

Dlaczego zdaniem Swojaków warto być patriotą konsumenckim?

20 stycznia 2024

[Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Rolników „Swojak”](#) od lat zajmuje się akcją [„Swój do swego po swoje”](#) oraz promocją patriotyzmu konsumenckiego, który rozumiemy jako pewną postawę polegającą na preferowaniu przy zakupach produktów krajowych, regionalnych i lokalnych. Na przestrzeni lat ukuliśmy szereg argumentów, które dobitnie pokazują, iż należy dbać o interesy polskich przedsiębiorców.

Jakie korzyści gospodarcze wynikają z patriotyzmu konsumenckiego?

1. Preferowanie produktów zagranicznych powoduje nadwyżkę importu nad eksportem, co obniża produkt narodowy brutto i produkt krajowy brutto ($PKB = \text{konsumpcja} + \text{inwestycje} + \text{wydatki rządowe} + \text{eksport} - \text{import} + \text{zmiana stanu zapasów}$, $PNB = \text{konsumpcja} + \text{inwestycje brutto} + \text{wydatki rządowe} + \text{eksport netto}$). Nasz kraj jest ubogi w kapitał, więc oszczędne nim gospodarowanie i patriotyzm konsumencki ułatwia jego akumulację, a w konsekwencji powstanie nowych zakładów pracy.
2. Wspieranie polskich produktów i usług poprawia rachunek bieżący bilansu płatniczego, co skutkuje zwiększeniem rezerw walutowych. Warto posiadać wysokie rezerwy walutowe, ponieważ, po pierwsze, zwiększamy w ten sposób bezpieczeństwo systemu finansowego i, po drugie, uzależniamy politycznie obce gospodarki, gdyż te pieniądze są najczęściej reinwestowane przez banki centralne w postaci obligacji.
3. Kupowanie produktów lokalnych – zamiast obcych –

przyspiesza obieg pieniądza, ponieważ importer musi ponieść dodatkowe koszty transakcyjne na wymianę waluty (jego proces decyzyjny jest zwyczajnie dłuższy z tego powodu). Kiedy importer zdecyduje się na wyprzedanie swoich złotych na rynku finansowy, wtedy wpływa na zwiększenie ilości zagranicznych kredytów krótko i długoterminowych w gospodarce.

4. Nasze państwo odnosi większe korzyści fiskalne z dóbr wyprodukowanych w kraju. Koncerny mają o wiele większą możliwość transferowania zysku i kreowania sztucznych kosztów, co z definicji zaburza równość konkurencji. Lokalne firmy nie rozliczają się w rajach podatkowych.

5. Lokowanie pieniędzy w polskich banku zapobiega nadmiernej koncentracji kapitału, a w konsekwencji utrudnia powstanie: „banków zbyt dużych, aby upaść”. Ponadto, banki spółdzielcze najczęściej angażują się w aktywizowanie społeczności i wspierają lokalne inicjatywy.

6. Polskie produkty, w wielu przypadkach, nie ustępują jakością produktom zagranicznym, jednak, ze względu na krótką historię gospodarki rynkowej w naszym kraju, nie miały możliwości wyrobienia sobie odpowiedniej marki.

7. Produkty lokalne są produkowane i dystrybuowane „na miejscu”, więc obciążenie środowiska z tytułu transportu jest mniejsze. Nadmierny przewóz towarów może powodować zanieczyszczenie gleb metalami ciężkimi. Produkty na targowiskach są zwykle sprzedawane bez szkodliwych dla środowiska opakowań.

Jakie korzyści społeczne wynikają z patriotyzmu konsumenckiego?

1. Patriotyzm konsumencki buduje więź producent-konsument. Dzięki wspieraniu lokalnych przedsiębiorców następuje nagromadzenie pozytywnego kapitału społecznego, który jest

dodatnio skorelowany ze wzrostem gospodarczym. Prowadzenie interesów powoduje zawiązywanie kontaktów międzyludzkich, a przy okazji buduje zaufanie społeczne.

2. Wzrost świadomości konsumenckiej wpływa na obniżenie poziomu konsumpcji dóbr niepożądanych, co ma pozytywny wpływ na zdrowie członków narodu.

3. Handel bezpośredni sprzyja powstawaniu chrześcijańskiego etosu kupieckiego. Uczciwość, rzetelność, pracowitość, punktualność – wszystkie te cnoty znajdują się w odwrocie, gdy brak jest etyki w życiu gospodarczym.

4. Handel tradycyjny gwarantuje anonimowość w o wiele większym stopniu niż handel masowy. Obecne tendencje rozwoju systemu finansowego mogą spowodować, że pewnego dnia obudzimy się w świecie, gdzie koncerny i rządy będą wiedziały o nas wszystko.

5. Żywność od lokalnych rolników cechuje się na ogół wyższym poziomem higieniczno-sanitarnym, większą sterylnością. Z kolei produkty w sklepach wielkopowierzchniowych są dotykane codziennie przez dziesiątki osób, co ułatwia rozprzestrzenianie chorób i bakterii.

Czy dobry produkt obroni się sam na rynku?

Gdybyśmy przyjęli jedno z założeń konkurencji doskonałej, jakim jest pełna informacja, taka sytuacja mogłaby wystąpić. W praktyce żyjemy jednak w świecie niepełnej informacji. Jesteśmy bombardowani reklamami, które nie zawsze reklamują produkty zdrowsze i lepsze. Lokalni producenci, mimo dobrych cen i jakości, nie mają takiej siły przebicia jak wielkie firmy.

Przykład: wiele osób stołuje się w korporacyjnych fast-foodach, pomimo tego, że dobra tam sprzedawane są drogie i śmieciowej jakości. Z drugiej jednak strony istnieje wiele

uczciwych firm rodzinnych i organizacji rolniczych, o których nikt nie słyszał.

Czy patriotyzm konsumencki może „zepsuć” przedsiębiorców?

Patriotyzm konsumencki to wskazówka, a nie przymus czy dekalog, który jest prawdziwy zawsze i wszędzie. Duża świadomość konsumencka powoduje, że nieuczciwi przedsiębiorcy są szybciej eliminowani przez rynek. Protekcjonizm nie jest zresztą tożsamy z patriotyzmem konsumenckim. Dokapitalizowanie polskich przedsiębiorców może stać się bodźcem do ulepszeń, zakupu nowych maszyn.

Czy warto kupować produkty tylko ze względu na pochodzenie?

Gdybyśmy kupowali produkty tylko ze względu na pochodzenie, to szybko popadalibyśmy w absurd. Autorzy akcji również kupują zagraniczne produkty w zagranicznych supermarketach, lecz staramy się, jeżeli mamy taką możliwość, wkładać do koszyka produkty od polskich producentów. Gdy w danej branży nie mamy własnych wytwórców, to nie ma mowy o patriotyzmie konsumenckim. Wspierajmy Polaków wtedy, kiedy dają nam ku temu szansę.

Czy ujemny bilans płatniczy jest neutralny wobec gospodarki?

Obniżka rezerw walutowych może oznaczać uzależnienie od zagranicznego kapitału, szczególnie gdy jest on sprzężony z deficytem budżetowym.

Przykład: Chiny skupują obligacje rządu USA, przez co stają się silniejszą stroną przetargową w dyskusjach politycznych.

Ujemny bilans handlowy może oznaczać uzależnienie od zagranicznych kredytów handlowych i pożyczek finansowych. Konsekwentny spadek rezerw walutowych może spowodować obniżenie wiarygodności płatniczej naszego kraju oraz kryzys walutowy, gdy rynki finansowe zażądają wyższego oprocentowania, niż możemy sobie na to pozwolić.

Czy kupowanie droższych produktów może spowodować zubożenie społeczeństwa?

Gdy klasyczni ekonomiści tworzyli pierwsze teorie promujące wolny handel, to zakładali jednorodność dóbr (teoria kosztów komparatywnych obejmuje tylko roboczogodziny, nie informuje o konsumpcji niepożądaney). Kupowanie droższych, jednorodnych dóbr miało prowadzić do zubożenia społeczeństwa. W praktyce niejednorodność jest powszechna w gospodarce.

Przykłady:

1. Nie można porównywać chleba ze spulchniaczami do chleba naturalnego.
2. Nie można porównywać wędlin z supermarketów do tych z lokalnej masarni.
3. Nie można porównywać rakotwórczego czosnku z Chin do polskiego czosnku.

Czy jest jakaś różnica, gdzie płacimy podatki?

Im wyższe podatki zapłacimy w Polsce, tym lepszej jakości dobra publiczne otrzymamy jako społeczeństwo. Drogi, wodociągi, wały przeciwpowodziowe, infrastruktura teleinformatyczna, wszelkie monopole naturalne – te dobra

dostarcza państwo.

Czy patriotyzm konsumencki jest praktykowany w innych krajach?

Wiele narodu ma w swojej kulturze zakodowane kupowanie produktów wyprodukowanych przez krajowych producentów. Najlepszymi tego przykładami są zamożne kraje, takie jak Japonia i Niemcy. Pod wpływem kryzysu w Grecji wybuchła „ziemniaczana rewolucja”, gdy rolnicy zaczęli bezpośrednio z samochodów sprzedawać konsumentom płody rolne. W USA prowadzona jest akcja „Buy American”.

Czy patriotyzm konsumencki stanowi pojęcie sprzeczne?

Konsument jest subiektywistą, który podczas zakupów kieruje się zwyczajami, gustami, preferencjami, humorem, podczas gdy patriotyzm jest uczuciem narodowym. Zarówno konsument, jak i patriota, kierują się swoimi odczuciami, więc nie są to pojęcia sprzeczne.

Czy liberalizm gospodarczy jest sprzeczny z patriotyzmem konsumenckim?

Nie istnieje zasadnicza sprzeczność pomiędzy patriotyzmem konsumenckim a liberalizmem gospodarczym. Konsument zawsze będzie mieć wybór pomiędzy dobrami z różnych krajów, przez co kierowanie się argumentem narodowości jest tak samo zasadne, jak kierowanie się gustami czy modą.

Czy patriotyzm konsumencki zaburza mechanizm rynkowy?

Wprost przeciwnie – świadomi konsumenci budują silną

gospodarkę rynkową.

Czy patriotyzm konsumencki prowadzi do marnotrawstwa energii, surowców i ludzkiej pracy?

Teoretycy często powołują się na ten argument, gdy jest to dla nich wygodne, jednak nie wspominają o tym, że niskie ceny mogą brać się również z rabunkowej eksploatacji zasobów i generowania negatywnych efektów zewnętrznych.

Przykład pierwszy: środowisko naturalne naszej planety jest systemem naczyń połączonych. Jeżeli jedno państwo zdecyduje się wrzucić swoje odpady do Bałtyku, zamiast je zutylizować, to cierpieć będą z tego tytułu wszyscy.

Przykład drugi: chiński przemysł chemiczny nie przestrzega norm środowiskowych, dzięki czemu jest w stanie produkować taniej. Produkty przedsiębiorców, na których państwo narzuca normy środowiskowe, będą droższe z definicji.

Przykład trzeci: rabunkowa wycinka lasów amazońskich stymuluje rozwój gospodarczy, lecz wpływa również na zmiany klimatyczne na naszej planecie.

Autorstwo: Karol Skorek

Źródło: Swojak.org

Nadesłano do portalu WolneMedia.net