

URSZULA GRZEGA

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach¹

DOSTĘP DO INTERNETU W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH A UNOWOCZEŚNIANIE KONSUMPCJI W POLSCE I UE

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie zmian w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu w Polsce i UE w kontekście unowocześniania spożycia.

W latach 2008–2014 odnotowano znaczny postęp w dostępie do Internetu. W 2014 r. udział gospodarstw domowych w UE korzystających z Internetu wyniósł 81% (w Polsce 75%), co stanowiło wzrost o 21 pkt proc. w porównaniu z 2008 r. (o 27 w Polsce). Poziom dostępu do Internetu wśród gospodarstw domowych był zróżnicowany w poszczególnych państwach członkowskich – od 96% w Holandii i Luksemburgu do 57% w Bułgarii. Rosnący dostęp do Internetu wspiera unowocześnianie konsumpcji gospodarstw domowych.

Słowa kluczowe: konsumpcja, gospodarstwo domowe, dostęp do Internetu.

Wprowadzenie

Dynamiczny rozwój i upowszechnianie się środków masowego przekazu, głównie Internetu, sprawia, że zmienia się poziom i struktura konsumpcji gospodarstw domowych, a zmiany te idą w kierunku konsumpcji nowoczesnej.

Przez pojęcie konsumpcji nowoczesnej rozumie się konsumpcję ulepszoną, zmodyfikowaną i zmodernizowaną w wymiarze wartościowym, ilościowym i jakościowym. Jest to konsumpcja przełamująca istniejący stan, dotychczasowe nawyki i wzory. Wynika z myślenia postępowymi kategoriami i obejmuje całokształt nowych postaw, działań dotyczących sposobów gospodarowania. Unowocześnianie

¹ Katedra Badań Konsumpcji.

spożycia warunkowane jest splotem wielu determinant działających w skali makro- i mikroekonomicznej oraz społecznej. Duże znaczenie ma przy tym dostępność nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Wzrasta dzięki niej dostęp do informacji, powiększają się zasoby wiedzy użytkowników Internetu oraz rośnie dostępność wielu różnych produktów konsumpcyjnych, w tym np. usług umożliwiających zagospodarowanie czasu wolnego, zarządzanie finansami gospodarstwa, usprawniających wykonywanie wielu prac w domu. Ogólnie zaś większa dostępność Internetu pozostaje w zgodzie z założeniami rozwoju opartego na wiedzy i informacji oraz przyczynia się zwykle do sprawniejszego i bardziej doskonałego zaspokajania potrzeb dotychczasowych i powstawania potrzeb nowych.

Celem rozważań jest przedstawienie zmian w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej w kontekście unowocześniania konsumpcji. Zakres podmiotowy badań stanowią gospodarstwa domowe. Zakres czasowy obejmuje lata 2008–2014. Materiał badawczy stanowią wtórne źródła informacji. Zastosowaną metodę badawczą określić należy jako analizę opisową z elementami analizy ilościowej. Miary przyjęte w badaniu pochodzą z elektronicznych baz danych Eurostat. Są to wskaźniki dostępu gospodarstw domowych do Internetu, w tym dostępu szerokopasmowego. Wskaźniki te mierzą poziom dostępności (rozpowszechnienia) Internetu wśród gospodarstw domowych. Prezentowane są jako odsetek gospodarstw domowych z przynajmniej jedną osobą w wieku 16–74 lata posiadających łącze internetowe (*Wskaźniki 2011*, s. 173).

Opracowanie składa się z trzech części. Pierwsza z nich zawiera podstawowe kwestie teoretyczne dotyczące procesu unowocześniania spożycia. Druga – analizę sytuacji gospodarstw domowych w zakresie dostępności Internetu w ogóle oraz Internetu szerokopasmowego z urządzeń stacjonarnych i mobilnych. Trzecia – ocenę zmian w dostępie do Internetu w kontekście unowocześniania spożycia. W podsumowaniu przedstawiono najważniejsze wnioski z całości rozważań.

1. Unowocześnianie konsumpcji – podstawowe pojęcia i założenia

Proces unowocześniania konsumpcji oznacza jej trwale ulepszanie we wszystkich możliwych wymiarach. Obejmuje wartościowe, ilościowe i jakościowe zmiany w konsumpcji artykułów żywnościowych, nieżywnościowych oraz usług i inne od dotychczasowych sposoby zaspokajania potrzeb oraz zaspokajanie potrzeb nowych, wcześniej nieistniejących.

Wprowadzanie oraz przyswajanie nowości i innowacji w konsumpcji może mieć różne motywy, wśród których wyróżnia się: motyw organizacyjny (wiąże się z chęcią odciążenia członków gospodarstwa w żmudnych czynnościach domowych), motyw ekonomiczny (wynika z chęci poprawy własnej sytuacji na rynku), motyw społeczny (związany z chęcią dostosowania się do nowych zwyczajów czy

panującej mody), motyw prestiżu (wyraża chęć podkreślenia swojego statusu), motyw hedonistyczny (wynika z potrzeby osobistej przyjemności i zabawy). Biorąc pod uwagę powyższe motywy oraz siłę ich wpływu, można wyróżnić nowoczesną konsumpcję „powierzchnową” oraz „prawdziwą”. Nowoczesna konsumpcja powierzchowna jest efektem takiej działalności gospodarstwa, która koncentruje się na idei „mieć” i sztucznie wykreowanych potrzebach. Jeżeli są to działania skoncentrowane na idei „być”, to chodzi w nich o takie kategorie, jak prestiż, status i uznanie. Nowoczesna konsumpcja prawdziwa, w odróżnieniu od powierzchownej, nakierowana jest na trwały rozwój gospodarstwa i w konsekwencji rozwój całego społeczeństwa. Chodzi tutaj zwłaszcza o poprawę poziomu i/lub jakości życia podmiotów konsumpcji poprzez pełniejsze, bardziej doskonałe zaspokojenie potrzeb tak podstawowych, jak i ponadpodstawowych. Konsumpcja prawdziwa jest przy tym konsumpcją zgodną z zaleceniami specjalistów w zakresie spożycia ilościowego (m.in. fizjologów, lekarzy, towaroznawców) oraz z ogólnymi wytycznymi rozwoju społeczeństw (m.in. z priorytetami Strategii Europa 2020), w tym rozwoju opartego na wiedzy i informacji (Grzega 2015, s. 11–13).

Konsumpcja nowoczesna jest efektem wpływu wielu różnych uwarunkowań i czynników, wśród których wymienia się: makrouwarunkowania (globalizacja, postęp techniczny i technologiczny, proces starzenia się społeczeństw, zmiany w postawach młodych pokoleń) oraz mikrouwarunkowania, w tym czynniki ekonomiczne (sytuacja dochodowa gospodarstwa, oszczędności, stan posiadania, podaż towarów i usług, czas wolny) i czynniki pozaekonomiczne (poziom wykształcenia, charakter wykonywanej pracy, grupa społeczna, wiek członków oraz poziom świadomości konsumenckiej).

Jedną z istotnych determinant sprzyjających unowocześnianiu konsumpcji gospodarstw domowych jest rozwój nowoczesnych technik i technologii. Umożliwia on m.in. większą mobilność ludzi, turystykę, przepływ informacji, kapitału, towarów oraz rozwój technik produkcji umożliwiające radykalną indywidualizację dóbr konsumpcyjnych (Kiełczewski 2008, s. 100). Za pośrednictwem Internetu konsument może współcześnie zaspokajać różne potrzeby, m.in. potrzebę nawiązywania i utrzymywania kontaktów towarzyskich, dokonywania zakupów, poszukiwania i uzyskiwania informacji o świecie, nauce, życiu. Dostępność nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych sprzyja podnoszeniu poziomu edukacji, zwiększa szanse znalezienia pracy, daje nowe możliwości organizacji życia domowego, organizacji zakupów, konsumpcji. Sprzyja także obcowaniu z kulturą i podnosi ogólny komfort życia członków gospodarstw domowych. Zasadniczą cechą takiej „zwirtualizowanej” konsumpcji jest możliwość przenoszenia potrzeb sfery publicznej do prywatnej. (Grzega 2015, s. 23).

2. Dostępność Internetu w gospodarstwach domowych w Polsce i UE

Z danych tabeli 1 wynika, że w latach 2008–2014 dokonał się znaczny postęp w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu. W 2008 r. sześć gospodarstw na dziesięć w UE posiadało dostęp do Internetu, a w 2014 r. było ich już ponad osiem. Postęp obserwowano we wszystkich krajach UE. Największy w Bułgarii, najmniejszy w Holandii. Niemniej Holandia to kraj, w przypadku którego obserwuje się szczególnie wysoki poziom dostępu gospodarstw domowych do Internetu (w 2008 r. wynosił on 86%, w 2014 r. 96%). Bardzo wysoką dostępnością Internetu charakteryzują się także Luksemburg i Dania. Najniższym spośród państw Wspólnoty – Bułgaria (nieco więcej niż co drugie gospodarstw posiadało w 2014 r. dostęp do sieci), a następnie Rumunia, Portugalia, Grecja oraz Litwa. Jeśli chodzi o Polskę, to w 2014 r. wskaźnik gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu był niższy od średniej unijnej o 6 pkt proc. Różnica dzieląca Polskę od przodującej w tym względzie Holandii malała na przestrzeni lat, jednak w 2014 r. nadal była duża i wynosiła 21 pkt proc. Deklarowane przyczyny braku dostępu do Internetu w domu są wśród Polaków zróżnicowane. Najczęściej podawaną przyczyną był brak potrzeby korzystania z Internetu (59,1%). Drugą – brak odpowiednich umiejętności (44,8%). W dalszej kolejności znalazły się: zbyt wysokie koszty sprzętu oraz dostępu do Internetu, niechęć do Internetu, posiadanie dostępu w innym miejscu niż dom, niepełnosprawność, względy prywatności i bezpieczeństwa, brak technicznej możliwości korzystania i podłączenia (*Społeczeństwo informacyjne 2014*, s. 15).

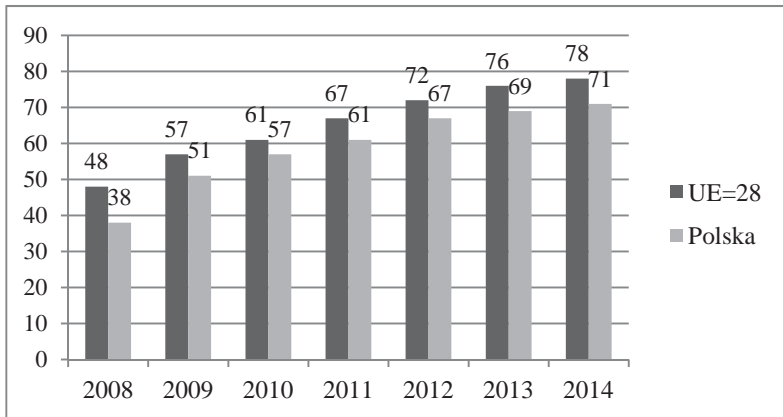
Zwiększenie dostępności Internetu w gospodarstwach domowych, szczególnie Internetu szerokopasmowego, to jeden z celów informatyzacji społeczeństwa zapisanych w dokumentach Komisji Europejskiej. W 2014 r. ponad $\frac{3}{4}$ gospodarstw domowych UE posiadało szerokopasmowy dostęp do Internetu (zob. rys. 1). Od 2008 r. wskaźnik ten wzrósł o 30 pkt proc. (z 48% w 2008 do 78% w 2014 r.). Największy udział gospodarstw domowych wyposażonych w szerokopasmowy dostęp do Internetu w 2014 r. odnotowano w Holandii (95%), Luksemburgu (93%), Finlandii (89%), Wielkiej Brytanii (88%). Najgorzej sytuacja przedstawiała się w Bułgarii (56%), Rumunii (58%), Portugalii (63%), Grecji i Litwie (po 65%). W Polsce 71% gospodarstw domowych w 2014 r. posiadało łącze szerokopasmowe. Od 2008 r. odnotowano w naszym kraju postęp o 33 pkt proc. W latach 2008–2014 udział gospodarstw w Polsce posiadających szerokopasmowy dostęp do Internetu w ogólnej liczbie gospodarstw domowych rósł szybciej niż udział gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu w ogóle.

Tabela 1

Dostęp do Internetu gospodarstw domowych w latach 2008–2014
(w % gospodarstw domowych)

Wyszczególnienie	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
UE-28	60	66	70	73	76	79	81
Austria	69	70	73	75	79	81	81
Belgia	64	67	73	77	78	80	83
Bułgaria	25	30	33	45	51	54	57
Chorwacja	45	50	56	61	66	65	68
Cypr	43	53	54	57	62	65	69
Dania	82	83	86	90	92	93	93
Estonia	57	62	67	69	74	79	83
Finlandia	72	78	81	84	87	89	90
Francja	62	69	74	76	80	82	83
Grecja	31	38	46	50	54	56	66
Hiszpania	50	53	58	63	67	70	74
Holandia	86	90	91	94	94	95	96
Irlandia	63	67	72	78	81	82	82
Litwa	51	60	61	60	60	65	66
Luksemburg	80	87	90	91	93	94	96
Łotwa	53	58	60	64	69	72	73
Malta	59	64	70	75	77	79	81
Niemcy	75	79	82	83	85	88	89
P o l s k a	48	59	63	67	70	72	75
Portugalia	46	48	54	58	61	62	65
Rep. Czeska	46	54	61	67	65	73	78
Rumunia	30	38	42	47	54	58	61
Słowacja	58	62	67	71	75	78	78
Słowenia	59	64	68	73	74	76	77
Szwecja	84	86	88	91	92	93	90
Węgry	48	55	60	65	69	71	75
Wlk. Brytania	71	77	80	83	87	88	90
Włochy	47	53	59	62	63	69	73

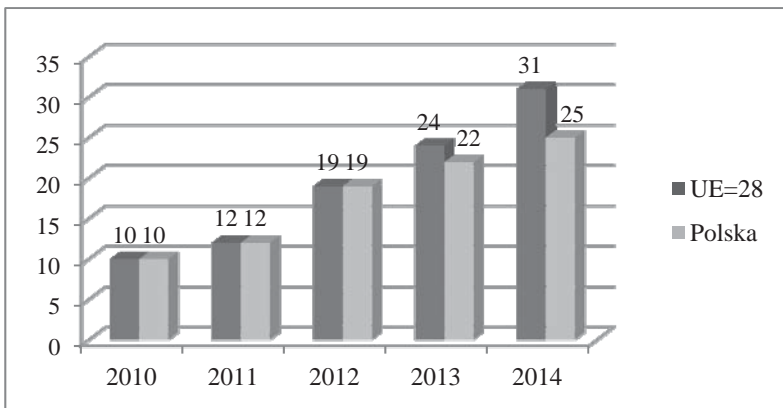
Źródło: (<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>, 14.01.2015).



Rys. 1. Szerokopasmowy dostęp do Internetu gospodarstw domowych w Polsce i UE w latach 2008–2014 (% gospodarstw domowych)

Źródło: (<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>, 14.01.2015).

Jeśli chodzi o szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu (zob. rys. 2), to sytuacja Polski na tle UE wygląda podobnie. W 2014 r. różnica wynosiła 6 pkt proc., przy czym w latach 2010–2012 poziom ten był identyczny, co wskazuje na pogorszenie się sytuacji polskich gospodarstw domowych w relacji do średniej UE. Najwyższym udziałem szerokopasmowego mobilnego dostępu do Internetu wśród gospodarstw domowych cechuje się Finlandia (78%), najniższym Cypr (5%), a następnie Grecja oraz Republika Czeska (po 9%).



Rys. 2. Szerokopasmowy mobilny dostęp do Internetu gospodarstw domowych w Polsce i UE w latach 2010–2014 (% gospodarstw domowych)

Źródło: (<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>, 14.01.2015).

3. Ocena zmian w dostępie do Internetu w kontekście unowocześniania spożycia

Obecny kształt spożycia gospodarstw domowych w UE w znacznej mierze wynika z poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego państw tworzących Wspólnotę. Mając to na uwadze, a także czynniki „kryzysowe”, hamujące rozwój konsumpcji w czasie, pozytywnie ocenić należy poprawę w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu, w tym Internetu szerokopasmowego, z urządzeń stacjonarnych oraz mobilnych. Na pozytywną ocenę zasługuje także stopniowe, systematyczne zmniejszanie się dystansu dzielącego kraje o wysokiej dostępności Internetu od krajów o dostępności niskiej. Mimo stopniowego zacierania się różnic w analizowanej kwestii wśród gospodarstw wchodzących w skład UE widoczna jest znaczna polaryzacja dostępności Internetu. W latach 2008–2014 w gospodarstwach domowych zlokalizowanych w Europie Zachodniej i Północnej zaobserwowano zdecydowanie wyższe wartości wskaźników wyposażenia gospodarstw domowych w urządzenia z dostępem do Internetu. W krajach takich jak Holandia, Luksemburg i Dania wartości wskaźników były najwyższe. W przypadku tych państw poziom rozwoju społeczeństwa informacyjnego uznaje się za najwyższy. W przeciwieństwie do nich w gospodarstwach domowych bloku wschodniego, a także w Europie Południowej, wskaźniki dostępności Internetu były zdecydowanie niższe. Najniższe wartości ukształtowały się w przypadku takich państw jak Bułgaria i Rumunia. Jeśli chodzi o Polskę, to $\frac{3}{4}$ polskich gospodarstw domowych posiadało w 2014 r. dostęp do Internetu. Podobnie sytuacja wyglądała u naszych południowych sąsiadów (Czechy i Słowacja po 78%). W Niemczech w 2014 r. wartość ta była wyższa o 14 pkt proc. w porównaniu z Polską, zaś na Litwie niższa o 9 pkt proc. Z danych przytoczonych w artykule wynika, że sytuacja Polski na tle innych krajów UE kształtuje się raczej przeciętnie. Niemniej w klasyfikacjach dotyczących dostępności Internetu Polska zbliża się coraz bardziej do średniej unijnej. Na przestrzeni badanego okresu poziom dostępu do Internetu polskich gospodarstw domowych podniósł się o 27 pkt proc. W UE wzrost ten wyniósł 21 pkt proc.

Jak wcześniej uznano, poprawa dostępności Internetu wśród gospodarstw domowych jest jednym z wyznaczników konsumpcji nowoczesnej. Konsekwencją nierównego dostępu do Internetu mogą być różnice w uczestnictwie w ważnych aspektach życia społecznego. Wykorzystanie Internetu w codziennym życiu – nauce, pracy, dostępie do informacji i wiedzy – powoduje, że gospodarstwa, które mają do niego dostęp, mają okazję do realizowania modelu konsumpcji zgodnego z zaleceniami specjalistów w zakresie spożycia ilościowego oraz z ogólnymi wytycznymi rozwoju społeczeństw. Natomiast gospodarstwa, które z niego nie korzystają, w coraz większym stopniu narażone są na ograniczony przekaz informacji, którego skutkiem może być wykluczenie cyfrowe, a także społeczne. W krajach o wysokim poziomie dostępności Internetu zdecydowanie częściej realizuje się nowoczesny model spożycia. Przejawia się on m.in.: wyższym udziałem wydatków swobodnego

wyboru w relacji do wydatków podstawowych, relatywnie niskim udziałem wydatków żywnościowych, pozytywnymi zmianami w ilościowym spożyciu żywności przejawiającymi się zwiększeniem racjonalności diety konsumpcyjnej oraz postępowaniem w poziomie wyposażenia gospodarstw w nowoczesne dobra trwałe, w tym dobra teleinformatyczne. Zwykle tym ilościowym zmianom w konsumpcji towarzyszą także pozytywne zmiany jakościowe. Dotyczą one nowych, ulepszonych sposobów zaspokajania potrzeb oraz korzystnej reorganizacji spożycia gospodarstw domowych. Podkreślić należy, że realizacja takiego modelu spożycia zależy przede wszystkim od sytuacji dochodowej podmiotów konsumpcji. Niemniej duże i wciąż rosnące znaczenie mają przy tym determinanty o charakterze pozaekonomicznym, w tym dostępność nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych wśród gospodarstw domowych (Grzeża 2013, s. 31–32).

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonej analizy danych dotyczących dostępności Internetu w gospodarstwach domowych w Polsce i UE można wysunąć następujące wnioski:

- w latach 2008–2014 nastąpił znaczny postęp w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu, w tym Internetu szerokopasmowego, z urządzeń stacjonarnych i mobilnych;
- w 2014 r. aż 81% gospodarstw domowych w UE oraz 75% w Polsce miało dostęp do łącza internetowego, z czego 96% gospodarstw w UE oraz 95% w Polsce miało dostęp szerokopasmowy;
- w zależności od kraju zamieszkania obserwuje się jednak dość znaczne rozbieżności w zakresie dostępu gospodarstw domowych do Internetu, najkorzystniej sytuacja wygląda w Holandii i Luksemburgu, najmniej korzystnie w Bułgarii i Rumunii;
- pozytywną tendencją jest zmniejszanie się dystansu dzielącego kraje o wysokiej dostępności Internetu od krajów o niskiej dostępności oraz stopniowe zacieranie się różnic w dostępie do sieci Internet pomiędzy Europą Północno-Zachodnią a Południowo-Wschodnią;
- pozytywne zmiany w poziomie dostępności Internetu wśród gospodarstw domowych dają solidne podstawy do unowocześniania spożycia tak w Polsce, jak i w UE. Świadczą one dodatkowo o poprawie stopnia zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych gospodarstw domowych, zwłaszcza potrzeb informacyjnych oraz potrzeb z grup: edukacja, kultura, rekreacja, bezpieczeństwo.

Literatura

1. Grzega U. (2015), *Unowocześnianie konsumpcji gospodarstw domowych*, w: E. Kieźel, S. Smyczek (red.), *Zachowania konsumentów a procesy unowocześniania konsumpcji*, Wolters Kluwer, Warszawa.
2. Grzega U. (2013), *Unowocześnianie konsumpcji w Polsce i Unii Europejskiej w warunkach kryzysowych*, Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice (maszynopis).
3. Kielczewski D. (2008), *Konsumpcja a perspektywy zrównoważonego rozwoju*, Uniwersytet w Białymstoku, Białystok.
4. *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r.* (2014), GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa.
5. *Wskaźniki zrównoważonego rozwoju* (2011), GUS, Urząd Statystyczny w Katowicach, Katowice.
6. <http://ec.europa.eu/eurostat> (2015).

INTERNET ACCESS IN HOUSEHOLDS AND MODERNISING CONSUMPTION IN POLAND AND IN THE EU

Summary

This article aims at presenting changes in Internet access of households in Poland and the European Union in the context of modernising consumption. In the period of 2008–2014 a progress of access Internet in household was observed. The percentage of households in the EU who used the internet was 81% in 2014 (75% in Poland), an increase of 21 percentage points compared with 2008 (27 percentage points in Poland). The share of internet access varied among Member States, ranging from 96% of households in the Netherlands and Luxembourg to 57% in Bulgaria. The growing access to the Internet supports modernising consumption among households.

Keywords: consumption, household, Internet access.

Translated by Urszula Grzega

