

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 449

Ekonomia



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Joanna Świrska-Korłub, Jadwiga Marcinek

Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach internetowych

www.pracnaukowe.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192

e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-616-9

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	11
Piotr Adamczewski: Organizacje inteligentne w rozwoju społeczeństwa wiedzy / Intelligent organizations in the development of knowledge society	13
Maciej Banasik: Siła demokracji a władza finansjery na przykładzie kryzysu w Grecji / The strength of democracy vs. the power of high finance on the example of the crisis in Greece	23
Paweł Białynicki-Birula, Łukasz Mamica: Uwarunkowania i efekty polityki przemysłowej w świetle neoweberowskiej koncepcji państwa / Determinants and effects of industrial policy in the context of the neoweberian state model	40
Jan Borowiec: Integracja handlowa jako determinanta synchronizacji cykli koniunkturalnych w strefie euro / Trade integration as a determinant of business cycles synchronization in the Euro Area	52
Malgorzata Bułkowska: Potencjalny wpływ bilateralnych umów handlowych na wzrost gospodarczy UE – przewidywane skutki dla polskiego sektora rolno-spożywczego / Potential impact of the bilateral trade agreements on the economic growth in the EU – expected consequences for the Polish agri-food sector	61
Sławomir Czetwertyński: Produkcja partnerska a nieformalny obrót cyfrowymi dobrami informacyjnymi / Peer production vs. informal distribution of digital information goods	72
Ireneusz Dąbrowski: Mechanizmy sprzężeń zwrotnych i ujęcie cybernetyczne w ekonomii / Feedbacks and cybernetic coverage in economics	86
Tomasz Dębowski: Polityka regionalna Unii Europejskiej w Polsce – teraźniejszość i przyszłość / Regional policy of the European Union in Poland – present and future	96
Wirginia Doryń: Innowacyjność sektora niskiej techniki w krajach Unii Europejskiej – analiza porównawcza / Innovation of the low technology sector in the European Union – a comparative analysis	109
Karolina Dreła: Prekariat – kierunki zmian i wpływ na rynek pracy / Precariat – directions of changes and impact on the labour market	118
Monika Fabińska: Droga kobiet do sukcesu biznesowego w dobie polityki równych szans / Women’s road to business success in the era of equal opportunities policy	130

Maria Fic, Daniel Fic, Edyta Ropuszyńska-Surma: Społeczno-ekonomiczne ograniczenia rozwoju gospodarczego Polski w kontekście pułapki średniego dochodu / Socio-economic constraints of the Polish economic growth in context of the middle-income trap	142
Paweł Głodek: Proces komercjalizacji wiedzy a struktury uczelni wyższej – ujęcie modelowe / Process of knowledge commercialization and university organisational units – model approach.....	155
Aleksandra Grabowska-Powaga: Uwarunkowania kształtowania kapitału społecznego – odniesienia do Polski / Factors that influence social capital – references to Poland.....	169
Alina Grynia: Poziom oraz struktura finansowania działalności badawczo-rozwojowej na Litwie na tle pozostałych krajów UE / Level and structure of investment in research and development in Lithuania in comparison with other countries	177
Mariusz Hamulczuk, Jakub Kraciuk: Procesy globalizacji a wzrost gospodarczy w krajach europejskich / Globalisation processes vs. economic growth in the European countries	191
Anna Horodecka, Liudmyła Vozna: The vulnerability of the labor market as the effect of the human motivation to work / Wrażliwość rynku pracy jako skutek motywacji człowieka do pracy	207
Agata Jakubowska: Instytucjonalne podłoże relacji podmiotów funkcjonujących na rynku / Institutional background of relations between entities on the market	216
Ewa Jaska: Uwarunkowania makroekonomiczne rozwoju rynku reklamy medialnej w Polsce / Macroeconomic conditions for the development of media advertising market in Poland	224
Michał Jurek: Społeczna odpowiedzialność biznesu – ewolucja koncepcji i jej znaczenia / Corporate social responsibility – evolution of the concept and its importance.....	234
Renata Karkowska, Igor Kravchuk: Struktura inwestorów na GPW w Warszawie w kontekście zmian makroekonomicznych i rynkowych / Structure of investors in the Warsaw Stock Exchange in the context of macroeconomic and market changes.....	246
Grażyna Karmowska: Analiza i ocena poziomu ekoinnowacji w nowych krajach członkowskich Unii Europejskiej / Analysis and assessment of the level of eco-innovation in the new member countries of the European Union	257
Dariusz Kielczewski: Racjonalność człowieka gospodarującego w ujęciu koncepcji <i>homo sustinens</i> / Rationality of managing man in the concept of <i>homo sustinens</i>	269

Krystyna Kietlińska: Rola powiatowych urzędów pracy w przeciwdziałaniu bezrobociu w Polsce / The role of district labour offices of work in counter-acting unemployment in Poland	277
Aneta Kisiel: Kształtowanie kapitału ludzkiego – wybrane problemy / Human capital shaping – selected issues	289
Dariusz Klimek: Funkcja ekonomiczna imigracji na polskim rynku pracy / The economic function of immigration on the Polish labor market	300
Paweł Kocoń: Zarządzanie informacją – utajnianiem i ujawnianiem – jako funkcja zarządzania publicznego / Managing the information – encryption and disclosure – as public management functions	310
Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepowska-Flis: Weryfikacja hipotezy schumpeterowskiej w kontekście rodzajowej struktury wdrażanych innowacji / Verification of Schumpeterian hypothesis in the context of generic structure of innovations	319
Anna Kozłowska, Agnieszka Szczepowska-Flis: Wpływ wybranych warunków działalności gospodarczej na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw / Influence of chosen conditions of economic activity on innovation activity of enterprises	329
Joanna Kudelko: Nowy paradygmat rozwoju w realizacji polityki spójności / New paradigm of development in the implementation of cohesion policy	340
Wojciech Leoński: Rola państwa i instytucji rządowych w promowaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce / The role of the state and government agencies in promoting the concept of corporate social responsibility in Poland	350
Renata Lisowska: Kształtowanie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw poprzez wykorzystanie wzornictwa przemysłowego – doświadczenia województwa wielkopolskiego / Shaping the competitive advantage of small and medium-sized enterprises through the use of industrial design – experience of the Wielkopolskie Voivodeship	358
Irena Łącka: Wkład uczelni i instytutów badawczych w ochronę własności przemysłowej w Polsce w latach 2009-2014 / Input of universities and research institutes on the protection of industrial property in Poland between 2009 and 2014	368
Agnieszka Malkowska: Eksport województwa zachodniopomorskiego – charakterystyka i znaczenie dla regionu / Exports in Zachodniopomorskie Voivodeship – profile and significance for the region	381
Natalia Mańkowska: Usługi e-administracji a konkurencyjność międzynarodowa w wymiarze instytucjonalnym / E-government services and institutional competitiveness	392
Grażyna Michalczuk, Julita Fiedorczyk: Kapitał intelektualny kraju (NIC) – konceptualizacja podejść / National intellectual capital (NIC) – the conceptualization of approach	402

Michał Michorowski, Artur Pollok, Bogumiła Szopa: Przeobrażenia w sferze dochodów gospodarstw domowych w Polsce według grup społeczno-ekonomicznych w latach 1993-2014 / Transformations in household incomes in Poland by socioeconomic groups in 1993-2014	412
Dorota Milek: Przestrzenne zróżnicowanie innowacyjności polskich regionów / Spatial diversity of Polish regions innovativeness	424
Bogumiła Mucha-Leszko: Przyczyny słabego ożywienia koniunktury gospodarczej w strefie euro w świetle hipotezy o nowej sekularnej stagnacji / Causes of the Eurozone's slow economic recovery in the light of new secular stagnation hypothesis	436
Rafał Nagaj: Działania zbiorowe i na rzecz innych – analiza porównawcza polskich, litewskich i hiszpańskich studentów / Collective actions and helping others – comparative analysis of Polish, Lithuanian and Spanish student)	450
Paulina Nowak: Regionalne zróżnicowania poziomu nasycenia w ośrodki innowacji i przedsiębiorczości / Regional variation in the level of saturation in the centers of innovation and entrepreneurship	462
Robert Pietrzykowski: Rozwój gospodarczy państw Europy Środkowej i Wschodniej jako członków Unii Europejskiej / Economic development of countries of Central and Eastern Europe as members of the European Union	476
Elżbieta Pohulak-Żołędowska, Arkadiusz Żabiński: Wykorzystanie idei otwartych innowacji we współczesnych gospodarkach / Open innovation concept in contemporary economies	487
Gabriela Przesławska: Otoczenie instytucjonalne jako czynnik międzynarodowej konkurencyjności kraju oraz inkluzywnego wzrostu / Institutional environment as a factor of country's international competitiveness and inclusive growth	498
Malgorzata Raczkowska: Jakość życia w krajach Unii Europejskiej / Quality of life in the European Union	511
Anna Rutkowska-Gurak: Refleksje nad metodologią nauk ekonomicznych / Reflections on the methodology of economic sciences	522
Stanisław Swadźba: Wzrost gospodarczy krajów Azji Południowo-Wschodniej i Unii Europejskiej. Analiza porównawcza / The economic growth of South-East Asia and the European Union. Comparative analysis	536
Anna Sworowska: Współpraca patentowa nauki i biznesu na przykładzie województwa podkarpackiego – analiza sieci / Network analysis of patent cooperation between science and business – the case of Subcarpathian region	547
Monika Szafrąńska, Renata Matysik-Pejas: Społeczna odpowiedzialność banków komercyjnych w Polsce wobec środowiska naturalnego / Corporate	

rate social responsibility of commercial banks in Poland towards the natural environment.....	559
Piotr Szkudlarek: Płeć studentów a ich aktywność społeczna w świetle badań nad kapitałem społecznym / Sex of students and their social activity in the light of research into the social capital	573
Agnieszka Szulc: Instytucje formalne i nieformalne na rynku pracy w Polsce / Formal and informal institutions on the labour market in Poland	584
Andrzej Szuwarzyński: Porównanie efektywności działalności badawczo-rozwojowej w krajach OECD / Comparison of efficiency of research and development in OECD countries	595
Magdalena Szyszko: Oczekiwania bliskie racjonalnym? Współczesne koncepcje kształtowania oczekiwań uczestników rynku / Bounded rationality of expectations? Modern hypotheses of expectations formation of market participants.....	606
Ewa Ślęzak: Migracje Polaków po 2004 roku a gospodarstwa domowe – implikacje teoretyczne i praktyczne / Migrations of the Polish after 2004 vs. the households – theoretical and practical implications	616
Mirosława Tereszczuk: Instrumenty polityki handlowej Unii Europejskiej a polski handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi / Trade policy instruments of the European Union versus the Polish foreign trade in agricultural products	627
Agnieszka Tomczak: Polityka monetarna i fiskalna w warunkach wysokiego zadłużenia / Monetary and fiscal policy in the conditions of considerable indebtedness.....	639
Katarzyna Twarowska: Efekty międzynarodowej koordynacji polityki walutowej w latach 1978-2015 / Effects of international monetary policy coordination in the period 1978-2015.....	652
Zuzanna Urbanowicz: Simulation analysis of the degree of inadequacy in the single monetary policy for the EU economy outside the euro zone / Symulacyjna analiza stopnia nieadekwatności jednolitej polityki pieniężnej dla unijnej gospodarki spoza strefy euro	665
Grażyna Węgrzyn: Absolwenci na europejskim rynku pracy – analiza porównawcza / University graduates at European labour market – comparative analysis	675
Danuta Witczak-Roszkowska: Kapitał społeczny polskich regionów / Social capital of Polish regions.....	686
Katarzyna Włodarczyk: Serwicyzacja konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych / Servicization of consumption in Polish households.....	699
Renata Wojciechowska: Between economic triumphalism and anti-economism / Między tryumfalizmem ekonomicznym a antyeconomizmem	709

Malgorzata Wosiek: Migracje międzynarodowe w procesach dostosowawczych na rynkach pracy krajów UE w czasie kryzysu / International migration in the labour market adjustment processes in the EU countries during the crisis	718
Urszula Zagóra-Jonszta: Dwugłos klasyków francuskich na temat podatków – Bastiat i Sismondi / Two voices of French classics about taxes – Bastiat and Sismondi	730
Malgorzata Zielenkiewicz: Konkurencyjność krajów UE w świetle globalnego kryzysu finansowego / Competitiveness of the EU countries in the context of the global financial crisis	740

Wstęp

Z wielką przyjemnością oddajemy do Państwa rąk publikację pt. „Ekonomia”, wydaną w ramach Prac Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Opracowanie składa się z 65 artykułów, w których autorzy prezentują wyniki badań w czterech obszarach problemowych analizowanych na poziomie mikro- i makroekonomicznym.

Pierwszy obszar przedstawia rozważania dotyczące rynku pracy i instytucji rynku pracy, a także roli kapitału ludzkiego w gospodarce. Znalazły się tutaj wyniki badań na temat np.: roli urzędów pracy w przeciwdziałaniu bezrobociu, wpływu instytucji formalnych i nieformalnych na rynek pracy, zjawiska prekariatu, sytuacji kobiet na rynku pracy w dobie polityki równych szans czy pozycji absolwentów na europejskim rynku pracy. Drugi obszar dotyczy problemów makroekonomicznych współczesnych gospodarek, często ukazywanych w kontekście analizy sytuacji Polski na tle innych krajów unijnych. W tej grupie artykułów zaprezentowano wyniki analiz dotyczących m.in.: interwencjonizmu monetarnego i fiskalnego w warunkach wysokiego zadłużenia, polityki monetarnej i fiskalnej w krajach unijnych, ograniczeń wzrostu i rozwoju gospodarczego, innowacyjności i przedsiębiorczości, działalności badawczo-rozwojowej oraz roli kapitału intelektualnego kraju. Trzeci obszar tematyczny prezentowanej publikacji stanowią aspekty mikroekonomiczne, omawiając je np. dokonano analizy relacji podmiotów funkcjonujących na rynku, poddano ocenie przeobrażenia w sferze dochodów gospodarstw domowych czy opisano wpływ migracji na gospodarstwa domowe w Polsce. Czwarty obszar obejmuje zaś opracowania dotyczące fundamentów ekonomii, m.in. racjonalności człowieka w ujęciu *homo sustinens*, nowych paradygmatów rozwoju, refleksji nad metodologią nauk ekonomicznych, koncepcji kształtowania oczekiwań uczestników rynku czy analiz poglądów klasyków francuskich na temat podatków.

Książka przeznaczona jest dla pracowników naukowych szkół wyższych, specjalistów w praktyce zajmujących się problematyką ekonomiczną, studentów studiów ekonomicznych oraz słuchaczy studiów podyplomowych i doktoranckich.

Artykuły składające się na niniejszą książkę były recenzowane przez samodzielnych pracowników nauki, w większości kierowników katedr ekonomii. Chcielibyśmy serdecznie podziękować za wnikliwe i rzetelne recenzje, często inspirujące do dalszych badań. Oddając powyższą publikację do rąk naszych Czytelników, wyrażamy jednocześnie nadzieję, że ze względu na jej wszechstronny charakter spotka się ona z zainteresowaniem i przyczyni do rozpoczęcia inspirujących dyskusji.

Jerzy Sokołowski

Katarzyna Włodarczyk

Uniwersytet Szczeciński
e-mail: kwlod@wneiz.pl

SERWICYZACJA KONSUMPCJI W POLSKICH GOSPODARSTWACH DOMOWYCH

SERVICIZATION OF CONSUMPTION IN POLISH HOUSEHOLDS

DOI: 10.15611/pn.2016.449.61
JEL Classification: D1, M310

Streszczenie: W artykule podjęto rozważania na temat konsumpcji usług w polskich gospodarstwach domowych. Rozważania były prowadzone na podstawie danych GUS i pilotażowych badań ankietowych, przeprowadzonych wśród dorosłych Polaków z województwa zachodniopomorskiego. W artykule przeanalizowano: deklaracje konsumentów na temat zakupu usług w ich gospodarstwach, struktury wydatków, ze szczególnym uwzględnieniem udziału wydatków na usługi, oraz czynniki decydujące o zakupach usług. Na podstawie analizy materiału badawczego można stwierdzić, że widoczne są powolne tendencje do powstawania nowoczesnego modelu struktury wydatków, ale udział wydatków na usługi jest jeszcze niski. Można zakładać, że w wyniku zmian globalnych w polskich gospodarstwach domowych w efekcie popularyzacji usług w życiu codziennym będzie rósł ich udział w wydatkach ogółem.

Słowa kluczowe: konsumpcja, serwicyzacja, zachowania konsumentów, gospodarstwo domowe.

Summary: The article discusses the consumption of services in Polish households. The analysis was conducted on the basis of data published by the Central Statistical Data and questionnaire survey undertaken by the author in Zachodniopomorskie Voivodeship. The paper presents consumers' declarations about services that their households have purchased, expenditure profile with special reference to spending on services, and factors determining the purchase of services. The analysis of answers provided by respondents has enabled the author to define a new model of expenditure profile in which, however, spending on services is still too low. Furthermore, the findings suggest that due to global changes the aforementioned spending will represent a larger share in the total expenditure of Polish households in the future because of the popularization of services in everyday life.

Keywords: consumption, servicization, consumer behavior, households.

1. Wstęp

W XXI wieku zachowania konsumentów kształtowane są pod wpływem wielu równoległych zachodzących megatrendów. Jednym z nich jest postępujący proces globalizacji, której wpływy widoczne są w sferach produkcji, dystrybucji i konsumpcji. W odniesieniu do zachowań konsumentów proces globalizacji doprowadził do upowszechnienia się zróżnicowanej oferty towarowej i usługowej w różnych regionach świata, a w konsekwencji – do przenikania się wzorów konsumpcyjnych. Jednocześnie można obserwować z jednej strony ujednoczenie zachowań konsumentów, z drugiej zaś, ich dążenie do podkreślania swojej indywidualności i odmienności. Wszelkie współczesne działania, podejmowane przez konsumentów, przynajmniej w formie deklaracji, podkreślają ponadto jakość życia i podnoszenie poziomu życia. Ważnymi aspektami tych zachowań są także: sposób spędzania czasu wolnego, dbanie o warunki pracy, utrzymanie równowagi praca – życie, dbanie o warunki mieszkaniowe, środowisko naturalne, zdrowie czy też środowisko społeczne. Wspomniane aspekty zachowań konsumpcyjnych determinowane są zarówno sytuacją gospodarczą, jak i aktywnością ekonomiczno-społeczną członków gospodarstw domowych [Dąbrowska i in. 2015].

Na szczególną uwagę w zachowaniu współczesnych konsumentów zasługuje zjawisko serwicyzacji konsumpcji, czyli wzmożonej konsumpcji usług. Zjawisku temu towarzyszy domocentryzm konsumentów, który jest możliwy dzięki rosnącemu wyposażeniu gospodarstw domowych w najnowsze sprzęty techniczne, technologiczne, gwarantujące liczne, szybkie i tanie sposoby przekazywania informacji, dzięki czemu aktywności zawodowe i pozazawodowe są możliwe do przeniesienia w zacisze domowe. Prowadzi to do rosnącej konsumpcji wartości niematerialnych, takich jak: wiedza, informacja, działania na rzecz poprawy samopoczucia i zdrowia członków gospodarstwa domowego, a tym samym rośnie rola usług w sferze konsumpcji [Włodarczyk 2013].

Jednocześnie zachodzi pytanie, czy to zjawisko ma miejsce także w Polsce. Celem artykułu jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy w zachowaniach rynkowych polskich gospodarstwach domowych zauważalne są trendy związane z serwicyzacją konsumpcji. W artykule podjęto rozważania teoretyczne, a także zaprezentowano wyniki badań GUS (za lata 2010-2014) oraz wyniki pilotażowych badań ankietowych przeprowadzonych w 2015 roku wśród dorosłych osób reprezentujących gospodarstwa domowe z województwa zachodniopomorskiego.

2. Serwicyzacja konsumpcji – aspekty teoretyczne

Usługi stanowią ważny element życia człowieka, wzbogacając towary konsumpcyjne, pozwalają sprawniej funkcjonować gospodarstwu domowemu i jego członkom, dają możliwość wykorzystywania osiągnięć cywilizacyjnych, sprzyjają rozwojowi osobowości i tworzeniu kapitału ludzkiego, stanowią ważny element czasu wolnego i zabezpieczają finanse gospodarstw domowych [Dąbrowska, Janoś-Kresło (red.) 2007].

Cechą rozwoju gospodarczego krajów średnio i wysoko rozwiniętych jest wzrost udziału sektora usług w tworzeniu produktu narodowego. Rośnie także znaczenie usług w sektorze gospodarstw domowych, a tym samym zwiększa się udział usług w sferze konsumpcji. Zjawisko to określane jest jako serwicyzacja gospodarki; prowadzi ono do przekształcania się społeczeństw przemysłowych w społeczeństwa usługowe [Bywalec 2010].

Przesłankami serwicyzacji konsumpcji w gospodarce są:

- zmiany polityczne i zmiany w prawodawstwie (które dają możliwości rozwoju sektorowi usług);
- zmiany społeczne (takie, jak na przykład: wzrost standardu życia społeczeństw, dążenie do wyzwolania czasu wolnego, zacieranie granic i różnic w fazach cyklu życia rodziny);
- komplementarność coraz większej liczby dóbr i usług (na rynku rośnie liczba produktów, dla których producenci oferują gamę obsługi posprzedazowej, głównie przez dodatkowe usługi uzupełniające korzystanie z produktu);
- substytucja dóbr i usług (wynikająca ze zmian w funkcjonowaniu gospodarstw domowych, np. zmiany poziomu zamożności, oszczędności czasu, mobilności na rynku pracy itp.);
- postęp cywilizacyjny, w tym humanizacja i intelektualizacja życia (stąd też rosnące znaczenie usług edukacyjnych, kulturalnych oraz związanych z przemieszczaniem się);
- wydłużanie się życia ludzi (co sprzyja rosnącemu zapotrzebowaniu osób starszych na usługi związane z ochroną zdrowia, a także z rekreacją czy też edukacją) [Payne 1997; Dąbrowska i in. 2010; Bywalec 2010].

Poprawa sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych prowadzi do stopniowej serwicyzacji konsumpcji. Wraz ze wzrostem stopnia serwicyzacji konsumpcji udział wydatków na usługi zaczyna rosnąć w strukturze wydatków ogółem. Ma to związek z dążeniem społeczeństwa do coraz wyższego poziomu i jakości życia, a także wynika z faktu, że popyt na usługi jest nieograniczony. Serwicyzacja konsumpcji prowadzi więc do powstania usługowego modelu konsumpcji [Janoś-Kresło, Mróz (red.) 2006].

Z punktu widzenia pojedynczego gospodarstwa domowego głównych przyczyn serwicyzacji konsumpcji można upatrywać przede wszystkim we wzroście konsumpcji i użytkowaniu technicznych dóbr materialnych (np. takich jak komputer, samochód, sprzęt audiowizualny). Szczególnie dzięki wzrostowi wyposażenia gospodarstw domowych w sprzęt przekazu informacji i kultury występuje w gospodarstwach domowych tzw. cocooning (potocznie w języku polskim określane jako domocentryzm), który pozwala na całkowite przeniesienie aktywności do gospodarstwa domowego, przez dokonywanie zakupów, operacji bankowych, studiowanie, wykonywanie pracy w domu dzięki Internetowi. Domocentryzm wynika także ze skrócenia czasu pracy i zmiany sposobów wykonywania obowiązków zawodowych. Szeroka oferta usług transportowych, handlowych, bankowych, naprawczych, ubez-

pieczeniowych na rynku, możliwości nabywania i dostarczania do domu żywności, odzieży, odwiedziny lekarza, bankowca, ubezpieczyciela to niewątpliwe udogodnienia sprzyjające rozpowszechnianiu się *cooconingu*. Przez rozwój domocentryzmu gospodarstwa domowe więcej wydają na usługi, co prowadzi do serwicyzacji i dematerializacji konsumpcji [Włodarczyk 2013].

3. Serwicyzacja konsumpcji w Polsce w świetle wyników badań

Pierwotnych danych na temat struktury wydatków oraz udziału usług w tych wydatkach dostarczają wyniki badań GUS lub wyniki indywidualnie przygotowywanych badań przez instytucje badawcze oraz placówki naukowe. Należy jednakże dodać, że wyniki takich badań mają charakter jedynie orientacyjny i nie dają pełnego obrazu serwicyzacji konsumpcji. Wynika to z dwóch powodów. Po pierwsze badaniom nie podlega część gospodarstw domowych (na przykład funkcjonujących w miejscach zbiorowego zakwaterowania), po drugie część usług (będących dobrami publicznymi) nie jest rejestrowana w strukturze konsumpcji, ponieważ są one otrzymywane bezpłatnie. Na podstawie badań można zatem wnioskować o serwicyzacji prywatnej, co jednak nie umniejsza stopnia orientacji w tym zjawisku [Bywalec 2010].

Szczególnie istotnymi w kształtowaniu konsumpcji usług w gospodarstwach domowych są wydatki na zdrowie, rekreację i kulturę oraz edukację. Wydatki na usługi zdrowotne mogą być ponoszone przez osoby, u których wystąpiła taka potrzeba, oraz takie, które mają możliwość finansowania dodatkowych kosztów. Tym samym poza względami medycznymi przy kształtowaniu wydatków na zdrowie w gospodarstwie domowym istotną rolę odgrywa jego sytuacja dochodowa. Wydatki na kulturę dotyczą korzystania z usług kulturalnych. Do podstawowych form działalności kulturalnej można zaliczyć: kino, teatr, koncerty, dyskoteki, galerie, wystawy i muzea, operę, teatr muzyczny i operetkę oraz widowiska sportowe. Z kolei wydatki na rekreację związane są z posiadaniem przez jednostkę czasem wolnym i obejmują m.in. wydatki związane z korzystaniem z obiektów sportowo-rekreacyjnych oraz pozwalających realizować hobby i zainteresowania. Z kolei do podstawowych usług edukacyjnych należą: podnoszenie poziomu wykształcenia, nauka języków obcych, nauka obsługi komputera i innych urządzeń technicznych, podnoszenie kwalifikacji zawodowych. Różnice w wydatkach gospodarstw domowych na usługi z tych trzech kategorii mogą wynikać z przyjętych w poszczególnych krajach systemów finansowania konsumpcji tych usług, różnych systemów ochrony zdrowia, edukacji, kultury czy też skali odpłatności [Dąbrowska, Janoś-Kresło (red.) 2007].

W tabeli 1 przedstawiono udział wydatków na poszczególne rodzaje usług w strukturze wydatków ogółem w polskich gospodarstwach domowych w latach 2010-2014 według danych GUS.

Na podstawie danych zawartych w tab. 1 można stwierdzić niewielkie wahania w zmianach udziałów wydatków na poszczególne kategorie usług w strukturze wydatków w ostatnich 5 latach. Praktycznie niezmienione pozostały wydatki związane

Tabela 1. Udział wydatków na wybrane usługi w strukturze wydatków polskich gospodarstw domowych w latach 2010-2014

Rok	2010	2011	2012	2013	2014
Wydatki ogółem 100%					
w tym wydatki na usługi (w %):					
Związane ze zdrowiem	1,5	1,6	1,6	1,5	1,5
Transport	9,6	9,6	9,8	9,5	9,2
Łączność	4,4	4,2	4,0	5,1	5,0
Rekreacja i kultura	7,5	7,6	7,6	6,4	6,5
Edukacja	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1
Restauracje i hotele	2,3	2,4	2,8	2,9	4,2

Źródło: [GUS 2015].

z ochroną zdrowia, transportem oraz wydatki na edukację. W okresie przedstawianych pięciu lat nieznacznie obniżyły się wydatki na rekreację i kulturę, wzrost zaś dotyczył udziału wydatków na łączność (z 4,4 w 2010 roku do 5,0 w roku 2014) i wydatków na restauracje i hotele (odpowiednio: 2,3 i 4,2).

W dalszej analizie wykorzystano wyniki badań własnych autorki. Badanie przeprowadzono w miesiącach październik-listopad 2015 roku. Instrumentem badawczym był kwestionariusz ankiety. Badanie przeprowadzono wśród osób z województwa zachodniopomorskiego. Dobór próby do badania miał charakter celowy. Jednostkami badania były osoby, które prowadziły własne gospodarstwa domowe. Po przeprowadzeniu badania otrzymano 131 prawidłowo wypełnionych kwestionariuszy. Mała wielkość próby badawczej, co prawda, nie pozwala na wnioskowanie na temat całej zbiorowości, jednak może stanowić badania pilotażowe i służyć uzyskaniu informacji dotyczących serwicyzacji konsumpcji w polskim społeczeństwie oraz wskazać kierunki kontynuacji tych badań.

W badaniu udział wzięły 72 kobiety i 59 mężczyzn; 62 badanych zadeklarowało, że jest głową gospodarstwa domowego. Struktura wieku ankietowanych kształtowała się następująco: 26,7 badanych stanowiły osoby w wieku 15-24 lata, 19,8 – osoby w wieku 25-34 lata, 7,6 reprezentowali respondenci w wieku 35-44 lata, 23,7 – osoby mające 45-59 lat, zaś 22,2 – osoby w wieku powyżej 60 lat. Ankietowani reprezentowali następujące typy gospodarstw domowych: jednoosobowe (15,2), dwuosobowe (26,0), trzyosobowe (26,0) oraz czterosobowe i mające większą liczbę osób (32,8).

W jednym z pytań poproszono respondentów o udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy w ich gospodarstwach domowych w ogóle ponoszone są wydatki na wybrane grupy towarów i usług. W tabeli 2 przedstawiono otrzymane odpowiedzi.

Jak wynika z tab. 2, w przypadku wydatków na usługi ponad połowa gospodarstw domowych respondentów ponosiła wydatki związane z różnego rodzaju

Tabela 2. Odpowiedzi respondentów na pytanie: „Czy w Pana/-i gospodarstwie domowym ponoszone są wydatki na poszczególne kategorie produktów i usług?” (odsetek odpowiedzi „tak”)

Kategorie produktowe	Deklaracje respondentów (w %) N = 131
Żywność, napoje słodyczne	100,0
Środki higieny osobistej, kosmetyki	100,0
Środki do utrzymania czystości w domu oraz środki piorące	100,0
Odzież i obuwie	100,0
Sprzęt RTV i AGD	82,0
Ubezpieczenie (nieruchomości i ruchomości, na życie, dodatkowe zdrowotne itd.)	55,9
Ochrona zdrowia (leczenie niepubliczne, abonamenty w prywatnej służbie zdrowia, leczenie w czasie choroby, leki)	52,8
Kultura (kino, teatr, koncerty, inne wydarzenia kulturalne)	40,6
Turystyka (wycieczki, wyjazdy, zwiedzanie)	29,1
Edukacja (wybór szkoły, studiów, kursów, lekcji dodatkowych, korepetycji, zakupy książek i innych materiałów na potrzeby edukacji)	27,9
Sport i rekreacja (uprawianie sportu, aktywność sportowa i rekreacyjna, sprzęt sportowy)	23,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

ubezpieczeniami (np. ubezpieczenie ruchomości, nieruchomości, na życie, dodatkowe zdrowotne itp.) oraz także ponad połowa – wydatki związane z ochroną zdrowia, które obejmowały między innymi: leczenie niepubliczne, abonamenty w prywatnej służbie zdrowia, leczenie w czasie choroby itp. Dwie piąte respondentów zadeklarowało, że w ich gospodarstwach domowych ponoszone są wydatki na kino, teatr, koncerty oraz inne wydarzenia kulturalne. W przypadku wydatków na edukację, czyli wydatków na studia, kursy, dodatkowe lekcje, korepetycje, zakupy książek i materiałów edukacyjnych, a także wydatków związanych z turystyką (wycieczki, wyjazdy i zwiedzanie) trzech na dziesięciu badanych deklarowało udział wydatków na te usługi w ich budżecie domowym. Mniej niż jedna czwarta gospodarstw domowych ponosiła wydatki związane ze sportem i z rekreacją.

Według deklaracji badanych wydatki na usługi stanowiły niewielki odsetek w strukturze wydatków ich gospodarstw domowych. W tabeli 3 przedstawiono strukturę miesięcznych wydatków ogółem według grup produktów i usług w gospodarstwach domowych badanych.

Jak wynika z danych z tab. 3, największa część wydatków badanych gospodarstw domowych związana była z użytkowaniem mieszkania oraz zakupem bieżących artykułów konsumpcyjnych (w obu przypadkach stanowiły one prawie 30 ogółu wydatków konsumpcyjnych w gospodarstwach domowych respondentów). Najmniej wydawano na kulturę i rozrywkę, rekreację, turystykę i sport oraz edu-

Tabela 3. Struktura przeciętnych miesięcznych wydatków według grup produktów w gospodarstwach domowych badanych (w %) w 2015 roku (deklaracje respondentów)

Grupa towarów/usług	Procentowy udział wydatków w wydatkach ogółem
Użytkowanie mieszkania	28,3
Żywność, napoje bezalkoholowe, napoje alkoholowe, używki	27,1
Wyposażenie mieszkania	8,5
Transport	7,7
Inne	5,5
Odzież i obuwie	5,4
Kosmetyki, środki higieny osobistej, czystości, piorące	4,8
Ochrona zdrowia	4,6
Kultura, Restauracje	2,2
Oszczędności	2,0
Rekreację, turystyka, sport	2,0
Edukacja	1,9
Razem	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

cję (tylko 2 ogółu wydatków w poszczególnych kategoriach). Rozpatrując kształtowanie się struktury spożycia, warto zaznaczyć, że w gospodarstwach domowych badanych nie ukształtował się jej nowoczesny model. Wydatki na żywność wynosiły ponad 27 ogółu wydatków, wydatki na usługi stanowiły zaś tylko 18,4. Warto zaznaczyć, że nowoczesny model spożycia charakteryzuje się niskim udziałem wydatków na żywność (poniżej 20), a zarazem wysokimi wydatkami gospodarstw domowych na usługi (około 50 ogółu wydatków) [Dąbrowska, Janoś-Kresło (red.) 2007; Bywałec 2010].

W badaniu również zapytano respondentów o znaczenie czynników, zarówno emocjonalnych, jak i racjonalnych, które wpływały na zakupy poszczególnych dóbr i usług. W tabeli 4 szczegółowo przedstawiono czynniki wpływające na zakupy usług z poszczególnych grup.

Jak wynika z danych zawartych w tab. 4, w przypadku zakupów usług najważniejsza okazała się jakość. Renoma marki na rynku oraz zaufanie do niej były najczęściej wskazywane w odniesieniu do zakupów usług turystycznych, także ponad dwie piąte badanych podkreślało ich znaczenie przy zakupach usług ubezpieczeniowych oraz edukacyjnych. Również istotnym atutem dla zakupów usług okazała się niska cena oraz obniżki cenowe i promocje. Z kolei względy zdrowotne były ważne przy podejmowaniu decyzji o wydatkach na sport i rekreację oraz na ochronę zdrowia. Przy wydatkach na usługi sportowe i rekreacyjne ankietowani szczególnie uwzględniali atesty, certyfikaty oraz rankingi. Ponadto dwie piąte respondentów podkreślało znaczenie przywiązania do marki w przypadku wydatków na usługi ubezpieczeniowe, zdrowotne i kulturalne.

Tabela 4. Czynniki decydujące o zakupie poszczególnych kategorii usług według badanych konsumentów (odsetek wskazań)

Czynniki decydujące o wydatkach na usługi	Rodzaje usług					
	turystyka	kultura	edukacja	sport i rekreacja	ochrona zdrowia	ubezpieczenia
Jakość produktu/usługi	58*	62	60	54	75	69
Renoma marki na rynku	44	31	43	35	39	41
Zaufanie do marki	45	22	56	29	24	44
Niska cena	37	46	59	65	33	52
Względy zdrowotne	34	18	25	39	41	18
Atesty/certyfikaty/rankingi	26	16	29	39	28	16
Przywiązanie do marki (od zawsze kupuję tę markę)	13	39	34	23	35	41
Przekonująca reklama	23	23	8	11	30	18
Obniżki cenowe i promocje	47	25	43	31	26	35
Moda (wszyscy mają ten produkt)	7	39	19	33	24	5
Produkt krajowy	16	28	28	31	24	32
Produkt zagraniczny	18	20	20	21	40	21
Nowość na rynku	43	29	20	15	21	25
Możliwość zakupu na raty/kredyt	7	27	8	20	9	18
Rekomendacja znajomych, rodziny	26	41	18	30	29	28
Tradycja (od pokoleń w mojej rodzinie kupujemy tę markę)	18	10	15	7	32	25
Porada sprzedawcy	22	22	10	13	21	16
Poprawa samopoczucia	18	16	15	16	16	8
Pod wpływem chwili/ zobaczyłem/-am w sklepie i kupiłem/-am	10	10	8	7	2	4
Poprawa jakości życia	15	21	17	11	7	9
Inne	3	3	3	3	1	0

* Pogrubioną czcionką zaznaczono pierwszych pięć czynników najczęściej decydujących o zakupach danej kategorii usług według wskazań respondentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Jako ważne czynniki, decydujące o wyborze respondentów, należy także wskazać: modę (ważna w przypadku wydatków na kulturę), nowość na rynku (wskazywaną przez respondentów w przypadku usług turystycznych) oraz zagraniczne pochodzenie oferowanych usług (w przypadku wydatków na zdrowie).

Analizując odpowiedzi badanych, warto określić, jaki model dominował w badanych gospodarstwach domowych przy podejmowaniu decyzji nabywczych dotyczących usług¹. W tabeli 5 przedstawiono, kto uczestniczył w podejmowaniu decyzji

¹ W literaturze przedmiotu wyróżnia się cztery modele decyzyjne: autonomiczny, patriarchalny, matriarchalny i partnerski. Za: [Garbarski 1998, s. 66].

Tabela 5. Uczestnictwo w podejmowaniu decyzji zakupowych w gospodarstwach domowych badanych dla poszczególnych grup usług (w %)

Wyszczególnienie	Turystyka	Kultura	Edukacja	Sport i rekreacja	Ochrona zdrowia	Ubezpieczenia
Pani domu	80	86	74	71	91	83
Pan domu	77	75	57	68	90	87
Dzieci	10	3	42	35	4	6
Inne osoby	0	0	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Tabela 6. Podejmowanie ostatecznych decyzji zakupowych w gospodarstwach domowych badanych dla poszczególnych grup usług (w %)

Wyszczególnienie	Turystyka	Kultura	Edukacja	Sport i rekreacja	Ochrona zdrowia	Ubezpieczenia
Pani domu	47	46	45	24	30	33
Pan domu	40	47	22	41	65	63
Dzieci	3	1	26	27	0	0
Inne osoby	0	0	0	0	0	0
Brak odpowiedzi	10	6	7	8	5	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

zakupowych usług w gospodarstwach domowych badanych, zaś w tab. 6, kto podejmował ostateczne decyzje o zakupach usług.

Jak wynika z tab. 5 w podejmowaniu decyzji zakupowych usług zawsze uczestniczyły kobiety. Ich zaangażowanie w procesie podejmowania decyzji zakupowych najbardziej widoczne było w przypadku usług związanych z ochroną zdrowia oraz kulturą. Podejmowanie jednakże ostatecznej decyzji o dokonaniu zakupu usług przez kobiety dotyczyło wydatków na turystykę, kulturę i edukację. Z kolei mężczyźni podejmowali najczęściej ostateczne decyzje dotyczące wydatków na usługi w przypadku wydatków na kulturę, sport i rekreację, ochronę zdrowia oraz ubezpieczenia.

4. Podsumowanie

Przeobrażenia zachodzące wokół gospodarstw domowych kształtują zachowania konsumentów na rynku, w tym także konsumpcję usług. Należy podkreślić, że ich rola w funkcjonowaniu gospodarstwa domowego w dużej mierze zależy od postępującej komercjalizacji usług, powodującej, że ewoluują także możliwości i sposoby zaspokajania popytu na usługi. Przemiany globalne w wielu krajach doprowadziły do sytuacji, w której konsument ma do wyboru większy zakres usług, a także różnorodne formy ich nabywania. W przypadku usług gospodarstwa domowe korzystają

z jednej strony z takich, które są dostępne na rynku od kilkadziesiąt lat, z drugiej zaś, w wyniku postępu technologicznego i rozwoju systemów komunikacji, coraz powszechniejsze stają się usługi nowoczesne – e-konsumpcja”, czyli kupowanie towarów i usług za pomocą internetu [Dąbrowska i in. 2015].

Polskie społeczeństwo aspiruje do miana społeczeństwa globalnego, a tym samym do poziomu życia właściwego dla krajów rozwiniętych. Jednym z elementów takiego dopasowania może być struktura spożycia z odpowiednio wysokim udziałem wydatków na usługi. Struktura spożycia w Polsce wykazuje tendencję do powstawania nowoczesnego modelu, ale udział wydatków na usługi jest jeszcze zbyt niski. Można jednak zakładać, że w wyniku zmian globalnych w polskich gospodarstwach domowych w efekcie popularyzacji usług w życiu codziennym będzie rósł ich udział w wydatkach ogółem.

Literatura

- Bywalec C., 2010, *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Dąbrowska A., Byłok F., Janoś-Kresło M., Kielczewski D., Ozimek I., 2015, *Kompetencje konsumentów. Innowacyjne zachowania. Zrównoważona konsumpcja*, PWE, Warszawa.
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M. (red.), 2007, *Konsumpcja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej*, PWE, Warszawa.
- Dąbrowska A., Gutkowska K., Janoś-Kresło M., Ozimek I., 2010, *Serwicyzacja konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych. Uwarunkowania i tendencje*, Difin, Warszawa.
- Garbarski L., 1998, *Zachowania nabywców*, PWE, Warszawa.
- GUS, 2015, *Sytuacja gospodarstw domowych w 2014 roku w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych*, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/sytuacja-gospodarstw-domowych-w-2014-r-w-swietle-wynikow-badan-budzetow-gospodarstw-domowych,3,14.html> (30.04.2016.)
- Janoś-Kresło M., Mróz B. (red.), 2006, *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, SGH, Warszawa.
- Payne A., 1997, *Marketing usług*, PWE, Warszawa.
- Włodarczyk K., 2013, *Rynkowe zachowania polskich konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.