

Dnia 21 listopada odbył się wykład pt. „Społeczna odpowiedzialność konsumenta”. Był on kontynuacją cyklu spotkań o patriotyzmie gospodarczym.

Konsumentem jest każdy, a konsumpcja jest jednym z kluczowych aspektów aktywności gospodarczej. Wypadkowa decyzji konsumentów determinuje popyt na rynku, który decyduje o tym co, gdzie, kiedy i po jakiej cenie jest kupowane. Na wykładzie promowane były decyzje konsumentów, które mają na uwadze interes szerszej społeczności – narodu.

Bezpośrednio po czasach transformacji polskie produkty były jakościowo gorsze od tych zachodnich, z tego powodu konsumenci rzadziej po nie sięgali. Współcześnie produkty polskie nie odbiegają jakościowo od tych zagranicznych i często są od nich tańsze, co powoduje, że wybieranie polskich towarów nie jest dla konsumenta już wyrzeczeniem, a pozwala budować polski kapitał i tworzyć miejsca pracy w kraju.

Podczas wykładu przywołano przykład Norwegów, którzy nie chcieli dokonywać zakupów w niemieckim markecie, kierując się dbałością o interes własnego kraju woleli nadłożyć trasy w celu dokonania zakupów w krajowej sieci. W Polsce można zauważyć podobne tendencje odradzania się patriotyzmu konsumenckiego. Postawy takie są wspierane przez technologie, czego przykładem jest aplikacja Pola służąca do identyfikacji polskich produktów za pomocą aparatu w telefonie lub tablecie.

Po wykładzie padły liczne pytania i sugestie oraz miała miejsce dyskusja i wymiana poglądów.

Notatkę sporządził mgr Wojciech Świder, doktorant Katedry Finansów Publicznych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu