

Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ZMIANY W KONSUMPCJI I POZIOMIE ŻYCIA POLAKÓW NA TLE INNYCH KRAJÓW UNII EUROPEJSKIEJ

1. Wstęp

Integracja Polski z Unią Europejską stwarza wyzwania, przed którymi stoi polska gospodarka i polskie społeczeństwo mające wiele oczekiwań związanych z członkostwem w Unii.

Podstawą przewidywania i kształtowania procesów dostosowawczych wyzwalanych przez mechanizmy europeizacji powinny być rozpoznanie i ocena różnicowań wewnętrznych i dystansów dzielących polskie regiony od innych regionów Unii Europejskiej. Oceny te dokonywane są przede wszystkim przez pryzmat tego, co dzieje się na rynku i w konsumpcji. Należy podkreślić, że proces zmian w konsumpcji kształtowany jest przez uwarunkowania o charakterze gospodarczym, psychospołecznym, kulturowym, demograficznym, technologicznym, a także przez mechanizmy europeizacji, które przyczyniają się do utrwalania tożsamości europejskiej. Wspólna tożsamość europejska, traktowana jako dopełnienie tożsamości narodowych i regionalnych, tworzona jest bowiem w dużym stopniu przez instytucje Unii Europejskiej i prawo wspólnotowe. Oddziałuje zatem na kształtowanie się konsumpcji w poszczególnych krajach i w rezultacie wpływa na poziom życia ludności określany przez stopień zaspokojenia potrzeb w różnych dziedzinach konsumpcji. Jego wyrazem jest zadowolenie z życia zróżnicowane w przekroju krajów – członków Unii Europejskiej. Celem artykułu jest przedstawienie uwarunkowań oraz kierunków zmian w konsumpcji i poziomie życia w Polsce na tle innych krajów Unii Europejskiej.

2. Tożsamość europejska jako uwarunkowanie przemian w konsumpcji w Polsce

Konstruowanie tożsamości jest procesem ciągłym, a ze względu na wzrost liczby krajów członkowskich również coraz bardziej złożonym. Proces pogłębiania

i poszerzania integracji europejskiej wiąże się z kształtowaniem europejskich tożsamości o charakterze historycznym, kulturalnym, konstytucyjnym i instytucyjnym oraz prawnym. Należy podkreślić, że prawo europejskie nawiązuje do pojęcia tożsamości w odniesieniu do narodu, Unii i Europy¹.

Jedną z kategorii tożsamości są narodowe mity, pamięć o wydarzeniach historycznych. Należy podkreślić, że przyczyniają się one w większym stopniu do różnicowania historycznych tożsamości Europejczyków, niż do tworzenia ujednoczonej tożsamości europejskiej. Brak wspólnej tożsamości historycznej Europy był jedną z przesłanek powołania Europejskiej Wspólnoty Węgla i Stali oraz Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej. W ten sposób zachodnia część Europy uzyskała tożsamość o charakterze instytucyjnym. Między tożsamością o charakterze instytucyjnym i tożsamością historyczną występuje powiązanie wyrażające się w tym, że tożsamość instytucyjna przyczynia się do tworzenia wspólnej tożsamości historycznej Europy. Obrazuje to np. upamiętnianie i wspólne świętowanie przez narody europejskie wydarzeń dotyczących integracji.

Kolejnym wymiarem tożsamości jest kultura. Podobnie jak historia, wpływa ona na zróżnicowanie Europy pod względem etnicznym, narodowym, wyznaniowym i językowym. Unia Europejska nie prowadzi wspólnej polityki kulturalnej. Jednak na tożsamość kulturalną wpływa europejska tożsamość instytucyjna. W świetle postanowień Traktatu z Maastricht i Traktatu amsterdamskiego podejmowane są przez instytucje Unii Europejskiej działania w sferze kultury, które przyczyniają się przede wszystkim do ochrony dziedzictwa kulturowego Europy oraz wzajemnego poznania kultur państw członkowskich. Polityka Unii Europejskiej w dziedzinie kultury nie zmierza w kierunku harmonizacji polityk państw członkowskich, a jej naczelną zasadą jest ochrona różnorodności kulturowej Europy i wspieranie inicjatyw, które mają charakter europejski i przekraczają możliwości oraz kompetencje państw członkowskich.

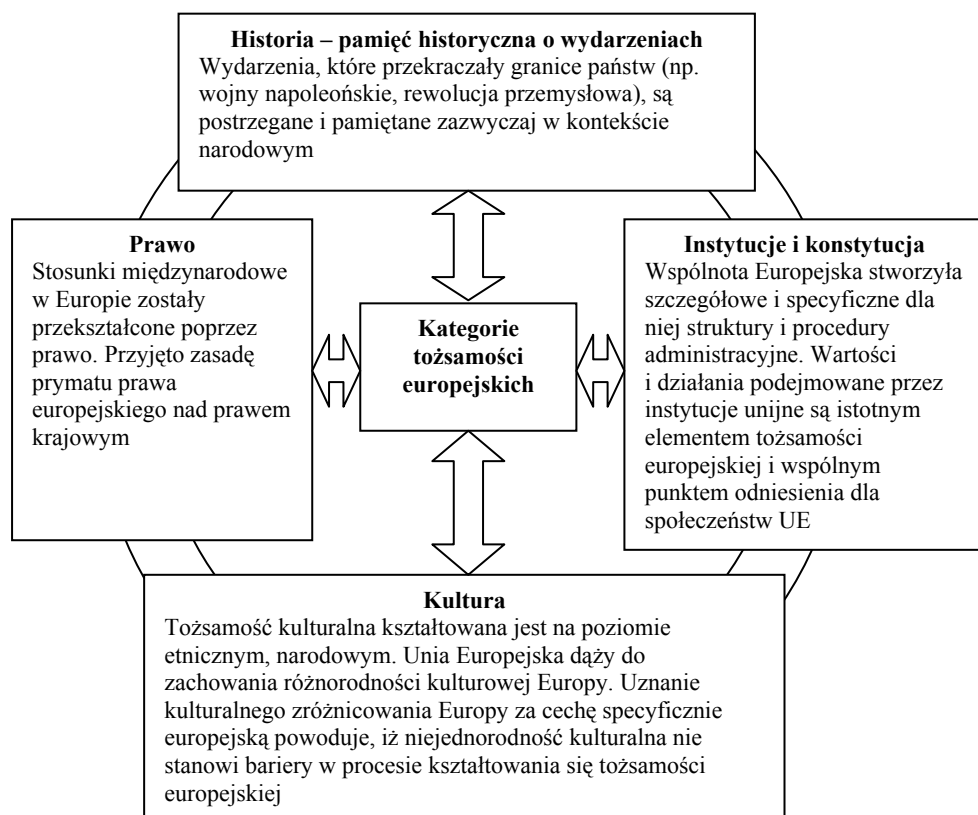
W poszukiwaniu wspólnej dla krajów członkowskich bazy kulturowej bardzo ważna jest odpowiedź na pytania o wartości, na jakich powinna być budowana Europa, oraz o sposób budowania tożsamości i model społeczeństwa europejskiego, do którego chcemy zmierzać. Dyskusja nad konstytucją europejską, negatywne wyniki referendum w tej sprawie we Francji i Holandii oraz obawy różnych grup społecznych w Polsce wskazują na złożoność procesu budowania Europy². Określane są scenariusze rozwoju stylów życia i kultury europejskiej, wśród których podkreśla się

¹ [Mayer, Palmowski 2007, s. 91].

² W poszukiwaniu wspólnej bazy kulturowej dla budowania Europy. Program Międzynarodowy koordynowany przez Stowarzyszenie Intelktualistów Chrześcijańskich „Confrontations” w Paryżu. W realizacji tego programu uczestniczy dziewięć krajów członkowskich Unii, w tym także Polska. Zob. konferencje krajowe i międzynarodowe nt. „Europa, szansa i sztuka życia razem” zorganizowane w latach 2002-2006.

rolę edukacji i dostępu do globalnej informacji w kształtowaniu moralnych wartości i postaw³.

Z europejską tożsamością instytucjonalną wiąże się ściśle tożsamość o charakterze prawnym, ponieważ poprzez prawo instytucje europejskie przekształcają stosunki międzypaństwowe. Odbywa się to zgodnie z zasadą nadrzędności prawa europejskiego nad prawem krajowym. Wartości, a także działania podejmowane przez instytucje Unii Europejskiej stają się punktem odniesienia dla społeczeństw UE oraz istotnym elementem wspólnej tożsamości. W ten sposób instytucje europejskie oddziałują bezpośrednio na jednostkę, która występuje w roli obywatela, a także konsumenta (por. rys. 1).



Rys. 1. Kategorie tożsamości europejskich

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Mayer, Palmowski 2007, s. 93-109].

³ [Mazurek-Łopacińska 2005a, s. 66].

Na podstawie wyników badań prowadzonych przez CBOS można stwierdzić, że poczucie tożsamości europejskiej w Polsce rośnie. W 2004 r. członkostwo w Unii Europejskiej popierało 64% Polaków, a dwa lata później poparcie wzrosło do 80%. W 2006 r. więcej osób zauważa pozytywny (30%), a mniej negatywny (23%) wpływ integracji europejskiej na warunki ich życia⁴.

Jednocześnie badania Eurobarometru wskazują, że Polacy należą do tych narodów, gdzie odsetek osób, które nie myślą o sobie jako o Europejczykach, jest najniższy. Ta silna identyfikacja z europejskością nie przeszkadza Polakom utożsamiać się z własnym narodem⁵.

Więzi łączące Polaków z własnym narodem i jednocześnie wysoki poziom akceptacji europeizacji nabierają szczególnego znaczenia w kontekście procesu przemian w konsumpcji. Proces integracji i związane z nim silne poczucie tożsamości zarówno narodowej, jak i europejskiej przyczyniają się do zmian w zachowaniach rynkowych polskich konsumentów. Wpływ integracji europejskiej na zmiany w konsumpcji przejawia się m.in. rosnącą świadomością praw konsumentów, zmianami stylów życia, formami spędzania wolnego czasu. Z jednej strony punktem odniesienia dla polskich konsumentów są wzorce konsumpcji i style życia konsumentów z wysoko rozwiniętych krajów Unii Europejskiej, a z drugiej strony polscy konsumenci wykazują postawy etnocentryczne⁶. Oparte na przesłankach ekonomicznych, emocjonalnych i moralnych postawy etnocentryzmu konsumenckiego Polaków ujawniają się przede wszystkim w odniesieniu do produktów żywnościowych.

3. Kierunki zmian w konsumpcji w Polsce na tle innych krajów Unii Europejskiej

Kluczowym wyznacznikiem przemian społeczno-gospodarczych jest wzrost znaczenia usług w różnych dziedzinach życia gospodarczego, który prowadzi do serwicyzacji konsumpcji. Tendencja ta przejawia się coraz większym udziałem konsumpcji usług w konsumpcji ogółem. Chodzi zarówno o usługi podstawowe, usprawniające prace w gospodarstwie domowym, jak i usługi ułatwiające funkcjonowanie jednostki w życiu społecznym (gastronomiczne, komunikacji publicznej, hotelarskie), a także usługi umożliwiające samorealizację przez zaspokajanie potrzeb poznawczych i emocjonalnych konsumentów.

Kraje wysoko rozwinięte są już swoistymi cywilizacjami usługowymi z racji roli usług dynamizujących gospodarkę. Są to usługi kształtujące kapitał ludzki, usługi biznesowe, a także usługi konsumpcyjne. Polskę dzieli od tych krajów duży dystans, o czym świadczą zarówno wskaźniki rozwoju społeczno-gospodarczego i poziomu życia, jak i udział sektora usług w gospodarce.

⁴ [Bilans dwóch lat... 2006].

⁵ [Szawiel 2007, s. 218].

⁶ [Mazurek-Łopacińska, 2005b, s. 21].

Tabela 1. Wskaźniki rozwoju społeczno-gospodarczego i poziomu życia w Polsce na tle krajów UE

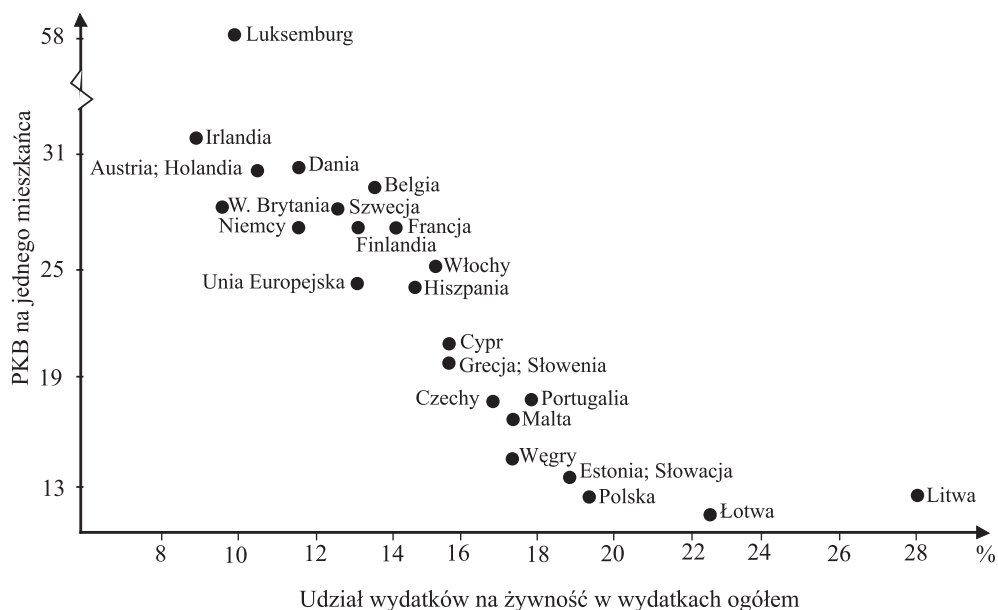
Kraje	PKB <i>per capita</i> w dol. według parytetu siły nabywczej waluty	Stopa ubóstwa w %	Nierówność dochodów (współczynnik Giniego)	Stopa śmiertelności niemowląt na 1000 żywych urodzeń	Oczekiwana długość życia w latach	Wskaźnik edukacji	Wskaźnik rozwoju społecznego HDI (miejsce)
UE-15							
Luksemburg	64 710	.	.	.	78	.	0,949(4)
Szwecja	28 289	.	25 (2000)	3	80	0,99	0,949 (6)
Irlandia	38 059	.	36 (1996)	5	78	0,99	0,946 (8)
Belgia	29 331	.	25 (1996)	4	78	0,94	0,945 (9)
Holandia	31 073	.	31 (1999)	5	78	0,99	0,943 (12)
Finlandia	28 106	.	27 (2000)	3	78	0,99	0,941 (13)
Dania	30 646	.	25 (1997)	4	77	0,99	0,941 (14)
Wielka Brytania	29 345	.	36 (1997)	5	78	0,99	0,939 (15)
Francja	28 231	.	33 (1995)	4	79	0,97	0,938 (16)
Austria	30 938	.	30 (1997)	4	79	0,96	0,936 (17)
Włochy	27 228	.	36 (2000)	4	80	0,95	0,934 (18)
Niemcy	27 124	.	28 (2000)	4	78	0,96	0,930 (20)
Hiszpania	24 188	.	33 (1990)	4	80	0,97	0,928 (21)
Grecja	20 818	.	35 (1998)	4	78	0,97	0,912 (24)
Portugalia	19 097	<2	39 (1997)	4	76	0,97	0,904 (27)
Średnia	27 501	.	.	4	78	0,97	0,937
Nowe kraje z Europy Środkowej i Wschodniej UE (UE-8)							
Słowenia	19 555	<2	28 (1999)	4	76	0,98	0,904 (26)
Czechy	18 154	<2	25 (1996)	4	75	0,93	0,874 (31)
Węgry	15 405	<2	27 (2002)	8	73	0,96	0,862 (35)
Polska	11 924	<2	34 (2000)	6	75	0,96	0,858 (36)
Estonia	12 913	<2	37 (2002)	8	71	0,97	0,853 (38)
Słowacja	13 400	5	26 (1996)	7	73	0,91	0,849 (42)
Litwa	11 846	<3	32 (2000)	8	73	0,97	0,852 (39)
Łotwa	10 635	7	34 (1998)	10	71	0,96	0,836 (48)
Średnia	13 574	.	.	7	73	0,96	0,861
UE-25							
Ogółem	25 285	.	.	.	77	0,97	0,924

Źródło: [Polska. Raport... 2006, s. 42].

Polska należy do krajów o najniższym parytecie siły nabywczej i to zarówno wśród krajów „starej piętnastki”, jak i wśród nowych członków Unii Europejskiej. Jest on trzykrotnie niższy niż w Wielkiej Brytanii, Austrii, Danii, Holandii, Irlandii, a dwukrotnie niż w Hiszpanii, Grecji i Portugalii. Wśród nowych członków Unii Europejskiej z krajów Europy Środkowej i Wschodniej niższy od Polski parytet siły nabywczej mają jedynie Litwa i Łotwa (por. tab. 1).

Jeśli dodać do tego dużą nierówność dochodów oraz niski wskaźnik rozwoju społecznego HDI, to widoczne będą dysproporcje w porównaniu z wysoko rozwiniętymi krajami Europy. Lepszą od Polski sytuację mają również takie kraje, jak Słowenia, Czechy i Węgry. Dystans rozwojowy Polski obrazują szacunki Rządowego Centrum Studiów Strategicznych, zgodnie z którymi, przy założeniu tempa wzrostu w Polsce PKB 7% rocznie oraz 2,5% wzrostu średniego PKB w Unii Europejskiej, Polska ma szansę osiągnąć przeciętny poziom Unii Europejskiej w 2021 r.⁷

Pozycję kraju można oceniać, dokonując porównań w zakresie osiąganych wyników gospodarczych, które obrazuje m.in. PKB, jak również przez pryzmat przemian w zakresie konsumpcji i tempa zbliżania się do struktury konsumpcji charakterystycznej dla rozwiniętych krajów Unii Europejskiej. Przedstawiona na rys. 2 pozycja



Rys. 2. Pozycje krajów Unii Europejskiej ze względu na PKB na jednego mieszkańca (w PPS) w 2005 r. oraz udział wydatków gospodarstw domowych na spożycie żywności z dochodów osobistych

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Polska w Unii...* 2006] oraz ep.eurostat.ec.europa.eu.

⁷ [Siewierski 2006, s. 385].

Polski w stosunku do innych krajów Unii Europejskiej charakteryzuje się tym, że Polska należy do grupy krajów o niskim PKB na jednego mieszkańca i jednocześnie relatywnie wysokim udziale wydatków na żywność w wydatkach ogółem. Polska odróżnia się od krajów „starej piętnastki” i niektórych nowych członków Unii Europejskiej nienowoczesną strukturą konsumpcji, mimo znacznej ewolucji modelu konsumpcji, w okresie transformacji ustrojowej w kierunku zwiększenia udziału dóbr nieżywnościowych i usług.

Analiza źródeł wtórnych, a wśród nich danych Eurostatu i GUS-u, wykazuje, że wydatki na żywność stanowią istotną pozycję w wydatkach osobistych polskich gospodarstw domowych na spożycie, co obniża możliwości zaspokajania nieżywnościowych grup potrzeb.

Udział wydatków na żywność w wydatkach ogółem w Polsce, choć wykazuje tendencję malejącą, nadal jest wysoki i kształtuje się na zbliżonym poziomie jak w Estonii i Słowacji, a wyższy niż w Polsce jest tylko na Łotwie oraz Litwie.

Nadal zbyt mały jest udział usług w strukturze konsumpcji polskich gospodarstw domowych. Od lat do najniższych w Europie należy szczególnie udział wydatków na rekreację i kulturę. Usługi te związane są z czasem wolnym, ale przyczyniają się także do kształtowania kapitału ludzkiego, którego rola wzrasta w miarę postępu cywilizacyjnego społeczeństw. W tym kontekście trzeba rozpatrywać wzrost wydatków polskich gospodarstw domowych na edukację, wywołany rozwojem szkolnictwa prywatnego. Współczynnik skolaryzacji brutto systematycznie wzrasta i osiągnął w Polsce w 2004 r. poziom 47%. Obecnie należy do najwyższych wskaźników skolaryzacji w Europie⁸.

Tęsknota Polaków za symbolami kultury materialnej Zachodu sprawia, że procesy unowocześniania struktury konsumpcji polegają w dużym stopniu na istotnym podwyższaniu poziomu wyposażenia gospodarstw domowych w zmechanizowany sprzęt trwałego użytku. Prowadzi to do zmniejszania dystansu dzielącego Polskę od krajów wysoko rozwiniętych. Postęp dokonał się zarówno w zakresie tradycyjnego sprzętu (wymiana na nowe modele), jak i sprzętu nowej generacji, głównie elektronicznego (komputery osobiste, aparaty i kamery cyfrowe, telefony komórkowe, kuchenki mikrofalowe, zmywarki do naczyń). Nadal jednak wskaźniki nasycenia w te najnowocześniejsze dobra znacznie odbiegają od wskaźników liderów europejskich.

Duże różnice dotyczą także dostępu do Internetu, który w 2006 r. posiadało 29% Polaków, podczas gdy średnia unijna wyniosła ponad 50%, a najwyższe europejskie wskaźniki penetracji Internetu dotyczyły Szwecji, Portugalii, Danii, Luksemburga i kształtowały się w tym roku w przedziale 68-75%⁹. Jednak wysokie tempo wzrostu liczby internautów w Polsce, jakie miało miejsce w latach 2000-2006, stwarza szansę na wyrównywanie tych dysproporcji. Niepokojące są natomiast duże różnice pod

⁸ [Szulc 2004, s. 7].

⁹ www.internetworldstats.com.

tym względem między grupami ludności, gdyż grozi to wykluczeniem społecznym grup słabszych. Korzystanie ze światowych sieci cyfrowych staje się bowiem standardem w XXI wieku, w dobie rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Europejska integracja stwarza ogromną szansę zmniejszenia dysproporcji w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. Zależy to jednak nie tylko od powodzenia reform systemowych w Polsce, ale także od spójności celów polityki gospodarczej krajów członków Unii Europejskiej.

4. Zadowolenie z życia w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej

Ukazanie zadowolenia z życia Polaków na tle mieszkańców innych krajów Unii Europejskiej stanowi dopełnienie ujmowanych ilościowo zmian w konsumpcji i poziomie życia. Kategoria opisująca stopień zadowolenia z poziomu życia ma jakościowy, subiektywny charakter¹⁰. Subiektywizm dokonywanych przez konsumentów ocen poziomu życia wynika w dużej mierze z wpływu aspiracji oraz wcześniejszych doświadczeń jednostki, a także z historycznie i kulturowo utrwalonych norm wyrażania zadowolenia i niezadowolenia na deklarowaną jakość życia.

Z badania Eurobarometru zrealizowanego przez TNS Opinion & Social na zlecenie Komisji Europejskiej w 2006 r. na próbie 26 755 mieszkańców 27 krajów należących do Unii Europejskiej¹¹ wynika, że odsetek mieszkańców wyrażających zadowolenie z życia jest większy w krajach Unii Europejskiej sprzed rozszerzenia w 2004 r. niż w krajach, które są członkami Unii od 2004 r. W takich krajach jak Dania, Irlandia, Holandia i Belgia co najmniej 40% badanych deklaruje najwyższy stopień zadowolenia. Jednocześnie w krajach tych udział osób deklarujących swoje niezadowolenie nie przekracza 6% badanej populacji danego kraju.

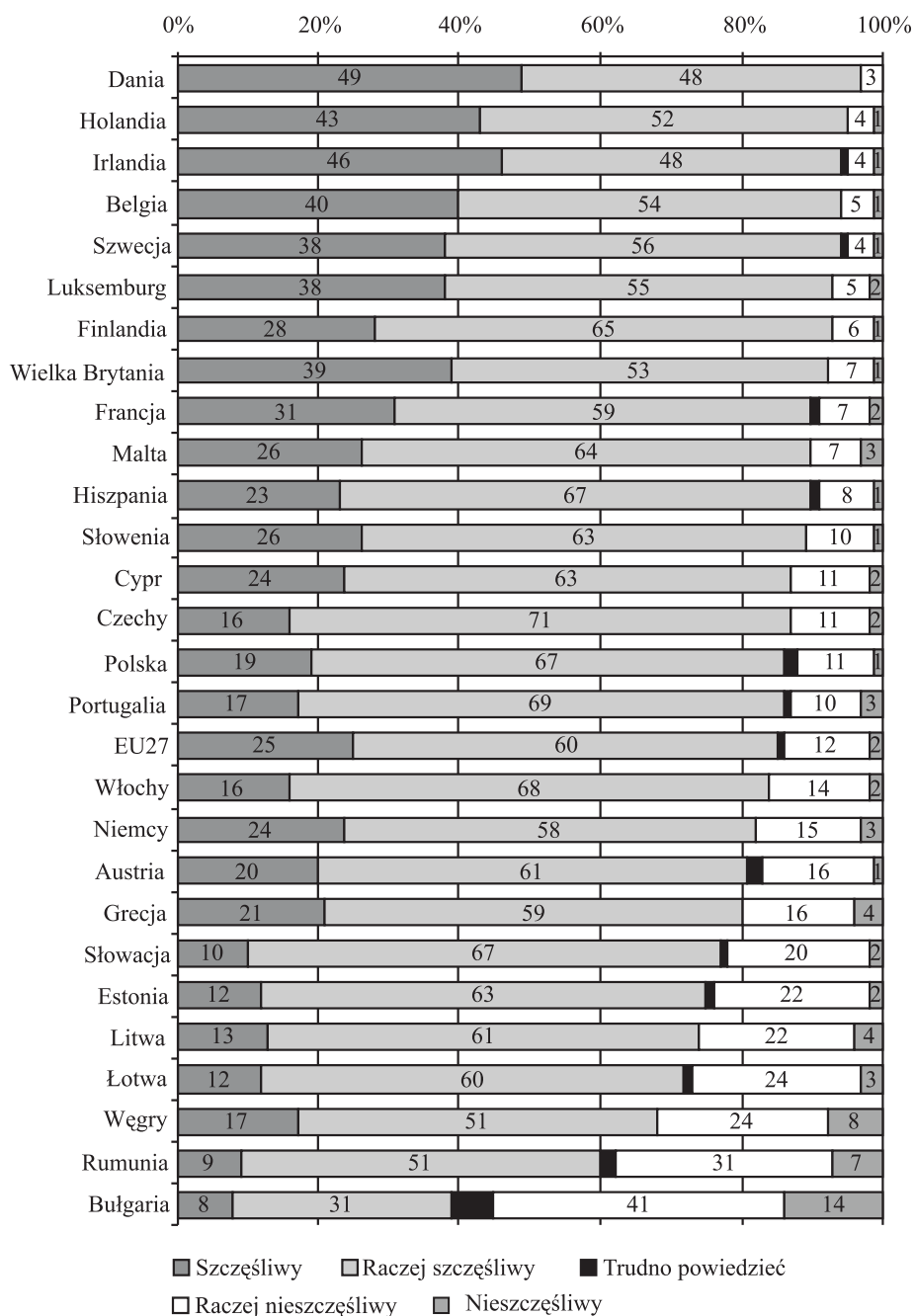
Analizując stopień zadowolenia w przekroju 27 krajów Unii Europejskiej, można stwierdzić, że jest on najniższy w krajach najkrócej należących do Unii. W Rumunii i Bułgarii mniej niż 10% respondentów deklaruje najwyższy stopień zadowolenia. Równocześnie aż 55% badanych Bułgarów oraz 38% mieszkańców Rumunii nie jest zadowolonych z życia (por. rys. 3).

Zadowolenie Polaków z życia kształtuje się na podobnym poziomie jak w Portugalii oraz w Czechach i jest wyrażane nieznacznie częściej (o 1%) niż przeciętnie przez mieszkańców 27 krajów należących do Unii Europejskiej.

W świetle prezentowanych wyników badania można zauważyć, że Polacy nie wykazują większej ekspresji niezadowolenia niż przeciętnie Europejczycy. Wyniki tego badania są istotne ze względu na związek poziomu zadowolenia z chęcią podejmowania wyzwań i osiągnięciem sukcesów, które sprzyjają zbliżaniu poziomu życia w Polsce do poziomu wysoko rozwiniętych krajów Unii Europejskiej.

¹⁰ [Zeliaś 2004, s. 20].

¹¹ W tekście artykułu dokonano porównania między krajami Unii Europejskiej pod względem wybranej kategorii kształtującej zadowolenie z życia, tj. pod względem poczucia szczęścia.



Rys. 3. Zadowolenie z życia w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej

Źródło: [Nowi w Unii... 2006].

5. Podsumowanie

W kontekście integracji europejskiej przemiany w sferze konsumpcji można oceniać z punktu widzenia celów, dążeń jednostki oraz jej postaw względem własnego narodu, jak i Unii Europejskiej, a także przez pryzmat możliwości realizacji zachodnioeuropejskich wzorców konsumpcji.

Proces zmian w konsumpcji i poziomie życia Polaków wskazuje na zmniejszanie dysproporcji między modelem konsumpcji realizowanym w Polsce i w rozwiniętych krajach Unii Europejskiej. Należy jednak podkreślić, że pogłębia się ekonomiczne rozwarstwienie społeczeństwa polskiego. W konsekwencji sytuacja ta prowadzi do występowania znacznych różnicowań w zakresie struktury konsumpcji realizowanej przez różne typy polskich gospodarstw domowych. Realizowanie zachodnioeuropejskich wzorców konsumpcji nie jest możliwe bez zmniejszenia różnicy między dochodami gospodarstw domowych w Europie Zachodniej i w krajach znajdujących się na niższym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. Uwzględniając opinię M. Friedmana, zgodnie z którą dochód konsumenta składa się z dochodu stałego oraz dochodu zmiennego, należy podkreślić, że zmiany stylu życia konsumentów i realizowanie zachodnioeuropejskich wzorców konsumpcji warunkowane są wzrostem stałych dochodów. Natomiast przechodzenie na wyższe etapy rozwoju konsumpcji w wysoko rozwiniętych społeczeństwach uzależnione jest w większym stopniu od wzrostu ilości czasu wolnego, niż dochodów¹².

Wykorzystanie szans wynikających z integracji europejskiej i przechodzenie na wyższe etapy rozwoju konsumpcji zależy jednak nie tylko od zmian w zakresie uwarunkowań ekonomicznych, ale także od tego, jakie wartości, postawy, zachowania konsumpcyjne są propagowane przez środowiska o opiniotwórczym charakterze.

Literatura

- Bilans dwóch lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej*, Komunikat z badań, CBOS, nr 76/2006, www.cbos.pl.
- Bywalec Cz., *Nowa gospodarka a nowa konsumpcja*, [w:] B. Gregor (red.), *Marketing – handel – konsument w globalnym społeczeństwie informacyjnym*, t. II, Acta Universitatis Lodzianis, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004.
- Mayer F.C., Palmowski J., *Europejskie tożsamości a Unia Europejska – więzi łączące narody Europy*, „Nowa Europa. Przegląd Natoliński” 2007 nr 1.
- Mazurek-Łopacińska K., *Europejska kultura konsumencka: aspekty teoretyczne i empiryczne*, [w:] J.W. Wiktor (red.), *Euromarketing. Strategie przedsiębiorstw na rynku europejskim*, AE, Kraków 2005a.
- Mazurek-Łopacińska K., *Polacy wobec nowych tendencji w konsumpcji*, [w:] A. Kusińska (red.), *Jak żyjemy. Warunki materialne. Konsumpcja. Zachowania na rynku*, Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, Warszawa 2005b.

¹² [Bywalec 2004, s. 116-117].

- Nowi w Unii mniej szczęśliwi*, Komunikat z badania Eurobarometru zrealizowanego przez TNS Opinion & Social na zlecenie Komisji Europejskiej w 2006 r., www.tns-global.pl.
- Polska. Raport o konkurencyjności 2006. Rola innowacji w kształtowaniu przewag konkurencyjnych*, red. M.A. Weresa, Instytut Gospodarki Światowej, SGH, Warszawa 2006.
- Polska w Unii Europejskiej*, GUS, Warszawa 2006, www.stat.gov.pl.
- Siewierski J., *Pozycja Polski w Unii: gospodarka, ludność, struktura społeczna, jakość administracji*, [w:] J. Polakowska-Kujawa (red.), *Współczesna Europa w procesie zmian. Wybrane problemy*, Difin, Warszawa 2006.
- Szawiel T., *Tożsamości polskie a Europa*, „Nowa Europa. Przegląd Natoliński” 2007 nr 1.
- Szulc T., *Dynamika przemian w szkolnictwie wyższym w Polsce a realizacja Procesu Bolońskiego*, Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu 2004.
- Zeliaś A., *Poziom życia w Polsce i krajach Unii Europejskiej*, PWE, Warszawa 2004.

CHANGE IN CONSUMPTION AND LEVEL OF LIFE IN POLAND ON BACKGROUND OF OTHER COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Summary

Integration with the European Union sets new challenges for Polish economy and citizens who have lots of expectations concerning membership in the EU.

The basis for foreseeing and modeling of adjusting processes released by mechanisms of Europeanization should be recognition and estimation of internal diversity and distance between Polish regions and other European regions. Estimation should be made based on market and consumption activities.

This paper shows the changes in level of life in Polish households and satisfaction from living in Poland beside other EU countries. Estimations and analysis were made based upon research reports as well as international statistics.