

Grzegorz Wałęga

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ROLA INTERNETU W PROCESIE KONSUMPCJI GOSPODARSTW DOMOWYCH

1. Wstęp

Postępująca globalizacja działalności gospodarczej, integracja oraz przemiany techniczno-ekonomiczne powodują zmiany w zachowaniach i wzorach konsumpcji gospodarstw domowych. W tych warunkach proces gospodarowania podmiotów rynkowych staje się coraz bardziej złożony. Za sprawą Internetu rośnie rola i znaczenie rynku informacji we współczesnej gospodarce. Ma to wpływ na alokację zasobów gospodarstw domowych, które przy podejmowaniu decyzji biorą pod uwagę nie tylko własne preferencje i ograniczenie budżetowe, ale również zdarzenia i procesy toczące się w odległych miejscach świata. Dostęp do Internetu pozwala także na stosunkowo szybkie, tanie i efektywne porównywanie dostępnych alternatyw, a w konsekwencji prowadzi gospodarstwa domowe do maksymalizacji ich korzyści.

Celem artykułu jest dokonanie przeglądu głównych tendencji zmian w procesie konsumpcji gospodarstw domowych w ostatnich latach w świetle zasygnalizowanych na wstępie procesów, a także odpowiedź na pytanie, czy i w jakim stopniu Internet wpływa na strukturę konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce. Istotne wydaje się rozpoznanie wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych przez gospodarstwa domowe w Polsce. Odrębną kwestią, która zostanie poddana analizie, jest kształtowanie się wydatków na łączność polskich gospodarstw domowych w latach 1994-2007.

2. Rozwój Internetu a zachowania gospodarstw domowych

Wzrost popularności Internetu w ostatnich latach zmodyfikował modele zachowań gospodarstw domowych. Jego wpływ jest tym silniejszy, im zakres korzystania z niego przez konsumentów jest większy. Internet jako jeden ze środków masowego przekazu pełni różne funkcje. Wśród nich wymienić można dostarczanie informacji

o charakterze ogólnym, jak i konkretnym (praktycznym) oraz kształtowanie stylu życia, tożsamości, wartości, przekonań, i preferencji. Dla wielu ludzi Internet stanowi nie tylko punkt odniesienia (rzeczywistością jest to, co znajduje się w Sieci), ale także zapewnia rozrywkę, pełniąc przy tym funkcje kulturalne i estetyczne. Internet ma jeszcze jedną ważną funkcję – pozwala w łatwy sposób komunikować się z innymi osobami, co z kolei ułatwia wymianę doświadczeń oraz redukuje dysonans poznawczy¹.

Wpływ Internetu na zachowania gospodarstw domowych można również zauważyć, analizując nowe cechy i tendencje w konsumpcji w ostatnich latach. Wśród nich należy wymienić²:

- domocentryzację konsumpcji – następuje stopniowe przenoszenie konsumpcji z różnego rodzaju instytucji publicznych (np. teatru, filharmonii) do domu za sprawą coraz to lepszego wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku (telewizory, sprzęt hi-fi); proces ten wzmagany jest przez gwałtownie rozwijające się elektroniczne sposoby komunikacji międzyludzkiej (telefonie mobilną, Internet), a to z kolei wywołuje zmiany w miejscu i sposobie zaspokajania potrzeb (np. *e-learning*, telemedycyna, bankowość elektroniczna);
- wirtualizację konsumpcji – zaspokojenie potrzeb członków gospodarstwa domowego odbywa się w coraz większym zakresie za pośrednictwem elektronicznych środków przekazu (Internetu, telewizji); jednocześnie następuje kreowanie i wzrost znaczenia świata wirtualnego – rozdwojenie życia ludzkiego na rzeczywisty i wirtualny;
- homogenizację i wzrost skłonności do naśladownictwa – niektóre segmenty rynków towarowych stają się homogeniczne w wymiarze światowym i oferują produkty podobne pod względem standardów i użyteczności (elektronika, komputery, samochody, *fast food*); dzieje się tak dlatego, że coraz więcej towarów wytwarzanych w poszczególnych krajach stanowi przedmiot wymiany handlowej, a rynek światowych produktów i marek ulega rozszerzeniu³; intensywna i masowa turystyka oraz szybki przepływ informacji (w dużej mierze dzięki sieci Internet) przyspiesza procesy homogenizacji, ponieważ ułatwia wymianę wzorców zachowań i stylu życia pomiędzy różnymi kulturami; dlatego też Internet utożsamia się z procesami ujednoczenia potrzeb, upodabniania się wymagań i preferencji nabywców; następuje to właściwie we wszystkich wzorcach konsumpcji, niezależnie od rozpatrywanego przekroju społeczno-ekonomicznego

¹ Szerzej zob.: G. Antonides, W.F. van Raaij, *Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 396-403.

² C. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 137-163 oraz T. Słaby, *Konsumpcja. Eseje statystyczne*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2006, s. 14-22.

³ *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, red. B. Liberska, PWE, Warszawa 2002, s. 28 oraz *Zachowania podmiotów rynkowych w warunkach globalizacji*, red. M. Malinowska, B. Kucharska, PWE, Warszawa 2006, s. 63-95.

lub geograficznego; w związku z postępującym procesem unifikacji gustów, potrzeb i wzorów konsumpcji dokonuje się tzw. proces macdonaldyzacji⁴;

- ze wzrostem skłonności do naśladownictwa są powiązane także przemiany obyczajów, które odnieść można nie tylko do sfery konsumpcji, ale również do gospodarowania czasem wolnym; następuje indywidualizacja zachowań konsumpcyjnych, co wyraża się odchodzeniem od kolektywnej konsumpcji i postępującą jej domocentryzacją⁵; rosnąca rola środków masowego przekazu (w tym Internetu) w kształtowaniu postaw powoduje również wzrost świadomości konsumentów w wymiarze globalnym – w coraz szerszym zakresie, również w Polsce, popularność zyskuje ekologiczna i etyczna konsumpcja.

Należy zaznaczyć, że omówione powyżej przemiany w modelach konsumpcji gospodarstw domowych nie są tylko i wyłącznie wynikiem rozwoju Internetu i innych środków masowego przekazu. Zachowania gospodarstw domowych kształtowane są przez inne procesy społeczno-ekonomiczne (np. globalizację, demokratyzację), które występują w ich otoczeniu. Na gospodarstwa domowe wpływ mają również interakcje z przedsiębiorstwami, które częściowo kreują nowe wzorce zachowań i same, w coraz większym stopniu, wykorzystują Internet w prowadzonej działalności gospodarczej. Coraz silniejsze sprzężenie zwrotne w tym obszarze pomiędzy podmiotami rynkowymi pogłębia i przyspiesza zmiany w modelu zachowań gospodarstw domowych.

3. Wydatki na łączność i zmiany poziomu wyposażenia gospodarstw domowych w Polsce

Wzrost znaczenia Internetu w gospodarce nierozzerwalnie wiąże się z rewolucją techniczną końca XX wieku. Jego rolę w gospodarstwach domowych można przeanalizować na tle zmian poziomu wyposażenia w dobra trwałe użytkowania. Wpływ postępu technicznego na stan posiadania gospodarstw domowych w Polsce prezentuje tab. 1. W latach 1994-2006 można zaobserwować stopniowe doposażanie gospodarstw domowych w nowe, nie używane dotąd sprzęty. W ostatnich latach wśród wyposażenia polskich gospodarstw domowych pojawiły się m.in. odtwarza-

⁴ Zjawisko to określane jest też jako „kalifornizacja potrzeb” lub „westernizacja” (definiowana w *Słowniku języka polskiego PWN* jako przejmowanie wzorców kulturowych, ekonomicznych i politycznych z Europy Zachodniej i Stanów Zjednoczonych). Szerzej o zjawisku macdonaldyzacji zob. też S. Flejterski, P.T. Wahl, *Ekonomia globalna. Synteza*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2003, s. 26-28 oraz G. Ritzer, *Macdonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 1999.

⁵ Wycofywanie się w zacisze domowe, zarówno w sferze konsumpcji, jaki i kontaktów międzyludzkich, określane jest także mianem tworzenia kokonu (*cooconing*). Zob. G. Antonides, W.F. van Raaij, wyd. cyt., s. 404.

cze DVD, telefony komórkowe, komputery osobiste z dostępem do Internetu⁶. Warto zauważyć, że udziały telefonów i komputerów zwiększały się w największym stopniu.

Tabela 1. Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrane dobra trwałego użytkowania (w %) w latach 1994-2006

Wyszczególnienie	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006
Drukarka	–	–	–	–	–	22,7	29,5
Komputer osobisty	7,3	7,5	10,2	14,3	22,8	32,9	43,7
w tym z dostępem do Internetu	–	–	–	5,1	10,7	16,9	28,4
Odbiornik telewizyjny (kolorowy)	82,7	89,5	93,9	96,0	97,0	97,6	98,5
Odtwarzacz DVD	–	–	–	–	–	11,7	31,4
Odtwarzacz płyt kompaktowych	–	–	7,9	9,4	9,5	7,8	12,4
Telefon komórkowy	–	–	–	–	–	54,0	73,1
Urządzenie do odbioru TV satelitarnej (w tym TV kablowa)	25,7	31,7	42,4	48,1	48,9	48,9	48,9
Zestaw do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku (wieża)	–	–	28,2	34,5	41,5	42,3	44,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Mały Rocznik Statystyczny 1995-2007, GUS, Warszawa 1995-2007.

Wzrost poziomu wyposażenia w sprzęt RTV i komputerowy wskazuje na zidentyfikowaną wcześniej domocentryzację konsumpcji. Gospodarstwa domowe w coraz większym zakresie korzystają z domowych centrów rozrywek (kino domowe, telewizja kablowa i satelitarna, zestawy audio, komputery, Internet). Jest to również dowód na współczesną wizualizację i fonizację kultury oraz rosnącą rolę mass mediów⁷.

W celu określenia roli Internetu w procesach konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce zasadna wydaje się analiza wydatków na łączność. Wskazane powyżej zmiany w wyposażeniu gospodarstw domowych, a zwłaszcza rozwój nowych systemów komunikacyjnych i informacyjnych, muszą znaleźć odzwierciedlenie w wysokości wydatków. Intensywne doposażenie gospodarstw domowych w komputery z dostępem do Internetu oraz telefony komórkowe pozwalają założyć, że tego rodzaju wydatki i ich udział w wydatkach ogółem powinny z roku na rok rosnąć.

Udział wydatków gospodarstw domowych na łączność⁸ prezentuje tab. 2. Bez względu na rok badania przynależność gospodarstwa domowego do grupy społecz-

⁶ Warto przy tym zauważyć, że za dynamicznymi zmianami nie zawsze nadąża Główny Urząd Statystyczny, który przeprowadza badania budżetów gospodarstw domowych i warunków ich życia. Skutkiem tego było np. rozpoczęcie badania wyposażenia gospodarstw domowych w telefony komórkowe dopiero w 2003 r., kiedy to już blisko połowa gospodarstw domowych taki telefon posiadała.

⁷ Zob. C. Bywalec, wyd. cyt., s. 155-157.

⁸ Zgodnie z klasyfikacją GUS wydatki na łączność obejmują: usługi pocztowe, zakup sprzętu i usług telekomunikacyjnych. Zob. *Budżety gospodarstw domowych w 2007 r.*, Informacje i Opracowania Statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2008, s. 184.

Tabela 2. Udział wydatków na łączność w wydatkach ogółem (w %) według grup społeczno-ekonomicznych gospodarstw domowych w latach 1994-2007

Rok	Ogółem	Gospodarstwa domowe				
		pracowników	rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów ^a	rencistów ^a
1994	1,23	1,30	0,48	2,12	–	–
1995	1,34	1,39	0,53	2,34	–	–
1996	1,44	1,51	0,61	2,34	–	–
1997	1,76	1,87	1,00	2,85	1,78	1,61
1998	2,32	2,43	1,46	3,45	2,27	2,13
1999	2,77	2,86	2,13	3,84	2,65	2,60
2000	3,51	3,67	2,78	4,55	3,25	3,45
2001	4,30	4,54	3,61	5,23	3,99	4,12
2002	4,50	4,78	3,75	5,47	4,13	4,18
2003	4,70	4,87	4,09	5,49	4,35	4,39
2004	4,68	4,91	4,01	7,59	4,43	4,73
2005	5,31	5,47	4,59	6,37	4,86	5,04
2006	5,15	5,31	4,61	5,91	4,69	5,03
2007	5,02	5,09	4,78	5,50	4,75	4,89

^a Do 1996 r. gospodarstwa emerytów i rencistów były wykazywane w publikacjach GUS łącznie.

Źródło: obliczenia własne na podstawie: *Budżety gospodarstw domowych w 1994-2007 r.*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 1995-2008.

no-ekonomicznej (i związany z nią poziom dochodów) determinuje wysokość ponoszonych wydatków. Najwyższy udział analizowanej grupy wydatków w wydatkach ogółem mają gospodarstwa domowe utrzymujące się z pracy na własny rachunek, najniższy natomiast gospodarstwa rencistów. Udział wydatków na łączność z roku na rok rośnie. W przypadku ogółu gospodarstw domowych w 2007 r. udział tych wydatków był o blisko 3,8 punktu procentowego wyższy niż w 1994 r. W grupie rolników można zauważyć najbardziej dynamiczny wzrost udziału wydatków na łączność w wydatkach ogółem, zwiększył się on w analizowanych latach blisko 10-krotnie. Jest to przede wszystkim efekt dynamicznego rozwoju telekomunikacji, a w szczególności upowszechnienia telefonu (w tym także na wsi), a w ostatnich latach telefonii bezprzewodowej i Internetu.

W badanym okresie średnie roczne tempo zmian wysokości wydatków na łączność wynosiło 13,98% (tab. 3). W gospodarstwach rolników realny wzrost tych wydatków był jeszcze większy – blisko 21%. W rozpatrywanym okresie najmniejszą dynamiką charakteryzowały się wydatki na łączność dokonywane przez pracujących na własny rachunek. Wydaje się, że wyjaśnieniem tego zjawisko jest fakt, że już na początku lat 90. XX w. wydatki tej grupy gospodarstw domowych były stosunkowo wysokie (efekt wysokiej bazy). Postęp technologiczny połączony z przemianami in-

Tabela 3. Wydatki gospodarstw domowych na łączność (w zł na osobę) według grup społeczno-ekonomicznych w latach 1994-2007 (ceny stałe z 1994 r.)

Rok	Ogółem	Gospodarstwa domowe				
		pracowników	rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów ^a	rencistów ^a
1994	2,69	2,82	0,90	6,04	–	–
1995	2,90	3,00	0,98	6,57	–	–
1996	3,29	3,49	1,19	6,87	–	–
1997	4,27	4,63	1,97	8,83	5,26	3,54
1998	5,70	6,17	2,62	10,66	6,67	4,89
1999	7,22	7,77	3,96	12,82	8,36	6,30
2000	9,05	9,94	5,28	14,89	9,95	7,74
2001	10,68	11,63	6,74	16,24	12,11	9,09
2002	11,26	12,26	7,30	17,45	12,65	9,24
2003	11,84	13,00	7,49	17,81	13,42	9,85
2004	12,46	13,53	7,81	24,86	14,23	11,23
2005	13,77	14,06	9,19	20,81	14,83	11,44
2006	14,26	14,44	9,84	20,99	14,89	12,34
2007	14,75	14,62	10,66	21,82	15,41	12,57
Średnie tempo zmian (w %)	13,98	13,49	20,94	10,38	11,35	13,51

^a Do 1996 r. gospodarstwa emerytów i rencistów były wykazywane w publikacjach GUS łącznie.

Źródło: obliczenia własne na podstawie: *Budżety gospodarstw domowych w 1994–2007 r.*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 1995-2008.

stytucjonalnymi na rynku telekomunikacyjnym wywołał spadek cen, a zatem ilość konsumowanych usług (jak również sprzętu) dynamicznie zwiększała się w analizowanym okresie. Jak już wcześniej wspomniano, gospodarstwa domowe w ostatnich latach coraz częściej dokonują zakupu np. telefonów komórkowych i komputerów z dostępem do Internetu, co umożliwia szybkie porozumiewanie się, ułatwia pracę oraz przyczynia się do wspomnianej wirtualizacji konsumpcji. Wszystkie te czynniki wymusiły wzrost realnych wydatków na łączność.

4. Gospodarstwa domowe a korzystanie z Internetu

Rozwój technologii informacyjnych wymusił szybszy przepływ informacji. Zwiększa to zapotrzebowanie – o czym była mowa powyżej – na usługi telekomunikacyjne (udział wydatków gospodarstw domowych na łączność), jak również na niezbędny sprzęt (zmiana poziomu wyposażenia gospodarstw domowych). Należy dodać, że tendencje te dotyczą nie tylko gospodarki Polski.

Tabela 4. Cele korzystania z Internetu w sprawach prywatnych przez gospodarstwa domowe w Polsce w latach 2004-2008

Cel korzystania z Internetu	Odsetek populacji w wieku 16-74 lata				
	2004	2005	2006	2007	2008
Korzystanie z poczty elektronicznej	19	24	27	32	38
Wyszukiwanie informacji o towarach i usługach	15	18	25	27	33
Udział w czatach i forach dyskusyjnych	15	15	18	26	31
Czytanie, pobieranie czasopism <i>on-line</i>	14	13	16	15	19
Szukanie informacji dotyczących zdrowia	5	7	11	13	19
Słuchanie radia i oglądanie telewizji <i>on-line</i>	6	6	10	13	18
Korzystanie z usług bankowych	4	6	9	13	17
Telefonowanie przez Internet, wideokonferencje	3	5	8	10	15
Korzystanie z serwisów poświęconych turystyce	8	6	11	11	14
Granie w gry, pobieranie plików z gramami, muzyką, filmami	14	12	16	17	12
Pobieranie programów komputerowych (bez gier)	·	8	12	12	12
Szukanie pracy, wysyłanie ofert	5	5	7	7	8
Sprzedawanie towarów np. na aukcjach	1	1	5	5	7

Odsetki nie sumują się do 100%, ze względu na możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Spoleczeństwo informacyjne: wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w 2006 r.*, GUS, Warszawa 2007, s. 19 oraz *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2008 r.*, GUS, Warszawa 2008, s. 11.

Nowym zjawiskiem, którego historia nie jest dłuższa niż kilkanaście lat, wpływającym na zachowania gospodarstw domowych jest Internet. Dokonywanie zakupów przez Internet początkowo postrzegane było jako nowa moda. Internet, wykorzystywany niegdyś prawie wyłącznie do komunikacji, stał się niezwykle istotnym narzędziem w poszukiwaniu wszelkiego rodzaju informacji (na użytek zarówno prywatny, jak i zawodowy). Dziś Internet, do którego jeszcze niedawno podchodzono z pewną dozą ciekawości i z nieufnością, stał się nowym kanałem dystrybucji. Co więcej, zyskuje on na popularności z każdym dniem⁹. Cele korzystania z Internetu przez gospodarstwa domowe w sprawach prywatnych w latach 2004-2008 przedstawia tab. 4.

Internet jest niespotykanym dotąd w historii źródłem informacji, pozwalającym konsumentowi dowiedzieć się wszystkiego na temat produktu, który planuje kupić. W rezultacie przekłada się to na większą konsumpcję, lepsze dopasowanie nabywanych dóbr do preferencji oraz wyższy poziom zadowolenia. Z drugiej strony – poszerzanie wiedzy konsumentów o produkcie za pomocą informacji pozyskiwanych

⁹ Raport *Obserwator Cetelem 2008. Rynki europejskie*, <http://www.cetelem.pl/files/download/76> (dostęp: listopad 2008 r.).

z Sieci, czyni z nich bardziej wymagających klientów dla sprzedawców. Na podstawie danych zawartych w tab. 4 można również potwierdzić tezę o tym, że Internet staje się ważnym dla gospodarstw domowych sposobem rozrywki. Zmienia się też miejsce zaspokajania potrzeb – przenosi się ono z przestrzeni publicznej do cyberprzestrzeni¹⁰.

Wyniki przeprowadzonego przez Główny Urząd Statystyczny badania wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w Polsce wskazują na poprawę wyposażenia gospodarstw w sprzęt komputerowy oraz postęp w rozpowszechnieniu dostępu do Internetu i korzystaniu z tej sieci¹¹.

W 2008 r. 7,4 mln gospodarstw domowych posiadało przynajmniej jeden komputer. Było to ponad 650 tys. więcej niż przed rokiem, a ich udział wśród ogółu gospodarstw wzrósł z 54 do 59%¹². Szczegółowe informacje na temat wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych (ICT) w gospodarstwach domowych i przez użytkowników indywidualnych prezentuje tab. 5.

Pomimo zwiększania się udziału gospodarstw domowych wyposażonych w komputery wśród wszystkich gospodarstw należy zauważyć, że był on o ok. 10 punktów procentowych niższy niż średnia dla 27 krajów UE. W najbardziej skomputeryzowanych państwach, takich jak Islandia, kraje skandynawskie czy Luksemburg, odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w komputery waha się od 80 do blisko 90%.

W latach 2004-2008 systematycznie zwiększał się udział osób regularnie (przynajmniej raz w tygodniu) korzystających z komputera, przy czym – co warto zauważyć – w coraz szerszym zakresie z komputera korzystano w domu, natomiast następował spadek udziału osób używających tych urządzeń w miejscach innych niż dom (miejsce pracy, szkoła lub uczelnia, kawiarenki internetowe). Porównując udział regularnych użytkowników komputerów w Polsce ze wskaźnikami dla innych krajów, w których zostały przeprowadzone analogiczne badania, możemy zaobserwować, że osiągnął on w Polsce zaledwie 80% średniej UE-27 i był prawie o połowę niższy od wyniku lidera rankingu – Islandii.

¹⁰ Na przykład bardzo dynamicznie rozwija się korzystanie z bankowości internetowej – liczba osób zarządzających swoimi rachunkami i płatnościami przez Internet w roku 2008 zwiększyła się o 331% w stosunku do poziomu z 2004 r., co oznacza wzrost o ponad 3,8 mln użytkowników. Od 2005 r. przybywa ponad milion użytkowników bankowości internetowej rocznie. Zob. *Wykorzystanie technologii [...] w 2008 r. ...*, s. 11.

¹¹ Badanie wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych (ICT) w gospodarstwach domowych i przez użytkowników indywidualnych rozpoczęto w UE w roku 2002. W Polsce monitorowanie wykorzystania ICT w gospodarstwach domowych według metodologii zharmonizowanej z UE rozpoczęto w roku 2004. Od tego czasu badanie jest realizowane corocznie w kwietniu, metodą wywiadu bezpośredniego, w którym udział jest dobrowolny.

¹² *Wykorzystanie technologii [...] w 2008 r. ...*, s. 8.

Tabela 5. Technologia informacyjno-telekomunikacyjna (ICT) w gospodarstwach domowych w Polsce w latach 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Wyposażenie gospodarstw domowych w komputery (w %)					
Ogółem	36	40	45	54	59
Duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców)	44	49	53	60	64
Mniejsze miasta (poniżej 100 tys. mieszkańców)	39	40	46	55	60
Obszary wiejskie	25	30	36	46	53
Osoby regularnie (przynajmniej raz w tygodniu) korzystające z komputera (w %)					
Ogółem	35	40	43	46	50
Duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców)	47	53	55	58	–
Mniejsze miasta (poniżej 100 tys. mieszkańców)	38	41	45	48	–
Obszary wiejskie	21	29	31	35	–
Odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu w domu					
Ogółem	26	30	36	41	48
Duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców)	34	40	46	50	–
Mniejsze miasta (poniżej 100 tys. mieszkańców)	28	31	36	44	–
Obszary wiejskie	15	19	25	29	–
Odsetek gospodarstw domowych posiadających szerokopasmowy ^a dostęp do Internetu w domu					
Ogółem	8	16	22	30	38
Duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców)	14	26	31	40	–
Mniejsze miasta (poniżej 100 tys. mieszkańców)	9	15	23	32	–
Obszary wiejskie	1	5	10	16	–

^a Połączenia szerokopasmowe (*broadband connection*) to rodzaj połączeń internetowych, które charakteryzują się dużą szybkością przepływu informacji, umożliwiają przekazywanie wysokiej jakości obrazów, filmów, oglądanie telewizji lub telefonowanie z możliwością oglądania rozmówcy oraz pozwalają na korzystanie z różnorodnych zaawansowanych usług.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2007*, GUS, Warszawa 2008, s. 53-66 oraz *Wykorzystanie technologii [...] w 2008 r.* ..., s. 8.

Wskaźnik dostępu do Internetu wśród gospodarstw domowych w Polsce w 2007 r. sięgał trzech czwartych poziomu średniej UE-27. Pomimo dynamicznie zwiększającego się odsetka gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu w domu, w ostatnich latach dystans dzielący nasz kraj od średniej UE praktycznie się nie zmienia. Podobnie jak w przypadku dostępu do Internetu, wskaźnik dostępu szerokopasmowego był w Polsce niższy od średniej UE o 12 punktów procentowych.

Generalnie w ostatnich latach gospodarstwa domowe w Polsce w coraz większym zakresie korzystały z komputerów i dostępu do Internetu. Pamiętać należy, co potwierdzają dane w tab. 5, że istnieje znaczne zróżnicowanie wykorzystania ICT przez gospodarstwa domowe w zależności od ich położenia. W tym względzie, w

ciągu pięciu ostatnich lat, sytuacja gospodarstw domowych położonych na wsi wyraźnie się poprawiła (podwojenie udziałów, dynamika zmian w większości przypadków była większa od średniej), jednakże sytuacji tej nie można uznać za zadowalającą (zwłaszcza w porównaniu z krajami UE). Powodem szczególnej troski powinno być powiększanie się luki technologicznej w wykorzystaniu łączy szerokopasmowych przez polskie gospodarstwa domowe w porównaniu z krajami UE.

Aby dokonywać zakupów w Sieci, konsumenci muszą mieć do niej dostęp, co w ostatnich latach nie stanowi poważnego problemu, zważywszy na rosnący odsetek gospodarstw domowych posiadających komputer oraz upowszechnienie szerokopasmowego Internetu we wszystkich krajach Unii Europejskiej. W 2008 r. 5,2 mln osób kupowało lub zamawiało przez Internet towary lub usługi do użytku prywatnego. Od 2007 r. przybyło 624 tys. kupujących w Sieci. Odsetek osób, które dokonywały zakupów przez Internet wzrósł z ok. 5% (w 2004 r.) do 18% (w 2008 r.) ogółu mieszkańców Polski w wieku od 16 do 74 lat. Mimo to odsetek osób robiących zakupy *on-line* jest wciąż prawie dwukrotnie niższy od średniej UE-27. Łączna wartość zakupów internetowych w 2008 r. dokonanych przez gospodarstwa domowe w Polsce osiągnęła 4,5 mld zł¹³.

W tabeli 6 zaprezentowano odsetek populacji kupujących niektóre asortymenty produktów przez Internet do użytku prywatnego w 2007 r. w wybranych krajach europejskich. Można zauważyć, że nie istnieje właściwie produkt, który można by uznać za dominujący w handlu elektronicznym. O roli Internetu w procesach konsumpcyjnych może świadczyć fakt, że w krajach najbardziej zaawansowanych w tym względzie już blisko połowa populacji korzysta z Internetu jako formy robienia zakupów. Można zatem spodziewać się, że proces ten w Polsce, która w tej dziedzinie wypada słabiej niż pozostałe kraje, będzie w najbliższych latach charakteryzował się wysoką dynamiką.

Badania przeprowadzone przez Cetelem wskazują, że zakupy internetowe są domeną głównie ludzi młodych (do 35 roku życia), którzy postrzegani są jako konsumenci aktywni. Zakładając, że zakupy internetowe to nie przemijająca moda, a długotrwały, rozwijający się proces, można spodziewać się dalszego wzrostu roli Internetu jako ważnego elementu w modelach konsumpcyjnych gospodarstw domowych. Proces ten będzie wzmacniany na pewno poprzez dalsze poszerzanie liczby użytkowników Internetu, a także asortymentów internetowych sprzedawców. Nie bez znaczenia pozostaje też przełamywanie obaw dotyczących płatności *on-line* i wsparcie sprzedaży nowymi formami płatności (zarówno kredyt konsumpcyjny, jak i rozwój portali typu *social lending*)¹⁴.

¹³ *Wykorzystanie technologii [...] w 2008 r. ...*, s. 12.

¹⁴ Warto odnotować, że w Wielkiej Brytanii około 30% zakupów przez Internet finansowanych jest przez kredyty konsumpcyjne (w Polsce mniej niż 1%) – zob. raport *Obserwator Cetelem 2008...* Nowym zjawiskiem jest *social lending*, który opiera się na portalach pożyczek bezpośrednich. Ideą tego rodzaju serwisów jest umożliwienie zawierania pożyczek między osobami fizycznymi bez pośrednictwa banków (a więc w zamyśle po niższych kosztach).

Tabela 6. Odsetek populacji kupujący niektóre asortymenty produktów przez Internet do użytku prywatnego w 2007 r. w wybranych krajach europejskich

Kraj	Wczasy, wycieczki i bilety	Książki, czasopisma	Ubrania i sprzęt sportowy	Filmy, muzyka	Bilety na imprezy sportowe lub kulturalne	Oprogramowanie	Sprzęt elektroniczny (poza komputer.)	Sprzęt komputerowy
Austria	8	16	12	8	7	5	8	4
Czechy	4	4	4	2	5	2	7	1
Dania	27	16	20	18	27	16	15	12
Finlandia	26	18	17	15	20	9	10	9
Francja	14	14	17	11	10	6	7	9
Hiszpania	11	4	3	2	6	3	3	3
Holandia	25	19	19	13	18	11	13	6
Irlandia	20	8	5	10	11	5	4	2
Islandia	40	21	11	18	24	15	6	4
Luksemburg	24	28	13	18	18	13	10	6
Niemcy	23	26	25	19	18	19	17	9
Norwegia	41	22	21	22	34	14	18	11
Polska	2	5	6	3	2	2	4	2
Słowacja	3	5	5	3	2	2	3	2
Szwecja	28	19	17	18	23	8	10	10
Węgry	3	5	2	2	3	2	2	1
Wielka Brytania	24	19	20	27	18	11	11	9
Włochy	3	2	2	2	2	2	2	1
UE-27	13	12	12	10	9	7	7	5

Źródło: *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań...*, s. 78.

Na podstawie przeprowadzonych analiz można stwierdzić, że wspomniana wcześniej wirtualizacja konsumpcji staje się faktem. Elektroniczne środki przekazu, a zwłaszcza Internet, w coraz większym zakresie są wykorzystywane w różnych aspektach procesu konsumpcji.

5. Podsumowanie

Internet, jako jeden z elementów otoczenia podmiotów rynkowych, warunkuje ich zachowania. Na podstawie przeprowadzonych analiz można stwierdzić, że konsumpcja gospodarstw domowych w ostatnich latach uległa znacznym przeobrażeniom. Jak wynika z badań, również Internet odgrywa coraz większą rolę w procesach konsumpcji gospodarstw domowych. Tym samym polskie gospodarstwa domowe upodobią się w swoich zachowaniach do gospodarstw domowych z kra-

jów o wyższym poziomie rozwoju gospodarczego. Wirtualizacja konsumpcji obserwowana jest na coraz większą skalę.

Jednak nie na wszystkie grupy społeczno-ekonomiczne gospodarstw domowych proces globalizacji oddziałuje w jednakowym stopniu. Wyraża się to m.in. zróżnicowaniem poziomu i struktury wydatków na łączność. Analiza zmian poziomu wyposażenia w dobra trwałego użytku wykazała, że w ostatnich latach nastąpiło doposażenie gospodarstw domowych w niektóre urządzenia (m.in. komputery osobiste i telefony komórkowe). Należy zatem podkreślić, że Internet wywiera nie tylko wpływ na przemianę obyczajów, ale także prowadzi do domocentryzacji i homogenizacji konsumpcji.

Należy zauważyć, że przedstawione w pracy aspekty wpływu Internetu na procesy konsumpcji gospodarstw domowych nie wyczerpują w całości problematyki i będą one w przyszłości przedmiotem dalszych badań autora.

Literatura

- Antonides G., Raaij W.F. van, *Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
- Budżety gospodarstw domowych w 1994-2007 r.*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 1995-2008.
- Bywalec C., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Flejterski S., Wahl P. T., *Ekonomia globalna. Synteza*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2003.
- Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, red. B. Liberska, PWE, Warszawa 2002.
- Mały Rocznik Statystyczny 1995-2007*, GUS, Warszawa 1995-2007.
- Obserwator Cetelem 2008. Rynki europejskie*, <http://www.cetelem.pl/files/download/76> (dostęp: listopad 2008 r.).
- Ritzer G., *Macdonaldyzacja społeczeństwa*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 1999.
- Słaby T., *Konsumpcja. Eseje statystyczne*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2006.
- Spółeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2007*, GUS, Warszawa 2008.
- Spółeczeństwo informacyjne: wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w 2006 r.*, GUS, Warszawa 2007.
- Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2007 r.*, GUS, Warszawa 2007.
- Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2008 r.*, GUS, Warszawa 2008.
- Zachowania podmiotów rynkowych w warunkach globalizacji*, red. M. Malinowska, B. Kucharska, PWE, Warszawa 2006.

THE ROLE OF THE INTERNET IN HOUSEHOLD CONSUMPTION PATTERNS

Summary

One of the most remarkable developments over the past years has probably been the way in which the Internet has infiltrated, and become an important part of household consumption patterns. The objective of this paper is to present main changes of household consumption patterns, which are caused by technical progress. The author discusses changes in level of expenditure on communication and its share of the total household expenditure in Poland in the period of 1994-2007. The paper also identifies households which regularly use computers or the Internet. Special attention is given to the activities carried out on the Internet for private purposes.