpcyjnych.

Oszacowań współczynników preferencji dokonano dla wariantowych założeń dotyczących kształtowania się wartości współczynnika elastyczności substytucji σ , a tym samym dla różnych wartości parametru substytucji ρ . Pełne wyniki w zakresie preferencji konsumpcyjnych w Polsce w latach dziewięćdziesiątych dla wariantowych założeń dotyczących elastyczności substytucji oraz różnych grup gospodarstw domowych przedstawiono w pracy Woroniecka (2002).

3. Zmiany preferencji konsumpcyjnych w latach dziewięćdziesiątych

Badanie preferencji przeprowadzono dla gospodarstw domowych pracowników ogółem w zakresie siedmiu podstawowych grup towarów i usług konsumpcyjnych, takich jak: żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie, mieszkanie, higiena osobista i zdrowie, transport i łączność, a także edukacja, kultura i rekreacja. Bardziej szczegółowej analizie poddano osiem grup artykułów żywnościowych, nabywanych przez gospodarstwa domowe, takich jak: pieczywo i produkty zbożowe, mięso, ryby, nabiał i jaja, tłuszcze jadalne, owoce i warzywa, cukier i inne wyroby cukiernicze oraz używki, kawa, herbata i napoje bezalkoholowe. Wybrane wyniki oszacowań parametrów preferencji dla pracowniczych gospodarstw domowych w Polsce w latach 1990-1999 przedstawiono w Tabelach 2 i 3.

Uzyskane wyniki (Tabela 2) wskazują na następującą hierarchię preferencji konsumpcyjnych w Polsce na początku lat dziewięćdziesiątych (1990 rok):

1. żywność,
2. odzież i obuwie,
3. mieszkanie,
4. edukacja, kultura i rekreacja,
5. transport i łączność,
6. higiena osobista i zdrowie,
7. napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe.

Zgodnie z uzyskanymi wynikami, największą wagę w 1990 roku konsumenci przykładali do zakupów żywności (współczynnik preferencji na poziomie 0,403), w drugiej kolejności - odzieży i obuwiu (współczynnik preferencji równy 0,153) oraz w trzeciej - do wydatków na mieszkanie (współczynnik preferencji na poziomie

0,123). W wydatkach na mieszkanie mieszczą się wydatki związane zarówno z wyposażeniem mieszkania jak i jego użytkowaniem, z wydatkami na czynsz i nośniki energii włącznie. Następne grupy dóbr konsumpcyjnych w kolejności przypisywanych im preferencji to: usługi w zakresie edukacji, kultury, rekreacji i turystyki (współczynnik preferencji równy 0,121), transport i łączność (0,082), a na końcu, przy niemal identycznych preferencjach, higiena osobista i ochrona zdrowia (0,059) oraz napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe (0,058) – por. Rys. 2.

Tabela 2. Współczynniki preferencji w stosunku do podstawowych grup towarów i usług. Wyniki oszacowań dla pracowniczych gospodarstw domowych

Lp.	Grupy towarów i usług konsumpcyjnych	Współczynniki preferencji λ_i dla $\sigma = 1,5$					
		1990	1992	1994	1996	1998	1999
1	Żywność	0,403	0,339	0,317	0,298	0,257	0,232
2	Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	0,058	0,048	0,051	0,058	0,061	0,059
3	Odzież i obuwie	0,153	0,116	0,105	0,102	0,099	0,089
4	Mieszkanie	0,123	0,187	0,200	0,200	0,216	0,233
5	Higiena osobista i ochrona zdrowia	0,059	0,094	0,117	0,116	0,112	0,110
6	Transport i łączność	0,082	0,104	0,112	0,128	0,139	0,155
7	Edukacja, kultura i rekreacja	0,121	0,113	0,098	0,098	0,116	0,123

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Współczynniki preferencji w stosunku do podstawowych artykułów żywnościowych. Wyniki oszacowań dla pracowniczych gospodarstw domowych

Lp.	Grupy towarów i usług konsumpcyjnych	Współczynniki preferencji λ_i dla $\sigma = 1,5$					
		1990	1992	1994	1996	1998	1999
1	Pieczywo i produkty zbożowe	0,120	0,113	0,115	0,131	0,152	0,152
2	Mięso	0,323	0,270	0,253	0,234	0,238	0,230
3	Ryby	0,041	0,046	0,043	0,042	0,050	0,050
4	Nabiał i jaja	0,098	0,127	0,135	0,137	0,143	0,142
5	Tłuszcze jadalne	0,091	0,084	0,087	0,081	0,081	0,077
6	Owoce i warzywa	0,150	0,175	0,171	0,161	0,161	0,166
7	Cukier i inne wyroby cukiernicze	0,107	0,095	0,081	0,086	0,081	0,081
8	Używki, kawa, herbata	0,068	0,091	0,115	0,127	0,095	0,102

Źródło: opracowanie własne

W latach dziewięćdziesiątych priorytety w stosunku do poszczególnych dóbr konsumpcyjnych uległy zmianie. Oto kolejność preferencji przypisywanych przez polskie gospodarstwa domowe w 1999 r. poszczególnym dobrom konsumpcyjnym:

1. mieszkanie,
2. żywność,
3. transport i łączność,
4. edukacja, kultura i rekreacja,
5. higiena osobista i zdrowie,
6. odzież i obuwie,
7. napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe.

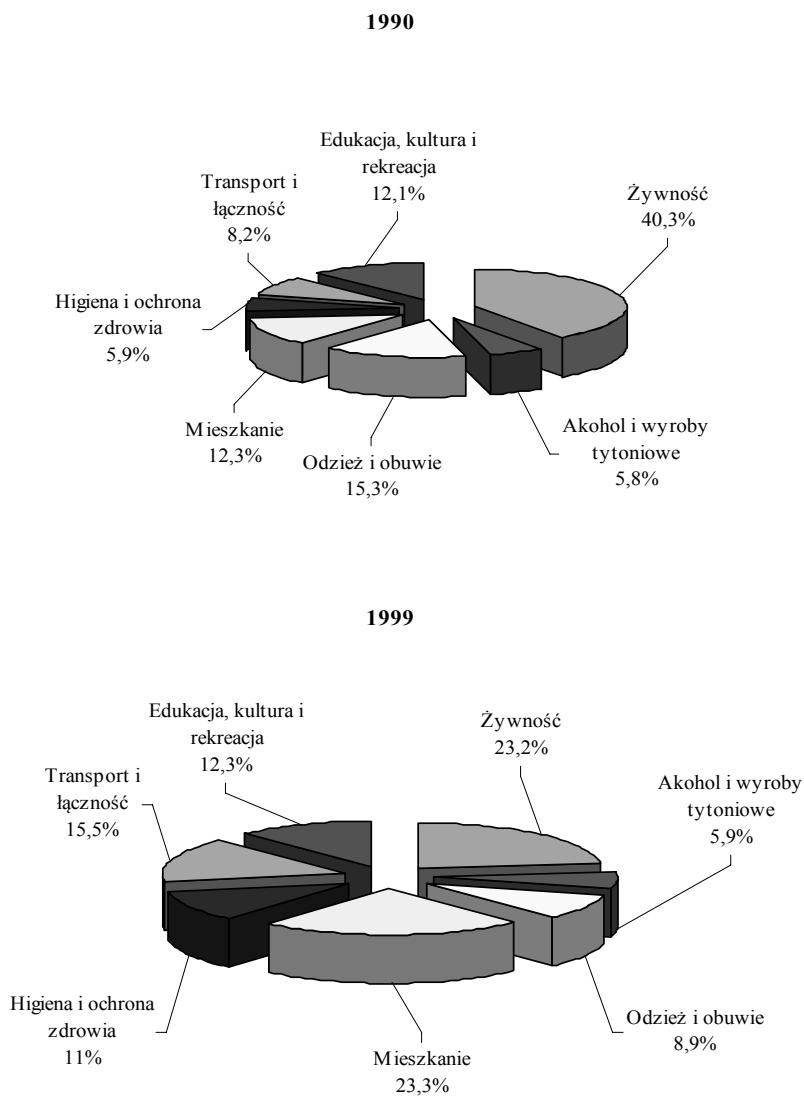
W roku 1999 na pierwszym miejscu z najwyższym współczynnikiem preferencji równym 0,233, znalazło się wyposażenie i użytkowanie mieszkania (parametr preferencji wzrósł w latach dziewięćdziesiątych w przybliżeniu dwukrotnie); żywność - dotychczasowy lider wśród grup towarowych, spadła na drugie miejsce, parametr preferencji w odniesieniu do żywności zmniejszył się o ok. 42%, z poziomu 0,403 do 0,232. Z piątego na trzecie miejsce przesunęła się grupa towarów i usług obejmująca transport i łączność. W tym przypadku niebagatelną rolę odegrał dynamicznie rosnący popyt na samochody osobowe oraz usługi w zakresie telekomunikacji – por. Rys. 3.

Z kolei, Rys. 4 i 5 przedstawiają zmiany preferencji konsumpcyjnych w Polsce, jakie dokonały się w analizowanym dziesięcioleciu. Widoczna jest wzrostowa tendencja w preferencjach przypisywanych przez konsumentów usługom, w szczególności usługom komunikacyjnym, medycznym i usług mieszkaniowym (związanym z wyposażeniem i użytkowaniem mieszkania). Większą wagę konsumenci zaczęli przypisywać higienie i ochronie zdrowia, przy czym wzrost współczynników preferencji wystąpił jedynie w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych - można podejrzewać, że na to zjawisko mógł mieć wpływ proces częściowej prywatyzacji branży usług medycznych. Zdecydowanie niższe preferencje w porównaniu z początkiem okresu transformacji konsumenci zaczęli przypisywać zakupom odzieży i obuwia. Ta grupa towarów spadła w latach dziewięćdziesiątych z drugiego na szóste miejsce.

Jeśli przyjrzeć się wewnętrznej strukturze preferencji grupy towarowej „żywność” (Rys. 3), można zauważyć, że wśród dóbr żywnościowych najwyższymi preferencjami charakteryzuje się mięso i jego przetwory. Jest to cecha wspólna dla wszystkich rodzajów gospodarstw domowych w Polsce, zarówno gospodarstw pracowniczych (pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych, a także na stanowiskach nierobotniczych), jak i rolników oraz emerytów i rencistów². Dalsza kolejność produktów żywnościowych, które najchętniej spożywali polscy konsumenci na początku lat dziewięćdziesiątych, jest następująca: owoce i warzywa, produkty zbożowe, cukier i wyroby cukiernicze, nabiał i jaja, tłuszcze, używki i na końcu ryby. Charakterystyczne dla tradycyjnego wzorca żywieniowego w polskich gospodarstwach domowych jest przypisywanie najwyższego priorytetu spożyciu mięsa i wędlin, a najniższego - konsumpcji ryb. Można jednak zauważyć, że w tej dziedzinie przyzwyczajenia żywieniowe ulegały stopniowym zmianom. Widoczny jest efekt substytucyjny - powolne zastępowanie mięsa rybami we wzorcach żywie-

² Zróznicowanie preferencji według grup gospodarstw domowych przedstawiono w Woroniecka (2002).

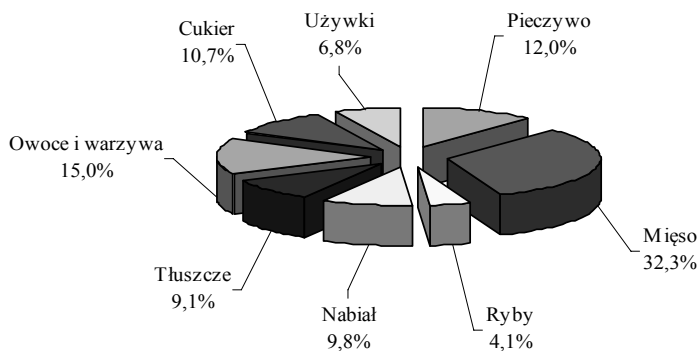
niowych; coraz większą wagę gospodarstwa domowe przypisują spożyciu ryb, a coraz mniejszą - spożyciu mięsa.



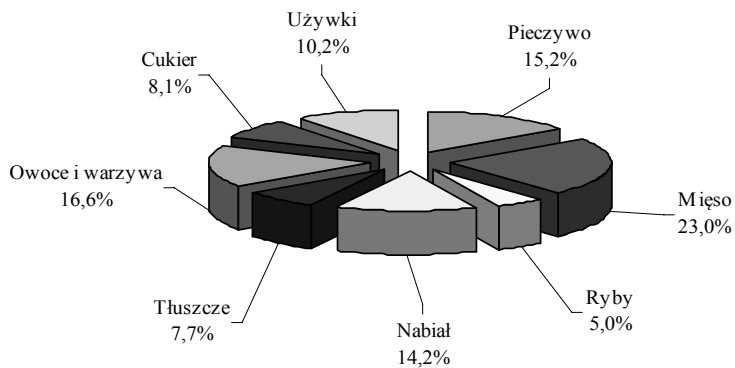
Rys. 2. Preferencje konsumpcyjne w stosunku do podstawowych grup towarów i usług. Porównanie struktury z roku 1990 i 1999.

Źródło: opracowanie własne

1990

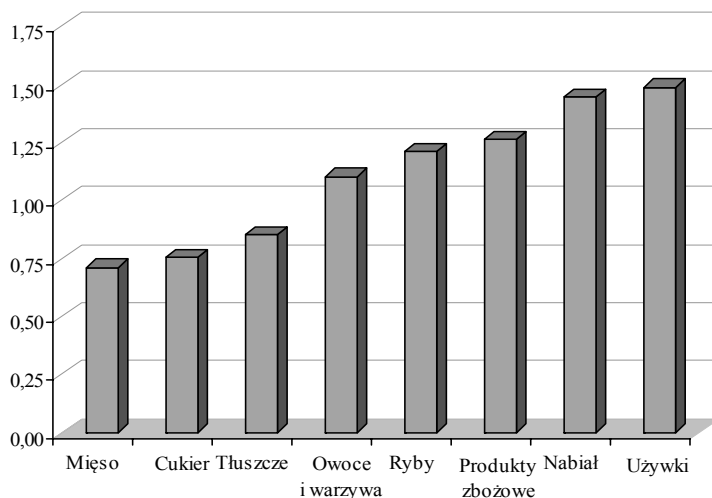


1999



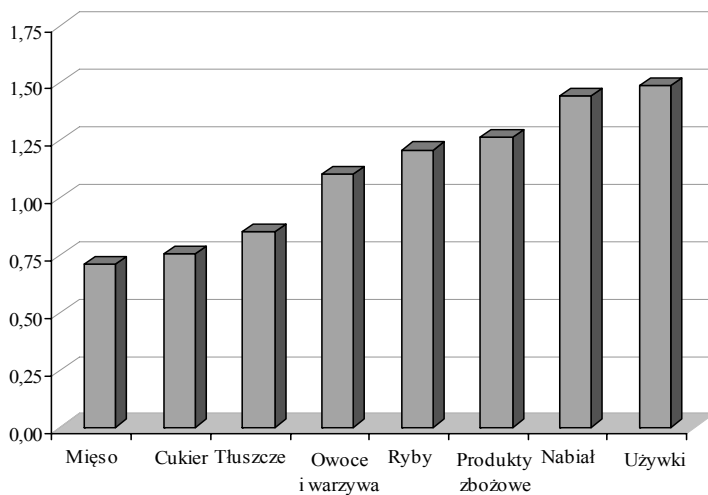
Rys. 3. Preferencje konsumpcyjne w stosunku do artykułów żywnościowych. Porównanie struktury z roku 1990 i 1999.

Źródło: opracowanie własne



Rys. 4. Indeksy wzrostu preferencji - podstawowe grupy towarów i usług.
Rok 1999 w stosunku do 1990.

Źródło: opracowanie własne



Rys. 5. Indeksy wzrostu preferencji - artykuły żywnościowe. Rok 1999 w stosunku do 1990.

Źródło: opracowanie własne

Zmiany w preferencjach żywieniowych na przestrzeni lat dziewięćdziesiątych dotyczyły nie tylko mięsa (spektakularny spadek wartości parametru preferen-

cji z 0,323 do 0,230), ale i innych produktów żywnościowych. Najsilniejszymi tendencjami wzrostowymi charakteryzowały się preferencje w stosunku do używek (parametr preferencji wzrósł w latach 1990-1999 o blisko 50% - z poziomu 0,068 do 0,102) oraz nabiału i jaj. Na uzyskany rezultat dla używek (chodzi tu przede wszystkim o kawę, herbatę i napoje bezalkoholowe) mogła mieć wpływ poprawa zaopatrzenia rynku w latach dziewięćdziesiątych w wyniku liberalizacji rynku oraz efekt psychologiczny, który można scharakteryzować jako „efekt przeniesienia”, związany z niezaspokojonymi w latach gospodarki socjalistycznej potrzebami konsumpcyjnymi. Świadczy o tym fakt, że wzrost preferencji nastąpił w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych, a w latach późniejszych obserwowano niewielki ich spadek. Należy nadmienić, że zjawisko to nie jest charakterystyczne wyłącznie dla tej grupy produktów żywnościowych, dotyczy ono również innych dóbr konsumpcyjnych.

Widoczne są stopniowe zmiany w kierunku zdecydowanie zdrowszej niż dotychczas diety - wystąpiło osłabienie preferencji przypisywanych spożyciu mięsa, cukru i tłuszczów wraz ze wzmocnieniem rangi nabiału, ryb oraz owoców i warzyw.

4. Zróznicowanie preferencji w polskich gospodarstwach domowych w latach dziewięćdziesiątych

Przedmiotem badań dotyczących preferencji konsumpcyjnych w latach dziewięćdziesiątych w Polsce były także różnice występujące w tym zakresie między różnymi gospodarstwami domowymi w Polsce. Do obliczeń wykorzystano dane statystyczne o nominalnych wydatkach konsumpcyjnych w 1998 roku dla następujących grup gospodarstw domowych:

- pracowników ogółem,
- pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych,
- pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych,
- rolników,
- emerytów i rencistów.

Wyniki oszacowań współczynników preferencji konsumpcyjnych dla powyższych grup gospodarstw domowych zamieszczono w Tabelach 3 i 4. Znacznie szersze omówienie wyników uzyskanych w badaniu budżetów gospodarstw domowych i preferencji konsumpcyjnych w różnych grupach gospodarstw domowych można znaleźć w pracy Woroniecka (2002).

Tabela 4 zawiera wyniki dla gospodarstw domowych pracowników, w podziale na zatrudnionych na stanowiskach robotniczych i nierobotniczych, rolników oraz emerytów i rencistów, dotyczące preferencji w odniesieniu do podstawowych grup towarów i usług konsumpcyjnych, takich jak: żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie, higiena osobista, mieszkanie, zdrowie, transport i łączność oraz edukacja, kultura i rekreacja. Zgodnie z tymi wynikami, największą wagę konsumenci przykładają do wydatków na żywność i mieszkanie. W wydatkach na mieszkanie mieszczą się wydatki związane z wyposażeniem mieszkania i jego użytkowaniem, z wydatkami na czynsz i nośniki energii włącznie. Następne grupy dóbr konsumpcyjnych

według przypisywanych preferencji to: transport i łączność, usługi w zakresie edukacji, kultury, rekreacji i turystyki, odzież i obuwie, następnie napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe przed artykułami i usługami medycznym, na końcu: higiena osobista.

Tabela 5 zawiera wyniki oszacowań preferencji dla artykułów żywnościowych, takich jak: pieczywo i produkty zbożowe, mięso, ryby, nabiał i jaja, tłuszcze jadalne, owoce i warzywa, cukier i inne wyroby cukiernicze, a także używki, kawa, herbata i napoje bezalkoholowe w podziale na różne grupy gospodarstw domowych. Wśród dóbr żywnościowych najwyższymi preferencjami charakteryzuje się mięso i jego przetwory. Jest to cecha wspólna dla wszystkich rodzajów gospodarstw domowych. Dalsza kolejność produktów żywnościowych według przypisywanej im ważności uzależniona jest od tego, jakie gospodarstwa domowe są analizowane: dla większości konsumentów są to owoce i warzywa, ale już np. dla rolników nabiał i jaja, a dla pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych - pieczywo i produkty zbożowe. Jeśli jako grupę odniesienia przyjąć przeważające liczebnie pracownicze gospodarstwa domowe ogółem, to kolejność artykułów żywnościowych według preferencji konsumpcyjnych zaczynając od najwyższej jest następująca: mięso, owoce i warzywa, produkty zbożowe, nabiał i jaja, używki, cukier i inne wyroby cukiernicze, tłuszcze i na ostatnim miejscu ryby. Charakterystyczne dla wzorca żywieniowego w polskich gospodarstwach domowych jest przypisywanie najwyższego priorytetu spożyciu mięsa i wędlin, a najniższego – rybam.

Wyniki wskazują na znaczne różnice w preferencjach konsumpcyjnych w różnych grupach gospodarstw domowych. Największe dysproporcje występują między gospodarstwami pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych a gospodarstwami emerytów i rencistów oraz między gospodarstwami pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych a gospodarstwami rolniczymi. I tak, preferencje pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych różnią się istotnie od upodobań i wzorców konsumpcyjnych charakterystycznych dla emerytów i rencistów. Pracownicy zatrudnieni na stanowiskach nierobotniczych przywiązują dużo większą wagę do zakupów odzieży i obuwia (parametr preferencji $\lambda = 0,103$) niż emeryci i renciści (parametr preferencji $\lambda = 0,081$). Również wyżej niż emeryci cenią towary i usługi w zakresie transportu i telekomunikacji - parametr preferencji λ dla pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych dla tej grupy towarowo-usługowej wynosi 0,156, podczas gdy dla emerytów i rencistów zaledwie 0,102. Podobnie jest w przypadku usług w zakresie edukacji, kultury, rekreacji i turystyki - parametr preferencji λ dla pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych dla tych usług wynosi 0,129, podczas gdy dla emerytów tylko 0,078. Dla transportu i telekomunikacji oraz edukacji, kultury i rekreacji różnica w preferencjach, mierzonych wartością parametru λ , między pracownikami zatrudnionymi na stanowiskach nierobotniczych a emerytami przekracza 50%.

Rozważając preferencje konsumpcyjne w odniesieniu do żywności, największe różnice widoczne są między pracownikami zatrudnionymi na stanowiskach nierobotniczych (najniższa wartość parametru $\lambda = 0,231$) a rolnikami, którzy przywiązują największą wagę spośród wszystkich analizowanych grup gospodarstw domowych do spożycia żywności (parametr preferencji λ został oszacowany na

poziomie 0,344). Odwrotnie jest w przypadku wydatków na higienę osobistą. Tu najwyższymi preferencjami charakteryzują się pracownicy zatrudnieni na stanowiskach nierobotniczych (parametr preferencji $\lambda = 0,055$), a najniższymi - gospodarstwa rolnicze (parametr preferencji $\lambda = 0,040$). Do usług zdrowotnych największą wagę przywiązują emeryci i renciści, co jest oczywiste ze względu na przedział wieku i stan zdrowia członków tych gospodarstw (parametr preferencji λ wynosi 0,096), najmniejszą zaś - rolnicy ($\lambda = 0,057$). Wzorce konsumpcyjne i preferencje związane ze spożyciem alkoholu i wyrobów tytoniowych najbardziej różnią się w gospodarstwach domowych pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych (najwyższe preferencje, $\lambda = 0,069$) i nierobotniczych (najniższe preferencje, $\lambda = 0,052$).

Tabela 4. Współczynniki preferencji dla podstawowych grup towarów i usług konsumpcyjnych w podziale na grupy gospodarstw domowych

Współczynniki preferencji λ_i dla elastyczności substytucji $\sigma=1,5$						
Lp.	Grupy towarów i usług konsumpcyjnych	Gospodarstwa domowe pracowników			Gospodarstwa domowe	
		ogółem	na stanowiskach		rolników	emerytów i rencistów
			robotniczych	nierobotniczych		
1	Zywność	0,257	0,283	0,231	0,344	0,294
2	Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	0,061	0,069	0,052	0,064	0,056
3	Odzież i obuwie	0,099	0,097	0,103	0,099	0,081
4	Higiena osobista	0,052	0,049	0,055	0,040	0,043
5	Mieszkanie	0,216	0,221	0,212	0,184	0,250
6	Zdrowie	0,060	0,057	0,062	0,066	0,096
7	Transport i łączność	0,139	0,120	0,156	0,124	0,102
8	Edukacja, kultura i rekreacja	0,116	0,103	0,129	0,079	0,078

Źródło: opracowanie własne

Analizując wewnętrzną strukturę grupy towarowej „żywność” można zauważyć, że największe dysproporcje w preferencjach przypisywanych różnym artykułom żywnościowym dotyczą gospodarstw domowych pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych i gospodarstw rolników. Stosunkowo większą wagę, w porównaniu z rolnikami, pracownicy zatrudnieni na stanowiskach nierobotniczych przywiązują do spożycia ryb, owoców i warzyw oraz używek, kawy i herbaty, mniejszą zaś w stosunku do mięsa, pieczywa i produktów zbożowych, tłuszczów, cukru oraz nabiału i jaj. Szczególnie duże różnice występują w preferencjach konsumpcyjnych w odniesieniu do owoców i warzyw – parametr preferencji oszacowany dla gospodarstw pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych wynosi 0,166 i jest ponad dwukrotnie wyższy w porównaniu z parametrem preferencji uzyskanym dla gospodarstw rolników.

Tabela 5. Współczynniki preferencji konsumpcyjnych dla artykułów żywnościowych w podziale na grupy gospodarstw domowych

		Współczynniki preferencji λ_i dla elastyczności substytucji $\sigma=1,5$				
		Gospodarstwa domowe pracowników			Gospodarstwa domowe	
Lp.	Grupy towarów i usług konsumpcyjnych	ogółem	na stanowiskach		rolników	emerytów i rencistów
			robotniczych	nierobotniczych		
1	Pieczywo i produkty zbożowe	0,152	0,158	0,145	0,160	0,153
2	Mięso	0,238	0,244	0,230	0,275	0,237
3	Ryby	0,050	0,049	0,052	0,045	0,051
4	Nabiał i jaja	0,143	0,141	0,147	0,162	0,149
5	Tłuszcze jadalne	0,081	0,085	0,074	0,090	0,088
6	Owoce i warzywa	0,161	0,156	0,166	0,072	0,163
7	Cukier i inne wyroby cukiernicze	0,081	0,080	0,082	0,122	0,078
8	Używki, kawa, herbata	0,095	0,088	0,104	0,073	0,082

Źródło: opracowanie własne

5. Analiza struktury wydatków i preferencji konsumpcyjnych do 2004 roku

Pełne wyniki badań dochodów i wydatków konsumpcyjnych w Polsce oraz zmian zachodzących w strukturze budżetów gospodarstw domowych i w hierarchii preferencji zostały zawarte w pracy magisterskiej M. Terwińskiej (2006). W niniejszym rozdziale przedstawiono jedynie wybrane aspekty przeprowadzonej analizy.

Dla parametru substytucji funkcji CES jest równego 0 ($\rho=0$), tym samym współczynnika elastyczności substytucji równego 1 ($\sigma=1$), funkcja CES sprowadza się do funkcji Cobba-Douglasa (por. Welfe i Welfe, 2004, s. 57). Zakładając, że funkcja użyteczności, charakteryzująca użyteczność koszyka konsumpcyjnego, jest funkcją Cobba-Douglasa, stosunek parametrów preferencji przyjmuje uproszczoną postać (por. równania 9 i 10). Oznacza to, że w takiej sytuacji struktura preferencji pokrywa się ze strukturą nominalnych wydatków konsumpcyjnych. W konsekwencji współczynniki preferencji mogą być interpretowane jako udziały wydatków na poszczególne kategorie dóbr w wydatkach na dobra konsumpcyjne ogółem. Strukturę preferencji dla ogółu gospodarstw domowych przedstawia Tabela 6.

W roku 1996 na pierwszym miejscu konsumenci preferowali żywność i napoje bezalkoholowe, a na kolejnych miejscach znalazły się użytkowanie mieszkania i nośniki energii, transport, odzież i obuwie, rekreacja i kultura, wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego, zdrowie, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, edukacja, łączność (brak danych dotyczących restauracji i hoteli z tego okresu). Na koniec badanego okresu, w roku 2004, nastąpiły istotne zmiany w strukturze preferencji. Żywność i napoje bezalkoholowe, w stosunku do których preferencje utrzymywały się na najwyższym poziomie, straciły na znaczeniu, o

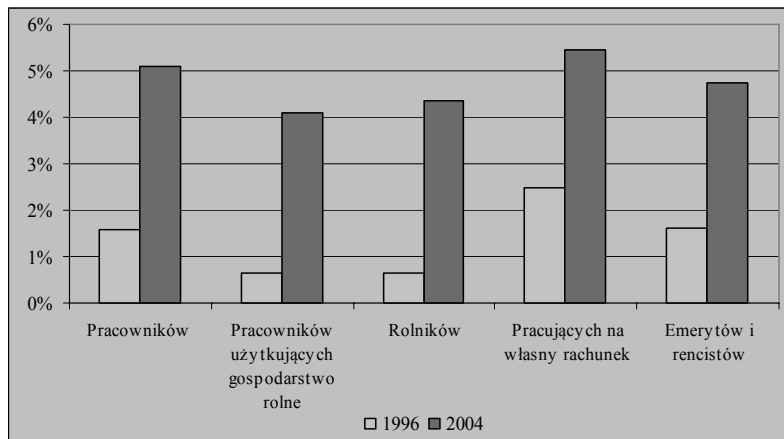
czym świadczy spadek współczynnika preferencji o 25,3% w analizowanym okresie. Jest to istotna zmiana, zwłaszcza w odniesieniu do kategorii dóbr, która stanowi przeszło jedną trzecią wszystkich realnych wydatków. Obniżyły się również preferencje konsumentów przypisywane odzieży i obuwiu, napojom alkoholowym i edukacji (edukacja była w 2004 najmniej preferowaną kategorią dóbr konsumpcyjnych). Bardzo zyskały na znaczeniu usługi konsumpcyjne, zwłaszcza łączność, ochrona zdrowia, a także dobra związane z czasem wolnym, czyli rekreacja i kultura oraz restauracje i hotele. Nadal istotną pozycję w strukturze preferencji zachowują: użytkowanie mieszkania i nośniki energii oraz transport.

Największym zmianom uległy preferencje w stosunku do łączności (Rys. 6). Ta tendencja dotyczy wszystkich gospodarstw domowych. Należy jednak pamiętać, że wydatki na łączność stanowią niewielką część wydatków, na przykład w gospodarstwach związanych z rolnictwem wydawano w przeliczeniu na 1 osobę mniej niż 2 zł, co stanowiło około 0,65% wszystkich wydatków konsumpcyjnych. Przy tak niskim poziomie wydatków nawet niewielki ich wzrost w istotny sposób przekłada się na dynamikę zmian.

Tabela 6. Struktura preferencji konsumpcyjnych gospodarstw domowych ogółem

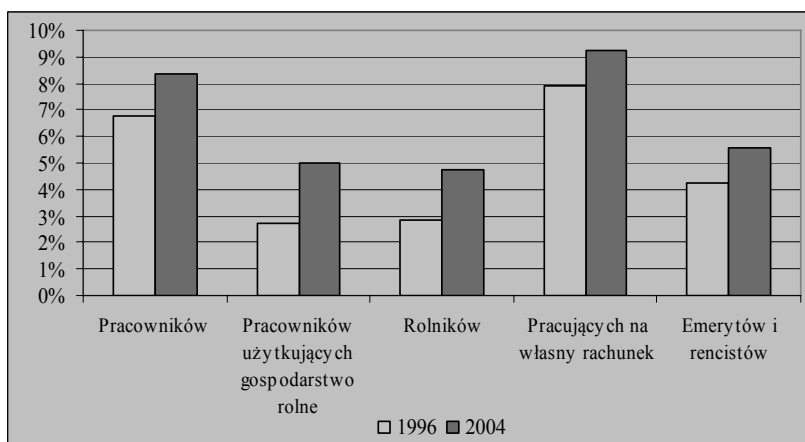
1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Zmiana w % 1996-2004
Żywność i napoje bezalkoholowe, w %									
39,21	37,40	35,06	32,33	32,87	32,22	30,81	29,01	29,31	-25,26%
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, w %									
3,22	3,26	3,30	3,28	3,20	3,17	3,12	2,98	2,86	-11,35%
Odzież i obuwie, w %									
7,32	7,27	7,00	6,32	5,87	5,50	5,47	5,35	5,15	-29,67%
Użytkowanie mieszkania i nośniki energii, w %									
18,17	18,49	18,38	19,05	18,90	19,62	20,77	21,95	21,15	16,40%
Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego, w %									
4,10	4,61	5,55	6,52	5,54	5,08	5,22	5,25	5,12	24,74%
Zdrowie, w %									
3,74	3,98	4,42	4,47	4,72	4,71	4,73	5,11	5,27	40,76%
Transport, w %									
8,87	8,44	8,66	9,64	9,25	9,14	8,91	8,95	9,47	6,68%
Łączność, w %									
1,50	1,85	2,32	2,87	3,73	4,47	4,70	4,89	4,88	225,07%
Rekreacja i kultura, w %									
5,53	5,82	6,49	7,01	6,75	6,78	6,72	6,85	7,07	27,83
Edukacja, w %									
1,98	2,06	1,29	1,38	1,53	1,54	1,68	1,60	1,58	-20,21%
Restauracje i hotele, w %									
0,00	0,00	1,26	1,40	1,50	1,45	1,69	1,81	1,84	46,73%

Źródło: opracowanie własne

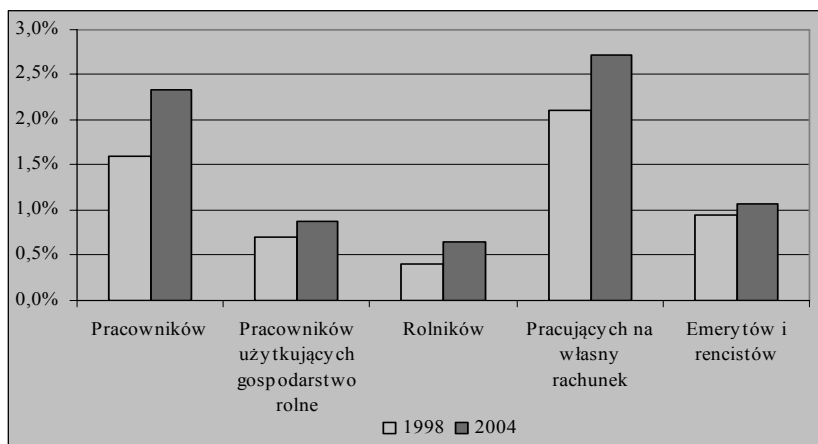


Rys. 6. Zmiany preferencji gospodarstw domowych w stosunku do grupy łączność
Źródło: opracowanie własne

Tendencje wzrostowe w zakresie preferencji dotyczą również rekreacji i kultury (Rys. 7) oraz restauracji i hoteli (Rys. 8). Największy wzrost preferencji odnotowały gospodarstwa, których wydatki na ten cel stanowiły w 1996 r. najmniejszy udział w wydatkach ogółem. Są to gospodarstwa związane z rolnictwem, które mimo dużych zmian w preferencjach nadal odbiegają pod tym względem od pozostałych gospodarstw domowych. Główną przyczyną takiego stanu rzeczy jest trudniejszy niż w przypadku mieszkańców miast, dostęp ludności wiejskiej do dóbr związanych z czasem wolnym.

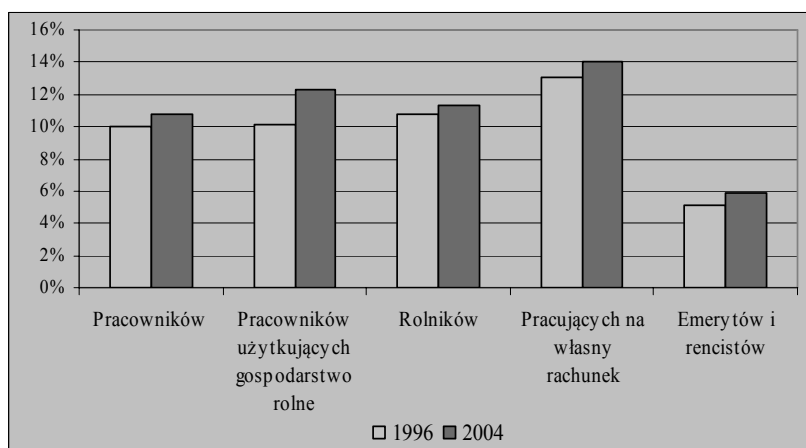


Rys. 7. Zmiany preferencji w stosunku do grupy rekreacja i kultura
Źródło: opracowanie własne



Rys. 8. Zmiany preferencji w stosunku do grupy hotele i restauracje
Źródło: opracowanie własne

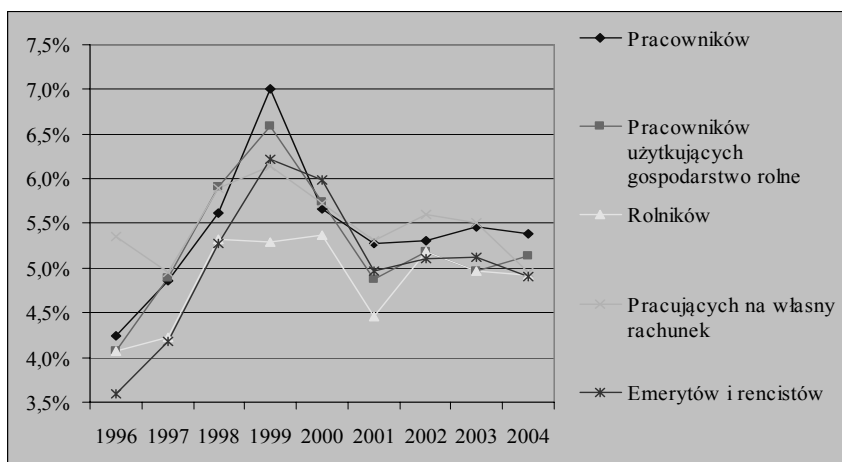
Preferencje w stosunku do transportu również wykazywały tendencje wzrostową (Rys.9). Największy ich wzrost odnotowały gospodarstwa pracowników użytkujących gospodarstwa rolne, które po gospodarstwach pracujących na własny rachunek miały najwyższe preferencje w tym zakresie. Najmniejszą wagę do tej grupy dóbr konsumpcyjnych przywiązują emeryci i renciści. Rosnące preferencje w odniesieniu do transportu są następstwem relatywnego spadku cen, a co za tym idzie wzrostu popytu na samochody. Ponadto ta grupa dóbr konsumpcyjnych obejmuje również wydatki na eksploatację środków transportu. Wydatki na paliwa i inne materiały eksploatacyjne oraz usługi serwisowe, stanowiące dobra komplementarne, rosną wraz ze wzrostem popytu na samochody.



Rys. 9. Zmiany preferencji konsumpcyjnych w stosunku do grupy transport
Źródło: opracowanie własne

Udział kosztów użytkowania mieszkania i nośników energii w wydatkach ogółem był najwyższy, zarówno na początku jak i na końcu badanego okresu, w rodzinach pracowników oraz emerytów i rencistów. Taki poziom preferencji uzasadnić można specyfiką poszczególnych grup gospodarstw domowych. Najbardziej znaczący wzrost w preferencjach przypisywanych omawianej kategorii dóbr konsumpcyjnych dotyczył gospodarstw pracujących na własny rachunek (wzrost współczynnika preferencji o 27,2%). W następnej kolejności znalazły się gospodarstwa pracowników, emerytów i rencistów, pracujących na własny rachunek i rolników.

Wyrównaniu uległy preferencje konsumentów w zakresie wyposażenia mieszkania i prowadzenia gospodarstwa domowego (Rys. 10). W roku 2004 udział wydatków na tę grupę dóbr kształtował się w przedziale 4,91% - 5,39% i w stosunku do roku 1996 zmniejszył się w gospodarstwach pracujących na własny rachunek oraz wzrósł w pozostałych gospodarstwach domowych. Zmiany w poziomie preferencji w stosunku do wydatków mieszkaniowych, spowodowane były, poza czynnikami omówionymi wcześniej, zmianami w przepisach dotyczących podatku od osób fizycznych i korzystania z ulgi budowlano-mieszkaniowej.



Rys. 10. Zmiany preferencji konsumpcyjnych w stosunku do grupy wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego

Źródło: opracowanie własne

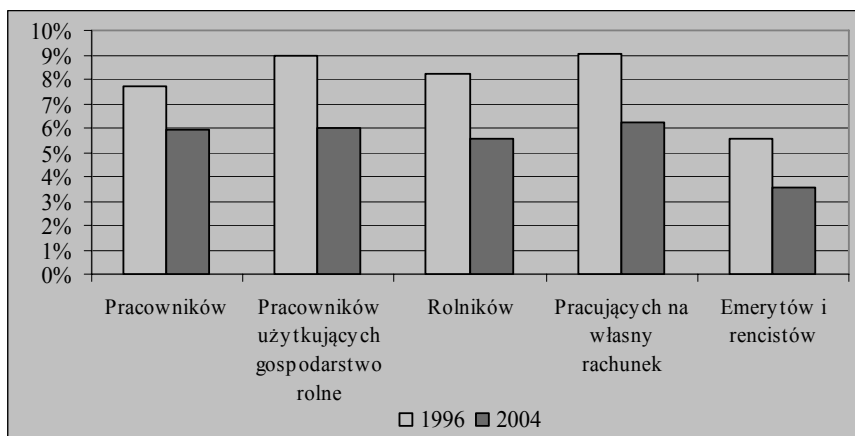
Stopniowemu wzrostowi ulegały preferencje przypisywane ochronie zdrowia. Spośród wszystkich typów gospodarstw domowych ta grupa towarów i usług konsumpcyjnych była najważniejsza dla gospodarstw emerytów i rencistów, a następnie kolejno dla rolników, pracowników użytkujących gospodarstwa rolne, pracowników i pracujących na własny rachunek. Gospodarstwa emerytów i rencistów, które ze względu na wiek i stan zdrowia zmuszone są do najczęstszego korzystania z usług służby zdrowia, wydawały na ten cel dwukrotnie więcej niż inne gospodarstwa domowe. Mimo to, z powodu trudności finansowych nie były one w stanie, podobnie jak i inne mniej zamożne gospodarstwa, realizować swych potrzeb w zakresie ochrony zdrowia. Występowanie trudności w korzystaniu z usług opieki medycznej

wynikające z ograniczonego budżetu gospodarstw domowych potwierdzają dane GUS. W wyniku badania przeprowadzonego przez GUS stwierdzono, że spośród gospodarstw domowych, w których występowała konieczność skorzystania z przedstawionych w ankiecie świadczeń (www.stat.gov.pl, s. 69):

- 34,8% nie realizowało recept lub nie wykupiło zalecanych leków;
- 30,2% nie leczyło zębów, mimo że istniała taka potrzeba,
- 19,3% zrezygnowało z wizyt u lekarza;
- 26,6% zrezygnowało z badań specjalistycznych, zabiegów rehabilitacyjnych, wyjazdów do sanatorium;
- 4,5% zrezygnowało z leczenia szpitalnego.

Zmiana preferencji w stosunku do edukacji w największym stopniu dotyczyła gospodarstw rolników, które odnotowały spadek preferencji o ponad 41%. Inne gospodarstwa domowe również przywiązywały coraz mniejszą wagę do edukacji w porównaniu z pozostałymi dobrami konsumpcyjnymi.

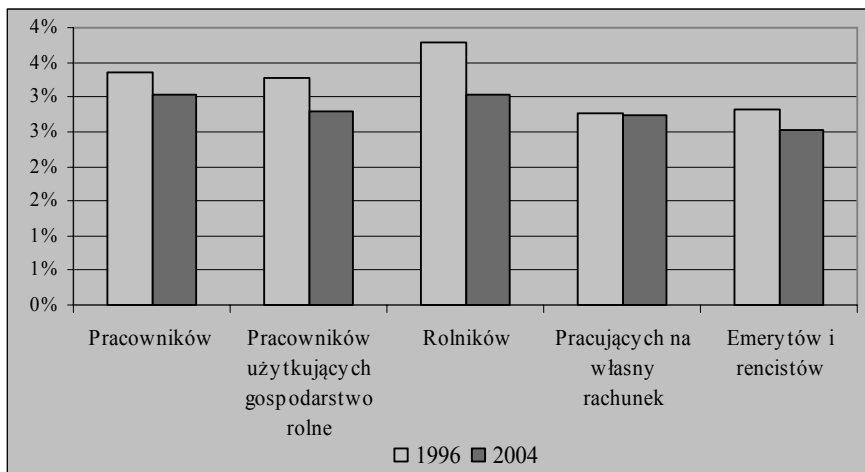
Obniżyły się również preferencje w stosunku do odzieży i obuwia (Rys. 11). Zwłaszcza na koniec analizowanego okresu pozostawały one na podobnym poziomie w większości gospodarstw domowych. Jedynie gospodarstwa emerytów i rencistów posiadają niższe preferencje w stosunku do tej grupy towarów konsumpcyjnych. Na takie tendencje może mieć wpływ relatywny (w stosunku do innych dóbr) spadek cen odzieży i obuwia.



Rys. 11. Zmiany preferencji konsumpcyjnych w stosunku do grupy odzież i obuwie
Źródło: opracowanie własne

Tendencja spadkowa w preferencjach obejmowała także napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe (Rys. 12). Największy spadek dotyczył gospodarstw rolników (w roku 1996 preferencje rolników przypisywane tej grupie dóbr były największe), a najmniejszy - charakteryzował pracujących na własny rachunek (najniższe preferencje w 1996). Podobnie jak w przypadku odzieży i obuwia, w tej grupie wydatków

również z biegiem czasu preferencje różnych gospodarstw domowych wyrównują się.



Rys. 12. Zmiany preferencji konsumpcyjnych w stosunku do grupy napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych

Źródło: opracowanie własne

6. Podsumowanie

Informacje na temat preferencji konsumpcyjnych można uzyskiwać na podstawie badań ankietowych konsumentów, wywiadów, testów, itp. W prezentowanej pracy proponuje się inne podejście - zastosowanie metodologii wykorzystującej model racjonalnych decyzji konsumenta. Jest to próba odpowiedzi na pytanie jak wnioskować o preferencjach konsumpcyjnych dysponując modelem decyzji konsumenta oraz informacją na temat skutków podjętych decyzji (poziom i struktura spożycia) w danych warunkach rynkowych (ceny, dochody).

Podejście to zastosowano do oszacowania współczynników dla polskich gospodarstw domowych w okresie transformacji począwszy od 1990 roku. Analiza dotyczyła preferencji konsumpcyjnych podstawowych grup towarów i usług konsumpcyjnych nabywanych przez gospodarstwa domowe, takich jak: żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie, mieszkanie, higiena osobista, zdrowie, transport i łączność, edukacja, kultura i rekreacja, a także artykułów żywnościowych, takich jak: pieczywo i produkty zbożowe, mięso, ryby, nabiał i jaja, tłuszcze, owoce i warzywa, cukier i inne wyroby cukiernicze, używki, w tym kawa, herbata i napoje bezalkoholowe. Badaniem objęte zostały budżety różnych gospodarstw domowych: pracowników ogółem, w tym pracowników zatrudnionych na stanowiskach robotniczych i nierobotniczych, rolników, emerytów i rencistów.

Należy zaznaczyć, że w przedstawionej analizie nie zostały uwzględnione niektóre aspekty zmian w zachowaniach konsumpcyjnych, w szczególności abstrahuje się od skądinąd niezmiernie istotnych i ważkich zagadnień, związanych ze wzrostem znaczenia kredytu w finansowaniu wydatków konsumpcyjnych.

Wyniki wskazują na tradycyjny system preferencji konsumpcyjnych, w tym również preferencji żywieniowych w Polsce. Wysoki współczynnik preferencji dla żywności wynika po części ze stosunkowo niskiego poziomu dochodów realnych *per capita* oraz z przyzwyczajeń konsumpcyjnych Polaków. Tradycyjny model żywienia znajduje również odzwierciedlenie w strukturze preferencji w zakresie podstawowych artykułów żywnościowych, przykładowo mięso znalazło się na pierwszym, a ryby na ostatnim miejscu w systemie preferencji żywieniowych.

Poszczególne grupy gospodarstw domowych charakteryzują się odmiennymi preferencjami konsumpcyjnymi. Analiza wyników wskazuje na specyfikę systemów preferencji rolników, emerytów i rencistów oraz pracowników zatrudnionych na różnych stanowiskach pracy. Najnowocześniejszą w Polsce strukturą preferencji, najbardziej zbliżoną do krajów wysoko rozwiniętych, charakteryzują się gospodarstwa domowe pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych. Informację tę można wykorzystać przy opracowaniu projekcji przyszłych ścieżek preferencji konsumpcyjnych. W prognozowaniu preferencji można oprzeć się na założeniu o konwergencji wzorców konsumpcyjnych i przyjąć, że występuje proces nadszycenia preferencji konsumentów za wzorcami stanowiącymi przez konsumentów o wyższych dochodach, konsumentów charakteryzujących się wyższym standardem życia i nowocześniejszą hierarchią potrzeb. System preferencji gospodarstw domowych pracowników zatrudnionych na stanowiskach nierobotniczych mógłby więc służyć jako punkt odniesienia dla preferencji, jako swoisty wzorzec konsumpcyjny, za którym w przyszłości nadszycenia będą gospodarstwa domowe w Polsce.

W Polsce w analizowanym okresie nastąpiła istotna zmiana w strukturze preferencji konsumpcyjnych. Należy zwrócić uwagę przede wszystkim na rosnące znaczenie usług. Konsumenci przypisywali coraz większą wagę usługom konsumpcyjnym, takim jak transport i łączność, ochrona zdrowia, usługi mieszkaniowe. Odbywało się to przede wszystkim kosztem żywności. W analizowanym okresie ranga żywności w hierarchii preferencji konsumpcyjnych nieustannie malała. Ponadto modyfikacji uległy preferencje żywieniowe Polaków – zwiększył się udział takich artykułów żywnościowych jak: używki, nabiał oraz owoce i warzywa kosztem przede wszystkim mięsa, cukru i tłuszczów.

O zmianach w strukturze preferencji i spożycia w Polsce w okresie transformacji zdecydował splot wielu czynników i tendencji. Z jednej strony obserwuje się zbliżenie do zachodnioeuropejskich wzorców konsumpcyjnych w wyniku otwarcia Polski na świat. Nie bez znaczenia pozostaje tu pełna dostępność na rynku towarów z importu oraz charakterystyczne dla zachowań nabywców zjawisko przenikania wzorców, stylu życia, preferencji z grup społecznych osiągających wyższe dochody do grup mniej zamożnych konsumentów. Z drugiej strony nie można bagatelizować ciągle jeszcze dużego znaczenia przyzwyczajeń konsumpcyjnych, uwzględniając w tym zarówno tradycje narodowe, jak i bagaż doświadczeń okresu gospodarki niedo-

borów. Należy tu wskazać między innymi na efekty przeniesienia niezaspokojonego popytu lat osiemdziesiątych, występujące szczególnie w fazie początkowej okresu transformacji. Przyczyniły się do tego procesy urynkowania gospodarki i stopniowego przekształcania rynku producenta w rynek konsumenta. Nie można nie wspomnieć o wpływie postępu technicznego na strukturę konsumpcji. Również pojawianie się nowych produktów i usług konsumpcyjnych, szczególnie w zakresie informatyki i telekomunikacji znajduje wyraźne odzwierciedlenie w zmianach struktury spożycia, potrzeb i preferencji konsumpcyjnych.

Literatura

- Blok F. (2005) *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wydawnictwa Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
- Bombol M. (1989) *Poziom i struktura konsumpcji w Polsce i wybranych krajach jako miernik poziomu życia*. Centrum Informacji Naukowej Technicznej i Ekonomicznej, Warszawa.
- Bywalec C., Rudnicki L. (2002) *Konsumpcja*. PWE, Warszawa.
- Deniszczyk L., Sajkiewicz B. (1996) *Kategoria minimum socjalnego*. W: *Polska bieda. Kryteria. Ocena. Przeciwdziałanie*, red. S. Golimowska. Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa.
- Gadomski J., Woroniecka I. (1999) *Structure and Productivity During a Simulated Transition. The Polish Case*. W: L. Punzo, red., *European Economies in Transition*, McMillan, Siena.
- Gadomski J., Woroniecka I. i in. (1998) *A Dynamic Model of Polish Economy in Transition*, J.W. Owiński, red., Polish Operational and Systems Research Society, Warszawa.
- Gajewski S. (1994) *Zachowanie się konsumenta, a współczesny marketing*. Uniwersytet Łódzki, Łódź.
- Garbarski L. (2002) *Zachowania nabywców*. PWE, Warszawa.
- Grzega U. (2005) *Wydatki i konsumpcja gospodarstw domowych w Polsce i ocena ich racjonalności*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Gulbicka B. (2002) *Analiza spożycia żywności w Polsce i w UE*. WSISiZ, Warszawa.
- Jorgenson, Dale W. (1997) *Welfare*. The MIT Press, London.
- Kotler P. (1999) *Marketing, Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Felberg SJA, Warszawa.
- Kramer J. (1997) *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*. PWE, Warszawa.
- Kramer J., Kędzior Z., Żabiński L. (1995) *Zachowania podmiotów sfery konsumpcji w warunkach transformacji do gospodarce rynkowej. Gospodarka i przyszłość*, 3.
- Kramer J. (1993) *Konsumpcja: prawidłowości, struktura, przyszłość*. PWE, Warszawa.
- Krasiński Z., Piasny J., Szulce H. (1984) *Ekonomika konsumpcji*. PWN, Warszawa.
- Rogoziński K. (1992) *Związki czasu wolnego z konsumpcją*. W: Cieloch G., Kuczyński J., Rogoziński K., *Czas wolny – czasem konsumpcji?* PWE, Warszawa.
- Rudnicki L. (1994) *Konsumpcja w gospodarstwach domowych w okresie recesji gospodarczej*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Rytlewska G., Huszczonek E. (2004) *Zmiany w popycie na kredyt gospodarstw domowych*. NBP Departament Komunikacji Społecznej, *Materiały i Studia*, Zeszyt 172, Warszawa.
- Strelau J., Ciarkowska W., red. (1992) *Różnice indywidualne: możliwości i preferencje*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Szwacka-Salmonowicz J., Zielińska Z. (1996) *Hierarchia potrzeb żywnościowych w 1993 roku na tle potrzeb 1986 roku*. IRWiR PAN, Warszawa.

- Terwińska M. (2006) Analiza zmian w poziomie i strukturze konsumpcji polskich gospodarstw domowych w latach 1996-2004 z uwzględnieniem preferencji konsumpcyjnych. Praca magisterska pod kierunkiem I. Woronieckiej, Wydział Informatycznych Technik Zarządzania Wyższej Szkoły Informatyki Stosowanej i Zarządzania.
- Turner J.H. (1998) *Socjologia. Koncepcje i ich zastosowanie*. Zysk i S-ka, Poznań.
- Welfe W., Welfe A. (2004) *Ekonometria stosowana*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Woroniecka I. (2002) Preferencje konsumpcyjne. Oszacowania na podstawie modelu konsumpcyjnego konsumenta. W: *Badania operacyjne i systemowe wobec wyzwań XXI wieku. Społeczeństwo informacyjne a badania operacyjne i zarządzanie*, J.W. Owsiniński, A. Straszak, red. Akademicka Oficyna Wydawnicza EXIT, Warszawa.
- Woroniecka I. (2003). Zmiany w preferencjach konsumpcyjnych w Polsce w okresie transformacji. *Ekonomista*, 3.
- www.stat.gov.pl, Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2003r. w świetle badań budżetów gospodarstw domowych
- Żelazna K., Kowalczyk I., Mikuta B. (2002) *Ekonomika konsumpcji, elementy teorii*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.