

Robert Maik

Politechnika Lubelska
Wydział Zarządzania
e-mail: r.maik@pollub.pl

Jakość produktów w świetle idei zrównoważonego rozwoju

Kod JEL: O0

Słowa kluczowe: jakość produktów, zrównoważony rozwój, konsumpcjonizm

Streszczenie. Idea zrównoważonego rozwoju jest powszechnie przywoływana w odniesieniu do wielu programów i strategii formułowanych na szczeblu państwa, organizacji międzynarodowych, a także pojedynczych przedsiębiorstw. Niestety idea ta nie jest realizowana w praktyce gospodarczej. Jednocześnie obserwuje się zjawisko konsumpcjonizmu. W tym kontekście pojawiają się przykłady negatywnych zjawisk w zakresie kreowania jakości produktów, które przyczyniają się do pogłębiania stanu nierównowagi. Celem artykułu jest próba analizy związku jakości produktów z ideą zrównoważonego rozwoju. Świadome obniżanie poziomu jakości produktów widoczne w takich praktykach, jak np. planowe postarzanie produktów, to nie tylko działanie na szkodę konsumenta, ale przede wszystkim groźna tendencja stojąca w sprzeczności ze zrównoważonym rozwojem.

Wprowadzenie

Z punktu widzenia idei zrównoważonego rozwoju jakość produktów ma ogromne znaczenie. Dla produktów trwałego użytkowania związek ten wydaje się oczywisty. Produkty wyższej jakości są użytkowane dłużej, czyli wyższa jakość powinna zmniejszać częstotliwość zakupów. Można wyobrazić sobie stan idealny. Nowo powstała rodzina kupuje telewizor, komputer, samochód, pralkę, toster, meble itp. Kupują wymienione dobra tylko raz i użytkują je przez

większość czasu istnienia tej podstawowej komórki społecznej. Co więcej, niektóre z tych produktów są przekazywane następnym pokoleniom i następnym rodzinom. Obecnie tak przecież nie jest. Taki stan rzeczy, oczywiście nie w idealnym wymiarze, istniał już jednak w przeszłości. Przykładowo, produkty powstałe pod koniec XIX i na początku XX wieku były przekazywane przez pokolenia jako sprawne i funkcjonalne, ale przede wszystkim jako wciąż pożądane. Jeszcze dzisiaj w wielu domach można znaleźć przykłady takich produktów, które zapewne cieszą oko rzadko spotykaną obecnie estetyką i starannością wykonania, ale też często zadziwiają wciąż obecną funkcjonalnością i sprawnością.

Wiadomo, że produkty nie są i nie mogą być wieczne. Istnieje przecież rozwój nauki i techniki (technologii). Ludzkość jest innowacyjna. Produkty ulegają zmianie; znikają stare i pojawiają się zupełnie nowe. Skracają się cykle życia produktów – nawet tych uważanych za tradycyjne. Współczesne rynki coraz częściej skłaniają jednak do zadawania pytań, np.: czy konieczność częstej (przyspieszonej) wymiany lodówki, zmywarki, laptopa na nowy sprzęt rzeczywiście podyktowana jest innowacyjnością i atrakcyjnością aktualnej oferty, czy po prostu wysoką awaryjnością dotychczas użytkowanych urządzeń. Jak wiele produktów obecnych i używanych dzisiaj w domach ma szansę na przekazanie dzieciom czy po prostu ludziom niezamożnym jako sprawny i funkcjonalny dar? To oczywiście pytanie retoryczne, jednak przybliży do istoty rozważań zawartych w niniejszym artykule.

W 1972 roku ukazał się pierwszy raport Klubu Rzymskiego pt. *Granice wzrostu*, w którym po raz pierwszy dokonano kompleksowej oceny perspektyw rozwoju świata. Jak powszechnie wiadomo, konkluzje nie były optymistyczne. Zwrócono uwagę na ograniczenia zasobów naturalnych, postępującą degradację środowiska naturalnego – wskazano, że rozwój jako cel nadrzędny cywilizacji powinien mieć określone ograniczenia.

Od tego czasu w sferze oficjalnej – naukowej, politycznej i propagandowej – problematyka intensywnego wykorzystywania dostępnych zasobów przy jednoczesnym oparciu globalnego wzrostu gospodarczego na relacjach: konsumpcja–produkcja dała podstawy do powstania (a raczej redefiniowania) pojęcia zrównoważonego rozwoju (*sustainable development*). Badacze zajmujący się tą problematyką wskazują na niejednoznaczność pojęcia, nieadekwatność przekładu angielskojęzycznego terminu na język polski, a co za tym idzie na zbyt płytkie i jednostronne traktowanie tej idei w analizach i rozważaniach prowadzonych w innych obszarach badawczych (Borys, 2015). W swej podstawowej formule istota koncepcji zrównoważonego rozwoju jest wszakże dość czytelna, i właśnie dzięki swoistej jednoznaczności komunikatu stała się tak istotna dla współczesnego świata.

Celem niniejszych rozważań jest próba spojrzenia na ideę zrównoważonego rozwoju przez pryzmat kształtowania jakości produktów na współczesnych rynkach. Kompleksowe spojrzenie na problematykę poziomu jakości współczesnych produktów nie jest przedmiotem dyskursu publicznego w Polsce. W krajach UE obserwuje się raczej pewną deklaracyjną aktywność w tym zakresie, mimo że ochrona konsumentów jest jednym z priorytetów jej funkcjonowania. Epoka TQM pozostawiła praktyków i teoretyków zarządzania jakością w przekonaniu, że w gospodarce rynkowej wysoka jakość produktów to najbardziej pożądanym instrumentem konkurowania. W obecnym stuleciu w praktyce gospodarczej, nie tylko w naszym kraju, ten paradygmat wydaje się tracić na znaczeniu – szczególnie w odniesieniu do dóbr konsumpcyjnych.

W dobie pogłębiającego się konsumpcjonizmu, widocznego przede wszystkim w krajach rozwiniętych, pytanie o znaczenie jakości produktów wobec coraz głośniejszych podnoszonych postulatów ekologicznych i pogłębiającej się nierównowadze społecznej wydaje się uzasadnione. Poziom konsumpcji to istotny wskaźnik makroekonomiczny. Pytanie jednak brzmi, czy moglibyśmy konsumować mniej?

Na rynkach obserwuje się zjawisko obniżania (ograniczania) jakości oferowanych dóbr – producenci skracają cykle użytkowania wyrobów, oferuje się żywność niespełniającą podstawowych (prawo) wymagań, obniża się koszty jednostkowe przez stosowanie gorszych komponentów, stosuje się ograniczenia funkcjonalności, zmniejsza się jednostkową wagę produktów, zachowując cenę itp. Współczesne praktyki w tym zakresie skłaniają do stwierdzenia, że pomijając czynniki społeczne i kulturowe, konsumujemy więcej, ponieważ jakość wielu produktów jest niewystarczająca.

Idea zrównoważonego rozwoju

Współcześnie rozumiana idea zrównoważonego rozwoju stanowi przedmiot rozważań od ponad pół wieku. Jej narodzin należy szukać w pierwszych pracach Klubu Rzymskiego, jednak kamieniem milowym był niewątpliwie raport World Commission on Environment and Development (WCED) z 1987 roku pt. *Nasza wspólna przyszłość*. Pojęcie zrównoważonego rozwoju stało się przedmiotem zainteresowania i dyskusji wielu środowisk naukowych i politycznych na całym świecie, czego efektem było zwołanie pod auspicjami ONZ w 1992 roku konferencji w Rio de Janeiro „Środowisko i Rozwój” – zaś jej konkluzją jest dokument funkcjonujący obecnie pod nazwą *Agenda 21*. W dokumencie WCED za zrównoważony rozwój uznano taki rozwój, w którym potrzeby obecnego pokolenia mogą być zaspokojone bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie. Trudno zakwestionować w jakimkolwiek wymiarze tak sformułowany postulat. Jeśli rozwój jest wartością pożądaną, powinien być także udziałem naszych dzieci i następných pokoleń.

Od czasu konferencji w Rio de Janeiro problematyka zrównoważonego rozwoju stała się istotnym elementem modyfikującym treści polityki międzynarodowej, jak też źródłem wartości zasilających polityki narodowe i regionalne. Zrównoważony rozwój stał się wartością polityczną, co niewątpliwie należy odnotować jako zjawisko pozytywne. Nagłośnienie problemów związanych ze zjawiskiem globalnego ocieplenia niewątpliwie wzmocniło oddziaływanie też zrównoważonego rozwoju, także w odbiorze publicznym.

ONZ dziesięć lat po szczycie z roku 1992 zwołała Światowy Szczyt Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu (Szczyt Ziemi 2002). Przedmiotem rozważań, oprócz szeroko rozumianej problematyki ekologicznej, były także zagadnienia ekonomiczne, m.in.: tematy związane z nierównowagą gospodarki globalnej, ograniczeniem ubóstwa większości mieszkańców Ziemi i narastającą, wybujałą konsumpcją społeczeństw krajów bogatych, zarządzaniem zasobami międzynarodowymi oraz promocją zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji (Sobolewski, 2002). Dokument znany pod nazwą *Rio + 10* wskazuje jednak przede wszystkim na pogłębiającą się nierównowagę w rozwoju świata, szczególnie w dostępie do podstawowych zasobów i dóbr.

W powszechnym odbiorze idea zrównoważonego rozwoju postrzegana jest najczęściej jako konieczność zachowania równowagi przyrodniczej w działaniach podejmowanych przez człowieka. Aspekt ekologiczny zrównoważonego rozwoju, szczególnie w kontekście zjawisk związanych z ocieplaniem się klimatu, wysuwa się często na plan pierwszy. Problematyka ekologiczna nagłaśniana jest chętnie przez media ze względu na prostotę i powszechną czytelność przekazu. Działalność pozarządowych organizacji proekologicznych, które tradycyjne działania edukacyjne zastępują coraz częściej spektakularnymi i często agresywnymi akcjami, znajduje szerokie poparcie społeczne. To wszystko skutecznie odwraca uwagę od meritum sprawy. U podstaw istoty idei zrównoważonego rozwoju leży bowiem przede wszystkim problematyka ekonomiczna.

W tradycyjnym (Borys 2015) uproszonym ujęciu zrównoważony rozwój to wypadkowa trzech podstawowych grup problemów: aspektów ekonomicznych, aspektów społecznych oraz aspektów ekologicznych. To zestawienie warto jednak skonfrontować z celami, jakie przyjęto do realizacji po Szczycie Ziemi w Johannesburgu w 2002 roku, m.in.:

- do 2015 roku zmniejszyć o 50% liczbę osób żyjących poniżej granicy ubóstwa,
- do 2015 roku zmniejszyć o połowę liczbę osób bez dostępu do wody pitnej,
- do 2020 roku poprawić standard życia co najmniej 100 mln mieszkańców obecnie istniejących slumsów,
- do 2010 roku doprowadzić do znacznego osłabienia tempa wymierania rzadkich odmian fauny i flory,

- do 2015 roku odnowić w morzach i oceanach zasoby ryb,
- do 2020 roku zaprzestać wytwarzania i stosowania środków chemicznych w sposób szkodliwy dla ludzi i środowiska,
- do roku 2015 zmniejszyć o dwie trzecie wskaźnik śmiertelności wśród niemowląt i dzieci oraz o trzy czwarte wskaźnik śmiertelności okołoporodowej matek,
- ułatwić dostęp do tanich odnawialnych źródeł energii.

W takim kontekście należy postawić pytanie: co jest potrzebne do zrealizowania tak szczytnych i ambitnych celów? Odpowiedź nasuwa się automatycznie: potrzeba ścisłej współpracy wszystkich państw świata i bardzo dużych funduszy. To czynniki polityczne, ale przede wszystkim ekonomiczne w ostatecznym rozrachunku zdecydują o sposobie i stopniu, w jakim idea zrównoważonego rozwoju zostanie realizowana (lub nie) w skali globalnej. Warto zauważyć, że żaden z wymienionych powyżej celów agendy *Rio + 10* nie został do dzisiaj zrealizowany.

Czym obecnie jest więc idea zrównoważonego rozwoju? Raporty przygotowane przez Sekcję UE Klubu Rzymskiego (Lietaer, Arnspenger, Goerner, Brunnhuber, 2016) jednoznacznie wskazują, że obowiązujący model gospodarczy świata stanowi najważniejszą przeszkodę w realizacji idei zrównoważonego rozwoju. Stwierdza się wręcz, że kapitalizm w swej współczesnej formie jest ślepą uliczką. Nastawienie na doraźny zysk, a nie na potrzeby ludzi, niszczy kapitał społeczny i negatywnie oddziałuje na możliwość istotnych przeobrażeń światowej rzeczywistości w dającej się przewidzieć przyszłości. Konkluzje obecne w pierwszym Raporcie Klubu Rzymskiego z 1972 roku nie tracą niestety na aktualności. Szczególną rolę w pogłębianiu rozdźwięku między rzeczywistością gospodarczą a zrównoważonym rozwojem pełni obecny system finansowy. Oddziaływanie to obserwuje się w pięciu podstawowych kwestiach (Lietaer i in., 2016). Obecny system finansowy:

- powoduje cykle wzrostu i zapaści w gospodarce,
- powoduje myślenie krótkoterminowe,
- wymaga niekończącego się wzrostu,
- doprowadza do koncentracji majątku,
- niszczy kapitał społeczny.

Idea wzrostu gospodarek, tak mocno obecna w polityce i makroekonomii, monitorowana najważniejszymi z istniejących wskaźników ekonomicznych – od poziomu których zależą losy miliardów ludzi, sprowadza się w ostatecznym wymiarze do konieczności akceptacji braku jakichkolwiek ograniczeń. Największa gospodarka świata, Stany Zjednoczone, nigdy nie ratyfikowały porozumień z Kioto (i późniejszych), chroniąc w ten sposób swój przemysł przed dodatkowymi kosztami funkcjonowania. Współczesna praktyka gospodarcza odrzuca ideę zrównoważonego rozwoju, a raczej ignoruje ją w imię zysku

i wzrostu. Obserwowane obecnie praktyki związane z kształtowaniem jakości produktów konsumpcyjnych wpisują się niestety w ten obraz.

Jakość produktów a zrównoważony rozwój

Współczesne społeczeństwa bogatych, rozwiniętych gospodarczo krajów to społeczeństwa konsumentów. W klasycznym ujęciu J.M. Keynesa ludzie konsumują produkty, aby zaspokoić potrzeby, zaś poziom konsumpcji uzależniony jest głównie od poziomu dochodu. O ile zgodzić się należy z istnieniem pewnego minimalnego poziomu konsumpcji, poniżej którego należy mówić o ubóstwie, o tyle dochód wyznaczający górną granicę środków przeznaczanych na konsumpcję, po której rozpoczyna się skłonność do oszczędzania, jest wielkością dyskusyjną. Skłonność do oszczędzania kosztem bieżącej konsumpcji jest przedmiotem rozważań wielu ekonomistów, zaś jej determinanty są zmienne w czasie i wydaje się, że zależą głównie od bieżącej sytuacji gospodarczej. W krajach rozwiniętych na konsumpcję wydaje się nawet 55–70% PKB, zaś poziom konsumpcji uważany jest za jeden z najważniejszych czynników wzrostu. W Polsce wydaje się na konsumpcję ponad 1000 zł na osobę (wg GUS w 2016 r. – 1083 zł), z utrzymującą się dynamiką wzrostu ponad 3% (GUS, 2017).

W rozważaniach o konsumpcji coraz częściej pojawia się pojęcie hiperkonsumpcji (Bylok, 2016). Według tej teorii, konsumpcja stała się już stylem życia, zaś jej poziom wyznacznikiem społecznej pozycji. Wzrost poziomu dochodów społeczeństwa nie jest jedyną determinantą wzrostu konsumpcji czy reorientacji stylu życia. Jako jednego z głównych winowajców wzrostu konsumpcji wskazuje się wszechobecny marketing, który coraz częściej sięga po nieetyczne czy wręcz nieuczciwe instrumenty stymulowania popytu (Skowron, Szymoniuk, 2014).

Konsumpcja to jednak jeden z głównych czynników pogłębiających nierównowagę. Wysoki poziom konsumpcji:

- zdecydowanie wpływa na wzrost zużycia zasobów,
- generuje rosnące obciążenia dla środowiska,
- pogłębia i utrwala społeczne podziały,
- wzmacnia polityczne *status quo* w rozwiniętych krajach,
- utrwala opór wobec jakichkolwiek zmian systemu gospodarczego.

Jednocześnie wysoka konsumpcja i konsumpcjonizm jako model cywilizacyjny dają podstawy do traktowania popytu konsumpcyjnego przez rynkowych operatorów jako źródła nieskończonych dochodów. Postulat wzrostu sprzedaży znają zarówno członkowie zarządów wielkich korporacji, jak i zwykli przedstawiciele handlowi. Dyskusja z zasadami rynkowymi obowiązującego od wieków modelu gospodarczego, który doprowadził ludzkość do dzisiejszego stanu, jest jednak w tym miejscu nieuzasadniona. Sprostanie postulatowi zrównoważonego rozwoju wymagałoby przecież diametralnej zmiany globalnego modelu

gospodarczego. Taka zmiana jest w najbliższych dekadach wysoce nieprawdopodobna.

Można wszakże, i należy, poszukiwać takich obszarów dyskusji, które dają nadzieję na osłabienie niekorzystnego tempa pogłębiania się nierównowagi. W kontekście konsumpcjonizmu, który jest istotny z punktu widzenia prowadzonych rozważań, ważnym elementem staje się jakość produktów. Konsumenty zaspokajają swoje potrzeby, nabywając produkty. To oczywiście pewne uproszczenie, ale przecież zakupy produktów stanowią decydującą część zaspokajania popytu konsumpcyjnego. Wprowadzanie tu różnicującej dalsze rozważania klasyfikacji produktów jest nieuzasadnione. Przykładowo, klasyczny podział na dobra konsumpcyjne i produkcyjne w świetle idei zrównoważonego rozwoju traci swoje znaczenie. Nie konsumuje się samolotów i lokomotyw, ale poziom ich produkcji w istotnym znaczeniu zależy od poziomu popytu na usługi transportowe, jednocześnie zaś produkcja samolotów i lokomotyw zużywa wiele zasobów i stanowi istotne obciążenie dla środowiska.

Związek jakości produktów z ideą zrównoważonego rozwoju jest oczywisty. Konsumenty wymieniają wartość ucieleśnioną w pieniądzu na wartość wyrażoną przez kupowane dobro. Jeśli obniża się wartość pieniądza, mamy do czynienia z inflacją – zjawiskiem znakomicie zidentyfikowanym i opisanym przez makroekonomię. Jeśli obniża się jakość dóbr, spada ich wartość dla konsumenta. Przy stałej cenie obniżenie jakości produktu powoduje zmniejszenie jego zdolności do zaspokajania potrzeb. Bezwartościowy bądź niesatysfakcjonujący produkt skłoni w końcu konsumenta do ponowienia zakupu. Racjonalny konsument z pewnością podejmie działania zmierzające do uniknięcia powtórnego, chybionego zakupu. Jeśli jednak w danej, dostępnej dla konsumenta klasie jakości brak możliwości uzyskania produktów lepszej jakości, wzrost częstotliwości zakupów staje się permanentny. Część konsumentów poszukuje na rynku wyższej jakości – skłonność ta zależy głównie od poziomu dochodów – jednak należy pamiętać, że zakup produktu wyższej klasy nie gwarantuje satysfakcji. Obniżanie jakości produktów to proces rozłożony w czasie i w ostatecznym wymiarze dotyka całych asortymentów, a nawet marek.

Obniżona jakość w najprostszym ujęciu skłania do częstszych zakupów. Producenci mogą wyprodukować i sprzedać więcej produktów. Zużywają jednak więcej zasobów i powodują większe obciążenia dla środowiska. Buty są na jeden sezon, samochód na 3, maksymalnie na 5 lat, wędlina psuje się trzeciego dnia po zakupie, lekarstwo trzeba przyjmować o miesiąc dłużej itp. – to zjawiska znane każdemu współczesnemu konsumentowi.

Zapewne istnieje dla każdego produktu określona jednostka zużycia właściwa dla danego konsumenta i określonych warunków konsumpcji. Załóżmy więc, że konsument zużywał w 2002 roku jedną kostkę tradycyjnego masła (250g) w ciągu 5 dni. Obecnie znajduje na półce niemal wyłącznie masła

o przeciętnej gramaturze około 180g, które zazwyczaj zawierają widoczną po przekrojeniu wodę. Masło gorszej jakości psuje się szybciej. Mniejsza kostka zużyje się szybciej. Trzeba dokonać ponownego zakupu po 3–4 dniach. W skali roku daje to około 20 kostek masła więcej zakupionych przez tego konsumenta. Przemysł mleczarski ma powody do zadowolenia. Konsument właściwie nie ma alternatywy (margaryny podlegają podobnym procesom). Fiskus częściej pobiera podatek VAT, gospodarka krajowa zachowuje miejsca pracy w mleczarniach – skrócił się tylko cykl spożycia. Skracanie cykli spożycia/użytkowania to istota negatywnego oddziaływania niskiego poziomu jakości na zrównoważony rozwój.

Niepokojące i postępujące obniżanie się jakości produktów obserwuje się na rynkach dóbr konsumpcyjnych od około dwóch dekad. Odejście od zasad TQM, które tak mocno eksponowały konieczność sprostania oczekiwaniom klienta, jest być może spowodowane następującymi po sobie kryzysami w zakresie systemu finansowego¹. W ich wyniku korporacje dążą do skracania cykli realizacji zysku, także przez zmniejszanie jednostkowego kosztu wytworzenia, degradację funkcjonalności dóbr oraz ograniczanie czasu użytkowania. Takie działania są oczywiście sprzeczne z ideą zrównoważonego rozwoju.

Obniżanie poziomu jakości produktów przejawia się na wiele sposobów. Zawsze jednak sprowadza się do uzyskania przez operatora rynkowego korzyści kosztem konsumenta. W aspekcie zrównoważonego rozwoju obniżanie jakości produktów w krajach o wysokim poziomie konsumpcji musi skutkować zjawiskami, które da się opisać następująco:

- a) wzrost zużycia zasobów naturalnych – wzrost częstotliwości zakupów to więcej produktów, a więc więcej zużytych zasobów;
- b) narastający problem z utylizacją zużytych produktów i ich opakowań;
- c) wzrost publicznych kosztów związanych z produktami o niskiej jakości – zdrowie, postępowania administracyjne, procesy prawne itp.;
- d) szybsze wyczerpanie nieodnawialnych zasobów – szybkie cykle zysków operatorów rynkowych stymulują rosnący popyt na surowce rzadkie, takie jak np. metale ziem rzadkich (bez nich nie istnieje współczesny high tech, a te zasoby właśnie się kończą);
- e) nieodwracalne zmiany w modelach konsumpcji – akceptacja niskiej jakości produktów, mimo negatywnych konsekwencji, staje się często nawykiem i buduje skłonność do częstego kupowania (rodzi się akceptacja dla jednorazowości produktu);
- f) zmniejsza się (drastycznie!) sfera usług związanych z naprawą produktów – konsument wyrzuca rozklejone buty, zepsute radio kuchenne itp.

¹ Według Międzynarodowego Funduszu Walutowego między rokiem 1970 a 2010 miało miejsce 145 kryzysów bankowych, 208 krachów monetarnych oraz 72 kryzysy zadłużenia publicznego – innymi słowy, przytłaczająca liczba 425 systemowych kryzysów (Lietaer i in., 2016).

- tani produkt niskiej jakości nie budzi szacunku i najlepiej go po prostu wyrzucić (staje się zatem śmieciem);
- g) spadek zaufania społecznego do producentów i produktów (wzrost społecznego poczucia bezradności wobec rynku), np. konsumenci uzasadniając niechęć do sporów prawnych związanych z niską jakością, często argumentują: „z nimi i tak się nie wygra”;
- h) pojawienie się negatywnych zjawisk o wymiarze makroekonomicznym, np. spadek realnej siły nabywczej konsumentów (dostajemy mniej za więcej) czy trudności w opisie, analizie i tworzeniu statystyk zjawisk rynkowych.

W aspekcie idei zrównoważonego rozwoju warto przypomnieć pojęcie społecznych kosztów jakości (Wawak, 1997). Obejmuje ono całość kosztów związanych z danym produktem od momentu wydobycia surowców niezbędnych do jego wytworzenia aż po proces jego likwidacji (spożycia). W takim ujęciu jakość staje się niezbędnym kryterium optymalizacyjnym, a zarazem wskazuje na krytyczne ogniwa jej związków ze zrównoważonym rozwojem. Pomijając częste przypadki nieekologicznych zachowań konsumentów, wszystkie kluczowe elementy cyklu kształtowania jakości produktu zależą od producenta. Wszystkie one mają ścisły związek ze zużywaniem zasobów i obciążaniem środowiska. Dbłość o zgodność procesu kształtowania jakości z ideami zrównoważonego rozwoju – od projektu produktu aż po sposób jego likwidacji – zależy wyłącznie od przyjętej strategii prowadzenia biznesu. Obserwując praktyki rynkowe w tej mierze, należy stwierdzić, że w wielu przypadkach strategie te nie uwzględniają wartości zrównoważonego rozwoju.

Obniżanie jakości produktów w jakimkolwiek aspekcie będzie prowadziło do zmian w zachowaniach konsumenckich, przy czym zmiany te, z punktu widzenia idei zrównoważonego rozwoju, należy ocenić negatywnie.

Przykłady patologii w kształtowaniu jakości produktów

Negatywne zjawiska związane z jakością produktów obserwuje się w wielu obszarach rynku. Panuje nieuzasadnione przekonanie, że polskie produkty żywnościowe na tle krajów Unii Europejskiej są stosunkowo dobrej jakości. Lektura raportów i materiałów zamieszczonych na stronie Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych skłania jednak do wniosków przeciwnych. Przykładowo w 2016 roku IJHARS (IJHARS, 2017) tylko w wyniku planowanych kontroli stwierdziła nieprawidłowości w:

- 11,1% partii skontrolowanego pieczywa,
- 10,3% partii skontrolowanych tłuszczów do smarowania,
- 3,6% partii skontrolowanych przetworów pomidorowych,
- 28,1% partii skontrolowanych wyrobów cukierniczych,
- 20,6% partii skontrolowanych dżemów,

- 20,0% partii skontrolowanych przetworów mięsnych.

Nieprawidłowości w oznakowaniu produktów (informacje na etykietach) stwierdzono np.: dla 40,9% makaronów, 40% oliwy z oliwek czy 32,2% wyrobów garmazeryjnych. Wydano 424 decyzje stwierdzające zafalszowanie żywności i 558 decyzji nakładających kary pieniężne ze względu na uchybienia w jakości czy znakowaniu produktów. To tylko niewielki fragment całości. Podobne refleksje może budzić lektura raportów zamieszczonych na stronach UOKiK-u (szczególnie należy polecić raporty Inspekcji Handlowej czy wpisy do Krajowego Rejestru Produktów Niebezpiecznych).

Wśród praktyk, które obecnie budzą wiele kontrowersji, a które w sposób ewidentny dotyczą jakości i godzą w ideę zrównoważonego rozwoju należy wskazać zjawisko *downsizingu* oraz planowe postarzenie produktu (*planned obsolescence*).

Downsizing to pojęcie, które w teorii zarządzania znane jest od dawna jako strategia zmniejszania zatrudnienia i/lub konfiguracji działania (Encyklopedia Zarządzania, 2017). W ostatnich latach jednak to pojęcie nabiera nowego znaczenia. Najbardziej popularna obecnie odmiana *downsizingu* polega na zmniejszaniu jednostkowej wielkości produktu przeznaczonego do sprzedaży detalicznej przy jednoczesnym zachowaniu dotychczasowej ceny (Nowogródzka, Pieniak-Lendzion, Nyszk, 2014). Konsumenci dostają więc mniej za te same pieniądze. Wykorzystuje się tu mniejszą wrażliwość konsumenta na zmianę wagi/objętości produktu niż na jakąkolwiek zmianę ceny. Najważniejszym zabiegiem jest tu zwykle zachowanie dotychczasowej wielkości, kształtu i wyglądu opakowania tak, aby klient nie był w stanie na pierwszy rzut oka zorientować się w dokonanej zmianie. Zjawisko ma charakter permanentny, trwa często całymi latami, realizowane jest małymi kroczkami i wielu konsumentów zupełnie nie zdaje sobie sprawy, że produkt, który kupowali od lat, kupują obecnie w opakowaniach o znacznie mniejszej wadze czy objętości. Obecnie takie działania na rynkach produktów spożywczych, kosmetycznych czy chemii gospodarczej mają charakter masowy. Traktowane są jako swoista strategia marketingowa. Niektóre ze znanych marek dokonały już kilkakrotnie zmniejszenia jednostkowej wagi swoich produktów². Działania takie dotyczą nie tylko rynku krajowego – mają charakter globalny (choć lokalnie zróżnicowany). Innowacyjność, która towarzyszy wysiłkom w zachowaniu kształtu i rozmiaru dotychczasowego opakowania naprawdę godna jest najwyższej uwagi.

Mniejsze rozmiary jednostkowe produktu, jeśli dotyczą np. słodczy, można by rozpatrywać nawet jako pewną korzyść dla klienta. W większości przypadków jednak *downsizing* po prostu zwiększa częstotliwość zakupów.

² Jednostkowe opakowanie Ptasięgo Mleczka marki Wedel już trzykrotnie zmieniło wagę. Tradycyjne opakowanie przez wiele lat zawierało 500g produktu. W chwili obecnej zawiera tylko 380g. Wedel odchudził większość swoich znanych produktów (Ogórek, 2017).

Zmniejszenie opakowań dla produktów typu np. chemia gospodarcza musi prowadzić do zwiększenia częstotliwości zakupów. Potrzeby mycia, prania czy czyszczenia w skali gospodarstwa domowego bowiem nie zmniejszają się. Niestety konsumenci bardzo często nie zdają sobie sprawy z tego, że ich ulubiony płyn do płukania jest już sprzedawany w butelce o 100 ml mniejszej niż kiedy zaakceptowali daną markę. Przywiązanie do marki i zachowanie identycznego opakowania jest tu kluczowe.

Downsizing nie jest na świecie zjawiskiem nowym, w Polsce nie doczekał się jednak nawet osobnego pojęcia, które oddawałoby jego istotę. Zmniejszanie czy odchudzanie produktów sugerują jednak pewien aspekt pozytywny tego zjawiska. Opisane praktyki rynkowe dostawców teoretycznie nie dotyczą jakości w rozumieniu potocznym – konsumenci dostają w końcu swój ulubiony produkt (i tu jednak następują zmiany). Wystarczy jednak jakość produktów odnieść do pojęcia wartości, aby zrozumieć, że wielkość jednostkowa kupowanego produktu ma ostatecznie dla konsumenta znaczenie.

Zjawisko *downsizingu* ma jednak i drugi aspekt, znacznie bardziej związany z klasycznym podejściem do jakości produktów. Zmniejszaniu (ograniczaniu) nie poddaje się rozmiarowi jednostkowego, ale wewnętrzną konfigurację produktu. Zazwyczaj dotyczy to surowców i komponentów, które zastępuje się tańszymi odpowiednikami (zamiennikami). Modyfikacjom poddaje się nawet konstrukcję produktu – zjawisko to występuje np. w motoryzacji (Popkiewicz, 2017). Zastępowanie elementów konstrukcji produktu gorszymi elementami ma także miejsce w działaniach związanych z kolejną, opisaną poniżej patologią.

Planowe postarzenie produktu ma historię znacznie starszą niż *downsizing* – przynajmniej wskazuje na to mit założycielski, czyli tzw. spiszek żarówkowy. Pomysł takiego konstruowania produktów, aby szybciej się zużywały i zmuszały konsumentów do nowego zakupu, został opisany już w latach 20. XX wieku w USA. Jeszcze do niedawna zaliczany był do teorii spiskowych (Ryś, 2016), zaś w poważnych publikacjach nie wypadało wypowiadać się na ten temat. Trudno o przykład praktyki bardziej uderzającej w ideę zrównoważonego rozwoju. Należy zaprojektować taką jakość produktu, która po określonym czasie (zazwyczaj po zakończeniu okresu gwarancyjnego) zostanie nagle zredukowana do zera. To wymaga kunsztu inżynierskiego i premedytacji. Produktów takich nie naprawia się, bowiem podaż części zamiennych jest ograniczona, a ich konstrukcja czyni naprawy nieekonomicznymi.

Dziś już nikt nie zaprzecza, że planowe postarzenie produktów ma rzeczywiście miejsce. Zjawisko to ma także wymiar globalny. Dotyczy przede wszystkim dóbr trwałych, takich jak sprzęt AGD czy elektronika użytkowa, ale także ubrań, obuwia, sprzętu turystycznego i sportowego i wielu innych. Po okresie wypierania obserwuje się wzrost zainteresowania tym zjawiskiem, także wśród badaczy.

Podsumowanie

Idea zrównoważonego rozwoju od kilku dekad angażuje ekspertów, polityków, działaczy organizacji pozarządowych. Organizuje się spektakularne konferencje o zasięgu międzynarodowym. Opracowywane są i publikowane kolejne, ambitne dokumenty, które postulują kolejne zmiany o nikłych szansach na realizację. Czy idea zrównoważonego rozwoju to kolejny współczesny mit, którego celem jest odwrócenie uwagi od problemów naprawdę istotnych i wykazanie się jakimikolwiek działaniami dla dobra publicznego (Sztumski, 2006)?

Jednocześnie obserwuje się przecież kolejne, niebudzące wątpliwości przejawy zjawiska określanego mianem globalnego ocieplenia. Argument o cywilizacyjnych przyczynach tego zjawiska, nawet jeśli jest wciąż kontestowany, zwraca uwagę na istotę problemu ludzkości – niekontrolowany wzrost.

Konsumpcja i konsumpcjonizm jako styl życia to główna siła sprawcza tego wzrostu, szczególnie w krajach rozwiniętych. Dostarczanie konsumentom produktów o świadomie zaniżonej jakości, w celu zapewnienia dodatkowych zysków, należy uznać za działanie wysoce szkodliwe – w ten sposób nakręca się dodatkowo spiralę konsumpcji.

Problem ten został już jednak zauważony. Podejmuje się badania naukowe w tym zakresie (Ryś, 2016). Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny podjął prace i analizy w zakresie planowego postarzania produktów. Komisja Europejska przygotowuje zmiany legislacyjne w tej kwestii. W niektórych państwach członkowskich UE (np. Francja, Niemcy) problem świadomego obniżania jakości produktów został również zauważony i podejmuje się tam różnorodne działania celem nagłośnienia zjawiska i ochrony konsumentów. We Francji postuluje się np. obligatoryjne wydłużenie okresu gwarancyjnego (ten postulat miałby dotyczyć całej UE); na producentów nałożono obowiązek informowania o żywotności sprzętu i wydłużonym okresie produkcji części zamiennych. To oczywiście niewiele, ale jakość produktów to obszar, w którym można dokonać realnych zmian z korzyścią dla współczesnych konsumentów i idei zrównoważonego rozwoju.

Bibliografia

- Borys, T. (2015). Zrównoważony rozwój organizacji – co chcemy lub powinniśmy równoważyć? *Prace Naukowe Uniwersytetu Naukowego we Wrocławiu*, 376, 13–24.
- Byłok, F. (2016). Alternatywne formy konsumpcji wobec konsumpcjonizmu, *Handel Wewnętrzny*, 2 (361), 63–77.
- Encyklopedia Zarządzania (19.07.2017). *Downsizing*. Pobrano z: <https://mfiles.pl/pl/index.php/Downsizing>.
- GUS (19.07.2017). *Sytuacja gospodarstw domowych w 2016 r. w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych*. Pobrano z: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/sytuacja-gospodarstw-domowych-w-2016-r-w-swietle-wynikow-badania-budzetow-gospodarstw-domowych,3,16.html>.

- IJHARS (19.07.2017). *Sprawozdanie roczne 2016*. Pobrano z: www.ijhar-s.gov.pl/pliki/A-pliki-z-glownego-katalogu/ethernet/2017/kwiecien/sprawozdanie%202016.pdf.
- Lietaer, B., Arnspenger, Ch., Goerner, S., Brunnhuber, S. (2016). *Pieniądże i zrównoważony rozwój: brakujące ogniwo. Raport Klubu Rzymskiego – Sekcja UE*. Lublin: Monografie Komitetu inżynierii Środowiska Polskiej Akademii Nauk vol. 124.
- Nowogródzka, T., Pieniak-Lendzion, K., Nyszk, W. (2014). Wzrost znaczenia opakowań w procesie komunikacji rynkowej przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, 103, 67–85.
- Ogórek, S. (19.07.2017). *Mniejsze Ptasia Mleczko, Rama, a nawet tabliczki czekolady czy papier toaletowy. Tak firmy odchudzają produkty i nasze portfele*. Pobrano z: <https://finans.wp.pl/mniejsze-ptasia-mleczko-rama-a-nawet-tabliczki-czekolady-czy-papier-toaletowy-tak-firmy-odchudzaja-produkty-i-nasze-portfele-6148065330915457a>.
- Popkiewicz, R. (19.07.2017). *Downsizing*. Moto.pl Pobrano z: <http://moto.pl/MotoPL/56,88389,14362507,Downsizing.html>.
- Ryś, A. (2016). Planowe postarzenie produktów – wyniki badań pierwotnych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 1, 83–98.
- Skowron, S., Szymoniuk, B. (2014). Marketing and Sustainable Development. *Problemy Ekorozwoju*, 9 (2), 39–46.
- Sobolewski, M. (2002). *Ocena dorobku Światowego Szczytu w sprawie Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu*. Kancelaria Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Informacja nr 942, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe. Pobrano z: http://biurose.sejm.gov.pl/teksty_pdf/i-942.pdf.
- Sztumski, W. (2006). Idea zrównoważonego rozwoju a możliwości jej urzeczywistnienia. *Problemy Ekorozwoju*, 1 (2), 73–76.
- Wawak, T. (1997). *Zarządzanie przez jakość*. Kraków: Wydawnictwo Informacji Ekonomicznej.

The Quality of the Products in the Light of the Concept of Sustainable Development

Keywords: quality of the products, sustainable development, consumerism

Summary. The concept of a sustainable development is commonly brought up in respect of many programs and strategies formulated on the national level, in the international organizations, as well as in the individual enterprises. Unfortunately this concept is not executed in the economic practice. Simultaneously, the phenomenon of consumerism is being observed. In this context there are appearing examples of negative phenomena in the field of the quality of consumer goods, which contribute to extending the state of imbalance. The aim of the paper is the attempt at analyzing the connection between the quality of the consumer products and the concept of the sustainable development. The intentional reducing of the quality level of products, noticeable in such practice as “planned obsolescence of products”, is not only acting against the consumer, but it is primarily the tendency that contradicts the concept of the sustainable development.

Translated by Robert Maik

Cytowanie

- Maik, R. (2017). Jakość produktów w świetle idei zrównoważonego rozwoju. *Marketing i Zarządzanie*, 2 (48), 373–385. DOI: 10.18276/miz.2017.48-34.