

GLOBALIZACJA KONSUMPCJI A ROZWÓJ REGIONALNY

Dariusz KIEŁCZEWSKI*

Globalizacja konsumpcji stanowi jeden z wymiarów procesu globalizacji. Można wymienić kilka jej przejawów: dokonuje się zbliżenie stylów życia w skali światowej, ukonstytuowała się globalna polityka konsumpcji, globalizacji ulegają też skutki ekologiczne spożycia. Celem artykułu jest nakreślenie najważniejszych płaszczyzn tego procesu, a następnie wskazanie szans i zagrożeń dla rozwoju regionalnego, jakie zeń wynikają.

1. Homogenizacja i heterogenizacja konsumpcji jako konsekwencje globalizacji

Procesy globalizacji konsumpcji prowadzą równocześnie do homogenizacji, czyli zbliżenia stylów życia oraz do heterogenizacji, czyli wzrostu zróżnicowania stylów życia.

Zbliżeniu stylów konsumpcji sprzyjają: rozwój telewizji satelitarnej, sieci komputerowych i Internetu; standardyzacja dóbr i usług; łatwość przemieszczania się; ułatwienia płatności dzięki wprowadzeniu kart płatniczych; ekspansja międzynarodowych sieci handlowych; globalizacja mediów i reklamy; ujednolicanie się preferencji konsumentów w skali międzynarodowej (np. występowanie popytu na podobne produkty typu *high tech* – laptopy, telefony komórkowe); powstawanie gigantycznych struktur dystrybucyjnych, unifikacja oferty centrów handlowych. Proces ten najczęściej postrzega się jako zagrożenie cywilizacyjne, ponieważ stwarza niebezpieczeństwo wobec celu zachowania różnorodności kulturowej. Wynika to z faktu, że tęsknoty społeczeństw krajów rozwijających się za konsumpcyjnym stylem życia Zachodu są wielkie, co dobitnie wyraża afrykański pisarz Wole Soyinka w jednej ze swoich powieści: *droga bita przebiegnie tędy i przyniesie nam zwyczaje miejskie. Kupimy wszystkim kobietom patelnie z aluminium, bo wyroby garncarskie są prymitywne i antyhygieniczne. Każdy mężczyzna będzie miał prawo tylko do jednej kobiety (...). Spalimy las, zetniemy drzewa, potem będziemy pielęgnować park publiczny dla zakochanych. Codziennie będziemy drukować gazety ze zdjęciami ponętnych dziewcząt. Musimy przestać pić napój palmowy i wziąć się za picie herbaty z cukrem i mlekiem* [cyt. za: 9, s. 88]. Proces ten ma jednak także strony korzystne. Ze względu na obniżenie kosztów produkcji, produkty masowe (fordowskie) stają się łatwiej dostępne dla uboższych konsumentów. Ułatwia to walkę z ubóstwem i przyczynia się do wzrostu demokratyzacji konsumpcji.

* dr Dariusz Kielczewski, Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomiczny

Przepływ informacji o stylach życia nie tylko sprzyja rozpowszechnianiu się hiperkonsumpcji, ale często odgrywa funkcję edukacji międzykulturowej i przyczynia się do wzrostu zainteresowania różnorodnością kulturową i jej konsumpcją za pośrednictwem korzystania z usług turystycznych, co stwarza możliwości rozwojowe także krajom rozwijającym się. Demokratyzacja konsumpcji prowadzi do wzrostu znaczenia efektu snoba, co stwarza popyt na produkty postfordowskie cechujące się niepowtarzalnością przede wszystkim w krajach wysoko rozwiniętych. Zachodni styl życia z jednej strony wzbudza chęć naśladowania (mcdonaldyzacja), ale z drugiej także chęć ochrony własnej tożsamości kulturowej (ruch dżihad), a nawet wrogość, co z kolei może przyczyniać się do wzrostu napięć społecznych w skali globu, generalnie zaś sprzyja wzrostowi tendencji do heterogenizacji konsumpcji.

Heterogenizacji sprzyjają: zróżnicowanie kulturowe; postmodernizm; rozwój produktów postfordowskich i ich intensywny marketing; rozwarstwienie dochodów w poszczególnych krajach połączone z obawą przed utratą pracy, które często wyzwała i wzmacnia postawy etnocentryczne, bowiem zagrożenie utratą pracy kojarzone jest zwykle z globalizacją; polityka państw ograniczająca rozwój gigantycznych sieci handlowych (hipermarketów) będących najważniejszymi kanałami dystrybucji produktów globalnych [10].

Zróżnicowanie kulturowe społeczeństw różnicuje obyczaje konsumenckie. B. Mróz podaje w tym kontekście rozliczne przykłady dotyczące konsumpcji żywności [10]: w Niemczech konsumenci preferują gotowe zupy w puszkach, w USA zupy skondensowane, a we Włoszech wszelkie formy żywności konserwowanej są postrzegane negatywnie; do podstawowych produktów w krajach skandynawskich należy mleko i jego przetwory, a w Chinach mleko podaje się wyłącznie dzieciom; w niektórych krajach (Chile, Nigeria) zakupów żywności dokonuje się codziennie w małych ilościach, co wynika z dużego przywiązania do kontaktów osobistych nabywcy ze sprzedawcą będących swoistym rytuałem towarzyskim, natomiast w USA i Kanadzie zakupy robi się rzadko i zawsze w dużych ilościach, traktując kontakty ze sprzedawcami w sposób czysto instrumentalny, anonimowy. Zróżnicowanie kulturowe wyzwała procesy kreolizacji (glokalizacji), czyli dostosowania importowanych dóbr i usług do własnych oczekiwań i celów danej społeczności. Dobrym przykładem kreolizacji jest McDonald's, korporacja znana na całym świecie i często przywoływana jako sztandarowy przykład fenomenu globalizacji. W 1997 roku przeprowadzono badania na temat percepcji barów McDonald's w kilku krajach Dalekiego Wschodu (Chiny, Hongkong, Tajwan, Korea Południowa, Japonia), z których wynika, że o ile w USA restauracje firmy są traktowane jak miejsca, gdzie można zjeść tani i szybki posiłek, o tyle w Chinach są one postrzegane jako przykład nowoczesności i symbol kultury amerykańskiej, dlatego stały się miejscem spotkań towarzyskich i traktuje się je jak ekskluzywne restauracje. W Japonii w McDonald's można odnaleźć rozliczne potrawy odpowiadające lokalnym

upodobaniom kulinarnym. W pozostałych krajach Dalekiego Wschodu McDonald's jest popularny głównie wśród młodzieży i matek z małymi dziećmi.

Popularność postmodernizmu, czyli światopoglądu głoszącego radykalny relatywizm i brak istnienia uniwersalnych wartości we wszystkich możliwych sferach życia społecznego przyczynia się do wzrostu popularności konsumpcji postmodernistycznej podkreślającej różnorodność wartości i indywidualność konsumenta. Stąd zaś bierze się wzrost popytu na dobra i usługi cechujące się wysokim poziomem zindywidualizowania.

Świadomość postmodernistyczna konsumentów wiąże się z:

- przywiązaniem do indywidualizmu: brak uniwersalnych punktów odniesienia, jednolitej ideologii, współistnieją tradycyjne i nowoczesne style życia; tradycja europejska nakłada się na tradycje egzotyczne, we wzornictwie przemysłowym łączy się elementy tradycji różnych kultur często celowo, tworząc wrażenie nadmiernego eklektyzmu; każdy sposób eksponowania własnej odrębności jest dozwolony byle nie wchodził w konflikt z wolnością innych,
- pesymizmem: zwątpienie w idee modernistyczne wzbudza w konsumentach poczucie lęku o przyszłość świata i stan relacji międzyludzkich; rodzi z jednej strony sceptycyzm ideologiczny i poznawczy, z drugiej zaś chęć powrotu do tradycyjnych stylów życia i systemów wartości; postmodernizm wiąże się więc z rozwojem antykonsumpcjonizmu i ekonomii solidarnej, a także z rosnącą popularnością domocentryzmu i etnocentryzmu (jako próbie przeciwstawienia się globalizacji w sensie ujednolicenia światowej kultury),
- antropomorfizacją konsumpcji: konsumenci poszukują dóbr, które nie tyle zaspokajają ich potrzeby, ale zawierają w sobie pewne kulturowe symbole, spełniają indywidualne tęsknoty i marzenia,
- wirtualizacją konsumpcji: przywiązanie do rzeczywistości wirtualnej, kreowanej nie tylko przez niematerialny świat Internetu oraz gier komputerowych, ale także przez przedmioty materialne: parki rozrywki, skansemy, sztucznie wykreowane plenery do złudzenia przypominające naturalne jaskinie, obiekty historyczne itp.,
- konsumpcją różnorodności kulturowej: w oczach postmodernistycznego konsumenta każdy przejaw odrębności danego stylu życia jest niezwykle atrakcyjnym towarem, jest on bowiem typem człowieka – turysty, kolekcjonera wrażeń, opowieści, poszukiwacza zmian, odmienności, człowieka nieustannie uczącego się, poszukującego nowych form, które mogą wyrazić jego indywidualną ekspresję; w warunkach konsumpcji postmodernistycznej właściwie wszystko może stać się niebywale popularnym produktem,
- różnorodnością motywacji w decyzjach konsumenckich.

Takie cechy świadomościowe jednoznacznie wspierają procesy heterogenizacji konsumpcji.

Z kolei prowadzona z różnorodnych pozycji światopoglądowych niekiedy bardzo radykalna krytyka globalizacji sprawia, że wzrasta tendencja do etnocentryzmu, czyli preferowania produktów lokalnych i regionalnych kosztem produktów globalnych. Stanowi to praktyczny wyraz obaw wobec globalizacji.

2. Globalna polityka ochrony konsumenta

Elementem globalnego systemu konsumpcji jest międzynarodowa polityka ochrony konsumentów. Podejmuje się głównie zagadnienie walki z głodem i ubóstwem, dostępu do oświaty i służby zdrowia.

Strategia przeciwdziałania klęskom głodu i ubóstwa staje się coraz bardziej wielowymiarowa i zróżnicowana, choć jej skuteczność nadal jest ograniczona i wciąż znacznie łatwiej jest określić cele polityki, niż je realizować (tabela 1).

Zadania polityki międzynarodowej w zakresie walki z głodem są określone następująco:

- zmniejszenie do 2015 r. o połowę liczby osób żyjących w skrajnym ubóstwie,
- zapewnienie powszechnego dostępu do edukacji na poziomie podstawowym przy eliminacji dyskryminacji dziewcząt w zakresie edukacji podstawowej i na poziomie średnim,
- redukcja o 65% śmiertelności dzieci i o 75% śmiertelności matek,
- wdrożenie strategii trwałego i zrównoważonego rozwoju opartych głównie na dążeniu do zatrzymania destrukcji zasobów środowiska.

Podczas konferencji w Johannesburgu jako jeden z warunków poprawy poziomu życia konsumentów w krajach najuboższych wskazano uczciwy handel zagraniczny, przede wszystkim ograniczenie barier importu oraz subsydiowania eksportu żywności przez kraje wysoko rozwinięte. Pozwoliłoby to na wzrost eksportu żywności przez te kraje, które nadal stanowią typ społeczeństwa agrarnego i rolnictwo jest ich jedyną przewagą komparatywną. Jest to sposób myślenia postrzegający szansę w procesach globalizacji i kontrolowanej liberalizacji gospodarki światowej. Stanowi to istotny przełom w postrzeganiu globalizacji, która jest odbierana raczej jako proces przyczyniający się do wzrostu kontrastów w poziomie życia konsumentów na świecie. Taki pogląd głoszą przede wszystkim ruchy alterglobalistyczne: *Neoliberalna globalizacja prowadzi do nasilania nierówności między Północą i Południem, kobietami i mężczyznami, wysokimi i niskimi płacami, zatrudnionymi i bezrobotnymi (...). Dzieje się tak we wszystkich dziedzinach: od ochrony zdrowia po informację, od poziomu życia po dostęp do usług* [cyt. za 5, s. 9].

TABELA 1.

Strategie walki z głodem

STRATEGIE WALKI Z KLĘSKAMI GŁODU	
Tradycyjne systemy ochrony przed głodem	Są to uwarunkowane kulturowo formy zabezpieczania się lokalnych społeczności przed klęskami głodu: tworzenie zapasów, wzajemne obdarowywanie się, okresowe przybieganie na wadze, migracje itp
Systemy wczesnego ostrzegania	Monitorowanie sytuacji społeczno-gospodarczej, ostrzeganie przed klęskami nieurodzaju i klęskami żywiołowymi
Strategia zaopatrzenia bezpośredniego	Ochrona uprawnienia do żywności; bezpośrednie dowożenie żywności do miejsc, gdzie jej brakuje
Wykorzystanie wolnego rynku i dystrybucji	Przesunięcie za pośrednictwem prywatnych kupców żywności na obszary objęte głodem w celu obniżenia cen; także komercyjny import na konto rządu
Zapasy rządowe i zapobieganie spekulacjom	Pozwalają stabilizować ceny i powstrzymać większość działań spekulacyjnych przez wzbudzenie zaufania publicznego
Strategia pomocy gotówkowej	Bezpośrednie transfery pieniężne gotówkowe i bezgotówkowe (karty płatnicze przeznaczone na zakup żywności)
Strategia kreowania zatrudnienia	Organizacja publicznych programów zatrudnienia
STRATEGIE ZWALCZANIA UTRWALONYCH FORM GŁODU I UBÓSTWA	
Strategia samowystarczalności, dywersyfikacja i uprzemysłowienie	Dążenie do samowystarczalności żywnościowej państw oraz zróżnicowania produkcji rolnej, a w dalszej perspektywie rozwój innych dziedzin gospodarki
Strategia zabezpieczenia za pośrednictwem wzrostu	Promowanie wzrostu gospodarczego przy realizacji polityki pełnego zatrudnienia
Strategia zabezpieczenia kierowanego wsparciem	Pomoc społeczna w zakresie zabezpieczenia dostępu do zatrudnienia, redystrybucji dochodu, świadczeń opieki zdrowotnej, edukacji
Strategia przeciwdziałania konfliktom zbrojnym	Wojny zwiększają podatność na klęski głodu przez zniszczenie upraw, zasobów ziemi, środowiska; doprowadzenie do masowych migracji oraz wzrost wydatków wojennych
Strategia uwłaszczenia	Jest to koncepcja H. De Soto, według której do walki z głodem należy wykorzystać przedsiębiorczość obywateli krajów rozwijających się poprzez precyzyjne określenie i, jeśli to konieczne, nadanie im praw własności do użytkowanych dóbr kapitałowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [8]

Warto zaznaczyć, że raporty międzynarodowe zupełnie przeciwnie oceniają społeczne konsekwencje tych procesów. Według raportu opracowanego

przez Program Narodów Zjednoczonych na rzecz Rozwoju z 1999 roku w 1960 roku dochód na głowę mieszkańca w najbogatszych krajach świata był 30 razy wyższy niż w najbiedniejszych, a w 1997 roku już 74 razy [5], co stanowi drastyczny wzrost różnic, jaki dokonał się w tym okresie (raport jest koronnym argumentem przeciwników globalizacji). Jednak inne raporty opublikowane po 2000 roku zawierają wnioski przeciwstawne. Według Banku Światowego liczba osób żyjących poniżej minimum egzystencji zmniejszyła się w ostatniej dekadzie także w liczbach bezwzględnych i w 2000 roku wynosiła 1,2 mld (w 1990 roku 1,4 mld), zatem wzrost poziomu życia był szybszy niż przyrost naturalny [16]. Sala-i-Martin [14] oraz Jeancourt-Galignani i Trainar wskazują w swoich raportach, że teza o wzroście różnic między państwami uwzględnia wyłącznie różnicę między krajami najwyżej rozwiniętymi a krajami najuboższymi, ale nie bierze pod uwagę ogółu państw, tymczasem uwzględnienie wszystkich państw i wszystkich grup konsumentów w porównaniach wskazuje raczej na poprawę sytuacji materialnej konsumentów. Z raportów tych wynika, że tendencja do wzrostu nierówności między krajami uległa odwróceniu od początku lat osiemdziesiątych, co stanowi efekt wzrostu gospodarczego w krajach takich, jak Chiny, Indie, Korea Południowa, Tajwan, Sri Lanka, Hongkong, kraje ASEAN, Chile, Uganda, Botswana, Gwinea oraz Mauritius, które zamieszkiwane są przez ponad połowę ludzkości. Zarazem Sala-I-Martin zauważa, że szereg krajów rozwijających się nadal ulega silnym procesom marginalizacji, co dotyczy zwłaszcza Korei Północnej oraz większości krajów Afryki. Przyczyny tego stanu rzeczy starają się wyjaśnić Dollar i Kraay [3], którzy dokonując porównania prawidłowości rozwojowych poszczególnych krajów rozwijających się, dostrzegają pozytywny związek między globalizacją a przyspieszeniem rozwoju wybranych państw. Podkreślają, że wzrost gospodarczy w krajach o otwartych gospodarkach jest dwukrotnie wyższy niż w krajach wysoko rozwiniętych i prawie czterokrotnie wyższy, niż w krajach rozwijających się o mało otwartych gospodarkach. Dostrzegają, że globalizacja zwykle prowadzi do obniżenia cen towarów i usług oraz do transferu nowych technologii, a także sprzyja stabilizacji ekonomicznej, a spełnienie tych dwóch warunków stanowi przesłankę równoważenia układu przestrzennego konsumpcji. Wskazują, że liberalizacja gospodarki prowadzi do podwyżek wynagrodzeń w krajach rozwijających się, przy czym, choć głównymi beneficjentami globalizacji są wykwalifikowani i wykształceni pracownicy zatrudnieni w branżach typowych dla społeczeństwa informacyjnego, miejsca pracy powstające w wyniku globalizacji są na ogół wyższej jakości i nie poszerzają szarej strefy, a także są lepiej płatne i przyczyniają się do ograniczenia pracy nieletnich [4; 12]. Wskazują oni też cechy krajów rozwijających się, których sytuacja ekonomiczna ulega dalszemu pogorszeniu. Są to kraje o gospodarce zamkniętej, nękane wojnami domowymi (Liberia, Sierra Leone, Etiopia, Somalia, Sudan, Burundi, Rwanda, Kongo, Kolumbia), dotknięte w szczególności silny sposób korupcją (Nigeria, Kenia, Zambia, Tanzania)

oraz doświadczające realiów totalitarnych reżimów (Haiti, Afganistan, Kuba, Korea Północna) określane czasem jako Czwarty Świat.

Interesującą ocenę rzeczywistości materialnej konsumentów w krajach rozwijających się przedstawia H. De Soto, według którego główną przyczyną utrzymywania się ubóstwa jest ograniczenie wolnego rynku w tych krajach wynikające z braku precyzyjnego określenia praw własności, a tym samym spychania przedsiębiorczych obywateli tych krajów do szarej strefy, w której króluje przestępczość i korupcja; taka sytuacja stwarza też nieprawdziwy obraz sytuacji społeczno-gospodarczej. Objęcie tej grupy potencjalnych przedsiębiorców systemem wolnorynkowym ma stanowić najlepszą gwarancję rozwoju krajów Trzeciego Świata [2]. De Soto uważa, że dane dotyczące problemu ubóstwa są przeszacowane, ponieważ nie uwzględniają majątku znajdującego się w szarej strefie. Wskazuje, że tylko w przypadku nieruchomości wielkość szarej strefy znacznie przekracza wielkość majątku sformalizowanego. Według obliczeń de Soto na Filipinach nieformalna własność obejmuje około 65% nieruchomości, co jest równowartością około 137 mld USD, w Peru wartości te wynoszą odpowiednio 65% i 74,2 mld USD, na Haiti 82% i 5,2 mld USD, w Egipcie 85% i 241,4 mld USD [2].

Z powyższych danych wynika, że globalizacja przyczynia się równocześnie do wzrostu kontrastów społecznych w skali globalnej i zarazem do wzrostu zróżnicowania sytuacji materialnej konsumentów. Z jednej strony wzrasta liczba konsumentów o stabilnej sytuacji materialnej, zdolnych do zaspokajania coraz szerszego zakresu potrzeb, z drugiej zaś dokonuje się szczególnie drastyczna marginalizacja wybranych grup konsumentów niezależnie od poziomu rozwoju danego kraju, co z pewnością powinno stanowić przedmiot globalnej polityki społecznej i gospodarczej.

Wydaje się zatem, że powoli zwiększa się liczba konsumentów posiadających dostęp do dóbr społecznie pożądanых i z pewnością byłby to korzystny efekt globalizacji konsumpcji.

3. Globalizacja konsumpcji w wymiarze środowiskowym

Środowiskowy wymiar globalizacji konsumpcji polega przede wszystkim na globalizacji jej skutków ekologicznych. Ulega rozluźnieniu związek przyczynowo-skutkowy między zachowaniami konsumentów obciążającymi środowisko przyrodnicze i jego degradacją, która ujawnia się często w odległym czasie (skutki degradacji odczuwają przyszłe pokolenia) i przestrzeni (degradacja na innym kontynencie). Jest to zjawisko bardzo niekorzystne, skutecznie ograniczające ekologiczną racjonalność zachowań konsumentów.

Występowanie rodzi konieczność globalnej polityki ekologicznej w sferze konsumpcji. Taka polityka jest prowadzona. Do jej celów w dokumencie „Human Development Report” zaliczono:

- zapewnienie wszystkim możliwości spełnienia minimalnych potrzeb konsumpcyjnych,

- rozwijanie efektywnych ekologicznie dóbr i usług,
- wyeliminowanie subsydiów wspierających uciążliwe dla środowiska przyrodniczego formy gospodarowania kosztem proekologicznych,
- wzmocnienie roli w ochronie konsumentów organizacji społecznych i tworzenie sojuszy między ruchami konsumentckimi, ruchami walczącymi z ubóstwem oraz ruchami ekologicznymi,
- ukierunkowanie międzynarodowej polityki ekologicznej w stronę ograniczenia skutków globalnej konsumpcji,
- przyczynianie się do synergii działań społeczeństwa obywatelskiego, sektora prywatnego i władz [7].

Międzynarodowy Instytut Środowiska i Rozwoju (IIED) sformułował dzieśięć zasad wyznaczających strategię kształtowania popytu zmierzającą do wykorzystania zasobów środowiska i usług gospodarczych w celu zaspokojenia potrzeb i podniesienia jakości życia z jednoczesnym odtworzeniem kapitału przyrody dla przyszłych pokoleń (tabela 2).

Warto też zwrócić uwagę na związek między globalizacją konsumpcji a możliwościami skuteczniejszej ochrony środowiska. Prawidłowości rozwojowe konsumpcji w krajach wysoko rozwiniętych wiążą się z liniowym rozwojem społeczno-gospodarczym: od społeczeństwa agrarnego poprzez przemysłowe do informacyjnego. Oznacza to również liniowe przechodzenie od konsumpcji uciążliwej dla środowiska (bowiem materiał- i energochłonnej) do konsumpcji proekologicznej. W przypadku pozostałych krajów taki proces jest mniej prawdopodobny, ponieważ dobra i usługi konsumpcyjne charakterystyczne dla technologii społeczeństwa industrialnego i informacyjnego występują obok siebie i równocześnie są przedmiotem aspiracji konsumentów, przy czym technologie sektora odmaterializowanego są przedmiotem szczególnej fascynacji: laptopy i komputery stacjonarne, oprogramowanie komputerowe, sprzęt hi-fi, video i dvd, płyty fonograficzne, płyty filmowe; także turystyka i rekreacja [13]. Równoczesna konsumpcja dóbr i usług materialnych i odmaterializowanych sprawia, że środowiskochłonność wzrostu konsumpcji w krajach rozwijających się prawdopodobnie będzie znacząco niższa, niż było to w krajach wysoko rozwiniętych.

Obciążenie środowiska przyrodniczego przez globalny system konsumpcji odzwierciedla ekologiczny odcisk stopy. Jest to prosty miernik opisujący obciążenie środowiska przyrodniczego przez konsumentów.

Ekologiczny odcisk stopy to powierzchnia obszaru niezbędnego do zaspokojenia potrzeb życiowych osoby, społeczności, populacji itp. Do jego obliczenia uwzględnia się pięć kategorii: żywność, mieszkanie, transport, dobra przemysłowe, usługi. Stąd ekologiczny odcisk stopy jest przydatny w szczególności do oceny ekologicznego zrównoważenia konsumpcji, a jego zaletą jest prosty opis całokształtu oddziaływań konsumentów danego kraju na środowisko uwzględniający eksport i import wszelkich obciążeń środowiska.

TABELA 2.

Dziesięć zasad trwałej i zrównoważonej konsumpcji według IIED

1. Zmiany strukturalne	Przechodzenie od gospodarki industrialnej w kierunku społeczeństwa informacyjnego i proekologicznego; poprawa ekologiczna efektywności gospodarowania, idąca dalej niż poprawa przyrostowa
2. Sprawiedliwa konsumpcja	Nacisk na zaspokojenie podstawowych potrzeb konsumentów państw najuboższych; unikanie strategii „ekologizacji zamożności”
3. Nacisk na usługi	Wspieranie serwicyzacji gospodarki między innymi w sferze odżywiania, mieszkania, mobilności, czasu wolnego
4. Zmiana możliwości rynkowych dla przedsiębiorców	Internalizacja zewnętrznych kosztów produkcji; odpowiedzialność przedsiębiorstw za całość cyklu życia produktu
5. Działania po stronie popytu	Ekologiczna reforma podatkowa; opłaty produktowe i kauce ekologiczne odzwierciedlające uciążliwość dobra (usługi) dla środowiska
6. Wzorce i oddziaływania	Uwzględnienie zagadnień takich, jak: dochody, czynniki demograficzne, technologia, kultura i wartości, polityka społeczna, sposoby użytkowania ziemi
7. Priorytet dla Północy	Realizacja priorytetu zmiany wzorców konsumpcji w krajach wysoko rozwiniętych: internalizacja kosztów konsumpcji, wspieranie ekoprotekcyjizmu, traktowanie zmiany stylu życia w krajach wysoko rozwiniętych jako przykładu dla ekologizacji Południa
8. Wspólna troska, odmienne reakcje	Uwzględnienie odmienności problemów społecznych poszczególnych państw; ochrona różnorodności kulturowej
9. Konsumpcja indywidualna a zbiorowa	Wspieranie form konsumpcji zbiorowej przy zachowaniu, a nawet poprawie jakości życia oraz w trosce o demokrację
10. Wartości	Etyka ekologiczna i odpowiedzialność społeczna konsumentów; kształtowanie świadomości ekologicznej

Źródło: Opracowanie własne

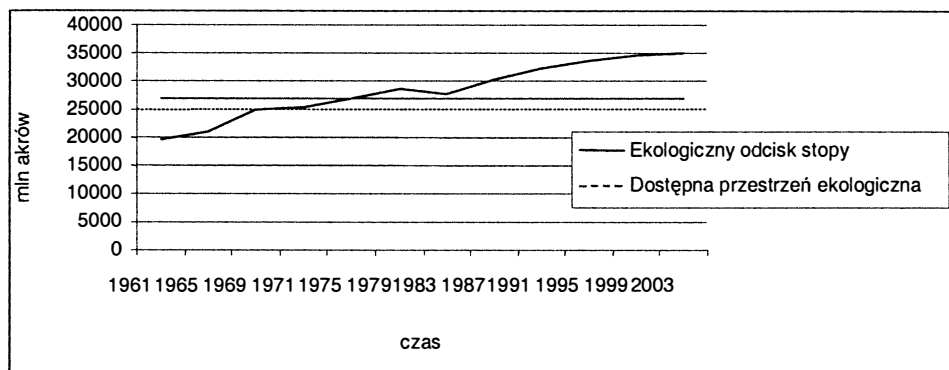
Każda wymieniona kategoria zostaje opisana w kontekście wpływu na środowisko poprzez wielkość obszaru (kategorię przestrzenną) wykorzystanego dla zaspokojenia danej potrzeby. Kategorie przestrzenne są następujące:

- energia: powierzchnia terenu potrzebnego do zasymilowania ilości dwutlenku węgla emitowanego wskutek spalania paliw kopalnych,
- degradacja: przestrzeń zdegradowana oraz zurbanizowana,
- ogród: przestrzeń niezbędna do produkcji warzyw i owoców,
- pastwiska: przestrzeń pól niezbędnych do produkcji nabiału, mięsa i wełny,
- pola: przestrzeń upraw roślinnych niezbędnych do konsumpcji żywności i niektórych artykułów przemysłowych,
- las: powierzchnia lasu przeznaczona do produkcji drewna i papieru.

Rysunek 1 przedstawia dynamikę wzrostu ekologicznego odcisku stopy w latach 1960-2001.

RYSUNEK 1.

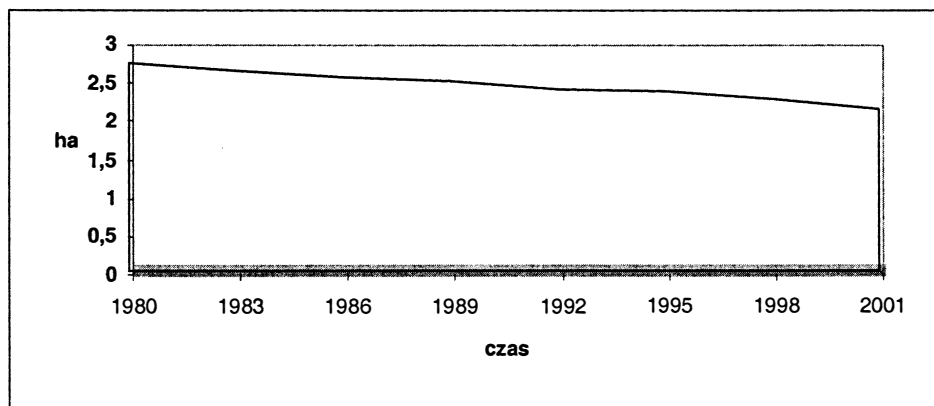
Globalny ekologiczny odcisk stopy w latach 1960-2001



Źródło: [Ecological Footprint, 2004, s. 7].

RYSUNEK 2.

Globalny ekologiczny odcisk stopy *per capita* w latach 1980-2001



Źródło: [Ecological Footprint, 2004, s. 8]

Wynika z rysunku, że począwszy od roku 1976 globalny system konsumpcji przekracza rozmiary przestrzeni ekologicznej, a zatem procesy konsumpcji nie są zrównoważone ze środowiskiem przyrodniczym. W dodatku sytuacja ta nieustannie pogarsza się, a niewielkie spadki presji na środowisko oraz czasowe obniżenie dynamiki jej wzrostu stanowią raczej efekt osłabienia tempa wzrostu gospodarczego. O głównej przyczynie tego stanu rzeczy pośrednio informuje rysunek 2, z którego wynika, że począwszy od roku 1980 wielkość ekologicznego odcisku stopy *per capita* obniża się (w ciągu dwóch dziesięcioleci o około

pół hektara na osobę). Oznaczałoby to uruchomienie procesów równoważenia konsumpcji ze środowiskiem przyrodniczym. Jednakże tempo tych przemian jest zbyt wolne w stosunku do dalszego wzrostu demograficznego, który jest tym samym główną przyczyną dalszego wzrostu presji konsumpcji na środowisko przyrodnicze.

Z zestawienia obu wskaźników wynika, że procesy ekologicznego równoważenia konsumpcji prawdopodobnie będą się w przyszłości pogłębiać ze względu na zauważalny spadek dynamiki wzrostu demograficznego. Tylko w niewielkim stopniu sytuację będzie pogarszać wzrost konsumpcji w krajach rozwijających się, gdyż ten, jak sugeruje wiele raportów międzynarodowych, dokonuje się już od początku lat osiemdziesiątych, a więc od momentu, gdy wartość ekologicznego odcisku stopy per capita zaczęła się obniżać.

5. Podsumowanie. Procesy globalizacji konsumpcji a problem rozwoju regionalnego.

Wydaje się, że procesy globalizacji konsumpcji przyczyniają się do wzrostu rangi problematyki rozwoju regionalnego.

Przed wszystkim prowadzą one do wzrostu rangi polityki regionalnej głównie w aspekcie dążenia do wzrostu dochodów konsumentów, a tym samym wzrostu konsumpcji. Bierze się to z faktu, że globalizacja konsumpcji oznacza przede wszystkim wzrost oczekiwań konsumpcyjnych i upowszechnianie się stylu życia charakterystycznego dla społeczeństw wysoko rozwiniętych. Wzrostowi aspiracji konsumentów sprzyja przede wszystkim coraz bardziej intensywny przepływ informacji o stylach życia. W tym miejscu warto podkreślić, że tym samym nierealny okazuje się głównie projekt radykalnych ekologów zmierzający do przełamania postaw konsumpcjonistycznych i dobrowolnego przyjmowania przez konsumentów stylu życia opartego na skromnym życiu materialnym. Upowszechniają się raczej postawy przeciwstawne: wzrost dochodów konsumentów niemal we wszystkich krajach przekłada się na wzrost konsumpcji dóbr materialnych, przykładowo zawsze jest to szybki wzrost konsumpcji samochodów osobowych. Można przypuszczać, że w sferze ochrony środowiska mamy więc do czynienia ze swoistym wyścigiem między wzrostem konsumpcji dóbr i usług a zmniejszeniem ich środowiskochłonności będącym efektem procesów innowacyjnych.

Kolejnym wyzwaniem płynącym z globalizacji konsumpcji jest potrzeba przynajmniej częściowej jej koordynacji wynikającej z potrzeby realizacji globalnej polityki ochrony konsumenta i globalnej polityki ekologicznej.

W największym stopniu rangę rozwoju regionalnego w powyższym kontekście podkreśla Hernando de Soto, według którego całokształt międzynarodowej polityki społecznej powinien być podporządkowany stworzeniu warunków instytucjonalnych dla wykorzystania przedsiębiorczości mieszkańców krajów rozwijających się w miejsce obecnej polityki bardzo kosztownej, nieskutecznej i nierzadko korupcjogennej.

Można dostrzec, że niektóre zjawiska towarzyszące globalizacji konsumpcji mogą wspierać wzrost konkurencyjności regionów. Wśród nich najważniejszy wydaje się prawdopodobny wzrost popytu na dobra i usługi regionalne i lokalne. Wynika on z dwóch przeciwstawnych przesłanek.

Pierwszą z nich jest konsumpcja postmodernistyczna i związana z nią otwartość konsumentów na nowe doświadczenia i produkty oraz chęć eksponowania różnorodności kulturowej i światopoglądowej. Rodzi to zapotrzebowanie na produkty nacechowane lokalnym i regionalnym kolorytem.

Drugą przesłanką jest etnocentryzm. Obawy wobec globalnej kosmopolitycznej kultury rodzą tendencję do wzrostu zachowań asekuracyjnych i konserwatywnych, a tym samym przyczyniają się do tego, że konsumenci kierują się w stronę doskonale poznanej i na swój sposób „bezpiecznej” oferty produktów regionalnych i lokalnych.

Literatura

1. Carley P., Spapens M., *Dzielenie się światem*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Białystok-Warszawa 1999.
2. de Soto H., *Tajemnica kapitału*, Wyd. Fijorr, Warszawa-Chicago 2002.
3. Dollar D., Kraay A., *Trade, Growth and Poverty*, The World Bank, 2001.
4. Edmonds R., *Does Globalization Increase Child Labor? Evidence from Vietnam*, EE Publishing, Northampton 2001.
5. Gutkowski R., *Walka z biedą*, „Oświata i Wychowanie”, 2004 nr 1.
6. Jeancourt-Galignari A., Trainar P., „Commentaire” nr 103, jesień 2003.
7. Kamieniecka J., *Rola organizacji pozarządowych we wdrożeniu procesów trwałej i zrównoważonej konsumpcji*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 1999.
8. Kowalska K., *Strategie akcji społecznej w zwalczaniu głodu w badaniach Amartyi Sena*, „Gospodarka Narodowa”, 2003 nr 11/12.
9. Krzysztofek K., *Cywilizacja – dwie optyki*, Instytut Kultury, Warszawa 1991.
10. Mazurek-Łopacińska K., *Globalizacja w aspekcie wpływu na zachowania konsumentów*, „Marketing i Rynek”, 2001 nr 3, s. 10.
11. Mróz B., *Big Mac kontra Foie Gras: globalizacja konsumpcji w ujęciu porównawczym*, „Ekonomista”, 2004 nr 1.
12. Rama M., *Globalization and Workers in Developing Countries*, The World Bank, 2003.
13. Rifkin J., *Wiek dostępu*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.
14. Sala-i-Martin X., *The World Distribution of Income*, London 2002.
15. Venetoulis J., Chazan D., Gaudet Ch., *Ecological Footprint of Nations*, Sustainability Indicators Programm, www.RedefiningProgress.org, march 2004.
16. World Bank, *Globalisation, Growth and Poverty*, 2000.